ACTIVIDAD AUTOEVALUACIÓN – FORMATOS 2

**2.1. CONCEPTO MARKETING DE AFILIACIÓN**

**Atendiendo a lo que se especifica en el Libro Blanco sobre el Marketing de Afiliación de IAB, ¿Cuál de las siguientes afirmaciones sobre el Marketing de Afiliación es FALSA?**

El beneficio para el anunciante depende del CTR (Clic Through Rate), es decir, de si se producen resultados, ya que paga al afiliado por el tiempo y dinero que emplea en dirigir tráfico hacia el anunciante, pero no en función de si ese trabajo produce acciones y resultados.

Engloba todas aquellas relaciones comerciales en las que un comerciante (tienda online o anunciante) promociona sus servicios o productos mediante anuncios y un afiliado (normalmente un sitio web) inserta esos anuncios y promociones en sus páginas web.

Si un usuario visita una página web de un afiliado y es impactado por una promoción de un anunciante, tiene la posibilidad de hacer clic en el banner y realizar una acción determinada en el sitio del anunciante (por lo general una compra o un registro). El afiliado recibe el pago de una comisión por esta acción.

El modelo de coste por acción (CPA) define y diferencia al marketing de afiliación con respecto a otra tipología de canales.

**2.2. TIPOLOGÍAS DE AFILIACIÓN**

**Atendiendo a lo que se especifica en el Libro Blanco sobre el Marketing de Afiliación de IAB, ¿Cuál de las siguientes NO responde a tipología alguna de Afiliación?**

Plataformas principales de Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram…)

Cash Back y sitios que reparten sus ingresos con los usuarios finales

Pago Por Clic de Afiliados que trabajan en motores de búsqueda

Bases de datos de e-mail marketing o de co-registro

Sitios web de contenidos específicos e interés personal

**2.3. PASOS CAMPAÑA DE AFILIACIÓN**

**Atendiendo a lo que se especifica en la infografía sobre Redes de Afiliación de IAB, ordena los pasos a seguir en una campaña de Afiliación**

**PASO 1**

Seleccionar tipo y formato de las creatividades

**PASO 2**

Establecer programa y tipo de publishers

**PASO 3**

Nivel de comisión: venta, lead o venta post-impresión

**PASO 4**

Tipo de dispositivos: Online, Mobile o Tablet

**PASO 5**

Lanzar la campaña

[Grupo Ciberimaginario](https://ciberimaginario.es/) | María del Carmen Gálvez de la Cuesta – Sergio Álvarez García |

2022/2023 | Esta obra está bajo una Licencia Atribución-[CompartirIgual](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es) de Creative Commons

