

SUPER AFFILIATE ACADEMY



KNIHU VAM PRIMAŠA AFFILIATE  
SIŤ DOGNET A SPONZORI

# ONLINE MARKETING

TVORBA  
**ZARÁBAJÚCEHO**  
WEBU



OBSAH PRIPRAVILO  
**30 ODBORNÍKOV**

NA ONLINE MARKETING Z ČESKA A SLOVENSKA



 dognet

# Obsah

1. Predhovor pre začínajúcich marketérov a hlavne affiliate publisherov	7
2. Kúsok motivácie pre začiatočníkov	11
3. Pojmy	17
4. Základné fungovanie affiliate kampaní	29
5. Cesta k príjmu z affiliate. Čo budete potrebovať?	34
6. Ako si vybrať Správnu oblasť?	41
7. Budovanie svojej affiliate stránky	51
8. SEO – optimalizácia pre vyhľadávače	59
9. 24 Ověřených tipů, jak optimalizovat rychlost načítání webu a docílit pozitivního vlivu na SEO	83
10. Offpage faktory	101
11. Praktické tipy pro link building z devíti let praxe	108
12. Budovanie obsahu a obsahový web	128
13. Delegovanie práce copywriterov	136
14. Analýza klíčových slov	145
15. Základní integrace affiliate kampane	175
16. Stavíme WordPress web	185
17. Stavíme XML web na Wordpress	205
18. Propagace affiliate projektu	221
19. Ako vybrať doménu pre affiliate projekt	230
20. Sociálne médiá a affiliate kampane	237
21. Budovanie značky affiliate projektu	248
22. Kupónový tracking a zapojenie influencerov	254
23. Propagácia projektu cez PPC	259
24. Tvorba landing page pre PPC projekt	275
25. E-mail marketing	285
26. Google analytics a sledovanie výkonnosti projektu	310
27. Vypĺčanie a legislatíva provízií	329
28. Právní stránka užití multimediálního obsahu	340
29. GDPR v affiliate marketingu	348
30. Expanzia do zahraničia s affiliate projektom	357
31. Úspešné zahraničné affiliate projekty	364
32. Check list pre affiliate projekt	391
33. Predstavenie affiliate marketingu inzerentom	405
<b>BONUS</b>	
Fail study o affiliate projekte	459
Trendy v alternatívnych zdrojoch trafiku	462

Ako si udržať pracovnú morálku v home-office, samostatne sa vzdelávať a motivovať	467
Začátky mého online podnikání	470
(De)motivačný kútik (alebo ako to robiť poriadne)	475
Ak má projekt rásť, nemôžete robiť všetko sami	479
Krok za krokom, jak tvořím affiliate weby	482
Ako som sa dostal k affiliatu a prečo by si to mal skúsiť aj ty	492
Môj pohľad na seo, Alebo čo mi poradila čierna kočka?	496
Záver	504



„Určite nepoviem nič nové, ale základom všetkého je začať! Začiatky sú ťažké, najmä ak sa chcete uplatniť v celkom novej oblasti, neočakávajte hneď veľké zisky, sústreďte sa hlavne na nájdenie svojej vlastnej cesty. To, že niekomu niečo funguje ešte neznamená, že to musí fungovať každému, neznamená to ale ani to, že to nedokázate robiť ešte lepšie!“

**Anton Maslák**



„Dôležité je vždy vytrvať a neustále svoj projekt vylepšovať. Ak niečo nefunguje, zmeň to!“

**Michal Kajanovič**



„Affiliate marketing síce nie je magický spôsob ako bez roboty získať pasívny príjem, je to ale určite veľmi zaujímavá možnosť ako začať budovať niečo, kde sa dá vidieť výsledok každej investovanej hodiny času. Či z toho nakoniec bude hobby, ktoré niečo zarába, full-time job alebo medzinárodná firma, to už záleží len od vás.“

**Ján Ruml**, Markets Manager, Picodi.com



„Najdôležitejšie je začať.“

**Chodelka Peter**, Internetový podnikateľ a affiliate partner  
Kombo.sk



„Najskôr tvrdo makaj, keď ostatní spia alebo sa zabávajú. Potom pomocou affiliate budeš môcť zarábať aj ty, keď budeš spať alebo sa zabávať.“

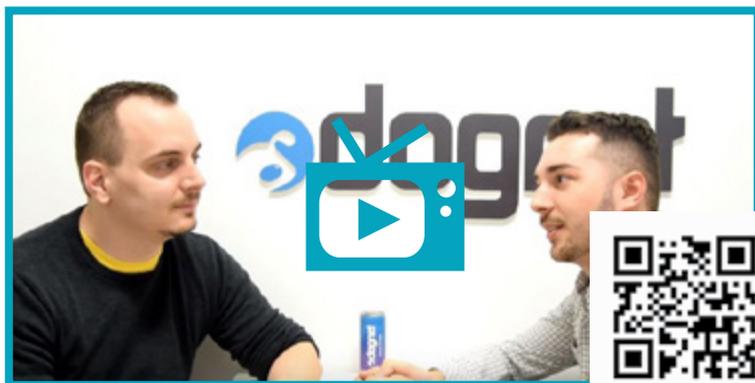
**Dávid Záčik**

## Čo budete potrebovať?

- doménu + wehosting (približne 30€/ročne - závisí od veľkosti)
- nejaký CMS - ideálne WordPress (zadarmo)
- zaregistrovať sa v nejakej affiliate sieti - odporúčam Dognet (zadarmo)

## Dobre, máme všetko potrebné, čo ďalej:

- vyberieme si vhodnú tému
- nájdeme možnosti monetizácie pomocou affiliate kampane
- urobíme analýzu kľúčových slov
- pripravíme si obsahový plán, pomocou ktorého budeme budovať obsah



Videá nájdete na [video.superaffiliate.sk](https://video.superaffiliate.sk).

[qr.superaffiliate.sk](https://qr.superaffiliate.sk)

## Stabilný príjem pomocou affiliate marketingu - je to vôbec možné?

Keď som s affiliate marketingom začínal, neveril som, že je to vôbec možné. Myslel som si, že provízie v affiliate sú príliš malé a náklady na vybudovanie úspešného webu príliš vysoké na to, aby bolo možné pomocou affiliate vybudovať stabilný príjem. Zo začiatku som skúšal rôzne druhy trafficu (návštevnosti), ako Google Ads, Facebook Ads a podobne. Tento druh návštevnosti sa mi vôbec neosvedčil, síce som

SEO (search engine optimization) je proces, pri ktorom sa snažíme zvýšiť viditeľnosť webových stránok, resp. nájditelnosť informácií o subjekte (firme, organizácii, osobe, a pod.) v neplatených (tzv. organických) výsledkoch hľadania vyhľadávačov. Tým sa zvyšuje návštevnosť webových stránok a počet konverzií, tj. počet prevedení toho, čo je cieľom daných webových stránok, či daného subjektu (objednávka produktov, služieb, nájdenie cesty do kamennej predajne, prihlásenie sa k newsletteru, vyplnenie dotazníka, kliknutie na reklamu, a pod.).



**Videá nájdete na [video.superaffiliate.sk](https://video.superaffiliate.sk).**

[qr.superaffiliate.sk](https://qr.superaffiliate.sk)

SEO aktivity sa dajú pomerne dobre rozdeliť na dve povahovo odlišné práce – onpage SEO a offpage SEO.

Onpage SEO zahŕňa všetky úkony, ktoré robíme na vlastných webových stránkach. Jeho úlohou je najmä rozšíriť množinu cielených kľúčových slov, posunúť web na lepšie pozície na málo konkurenčné výrazy a zlepšenie miery preklikov.

## Onpage optimalizácia rieši nasledovné:

### Technické nastavenia webu

Ako nakódovať a naprogramovať web stránky, aby vyhľadávače mohli indexovať ich obsah a aby ho čo najlepšie pochopili (sémantika). Prakticky ide o vybrané state z pravidiel prístupnosti. Ak stránky zodpovedajú pravidlám prístupnosti, technické faktory sú automaticky dodržané.

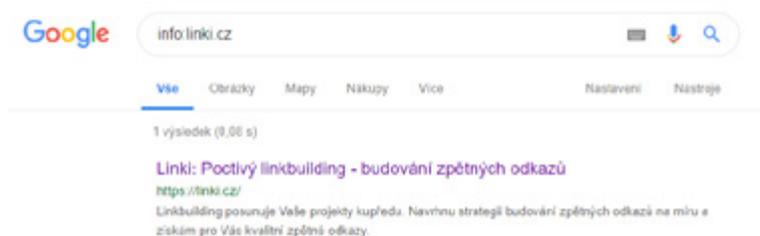
## Jak hledat weby a hodnotit je

Existuje jednoduchá rutina, kterou můžete provést s každým webem, který vás zaujal a chtěli byste se z něj pokusit získat odkaz.

### Web je v indexu vyhledávačů a nebrání se indexaci nebo procházení

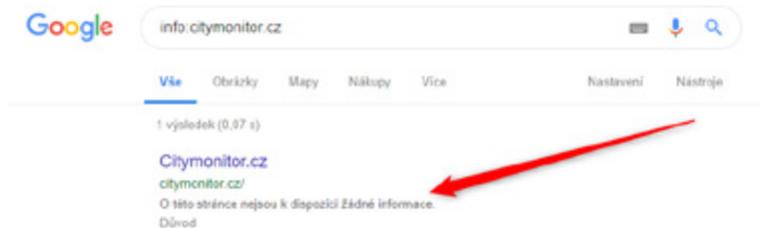
Stránka, kterou Google nemá v indexu nebo na ni nemůže chodit, vám nepředá žádné hodnocení. Proto je první část rutiny zaměřená tím směrem.

Jestliže jste web našli přes Google, část s indexem řešit nemusíte. U ostatních případů je dobré si ověřit, jestli Google či Seznam web indexují. To uděláte snadno pomocí operátoru info. Například info:linki.cz.

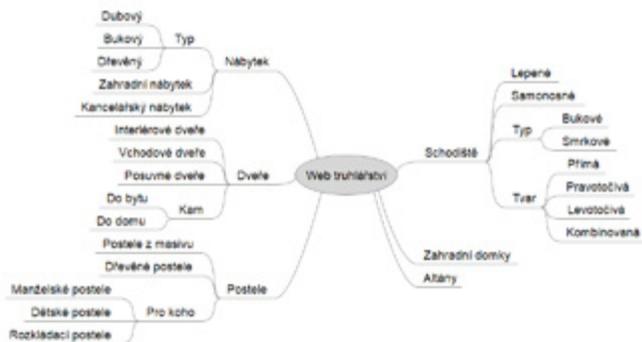


Web může být v indexu, ale chybou či záměrem majitele nemusí být průchodný pro Google. Omezení ve značce meta robots si můžete snadno při surfování ověřovat pomocí rozšíření prohlížečů, například **NoIndex**, **NoFollow Meta Tag Checker** pro Chrome.

Omezení v robots.txt musíte ověřit ručně, nebo ve výsledku hledání na Google.



**Na tento web Googlebot nesmí. Do indexu se dostal díky odkazům, které na něj vedou.**



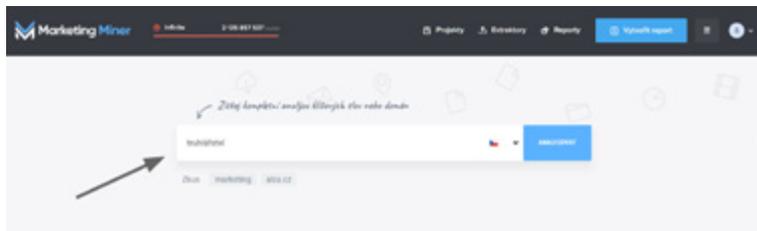
### Návrhy klíčových slov reklamních systémů

Základním zdrojem návrhů klíčových slov jsou bezesporu reklamní systémy, které tyto informace poskytují především PPC specialistům jako podklad pro tvorbu kampaní.

Těmito nástroji jsou v České republice hlavně Google Ads a Sklik. Obě tyto služby mají vlastní nástroje na návrh klíčových slov. K jejich plnému využití je ale potřeba i pochopení dat, která vracejí.

### Profilery Marketing Miner

Podobnou funkcionalitu, jakou mají nástroje reklamních systémů Google Ads a Sklik, má i Marketing Miner. Konkrétně jde asi o největší databázi hledaných klíčových slov na Google, která pouze pro český trh skýtá kolem 2,2 mil. hledaných klíčových slov.



### Profilery naleznete na hlavní stránce přihlášeného uživatele nástroje Marketing Miner

Profilery naleznete na hlavní stránce Marketing Mineru po přihlášení, kde si i pod tarifem zdarma můžete vyprofilovat denně až 1000 klíčových slov.





### Aktivace databáze kontaktů

## Reaktivační kampaně

I když provedete promyšlenou aktivaci databáze nebo se svými kontakty pravidelně komunikujete, je zcela normální a přirozené, že se určitá část vaší databáze odmlčí. Nebudou vaše e-maily otevírat, nebudou klikat na odkazy, ztrácejí (nebo úplně ztratili) zájem o to, co jim posíláte. Není na tom nic zvláštního, spousta lidí mění práci i zájmy, to, co „hltali“ před půl rokem, už je dnes vůbec nebere, kromě toho také mění své e-mailové schránky (zapomenou heslo, mají schránku přeplněnou spamem, schránka zanikla s hostingem...) a podobně. Sami to určitě znáte také. Prostě to, že vás před rokem něco opravdu zajímalo, neznamená, že vás to zajímá i dnes, nebo že vás to bude zajímat za dalších 5 let.

Měli byste s tím počítat a být na to připraveni. Některé uživatele, kteří ztrácejí zájem, se vám může podařit vyhrát zpět, ty ostatní je třeba odhalit a odebrat z databáze (ať za tyto kontakty nemusíte zbytečně platit). V nástrojích pro e-mail marketing je velmi jednoduché takové uživatele odhalit. Téměř ve všech nástrojích si můžete vytvořit segment lidí, kteří od vás neotevřeli několik posledních e-mailů nebo kteří neotevřerají e-maily po nějakou dobu.

S těmito lidmi je potřeba komunikovat jinak než s těmi, kteří dostávají