

فهرست مندرجات

صفحات

عنوان

۱۹	فصل اول: مبانی بازاریابی مشارکتی (سیستم همکاری در فروش)
۲۱	بازاریابی مشارکتی (سیستم همکاری در فروش)
۲۳	آمار بازاریابی مشارکتی
۲۷	فصل دوم: بازاریابی مشارکتی چیست؟
۲۸	منشاء و توسعه بازاریابی مشارکتی
۲۹	تعریف بازاریابی مشارکتی
۳۱	خریداران دیجیتال
۳۲	شروع به کار
۳۳	انواع وبسایت‌های معرفی‌کننده
۳۴	مزایای بازاریابی مشارکتی
۳۴	مزایای فعالان اقتصادی
۳۵	پرداخت برای اجرا
۳۵	پیگیری آسان
۳۵	قرار گرفتن در معرض لینک‌های ورودی بیشتر
۳۶	افزایش ترافیک از طریق ارجاعات

۳۶	فرآیند جذب مخاطب هدفمند
۳۷	کنترل کامل بر نرخ‌های کمیسیون، مواد تبلیغاتی و انتخاب معرفی‌کننده‌ها
۳۷	مزایای مربوط به معرفی‌کننده‌ها
۳۷	با کمترین یا بدون هیچ هزینه عملیاتی
۳۸	بدون نیاز به انبارداری محصولات
۳۸	امکان کسب درآمد مداوم (۲۴/۷)
۳۸	مخاطبین وسیع در فضای آنلاین در دسترس هستند
۳۸	استفاده از پلتفرم‌های متعدد برای معرفی
۴۱	فصل سوم: تبدیل شدن به یک فعال اقتصادی بازار
۴۲	فعال اقتصادی بازار کیست؟
۴۳	چگونه به فعال اقتصادی تبدیل شویم؟
۴۳	ایجاد برنامه مشارکتی
۴۴	بودجه
۴۴	کمیسیون
۴۶	طول عمر کوکی‌ها
۴۶	شرایط استفاده از خدمات

۴۷	شرح برنامه مشارکتی
۴۸	فرم درخواست
۵۰	قالب ایمیل
۵۲	تنظیم اهداف
۵۳	انتخاب شبکه یا نرم‌افزار (همکاری در فروش)
۵۴	عناصر تبلیغاتی
۵۵	استراتژی تبلیغ برنامه مشارکتی
۵۶	انتظار چیست؟

فصل چهارم: چگونه یک معرف شویم؟

۵۹	
۶۰	معرفی کننده کیست؟
۶۱	چگونه به یک معرف تبدیل شویم؟
۶۱	حضور آنلاین
۶۲	معرف‌هایی که قبلاً حضور خود را ثبت کرده‌اند
۶۲	وبسایت‌های اختصاص داده شده به بازاریابی مشارکتی
۶۳	ملزومات
۶۴	انتخاب برنامه
۶۶	پیوستن به برنامه مشارکتی

۶۷	استراتژی تبلیغ لینک‌های مشارکتی
۶۸	صادق بودن
۶۸	واقعی بودن
۶۸	مرتبط بودن
۶۸	خلاق بودن
۶۹	سازماندهی داشتن
۶۹	انتظار چیست

۷۱	فصل پنجم: مدیریت برنامه مشارکتی
۷۲	شاخص‌های کلیدی عملکردها (شاخص کلیدی عملکرد)
۷۳	تعداد معرف‌ها
۷۳	میانگین درصد فعالیت
۷۴	ترافیک
۷۵	فروش
۷۷	تبدیل
۷۸	روش‌های ارتباطی
۷۸	ارتباطات خودکار

۷۹	ارتباط دائمی
۷۹	عناصر ارتباط خوب
۸۱	مدیریت معرف‌ها

۸۵ فصل ششم: مدل‌های پرداخت بازاریابی مشارکتی

۸۷	پرداخت در ازای هر فروش (PPS)
۸۷	پرداخت در ازای اقدام (PPA)
۸۹	پرداخت در ازای هر تماس
۸۹	پرداخت در ازای هر نصب
۹۰	پرداخت در ازای هر کلیک (PPC)
۹۰	پرداخت در ازای هزار بازدید (مایل) (PPM)
۹۱	معاملات ضمنی مشارکتی

۹۵ فصل هفتم: استراتژی‌های بازاریابی مشارکتی برای فعالان اقتصادی

۹۶	سایت اینترنتی
۹۷	صفحه برنامه مشارکتی
۹۷	صفحه فرود
۹۸	رسانه‌های اجتماعی

۹۹	دیدهبانی معرفها
۹۹	پیوست نظرها
۱۰۰	کسب اعتماد
۱۰۰	مشترک خبرنامه
۱۰۱	شبکه‌های مشارکتی
۱۰۱	راهنماهای مشارکتی
۱۰۲	مدیر برنامه مشارکتی
۱۰۲	نظارت و ترکیب

۱۰۵	فصل هشتم: استراتژی‌های بازاریابی مشارکتی برای معرفها
۱۰۶	بررسی محصولات
۱۰۸	اشاره به محصول
۱۱۰	آگهی یا بنرها
۱۱۱	کوپن‌ها
۱۱۲	بازاریابی مشارکتی در یوتیوب
۱۱۵	تجزیه و تحلیل عملکرد

۱۱۷	فصل نهم: شبکه‌های مشارکتی
۱۱۸	شبکه مشارکتی چیست؟
۱۱۹	شبکه‌های مشارکتی چگونه کار می‌کنند؟
۱۱۹	فعالان اقتصادی
۱۲۲	معرفی‌کننده
۱۲۴	پنج شبکه مشارکتی برتر
۱۲۵	بازاریابی مشارکتی CJ
۱۲۷	ShareASale
۱۳۰	Rakuten یا LinkShare سابق
۱۳۲	Webgains
۱۳۴	FlexOffers
۱۳۹	فصل دهم: نرم‌افزار بازاریابی مشارکتی
۱۴۰	نرم‌افزار بازاریابی مشارکتی چیست؟
۱۴۱	نرم‌افزار خود میزبانی شده
۱۴۱	نرم‌افزار میزبانی شده
۱۴۲	نرم‌افزارهای مشارکتی چگونه کار می‌کنند؟

۱۴۳	پنل مدیریت
۱۴۴	پنل مشارکتی
۱۴۵	پنج مورد از برترین نرم‌افزارهای مشارکتی
۱۴۵	iDevAffiliate
۱۴۷	AllAffiliatePro
۱۵۰	Post Affiliate Pro
۱۵۲	JROX
۱۵۴	LinkTrust

۱۵۷ فصل یازدهم: برنامه‌های مشارکتی رایج

۱۵۸	برنامه مشارکتی آمازون
۱۶۱	برنامه مشارکتی eBay
۱۶۳	برنامه مشارکتی تارگت
۱۶۵	Jet
۱۶۶	سایر برنامه‌های مشارکتی برای کشف

۱۷۱ فصل دوازدهم: ابزار بازاریابی مشارکتی

۱۷۱	ملزومات
-----	---------

۱۷۴	پژوهش
۱۷۵	محتوا
۱۷۷	لینک‌ها و ردیابی
۱۷۸	بازاریابی ایمیلی
۱۷۹	رسانه‌های اجتماعی
۱۸۱	کمپین‌های پرداختی
۱۸۲	ابزار وردپرس

۱۵۸ فصل سیزدهم: مشکلات بالقوه بازاریابی مشارکتی

۱۸۶	معرف‌های مخرب
۱۸۷	تایید خودکار معرف‌ها
۱۸۹	چگونه معرفی‌کننده‌ها را تأیید کنیم؟
۱۹۰	چاشنی کوکی
۱۹۲	نقض علامت تجاری
۱۹۴	تشویق کردن معرف‌ها
۱۹۴	تاکتیک‌هایی برای کمک به افزایش انگیزه‌های معرف‌ها
۱۹۵	عدم رعایت قانون در بازاریابی مشارکتی

۱۹۹	فصل چهاردهم: بازاریابی مشارکتی و بازاریابی آنلاین
۲۰۰	بازاریابی مشارکتی و بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO)
۲۰۰	فعالان اقتصادی
۲۰۲	معرفی‌کنندگان
۲۰۴	بازاریابی مشارکتی و بازاریابی موتور جستجو (SEM)
۲۰۵	بازاریابی مشارکتی و بازاریابی رسانه‌های اجتماعی (SMM)
۲۰۸	بازاریابی مشارکتی و بازاریابی ایمیلی
۲۰۸	فعالان اقتصادی
۲۰۹	معرفی‌کننده
۲۱۰	بازاریابی مشارکتی و بازاریابی تاثیرگذار
۲۱۱	فعالان اقتصادی
۲۱۲	معرفی‌کننده
۲۱۲	نتیجه‌گیری
۲۱۵	فصل پانزدهم: واژه‌نامه بازاریابی مشارکتی
۲۲۷	فصل شانزدهم: پرسشنامه
۲۴۱	پاسخها

۲۴۳	فصل هفدهم: نتیجه‌گیری
۲۴۴	ادغام بازاریابی مشارکتی با کسب‌وکار
۲۴۴	فعالان اقتصادی
۲۴۵	معرفی‌کننده‌ها
۲۴۵	رشد کسب‌وکار با بازاریابی مشارکتی
۲۴۶	گسترش
۲۴۶	فعالیت مستمر
۲۴۷	سازگاری با تلفن همراه