

Whitepaper voor affiliates van CookingAcademy.nl

Gaaf dat je voor CookingAcademy.nl hebt gekozen! Graag willen we met jou een langdurige en plezierige samenwerking aan gaan die voor beide partijen goed werkt. Hieronder vind je onze tips. Welke voor jou werken hangt af van jouw situatie, dus kies vooral een manier die voor jou goed voelt.

Met vriendelijke groet en veel succes!

Daan, Tim & Robert
Team CookingAcademy.nl

Hoe werkt het?

Zodra je je bij een affiliate programma hebt aangemeld en een product hebt gekozen om te promoten. Dan krijg je je unieke links die je kunt gebruiken ter promotie.

Zodra een bezoeker op je link klikt dan slaat er een unieke cookie op zijn computer op en wordt de bezoeker gestuurd naar de website van het product dat je promoot.

Deze cookie wordt herkend zodra de bezoeker het product koopt. Het affiliate programma en het bedrijf dat jij promoot herkennen door de cookie automatisch dat de verkoop via jou kwam.

Waardoor jij de beloofde commissie krijgt bij elke verkoop waarvan jij de bezoeker hebt doorgestuurd.

Onze tips voor jou!

1: Passieve promotie

Als je je link passief promoot is dat de manier met de beste verhouding tussen “werk” en opbrengst. Een uurtje werk kan de komende jaren iedere maand wat opleveren. Zonder dat je er wat aan hoeft te doen! Kies daarom voor plaatsen die veel mensen uit de doelgroep de komende jaren gaan zien. Alles draait om de klik op de link, de “call-to-action”. Geef deze dus een mooie plek, maak hem wat dikker en groter of maak er een opvallende knop van.

Voorbeelden

- Op je blog, bij de meest populaire pagina's
- Op je webshop, bij de passende producten
- Op je website, bij de meest passende/populaire recept of artikelen
- In je bio van Twitter, Facebook, Clubhouse, LinkedIn of Instagram
- In Facebook-groepen of Clubhouse rooms die je zelf host
- In vastgepinde berichten bovenaan Twitter, Facebook of LinkedIn
- Standaard meesturen in je email-nieuwsbrief

- Bij Youtube video's die veel bekeken worden
- Op websites van vrienden, familie en collega's
- Op de facturen van je bedrijf
- In je Whatsapp-status
- In je email-handtekening

*If you don't find a way to make money while you sleep
you have to work until you die*

2: Actieve promotie

Activiteit werkt natuurlijk goed, vooral op social media. Het is een kwartiertje werk, maar zorgt naast promotie van je link ook weer voor content van je eigen kanaal.

Voorbeelden

- Spreken in een Clubhouse room
- Een speciale email-nieuwsbrief sturen over CookingAcademy
- In gedrukte media melding maken.
- Je link posten in Whatsapp- of Telegram groepen
- Actieve posts op kanalen als Twitter, Facebook, Clubhouse, LinkedIn of Instagram
- Artikelen of recepten posten op je eigen kanaal op basis van CookingAcademy lessen (wordt daarna passief!)

3: Geef veel info

Geef indien mogelijk veel informatie zoals onderwerpen van een cursus en wat de voordelen zijn voor de cursist. Deze informatie vind je op onze site, maar schrijf hem vooral even om naar je eigen woorden of stijl van je doelgroep. Dit voorkomt ook duplicate content bij Google. Gebruik zoveel mogelijk woorden waarop gezocht wordt.

Opsommingen met bulletpoints worden vaak goed gelezen. Zet vooral de uitkomsten en voordelen voor- en vooral achteraan de zin. Dus liever: *“Verwen je gasten iedere keer weer met de perfecte pasta!”* dan: *“Als je heel goede pasta maakt, genieten je gasten iedere keer weer!”*

Wees echter niet te specifiek. Specifieke dingen kunnen potentiële koper ook demotiveren, bijvoorbeeld als iets moeilijk of duur klinkt. Daarnaast kunnen prijzen kunnen veranderen, net als het aantal lessen. Werk dus niet met: *“je leert in 37 lessen echt goed sushi maken”* maar eerder met: *“in méér dan 35 lessen leer je echt goed sushi maken!”*. Noem liever geen prijzen, zelfs als je een korting kunt aanbieden. Noem dan liever de korting als bedrag of percentage, maar niet de uiteindelijke prijs.

De **taakverdeling** is zo: jij stuurt de mensen onze kant op, wij verkopen de cursus. Het is dus verstandig voor jou om algemeen en wervend te zijn en aan ons om heel specifiek te zijn. Gebruik dus geen termen als *“nu kopen”* of *“naar de bestelpagina”*, dat ligt meer bij ons. Voor jou werkt beter: *“meer informatie”* of vooral *“gratis proeflessen”*.

4: Werk visueel

Werk zoveel mogelijk met afbeeldingen of video, puur omdat dat meer aandacht trekt. Je vind deze afbeeldingen op onze Google Drive.

*Schep nooit op over jezelf
Doe je werk zo goed dat anderen opscheppen over jou*

5: Credibility

Werk aan de geloofwaardigheid van wie jij promoot. Wij scheppen alleen op over onze docenten, niet over onszelf. Dat helpt hun geloofwaardigheid. Als jij over (een beetje) over ons opschept helpt dat onze geloofwaardigheid, waardoor jij meer verkoopt.

Denk aan termen als “culinaire toppers”, “vakidioten”, “kennis delen”, “tientallen jaren ervaring” of “topdocenten”. Maar doe vooral wat bij jou en je kanaal past. Op onze site of op de social media van de docenten vind je meer informatie waar je wat mee kunt.

6: Maak contact met ons!

Via social media bijvoorbeeld: als je ons tagt of vragen stelt kunnen wij je post retweeten of antwoorden geven. Of volg ons en retweet ons, met je eigen link erbij natuurlijk. Laat iedereen zien dat we samenwerken.

7: Bezwaren weerleggen

Weerleg mogelijke bezwaren van de potentiële cursisten. Denk je dat mensen geen tijd hebben voor een cursus? Geef aan dat ze het een jaar lang kunnen doen wanneer zij willen. Denk je dat ze bang zijn dat het duur is? Noem evt. korting of geef aan dat de prijs/kwaliteit verhouding erg goed is. Vinden ze het eng om zomaar iets te kopen waarvan ze niet weten of ze het wel willen? Noem onze gratis proeflessen of niet-goed-geld-terug-garantie. Bedenk dus de waarschijnlijk meest genoemde bezwaren om niet te klikken en weerleg deze. Resultaat: meer kliks = meer tevreden cursisten = meer omzet voor jou.

Ja, maar = nee

8: Content is beter alleen dan een link of banner

Jouw bezoekers zien waarschijnlijk al snel of je iets alleen maar promoot voor geld of dat je er affiniteit mee hebt en er achter staat. Vandaar dat een artikel, recept of video veel beter werkt dan een link of banner. Als je een artikel schrijft kun je bijvoorbeeld beginnen en eindigen met je link. Desnoods zonder al teveel aandacht, maar wel klikbaar. Geïnteresseerden zien de link echt wel.

Bijkomend voordeel: door deze content stijgt je in Google en wel precies bij de doelgroep die je had bedacht voor het artikel en de link. Tip: ook aan oudere content kun je de link toevoegen. Dat werk heb je ooit al gedaan en nu kun je er de vruchten van plukken. Bijkomend voordeel: doordat de pagina geupdate wordt zal deze weer hoger komen bij Google. Verander ook even een paar woorden en voeg wat toe, zodat de update nog completer is.

Bijvoorbeeld je 3 best bezochte broodrecepten of je 5 artikelen waarin thee voorkomt. Op www.TeesT.nl van mede-oprichter Robert Verweij vind je een hoop content en recepten. Het belangrijkste blijft echter: **schrijf content voor je bezoekers**, niet voor Google of voor ons.

9: Schrijf verschillende soorten content

Hierdoor spreek je meerdere groepen aan. Je kunt denken aan tips, recepten, nieuws, how-to's, ervaringen en lijsten. Bijvoorbeeld:

- Nieuws: "Het nieuwe restaurant van chef-kok X is hélemáál de bom"
- Ervaringen: "Mijn weg van prutser tot pizza-master"
- Tips: "5 groenten-hacks voor drukke tweeverdieners"
- How-to's: "Je waterkoker in één minuut schoon!"
- Lijsten: "De 10 duurste koppen koffie ter wereld"
- Recepten: "Chocoladecake uit de magnetron. Gewoon omdat het kan"

10: Benadruk voordelen & nadelen

Liefst in één zin. Als het nadeel een potentiële reden is om niet door te klikken, score je extra punten. De voordelen kunnen een wens zijn, dus iets wat iemand wil bereiken of doen. Bijvoorbeeld:

- *"Maak iedere week verse pasta, je hebt voor veel soorten geen pastamachine nodig."*
- *"Vers brood bakken, met manieren om het in te passen in een druk schema."*
- *"Sushi maken als een pro, maar zonder al teveel investeringen."*

11: Gebruik reviews over ons in je content

Verwijs naar de review-opties op bijvoorbeeld Google of Facebook. Mensen hechten veel waarde aan sociaal bewijs. Je kunt een link gebruiken naar de review of een screenshot. Je zou zelfs een interview, blog of podcast met deze cursisten kunnen doen!

12: Denk altijd op de lange termijn

Affiliate marketing werkt niet altijd binnen een dag. Soms moet je er even achter komen wat voor jou goed werkt. Soms moet je content nog gevonden worden door Google of is er iets anders wat jouw doelgroep bezig houdt, zoals lekker weer. Maar vooral voor de passieve methode geldt: blijf bouwen aan dingen die blijven staan, vooral je links en goede content. En o ja: geef niet op!

13: Promoot de cursussen die aansluiten bij je kanaal en bezoekers

Een open deur, maar de vleescursus plaatsen op je vegan-blog is wellicht niet de beste optie. Een pagina met een totaaloverzicht is prima, maar gerichte links op de juiste pagina werken vaak beter.

Bedenk de “problemen” van je bezoeker en los deze op: ontzorg ze en maak ze blij.

Schets het 'probleem' op een manier die je bezoeker zal herkennen. Bijvoorbeeld:

- *“Is jouw keuken ook altijd een rommel na het pasta maken?”*
- *“Heb jij ook nooit tijd om brood te bakken?”*
- *“Wil jij ook echt goede espresso uit je apparaat in plaats van dunne koffie?”*

Hierna kun je het gaan oplossen. Dat kan de link naar CookingAcademy zijn, of een artikel/recept. Of iets daar tussenin natuurlijk, zoals verwijzen naar een specifieke les in onze cursus. Tips werken vaak goed, vooral als je een Top 3, Top 5 of Top 10 aan tips maakt. Dat vind Google trouwens ook. Negatief mag ook: de Top 3 meest gemaakte fouten of Top 5 ergernissen in de keuken bijvoorbeeld. Het is wel aardig als je natuurlijk de oplossingen erbij geeft. Content met oplossingen werkt ook erg goed op social media: mensen klikken bovengemiddeld snel op dit soort posts.

14: Meten = weten

Door af en toe te kijken in je Dashboard bij P&P zie je hoe het loopt. De kans is groot dat je pieken en dalen ziet. Als je die beiden (enigszins) kunt verklaren kun je er op gaan sturen. Tijdens bepaalde events, vakanties of feestdagen bijvoorbeeld. Of je ziet dat een post op een bepaalde plek erg aansloeg.

15: Verzamel zoveel mogelijk emailadressen

Mocht je dit nog niet doen, natuurlijk. Zo kun je je eigen kanaal promoten en dus ook de links waar je wat aan verdient. Het biedt verbinding met je bezoekers en je kunt ze meerdere malen benaderen i.p.v. één keer als het hen uitkomt. Mocht je twijfelen, begin er dan toch maar mee. Als je bestand een beetje begint te groeien zul je zien dat je duidelijk meer bezoekers hebt na het sturen van een email-nieuwsbrief.

16: Vraag ons om info en content

Als je vragen hebt of als we je ergens mee kunnen helpen, laat het vooral weten! Bel of mail ons en we regelen het. Op www.teest.nl/kennisbank-recepten-video-tips-van-teest/ vind je bijvoorbeeld al veel dingen die ook in onze cursussen terug komen.

17: Laat iemand anders je content maken

Geen tijd of talent? Om diverse redenen kan het zijn dat je zelf geen of weinig waardevolle content kunt maken voor je bezoekers. Dat is niet erg natuurlijk, er is ook al heel veel content. Zolang je er netjes mee omgaat kun je best bijvoorbeeld een aantal Youtube van anderen op je site zetten als dat voor iedereen werkt. Waarom zou je de 1475^e video op gaan nemen over hoe je knoflook schoonmaakt?

Daarnaast kun je anderen vragen om voor jou bijvoorbeeld iets te schrijven. Dat kan met gesloten portemonnee omdat je een populaire site hebt, als prijsvraag, of je kunt een product of dienst ruilen. Daarnaast kun je ook gewoon iemand betalen om goede content voor je te schrijven als het uiteindelijk meer oplevert dan het kost. Op bijvoorbeeld www.Fiverr.com vind je heel veel mensen die je social media of content kunnen regelen.

Een doel zonder plan is gewoon een wens

Denk groot en maak een plan

Als affiliate wil je wat verdienen. Je kunt gewoon zonder risico beginnen en wat links plaatsen op diverse plekken. Na verloop van tijd kun je dan de balans opmaken. Wat daarna (of daarvoor!) óók kunt doen is een plan maken. Je kunt een doel alleen bereiken als je weet wat je doel is. Bedenk welk bedrag je over X jaar/maanden wilt verdienen. Reken dan uit hoeveel cursussen je daarvoor moet “verkopen”. Als je ongeveer weet wat je conversie is (hoeveel bezoekers heb je, hoeveel klikken er op je link, hoeveel mensen doen de cursus), kun je gaan rekenen.

Om omhoog te gaan kun je dan meer bezoekers trekken of een hogere percentage laten klikken. Ook kun je het percentage cursisten verhogen door de verwachtingen goed te managen. Als je je doel duidelijk en meetbaar omschreven hebt, kun je er naartoe gaan werken. Wat moet je er voor doen om dat doel te bereiken? **Begin direct** en geef niet op.

18: Zorg dat je kanaal gevonden wordt

Alweer een open deur wellicht, maar het heeft weinig zin om links te plaatsen op een site met 27 bezoekers per maand. Het best werkt een plan waarin je hebt bedacht hoe je aan je bezoekers komt. Gratis of betaald via Google? Via andere sites of offline reclame? Dat is aan jou, maar de uiteindelijke opbrengst altijd: bezoekers x conversiepercentage. Het conversiepercentage breng je omhoog door je links een goede plek te geven. Het bezoekersaantal breng je op verschillende manieren omhoog, maar SEO (Search Engine Optimisation) hoort daar zeker bij.

Veel gestelde vragen

Moet ik iets investeren om mee te mogen doen?

Nope, affiliate partner worden is helemaal gratis.

Zit ik ergens aan vast?

Nope, affiliate partner zijn is geheel vrijblijvend.

Wanneer kan ik starten en stoppen?

Je kunt nu direct starten via [deze link](#) dan heb je over 5 minuten je links. Als je wilt stoppen kan dat altijd per direct.

Hoe weten jullie dat iemand via mij komt?

Onze site herkent jouw unieke link, deze is gekoppeld aan jouw gegevens en bankrekening.

Waar kan ik de links gebruiken?

Overall, van de Whatsappgroep over het straatfeest tot de Facebookgroepen over sushi. Op de site van je sportvereniging, op je blog, in je webshop, op je Youtube-kanaal en in je email-handtekening of nieuwsbrief. Wat voor jou het beste werkt, dus.

Hebben jullie promotiemateriaal dat ik kan gebruiken?

Ja, je krijgt een link naar een map waar je diverse video's en afbeeldingen kunt vinden. Als je ideeën hebt over nieuw materiaal horen we dat graag.

Hoeveel tijd kost het me per week?

Dat hangt af van je situatie. Als je een webshop hebt en de links bij je producten, in je e-mails en op je factuur zet heb je gelijk een enorm bereik. Maar je kunt er ook voor kiezen om elke week een recept op je blog te zetten n.a.v. een cursus of actief op social media te posten. Je kunt er dus géén tijd aan kwijt zijn of wel actief een uur per week.

Kan ik kortingscode krijgen om uit te delen?

Wanneer de samenwerking voor alle partijen goed blijkt te werken, is dit zeker een optie.

Wat levert het op?

10% van de omzet die via jouw link komt. Dus 6 cursussen van 90 euro leveren 54 euro op en 24 cursussen van 85 euro komen op 204 euro. Je bepaalt dus zelf wat het oplevert: hoe meer mensen je bereikt, hoe meer je verdient. Let op: daar gaat nog wel de btw af die wij afdragen.

Hoe volg ik mijn resultaten?

In het dashboard kun je al je hits, verkopen en overige statistieken zien.

Welke cursussen kan ik promoten?

Je krijgt alle links, ook naar de hoofdpagina. Je kunt dan zelf kiezen wat er bij je doelgroep past. Een blog over barbecueën zal naast de barbecue-cursus ook de cursussen over bier, vlees en sous vide verkopen, maar weinig thee-cursussen. De volgers van een vegan instagrammer hebben waarschijnlijk meer interesse in groenten en thee dan in sushi.

Schrijf ik me als persoon of bedrijf in?

Dat is aan jou, het kan allebei. Je hoeft geen bedrijf te hebben.

Hoeveel links krijg ik?

Je krijgt één link per cursus. Indien we een nieuwe cursus plaatsen krijg je van ons een email en staat de link direct in je dashboard.

Kan ik contact hebben met de bezoekers?

In de community kun je posten in de daarvoor bestemde groepen. Het is OK als je af en toe een link plaatst naar je eigen site, zolang dat duidelijk waarde heeft voor onze cursisten en niet wordt ervaren als reclame.

Ik heb nog vragen, hoe kan ik die stellen?

Bel Robert op 06 388 279 59 of mail naar info@cookingacademy.nl