

AFILIACJA • SPRZEDAŻ • OPTYMALIZACJA

Afiliacja, która rośnie

90-dniowy planner zwiększania sprzedaży w programie partnerskim.

Praktyczny materiał dla e-commerce, które chcą rozwijać afiliację przez aktywację wydawców, lepszy tracking i mądrzejszą optymalizację programu.

audyt programu

KPI

wydawcy

plan 90 dni



NA START

Co warto uporządkować, zanim zaczniesz skalować?

Wzrost programu partnerskiego nie wynika z samej liczby wydawców. Kluczowe są: aktywność partnerów, atrakcyjność warunków, jakość materiałów i poprawne mierzenie efektów.

Spis treści

1. Punkt startowy i cele
2. Audyt aktualnego programu
3. KPI i aktywni wydawcy
4. Grupy partnerów i ich rola
5. Audyt prowizji, feedu i trackingu
6. Plan 30 / 60 / 90 dni

Najczęstsze blokady wzrostu

- mało aktywnych wydawców
- niekonkurencyjna prowizja
- brak regularnych promocji
- słaby feed lub materiały
- niewystarczająca rekrutacja
- błędy w trackingu lub walidacji

Kluczowe pytanie: ilu partnerów realnie sprzedaje i jaką rolę pełnią w całym miksie?

Najważniejsza zasada: dobry program afiliacyjny rośnie wtedy, gdy cele biznesowe, KPI, prowizje, aktywizacja wydawców i tracking są spójne.



1. AUDYT + KPI

Co zmierzyć na starcie?

Zapisz stan obecny programu. Ten krok daje punkt odniesienia i ułatwia ocenę, które zmiany rzeczywiście przełożyły się na wzrost.

Wskaźnik	Stan	Cel
Wartość sprzedaży	_____	_____
Liczba transakcji	_____	_____
AOV	_____	_____
CR	_____	_____
Aktywni wydawcy	_____	_____
Acceptance Rate	_____	_____
TOP 10 udział	_____	_____

KPI, które warto śledzić

sprzedaż - wartość i tempo wzrostu

transakcje - liczba zamówień z afiliacji

AOV - średnia wartość koszyka

aktywni wydawcy - nie liczba zapisanych, lecz działających

Acceptance Rate - jakość i akceptowalność sprzedaży

Wskazówka: jeśli nie masz jeszcze pełnego dashboardu, zacznij od prostego raportu miesięcznego i aktualizuj go regularnie. Powtarzalność jest ważniejsza niż perfekcja na starcie.



2. WYDAWCY + TECHNIKA

Co składa się na rosnący program?

Wynik afiliacji opiera się na odpowiednim miksie partnerów, atrakcyjnych warunkach współpracy oraz poprawnym zapleczu technicznym.

Grupy wydawców i ich rola

Content / SEO

edukują, inspirują i wspierają wcześniejszy etap ścieżki

Influencer / social

budują zaufanie i rekomendację produktu

Porównywarki / CSS

przyciągają ruch o wysokiej intencji zakupowej

Kupony / cashback

pomagają skuteczniej domykać zakup

Oferta dla wydawców

- ☐ czy prowizja jest konkurencyjna?
- ☐ czy masz regularne promocje i kody?
- ☐ czy top partnerzy dostają wsparcie?

Feed, materiały i tracking

- ☐ czy feed jest aktualny i czytelny?
- ☐ czy wydawcy mają linki i kreacje?
- ☐ czy tracking i walidacja są pod kontrolą?

Pytanie kontrolne: czy większy potencjał wzrostu jest dziś w aktywizacji obecnych partnerów, czy w pozyskaniu nowych grup wydawców?



3. PLAN 90 DNI

Jak przełożyć analizę na działania?

Najpierw uporządkuj podstawy, potem aktywizuj i rekrutuj partnerów, a następnie skaluj to, co działa najlepiej.

30 dni

- audyt KPI i aktywnych wydawców
- przegląd warunków i prowizji
- sprawdzenie feedu i trackingu

60 dni

- aktywacja obecnych partnerów
- rekrutacja nowych wydawców
- test akcji promocyjnych i kodów

90 dni

- skalowanie najlepszych źródeł
- wyłączanie słabych działań
- plan na kolejny kwartał

Miesięczny dashboard

Sprzedaż _____

Transakcje _____

Aktywni wydawcy _____

Najlepsza grupa partnerów _____

Checklista końcowa

- ☐ znam punkt startowy i KPI
- ☐ wiem, których wydawców aktywizować
- ☐ program ma atrakcyjną ofertę
- ☐ feed i tracking są uporządkowane