



Zazzle

Manual do
Associado





Índice

Introdução

Criando e Rastreamdo seus Links

- Criando Links de Indicação
- Como Rastrear suas Indicações

Mídias Sociais

- Facebook
- Google+
- Pinterest
- Wanelo
- Tumblr
- Twitter
- HootSuite

Palavras-chave e SEO

- Palavras-chave
- SEO

PERGUNTAS FREQUENTES

Fale conosco

Zazzle



Introdução

O que é Marketing Afiliado?

Marketing afiliado é o marketing baseado no desempenho, no qual você pode ganhar comissões através do envio de tráfego para um site. Quando um cliente clica no seu link de indicação (ou banner) e faz uma compra, o site pode rastrear a venda para que você possa ganhar uma comissão.

Programa de Associados Zazzle

Com a **Zazzle** você pode ganhar 15% por venda, além de até 17% de **Bônus por volume**. Você pode ter um link para qualquer página da **Zazzle** e receber 15% por venda quando alguém faz uma compra a partir do seu link. Os **links de indicação** são uma ótima maneira de rentabilizar os links que você compartilha nas redes sociais, no seu site, e-mails e boletins informativos.

Programme Overview

Duração do Cookie * de indicação	45 Dias
Pagamento mínimo por indicação	15%
Bônus por volume	A partir de apenas US 76 € - até 17%
Pagamento mínimo	50 €
Métodos de pagamento	Cheque ou Paypal
Taxa de reembolso	Menos que 1%
Produtos para qualquer nicho	Sim
Inúmeras marcas para promover	Sim (Confira as marcas)
Ferramentas Promocionais e Banners	Grátis

* Um cookie é um conjunto de dados que um navegador da web usa para se comunicar com um Website (através de um servidor) sobre as atividades do usuário.

Zazzle



Criação de Links de Indicação

Criar um link de indicação Zazzle é fácil. Confira as informações abaixo:

1 – ID de Associado

Sua ID de indicação (ou de associado) contém 18 dígitos iniciado com 238xxxxxxxxxxxxxx. Quando você entra na sua conta, sua ID de indicação pode ser encontrada aqui:

<http://www.zazzle.pt/my/associate/associate>

2 – Parâmetro RF

Ao adicionar sua ID de indicação para um link da Zazzle, você precisará adicionar "? rf =" antes de adicionar a ID para criar "? rf = 238xxxxxxxxxxxxxx". A única exceção a essa regra é se o URL já tiver um "?", então você deve adicionar "& rf =".

Por exemplo, se seu link é relacionado a uma categoria de produtos, você já verá um sinal "?" no link. Basta adicionar "& rf" ao final deste link para que fique parecido com o seguinte:

<http://www.zazzle.pt/StoreName/gifts?cg=StoreCategoryId&rf=238xxxxxxxxxxxxxx>

Exemplo da loja NidhiArt para a categoria Animais e cuja ID de associado é 238456789012345678:

<http://www.zazzle.pt/nidhiart/gifts?cg=196680949759266871&rf=238456789012345678>

3 – Links para Lojas, Produtos e Páginas de Busca

• Links para Lojas

Um link para loja é criado pela adição do nome da sua loja e ID de indicação a um URL de página inicial da Zazzle.

<http://www.zazzle.pt/AnyStoreName?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXXX>

Zazzle



No link acima, AnyStoreName é o nome da loja que você gostaria de promover e 238xxxxxxxxxxxxxxxx é sua ID de associado.

Exemplo:

Se você está promovendo Lilyasspace e sua ID de associado é 238456789012345678, seu link será:

<http://www.zazzle.pt/Lilyasspace?rf=238456789012345678>

• Link para Produto

Um link para produto é criado pela adição de sua ID de indicação a um URL de produto Zazzle.

http://www.zazzle.pt/product_description-PID?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXX

No link acima, a seção «product_description-PID» são as credenciais do produto que você gostaria de promover e 238xxxxxxxxxxxxxxxx é sua ID de associado.

Exemplo:

Se você está promovendo um produto com a descrição "yes_t_shirt", com ID de produto (PID) 235850562850832622 e sua ID de associado é 238456789012345678, seu link será:

http://www.zazzle.pt/yes_t_shirt-235850562850832622?rf=238456789012345678

• Link para Página de Busca

Um link para página de busca é criado pela adição de sua ID de indicação a um URL para página de busca da Zazzle.

<http://www.zazzle.pt/SearchPageUrl?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXX>

No link acima, "SearchPageUrl" é a página de busca da Zazzle que você gostaria de promover e 238xxxxxxxxxxxxxxxx é sua ID de associado.

Exemplo:

Se você está promovendo a página de busca "holiday +gifts" e sua ID de associado é 238456789012345678, seu link será:

<http://www.zazzle.com/holiday+gifts?rf=238456789012345678>

Encontre mais exemplos de links para loja, produto e páginas de busca [aqui](#).

Zazzle



Como Rastrear suas Indicações

O rastreamento e análise de suas indicações podem ajudá-lo a melhorar as vendas e permitem que você se concentre em campanhas promocionais que funcionam melhor para sua loja. Vamos começar dando uma olhada em onde você pode encontrar todas as informações necessárias.

Resumo do Relatório do Linkover e de Indicação

Nome do Relatório	Explicação	Métricas Úteis	URL
Histórico do Linkover	Quantidade de vezes que o link ou links foram clicados em um determinado dia	- Crescimento de indicações por data Tendência de cliques por semana Tendência de cliques por mês.	https://www.zazzle.pt/my/associate/linkoverhistory
Total de Indicações	Resumo de indicações pendentes, aprovadas e total de indicações	- Número total de indicações nos últimos 30 dias	https://www.zazzle.pt/my/earnings/referraltotals
Indicação por Produto	Resumo de produtos vendidos a partir do qual você recebeu uma indicação	Tipo e quantidade de produtos que você recebeu uma indicação por mês, trimestre, ano ou qualquer intervalo de data personalizado	https://www.zazzle.pt/my/earnings/referralproducts
Histórico de Indicação	Resumo de indicações pendentes, aprovadas, canceladas e total de indicações	Arquivo de histórico CSV (para baixar)	https://www.zazzle.pt/my/earnings/referralhistory

CSV & Tracking Codes

Baixe o arquivo CSV para analisar seus números. Primeiro, você precisa ter o Excel no seu computador. Se você possui o Microsoft Office, então o Excel já deve estar instalado. Depois de baixar o CSV (o arquivo `referralHistory.csv` será salvo na pasta Downloads), clique duas vezes sobre o arquivo e ele será aberto no Excel.

Se você não possui o Excel no seu computador, uma alternativa seria usar o aplicativo Planilha no Google Drive. Você terá que copiar e colar todos os dados do CSV na planilha do seu [Google Drive](#). Seu arquivo CSV deve parecer com a figura abaixo quando você abri-lo.

Zazzle



A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
Date	Product ID	Product Title	Order Item ID	Source	My Product?	Subtotal	Referral Rate	Referral Amount	Converted Referral	Status	Tracking Code
12/9/2013 8:34	175-29188340-5	50th Wedding Ann	169-19587517-589		No	\$20.95	15	\$3.14 USD		\$3.14 cleared	FB12345
12/9/2013 7:57	175-18141136-2	Star Gymnast in Ac	169-43130776-732		No	\$8.97	15	\$1.35 USD		\$1.35 cleared	TM12356
12/9/2013 6:10	168-46444107-4	Gray Quatrefoil Pa	169-92444292-495		No	\$26.52	15	\$3.98 USD		\$3.98 cleared	PIN1230305
12/9/2013 1:23	175-06864843-8	American Bald Eag	169-50126164-226		No	\$9.47	15	\$1.42 USD		\$1.42 cleared	TW123456
12/9/2013 1:23	175-06864843-8	American Bald Eag	169-34999157-208		No	\$9.47	15	\$1.42 USD		\$1.42 cleared	x190374784
12/9/2013 1:23	175-06864843-8	American Bald Eag	169-07933012-257		No	\$9.47	15	\$1.42 USD		\$1.42 cleared	093n15325

Podemos ver aqui que o código de rastreio está na coluna L, e se você tiver adicionado os códigos aos seus links, a coluna L conterá todos eles. Os códigos de rastreio ajudam a identificar de quais links suas indicações são provenientes. Com eles, você poderá verificar quais sites de mídia social, websites, e blogs funcionam melhor para você. Veja abaixo o exemplo de como você pode criar um código de rastreio para o seu link.

Código de Rastreio

Você pode adicionar um código de rastreio ao seu link, adicionando um parâmetro "tc" seguido do código que você escolher para fazer o rastreamento.

Exemplo de link para produto:

Link de indicação para produto com o código de rastreio FB12345678
http://www.zazzle.com/product_description-PID?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXX&tc=FB12345678

Exemplo de link para página de busca:

Link de indicação para produto com código de rastreio PIN12345
<http://www.zazzle.com/SearchPageUrl?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXX&tc=PIN12345>

Exemplo de link para loja:

Link de indicação para produto com código de rastreio TM8675309
<http://www.zazzle.com/YourStoreName?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXX&tc=TM8675309>

Zazzle



Você também pode criar seu link para loja em:
<http://www.zazzle.pt/my/associate/storelink>

Digite o nome da loja e um código de rastreo, como meufacebook, meublog, meuwebsite e etc. (É aconselhável que você use o nome real de sua página. Assim, se sua página de Facebook chama-se «Convites Incríveis», use "convites_incríveis") e, em seguida, clique em "Criar link".

Depois de clicar em "Criar link" o link com o código de rastreo será criado.

Build Store Link

Use store links to feature your favorite artists on your website. Enter the name of the store that you want to link to in the text box provided below.

Store name:

Tracking Code (optional):

Add a custom Tracking Code so you can track where the link was clicked from. Tracking Codes can be up to 100 alphanumeric characters (and _) in length (ex: MyBlog)

[Build Link](#)

Note: A store name may be different from their store title. The store name is the link that appears with their products and in searching/browsing results. Copy that text, enter into the box provided above, and then click the "Build Link" button.

Como você pode ver, a adição ao código é "& tc = myfacebok". O código aparecerá no seu arquivo CSV, contanto que você insira um código de rastreo

Store Link

Copy the HTML

Copy everything from the text box below, and put it in the appropriate place in the HTML for your website. Your unique associate identifier is already embedded in the code.

```
<a href="http://www.zazzle.com/lilyaspace?rf=238254013110822103&tc=myfacebook">LilyasSpace/</a>
```




Funções Classificar e Filtrar do Excel

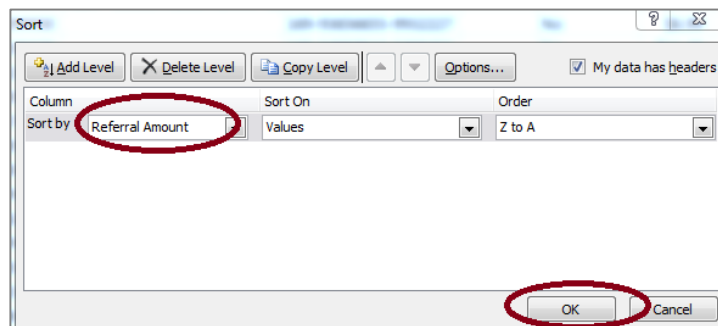
As funções classificar e filtrar podem ajudá-lo a analisar seus dados e a responder a muitas perguntas. A **função Classificar** pode ajudá-lo a organizar seus dados de várias maneiras, tais como do menor para o maior montante, por ordem alfabética, por cor, por fonte ou ícones.

Função Classificar

Veja o exemplo de como classificar sua coluna "Montante de indicação" do mais alto para o mais baixo.

Marque todas as colunas em sua planilha e depois vá para:

Início -> Classificar & Filtrar -> Personalizar Classificação -> Classificar coluna por = Montante de indicação -> Classificar por = valores -> ordem = Z-A -> OK



Os montantes de indicação serão reorganizados do mais alto ao mais baixo (de acordo com sua escolha Z-A). Este recurso é útil caso você queira ver de onde vêm as indicações mais altas.

No exemplo abaixo, elas estão vindo do código de rastreamento myfacebook, myblog e myspace.

I	J	K	L	M
Referral Amount	Converted Referral	Status	Tracking Code	
\$9.57 USD	\$9.57	cleared	myfacebook	
\$9.01 USD	\$9.01	cleared	myblog	
\$8.69 USD	\$8.69	cleared	myspace	



Função Filtrar

A **função Filtrar** é uma maneira rápida e fácil de visualizar e trabalhar com um subconjunto de dados e pode ajudá-lo a ver todas as indicações que vieram de um determinado código de rastreo.

O exemplo abaixo mostra como visualizar todas as suas indicações que vieram de "myfacebook". Marque todas as colunas em sua planilha e, em seguida, vá para:

Início -> Classificar e Filtrar -> Filtrar

Você verá as setas aparecerem no topo de cada coluna. Clique na seta da coluna do código de rastreo e clique em "Selecionar tudo". Em seguida, clique em "myfacebook" e clique em "Ok". Assim, você verá apenas resultados de "myfacebook" na coluna do código de rastreo. Este recurso é útil se você quiser ver quantas indicações vieram de "myfacebook", por exemplo.

I	K	L
Referral Amount ▾	Status ▾	Tracking Code ▾
\$3.94 USD	cleared	myspace
\$3.94 USD	cleared	myblog
\$3.94 USD	cleared	myblog
\$3.94 USD	cleared	myspace
\$3.94 USD	cleared	myfacebook

I	K	L
Referral Amount ▾	Status ▾	Tracking Code ▾
\$3.94 USD	cleared	myfacebook
\$35.44 USD	cleared	myfacebook
\$4.34 USD	cleared	myfacebook
\$4.93 USD	cleared	myfacebook
\$6.81 USD	cancelado	myfacebook

Funções de Crescimento

É sempre bom saber como está sendo o desempenho de sua empresa. Aqui estão duas importantes equações que podem ajudá-lo a descobrir isso.

Crescimento MoM: taxa de crescimento do mês atual em relação ao mês anterior

Equação MoM: (Mês2-Mês1) /Mês1

R	S
Date	Total
Jun-13	\$ 429.87
Jul-13	\$370.20
Aug-13	\$599.87

Exemplo 1:

Alteração de junho a julho em %

1º Passo: (US \$370.20 – US \$429.87)/US \$429.87 = -0.139

2º Passo: -0.139 x 100 = -13.9%

Conclusão: Declínio de 13,9% desde o mês anterior.

Exemplo 2:

Alteração de julho a agosto em %

1º Passo: (US \$599.87 – US \$370.20)/ US \$370.20 = 0.62

2º Passo: 0.62 x 100 = 62%

Conclusão: Crescimento de 62% desde o mês anterior.

Zazzle



Crescimento YoY: taxa de crescimento do ano atual em relação ao ano anterior (você pode calcular o crescimento de ano para ano, por trimestre, mês, semana ou até mesmo dias. Neste exemplo, usaremos meses)

Equação YoY: $(\text{Ano2}-\text{Ano1}) / \text{Ano1}$

I	K	L
Referral Amount ▾	Status ▾	Tracking Code ▾
\$3.94 USD	cleared	myfacebook
\$35.44 USD	cleared	myfacebook
\$4.34 USD	cleared	myfacebook
\$4.93 USD	cleared	myfacebook
\$6.81 USD	canceled	myfacebook

Exemplo 1:

Alteração de julho de 2012 para julho de 2013.

1º Passo: $(\text{US } \$370.20 - \text{US } \$150.87) / \text{US } \$150.87 = 1.453$

2º Passo: $1.453 \times 100 = 145.3\%$

Conclusão: Crescimento de 145.3% em julho de 2013 comparado a julho de 2012.

Perguntas a Fazer

Lembre-se de fazer-se estas perguntas quando você estiver analisando seus ganhos e campanhas para que você possa entender melhor seu negócio e melhorar sua conversão e crescimento.

1. As vendas cresceram ou caíram desde o mês anterior?
2. As vendas cresceram no mesmo ritmo que no mês anterior?
3. As vendas cresceram ou caíram desde o ano anterior?
4. As vendas cresceram no mesmo ritmo que no ano anterior?
5. O que você fez de forma diferente nesse mês ou ano para causar esta mudança?
6. Quais são as fontes de tráfego principal?
7. As fontes de tráfego mudaram desde o último mês ou ano? Por quê?
8. Como as indicações são afetadas por sazonalidades e feriados?



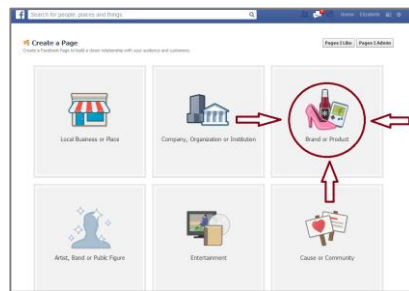
Facebook

1 – Crie uma Página no Facebook

- Para criar uma página de Facebook, você deve primeiro entrar na sua conta pessoal do **Facebook**. (Se você não possui uma conta, cadastre-se [aqui](#).)

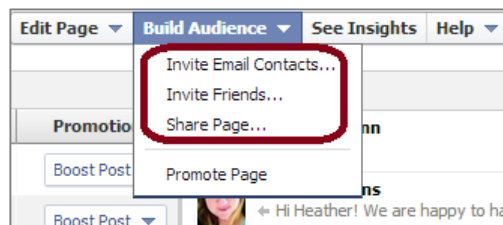
- Vá para <https://pt-br.facebook.com/pages/create> para começar a criar sua página. Escolha "Marca" ou produto" e, em seguida, escolha a categoria do produto, digite o nome de seu produto e concorde com os **Termos das Páginas do Facebook**.

- Preencha os campos de foto de perfil, sobre, e seções de favoritos. Certifique-se de escolher uma frase de pesquisa (palavra-chave) para a sua página relativa ao nicho de seu produto. Visite [esta lista de discussão](#) para ideias e maneiras de como escolher as frases-chave. Na seção "Adicionar site", lembre-se de adicionar um link correspondente à sua [Loja Zazzle](#) e de incluir sua **ID de indicação**.



2 – Convide Amigos e Familiares para Compartilhar sua Página

- Uma vez que sua **Página do Facebook**, foi criada, você pode convidar seus amigos e familiares para curti-la através do **Facebook**, por e-mail e/ou compartilhar a página na linha do tempo da sua conta pessoal. Todas essas opções estão disponíveis na sua Página do Facebook nas seções "Insights" e "Convidar amigos". (Também é possível clicar na aba Criar público -> Convidar amigos ou Compartilhar página.) Certifique-se de que você esteja usando sua conta pessoal do Facebook e não a página do seu produto para convidar sua família e amigos para compartilhar sua página e publicações.

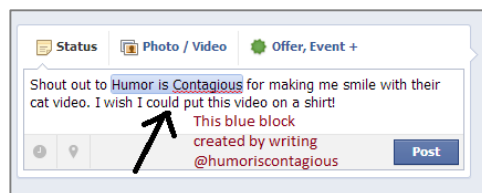


Zazzle



3 – Curta e Marque Páginas Relevantes no Facebook

- Encontre páginas e grupos que se correlacionam com o seu produto usando a função de busca do **Facebook** (a barra de pesquisa no topo da página.) Por exemplo, se você vende cartões de Natal, você pode curtir páginas relacionadas a "Natal". Se você vende convites de casamento, você pode participar do grupo "Convites de casamento e cia". Também é importante curtir páginas promocionais, tais como a página "Promova sua página GRATIS"(sic).
- Assim que você curtir estas páginas, comece a interagir com elas, apresentando-se com um comentário, publicação ou link. É igualmente aconselhável marcar estas páginas em suas próprias publicações, usando o símbolo "@" para que você tenha mais visibilidade nestas páginas.



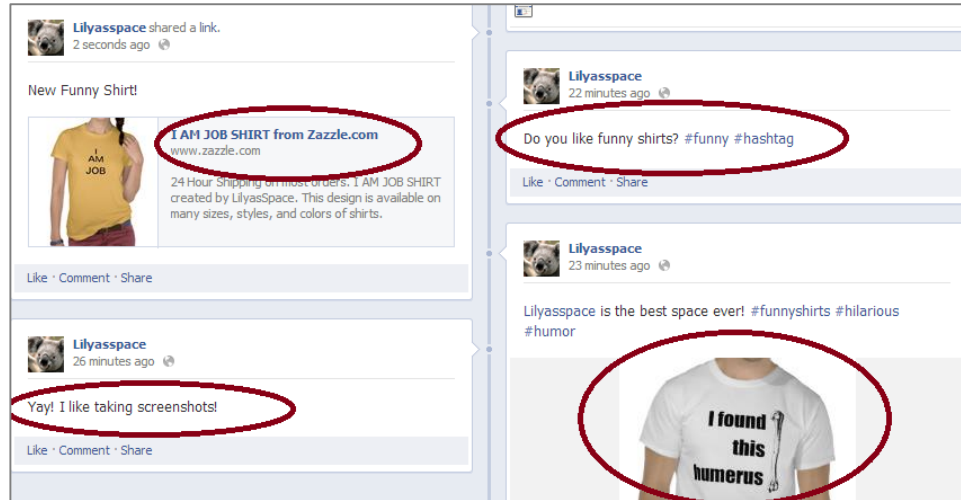
4 – Mantenha sua Página Atualizada

- Publique na sua página do **Facebook** 2 a 4 vezes por dia com diferentes mídias. Não publique seus produtos apenas como links, tente publicar fotos também. Clique em "Foto/ Vídeo" e, em seguida carregue um arquivo de imagem e, só depois que a foto estiver carregada, publique o link para o seu produto na seção de texto.
- Não compartilhe suas próprias atualizações, compartilhe alguma notícia interessante ou itens complementares que você encontra de vez em quando.

Zazzle



- Lembre-se de verificar seu Facebook Insights para ver quais mensagens e em que horários suas publicações têm tido melhor performance.



5 – Conecte com Outras Mídias Sociais

- Você possui contas no **Pinterest**, **Twitter**, **Tumblr** ou outras mídias sociais? Vincule-as à sua página do **Facebook** inserindo o link da sua página de Facebook na seção "Sobre" ou "Descrição" de suas outras contas. As pessoas encontrarão e se conectarão com você de forma mais fácil. Algumas contas de mídia social facilitam essa atividade. Por exemplo, se você possui uma página no **Tumblr**, você pode editar suas configurações para que todas as suas publicações no **Tumblr** também sejam compartilhadas nas suas contas do **Facebook** e **Twitter**.
- É aconselhável inserir os botões "Curtir" e "Curta nossa página no Facebook" em quaisquer sites que você possua.



Zazzle

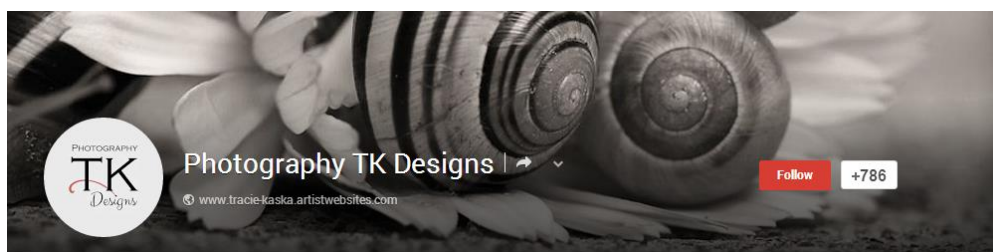


Google+

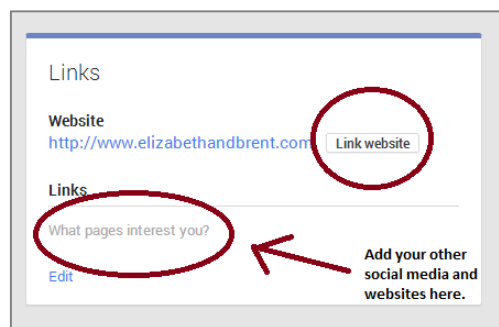
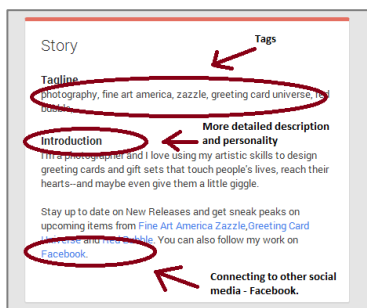
1 – Crie sua Página do Google+

- Escolha a caixa de Produto ou marca e, em seguida, selecione a categoria de seu produto.
- Insira seu nome, o nome do site e concorde com os **Termos das Páginas**. O título **SEO** é o nome da sua página, seguido pelo Google+, assim, faça o nome da sua página aparecer.
- Adicione uma foto de perfil, a foto da capa e escreva sua frase de efeito e apresentação. Para **SEO**, sua **Metadescrição** é o nome da página, seguido por sua frase de efeito e a primeira parte da sua apresentação.

Este é um bom exemplo de foto de perfil, foto de capa, frase e apresentação feito por **Photography TK Designs**, um Designer da Zazzle:



- Vincule seu site ao **Google+** e adicione quaisquer outros sites ou páginas de mídia social na seção "Links".

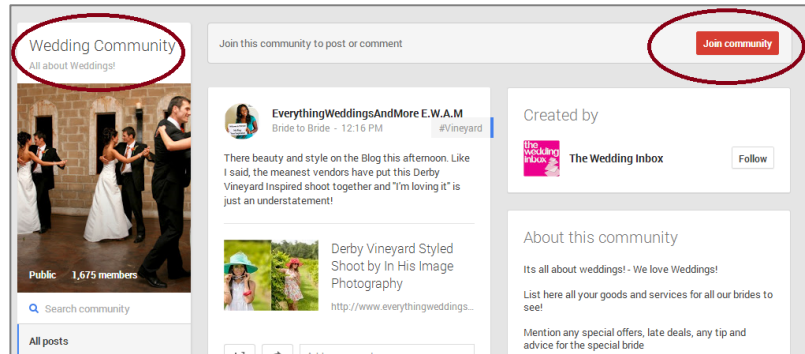


Zazzle



2 – Pessoas e Comunidades

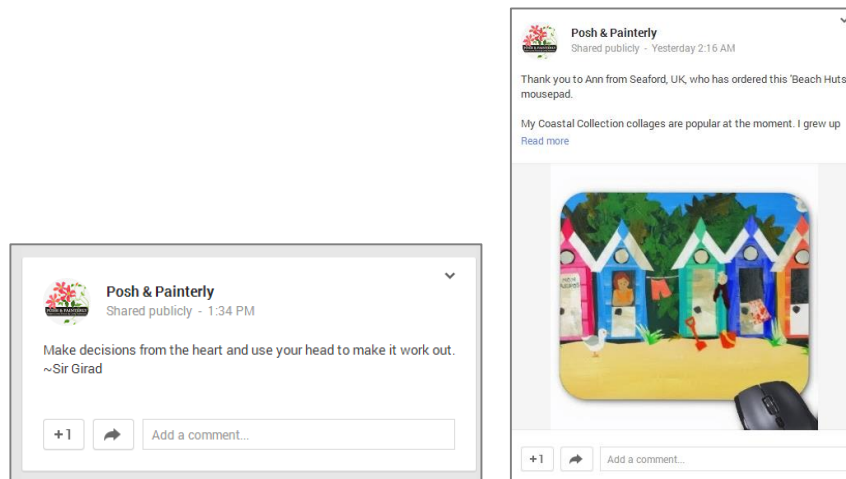
- Participe de comunidades relevantes e adicione pessoas dessas comunidades a seus círculos. Quando outras pessoas adicionarem você a seus círculos, certifique-se de adicioná-los também. Por exemplo, se você faz **convites de casamento**, join a wedding community. When someone from this community adds you to their circles, return the favour and add them back.



3 – Postagens e Engajamento

- Publique fotos, texto, links e vídeos em sua página. O **título SEO** da sua atualização começa com o nome da sua página de perfil, seguido pelo Google+ e por fim o texto de início de sua atualização de status. Assim, é importante ter uma descrição com palavras-chave quando você postar uma foto, link ou vídeo. A **Metadescrição** da sua atualização é o texto principal da atualização. Além disso, uma atualização do link cria um link **dofollow**, mas uma atualização de foto com link no texto será um link **nofollow**. Basicamente, é aconselhável ter uma variedade de postagens ao invés de utilizar sempre o mesmo tipo de mídia.

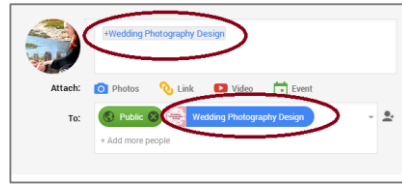
Um ótimo exemplo de uma mensagem de texto e foto é dado **Posh & Painterly**, um Designer da Zazzle:



Zazzle

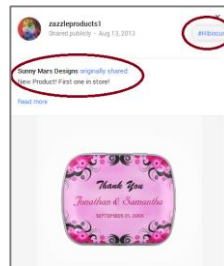


- Use "@" para marcar páginas ou pessoas na sua página ou em seus comentários.



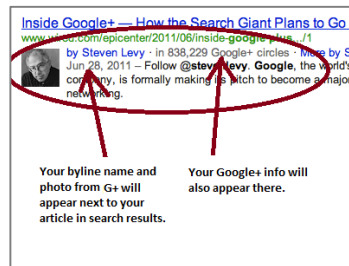
- Use **hashtags** para tornar seu conteúdo mais fácil de ser encontrado..
- Compartilhe outras páginas e conteúdo de pessoas na sua página.

Um ótimo exemplo de **hashtags** e compartilhamento de conteúdo de outras pessoas é dado por **ZazzleProducts1**, um **designer da Zazzle**:

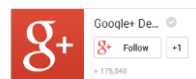


4 – Obtenha a **Autoria Google** (Vincule seu conteúdo on-line ao Google+)

- Registre o e-mail do domínio onde você contribui com conteúdo ou vincule seu conteúdo às suas contribuições. Saiba mais **aqui**.



5 – Connect ao seu Site



- Instale o **Selo do Google+** em seu site para que as pessoas possam facilmente adicionar sua página do Google+ a partir do seu site.
- Adicione o código de **Conexão direta** para que as pessoas possam adicionar a sua página do Google+ a seus círculos diretamente da pesquisa do Google.

Zazzle



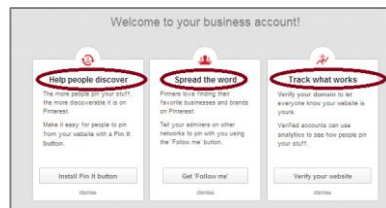
Pinterest

Pinterest é um site de compartilhamento de fotos e vídeos que você pode usar para direcionar o tráfego para sua loja. Você pode usar o link abaixo para criar sua **conta comercial do Pinterest**.

<http://business.pinterest.com/>

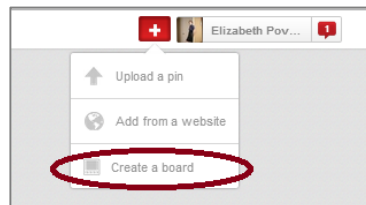
1 – Crie sua Conta

As opções “**Adicionar o botão Pin it**”, “**Seguir**” and “**Confirmar site**” are all estão todas disponíveis para **contas comerciais do Pinterest**. As duas primeiras opções ajudam a tornar mais fácil para as pessoas criarem Pins de imagens e seguirem sua conta do **Pinterest** diretamente do seu site. A terceira opção, “**Confirmar site**,” mostra aos usuários do Pinterest que seu site é confiável e lhe dá acesso a dados que você pode usar para analisar o desempenho de seus Pins.



2 – Crie um Painel

O **painel** é uma maneira de organizar vários produtos, fotos e vídeos que você encontrar on-line por temas e tópicos. Você pode criar um painel clicando no símbolo "+" no lado direito da sua página.



Ao criar um painel, você deve pensar sobre a maneira que você gostaria de organizar e categorizar seus produtos. Você pode organizar seus Pins de várias maneiras diferentes e ver quais são as mais eficazes. Por exemplo, se você tem uma loja de convites, você pode criar um painel para "Convites de casamento na praia", um para "Convites de casamento" e outro para "Casamentos". É aconselhável criar painéis que não incluam seus produtos Zazzle ou ter uma mescla de produtos da Zazzle e produtos de outras pessoas. O objetivo do Pinterest é inspirar e compartilhar, por isso, se você envia Pins apenas de seus produtos, é provável que você atinja um público menor. Um painel "Casamentos" é uma ótima maneira de incluir seus convites e imagens ou produtos relacionados, como vestidos de noiva e alianças de casamento.

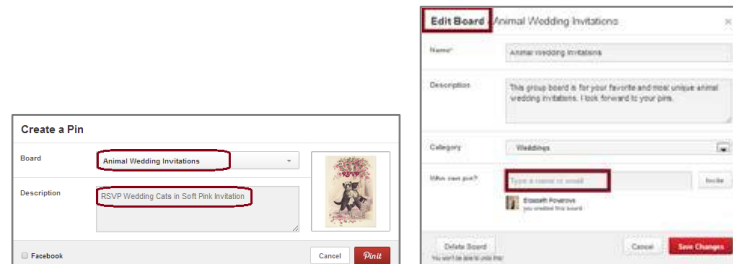
Zazzle



Lembre-se de usar palavras-chave nos títulos e painéis, já que eles são usado para gerar resultados de pesquisa no [Pinterest](#).

Quanto mais painéis com conteúdo relevante você criar, melhor será o desempenho de sua conta comercial ou pessoal. É aconselhável começar com 8 a 10 painéis, com um mínimo de 5 Pins em cada painel.

Assim que outros usuários começarem a seguir seus painéis, você pode criar alguns **Painéis de grupo**. Os **painéis de grupo** permitem que você convide seus seguidores e amigos por e-mail para contribuir com Pins no seu painel. Esta opção dá a seu painel mais visibilidade, pois quando seus colaboradores enviam Pins ao seu painel, os seguidores deles podem ver os Pins também. É aconselhável usar categorias mais gerais para seus painéis de grupo, para que mais pessoas possam participar. Também é importante convidar as pessoas que já possuem Pins relacionados à categoria que você escolheu. Se seu painel é sobre "Convites de casamento na praia", você deve convidar as pessoas que já adicionaram Pins de convites de casamento na praia.



Outra ótima maneira de aumentar o número de seguidores é seguir os painéis de outras pessoas e contribuir em painéis de grupo existentes. Você pode contribuir em painéis de grupo existentes fazendo o pedido ao criador do painel, comentando em um dos seus Pins ou entrando em contato através do site dele.

3 – Envie um Pin

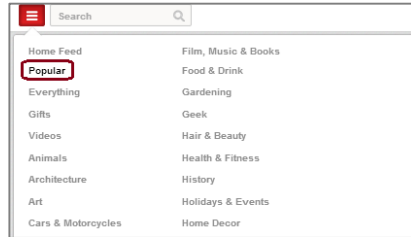
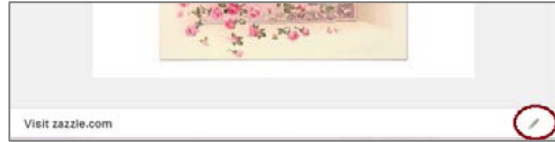
Agora que você já criou seus painéis, está na hora de enviar Pins. A maneira mais fácil enviar Pins de seus produtos é com o **“botão Pin it”**, que você pode baixar [aqui](#) para o seu navegador. Quando você envia Pins diretamente da [Zazzle](#), o título e as descrições do produto são preenchidos nas seções correlativa do seu Pin.



Zazzle



Depois que você enviar seu Pin, você pode alterar a fonte de URL para incluir sua **ID de indicação** editando a seção da fonte do seu Pin.



The more social you are the better. One of the big values of being a part of the **Pinterest** é conectar-se com seus seguidores, por isso é importante comentar, curtir e enviar os Pins de outras pessoas. Uma ótima maneira de ganhar visibilidade é comentar, curtir e enviar os Pins que já possuem vários comentários, curtidas e repins, que podem ser encontrados na seção **“Popular”**.

4 – Conecte sua Conta ao Twitter, Facebook e Google+

Conecte sua conta ao **Twitter**, **Facebook**, **Google+** de sua conta clicando nos botões ao lado das contas de mídia social que ainda não estão conectadas. No momento, não é possível conectar sua página do Facebook diretamente ao **Pinterest**, mas você pode conectar ao seu perfil pessoal, se você deseja fazê-lo.

Social Networks	
Connected http://www.facebook.com/elizabeth.povarova	
Log in with Facebook	<input checked="" type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No Use your Facebook account to log in
Link to Timeline	<input checked="" type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No Post your activity to Timeline
Not connected	
Log in with Twitter	<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Yes Use your Twitter account to log in
Not connected to Google+	
Connect with Google+	<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Yes Connect to Google+

Zazzle



Wanelo

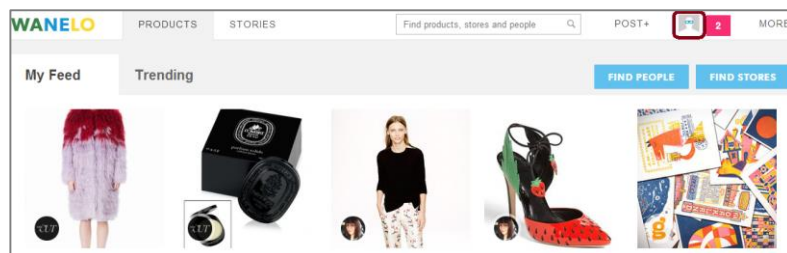
Wanelo, pronuncia-se “wah-nee-loh” do inglês Want - Need - Love (Querer - Precisar - Amar), é um site de compras social onde você pode salvar e compartilhar seus produtos favoritos de vários sites de compras. Com mais de 10 milhões de usuários, é um ótimo site para ganhar exposição para sua loja. Além disso, Wanelo possui um **app** muito popular no qual o usuário, ao conectar-se, é solicitado a compartilhar seu perfil Wanelo, com listas de desejos e coleções, via e-mail, mensagens SMS ou outras mídias sociais.

Visão Geral do Wanelo

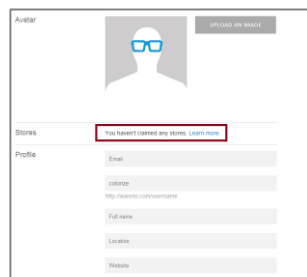
Para criar uma conta do **Wanelo account**, visite <http://wanelo.com/> e entre com sua conta **Facebook** ou endereço de e-mail. Depois de selecionar suas preferências e seguir pelo menos três lojas e três usuários, você pode configurar seu perfil e, em seguida, começar a adicionar produtos, montar coleções e criar histórias.

1 – Configure sua Conta

Antes de tudo, você deve configurar sua conta clicando no ícone de avatar no canto superior direito da página, e clique em "Settings." (Atualmente Wanelo está apenas em inglês.)



Preencha todas as seções da página de **configurações** (settings) começando pela sua imagem de avatar. É aconselhável utilizar sua logomarca, um dos seus designs favoritos ou uma foto de si mesmo como sua imagem. Ao preencher as informações do site, utilize seu site pessoal ou blog, se você tiver um. Caso contrário, insira o URL da sua loja **Zazzle**. Se você possui seu próprio site, você pode **reivindicar sua loja** (claim your store) na Wanelo e você precisará verificá-la como o proprietário. Na seção "Tudo sobre você" (All about you), seja descritivo e apresentável e lembre-se de usar palavras-chave.

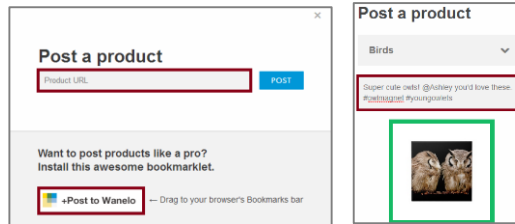


Zazzle



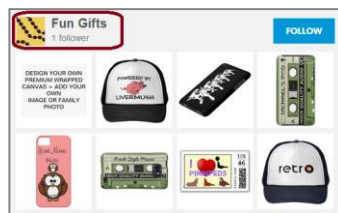
2 – Publique um Produto

Você pode publicar um produto no **Wanelo** usando o URL ou você pode utilizar o app **Wanelo bookmarklet** que você pode obter [aqui](#).



Em seguida, você será solicitado a salvar o produto em “O que quero de presente” (Things I want as gifts) ou você pode criar uma nova coleção. Basicamente, cabe a você decidir como você gostaria de categorizar seus produtos, porém as coleções são uma maneira divertida de mostrar produtos relacionados ou temáticos. Por exemplo, você pode ter uma “Coleção de Ano Novo” com itens para usar no Réveillon, ou uma "Coleção de pássaros" com produtos com o tema pássaros. Há também um campo para descrição onde você pode comentar sobre o item, marcar um(a) amigo(a) usando o símbolo "@" antes do nome dele(a), ou usar uma **hashtag** para facilitar o encontro de seus produtos.

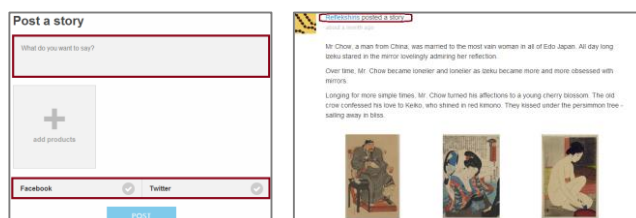
Abaixo, você verá um bom exemplo de uma **coleção de presentes divertidos** criada por **Reflektions**, um Designer da Zazzle.



3 – Publique uma História

Ao **publicar uma história**, pense sobre seus melhores produtos e como agrupá-los. As **histórias** são criadas a partir de produtos que já estão salvos na sua conta **Wanelo**; Há também um espaço para conteúdos escritos e suas próprias "Feed" e assim eles terão mais visibilidade. É uma maneira divertida de apresentar seus melhores produtos no **Wanelo**, **Facebook** and **Twitter**.

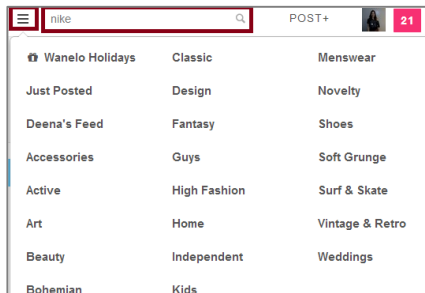
Veja aqui um bom exemplo de uma história criada **Reflektions**, am Designer da Zazzle.



Zazzle

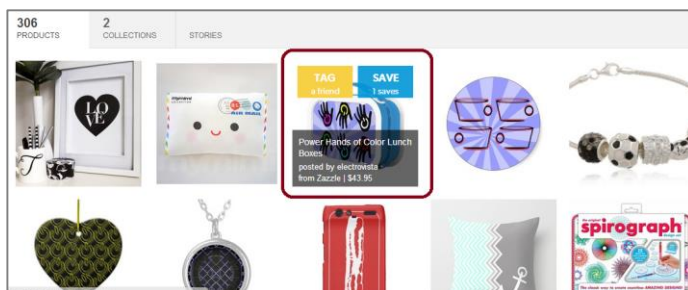


4 – Encontre Produtos, Pessoas e Lojas



É possível pesquisar produtos, pessoas e lojas na barra de pesquisa com palavras-chave ou categorias. Ao lado da barra de pesquisa há um guia de categoria onde, juntamente com diferentes categorias, você também pode ver as **Top lojas**, **Top pessoas** e os **Mais populares**. É aconselhável dar uma olhada nessas categorias, seguir e fazer comentários sobre as lojas, pessoas e produtos que você encontrar. Confira os produtos que aparecem na categoria “**Mais populares**”, que tipo de produtos são eles? Que comentários e *hashtags* são postadas sobre eles? É também aconselhável dar uma olhada no “**Guia de tendências**” (trending tab) para ver o que as pessoas estão publicando e procurando em tempo real.

5 – Tag & Save



Quando você passa o cursor sobre um produto no perfil de alguém, de uma loja, coleção ou história, você pode também salvar o produto no seu próprio perfil ou marcar um amigo. É uma maneira rápida e fácil de adicionar produtos à sua lista de desejos, presentes e coleções. Wanelo é uma ótima maneira de expor seus produtos para um grande público. Seus usuários estão constantemente compartilhando os produtos que eles salvaram com seus amigos e familiares.



Tumblr

Visão Geral do Tumblr

As principais maneiras de ser bem sucedido no **Tumblr** são similares a que você faria em qualquer plataforma social: acompanhar os outros blogueiros, curtir e reblogar as publicações, manter-se ativo, variar o seu conteúdo (por exemplo, fotos, texto, vídeos) e usar tags relevantes e populares. Abaixo estão algumas dicas úteis para fazer de seu blog do **Tumblr** um sucesso.

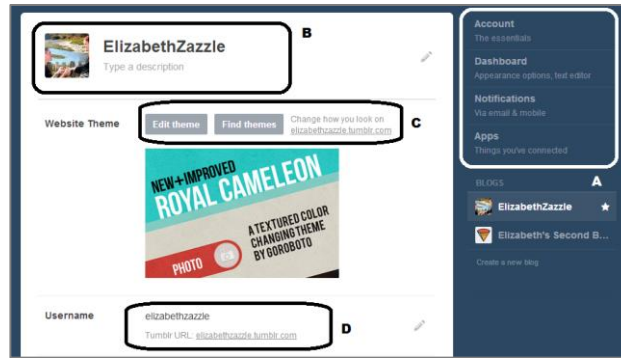


- A.) Escolha o tipo de post que você gostaria de fazer, de texto a vídeo
- B.) **Mensagens**
- C.) **FAQ**
- D.) **Configurações**
- E.) Sair
- F.) Escolha a conta que você gostaria de ver/publicar
- G.) Visualize todos os seus posts anteriores
- H.) Personalize seu blog com temas diferentes, cores e muito mais
- I.) Curta os posts de blogs que você segue e encontre outros (clique aqui para encontrar novos blogs para seguir)
- J.) Blogs recomendados para seguir (seguir estes blogs é uma ótima maneira de construir seu público)

Zazzle



1 – Página de Configurações



A.) Account (email & password settings) Dashboard (preferences) Email (preferences) Apps (if you created apps for your blog)

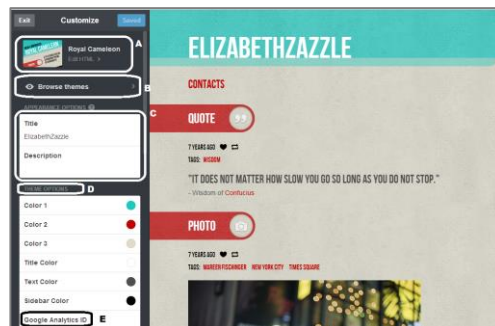
B.) Change avatar and add description

C.) Website themes – edit yourself or find a theme

D.) Altere o URL

Outras opções desta página são: Respostas, Perguntas, Fila, conexão com Facebook, Twitter e muito mais.

2 – Personalize e Edite a Página de Temas



A.) Edite seu tema em HTML (você deve ter experiência com HTML)

B.) Procure temas – escolha um tema existente

C.) Edite o título e a descrição

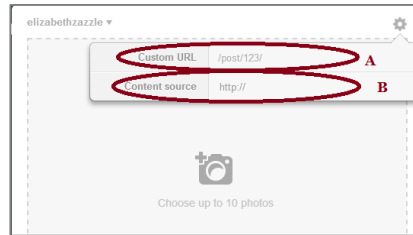
D.) Opções de tema – escolha as cores para o seu tema

E) Adicione o ID do Google Analytics para que você possa acompanhar o desempenho do seu blog

Outras opções desta página: Adicionar Páginas, Opções Avançadas, Conecte com o Twitter, Facebook e muito mais.



3 – Página de Posts do Tumblr



A.) Crie um URL personalizado para o seus posts aqui. Por exemplo, "convite-vintage-para-casamento-primavera".

B.) Insira o URL da fonte aqui para que as pessoas possam clicar no post original, na página da loja ou produto Zazzle.

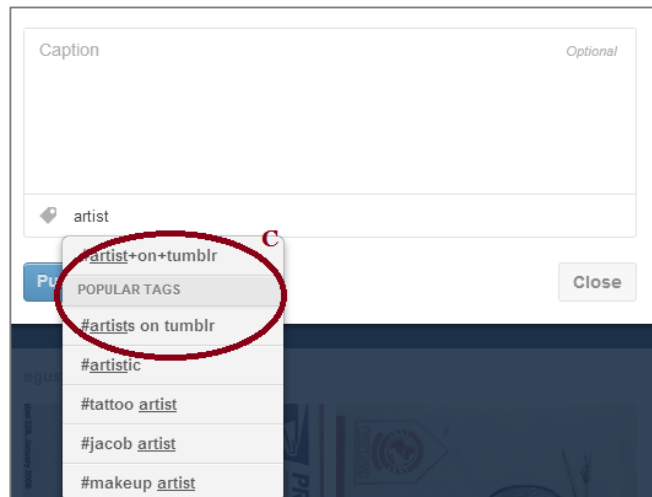
C.) Marque seus posts com tags relevantes. Se uma lista de "Popular Tags" aparecer, adicione as tags populares pertinentes à sua lista de tags.

Outras dicas

*Baixe o [Tumblr Bookmarklet](#) para postar de forma mais fácil.

*Instale o [App para celular ou iPad](#) para postar de seu celular ou tablet.

*[Instale o Disqus](#) para habilitar comentários no Tumblr.





Twitter

1 – Crie uma Conta no Twitter



- Preencha os campos com seu nome, bio, site, localização, avatar e foto. Utilize as dimensões sugeridas pelo **Twitter**.
- Escolha seu tema pessoal usando os designs de sua loja Zazzle como sua imagem de plano de fundo.
- Use palavras-chave em sua bio e certifique-se de que o texto reflete você e a sua marca.

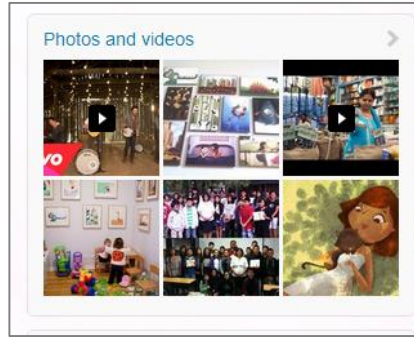
2 – Siga Pessoas, Participe de diretórios, Utilize as Ferramentas de Gerenciamento



- Siga as pessoas que têm o mesmo interesse que você. Se você é um artista que pinta em aquarela, pesquise por #aquarela e siga as pessoas que aparecem na lista. (É aconselhável seguir celebridades ou pessoas com muitos seguidores).
- Participe dos **diretórios do Twitter** como **Twellow**, que é um ótimo lugar para encontrar pessoas para seguir porque você pode buscar por categorias como arte, decoração, mídia social, etc.
- Ferramentas úteis como **Tweet Adder**, **Tweeter Karma** e **Friend or Follow** servem para seguir as pessoas que estão seguindo você e deixar de seguir pessoas que não seguem você.
- Não siga pessoas demais! O **Twitter** especifica limites de quantos perfis você pode seguir e se você seguir pessoas demais, sua conta pode ser suspensa. Saiba mais sobre os limites do Twitter [aqui](#).



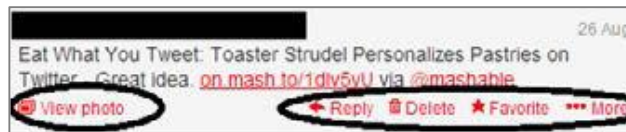
3 – Publique, Engaje e Descubra



- Publique entre 4 e 5 vezes por dia e com diferentes mídias. (É importante que sua conta esteja conectada a outras contas de mídia social como **Facebook** ou **Tumblr**, assim você pode publicar nas duas contas ao mesmo tempo.)
- Utilize **hashtags** em seus Tweets, mas não muitas. Duas *hashtags* por Tweet são suficientes e tente inseri-las nas frases.
- Confira a lista dos Assuntos do Momento e participe das conversas. É uma ótima maneira de ganhar visibilidade e mostrar um pouco de sua personalidade na sua conta.



- Interaja com seus seguidores curtindo, respondendo, mencionando alguém no seu Tweet e retweetando os Tweets de outras pessoas.
- Utilize a **ferramenta Descobrir** para encontrar novos conteúdos e novas pessoas para seguir.



4 – Exemplos

- Aqui estão alguns ótimos exemplos de contas de Twitter de designers da Zazzle.

<https://twitter.com/nidhiart>

<https://twitter.com/g8tee>

Zazzle



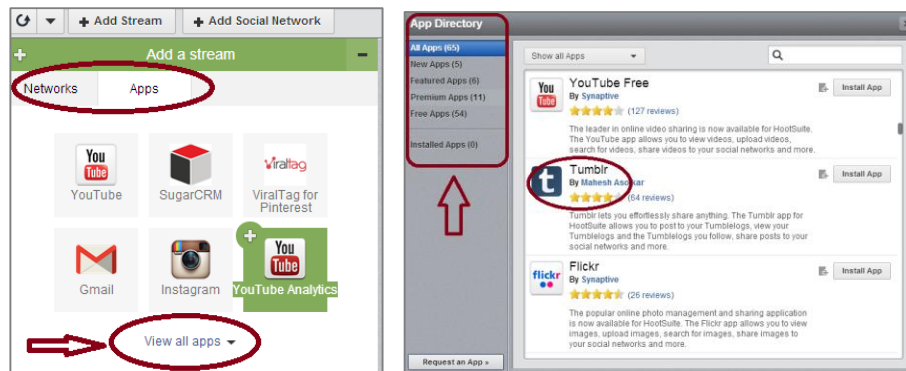
Hootsuite

1 – Configure sua Conta



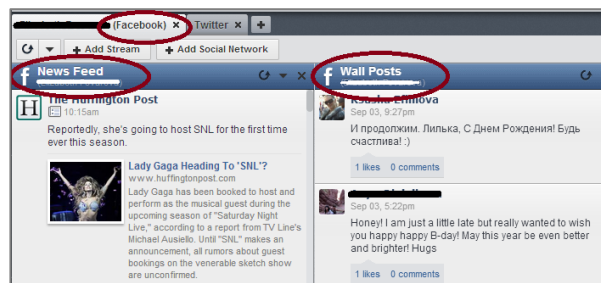
Registre-se com seu e-mail e, em seguida, faça a sincronização com suas contas de redes de mídias sociais. Com a conta gratuita, você pode adicionar até 5 perfis sociais únicos.

HootSuite é integrado com muitas das principais mídias sociais, tais como **Facebook**, **Twitter** e **Google+**. Para os sites de mídia social que **HootSuite** não está diretamente integrado, como o **Tumblr** há uma opção para baixar estas redes como apps do **HootSuite**. Assim, para adicionar o **Tumblr** a seus perfis do **HootSuite**, você deve primeiro baixá-lo na seção app como mostrado.



2 – Organize e Monitore

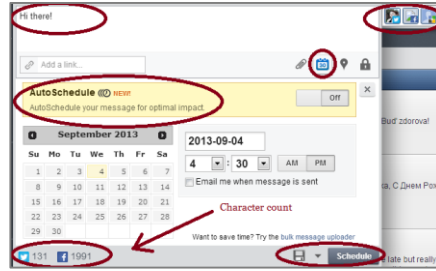
Decida em quais atualizações de cada perfil que você está mais interessado. Quer ver seu Feed de notícias e publicações no **Facebook**, ou talvez suas menções e re-tweets a partir de seu perfil do **Twitter**? A decisão é sua.



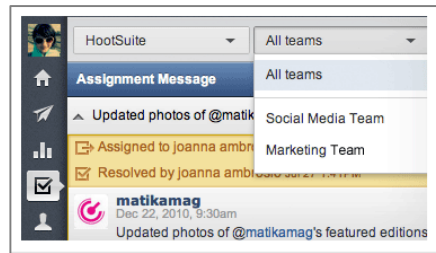
Zazzle



3 – Gerencie

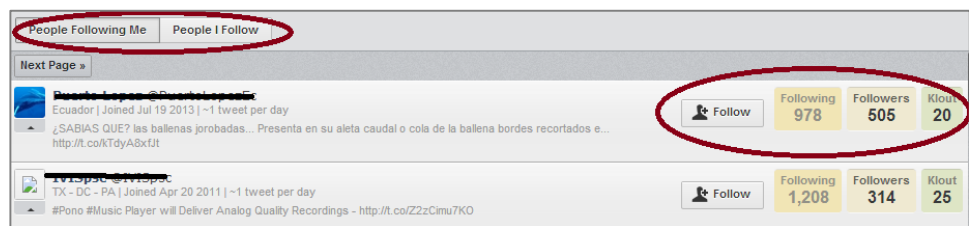


O Agendamento é uma das maiores vantagens do **HootSuite**. Você pode escrever uma mensagem e agendá-la para ser publicada em todas as suas redes sociais. Esse recurso ajuda seu planejamento para quando você sabe que estará ocupado e mantém suas comunidades ativas. Você pode escolher quando você deseja que suas mensagens sejam publicadas ou usar a opção **AutoSchedule** que é feita para compartilhar sua mensagem em horários de maior tráfego. É aconselhável testar os dois recursos e verificar qual deles lhe dá mais visibilidade.



Se você tem uma equipe e optar por usar a opção **Pro** do **HootSuite**, você pode atribuir as mensagens a membros da sua equipe para certificar-se de que cada mensagem seja respondida.

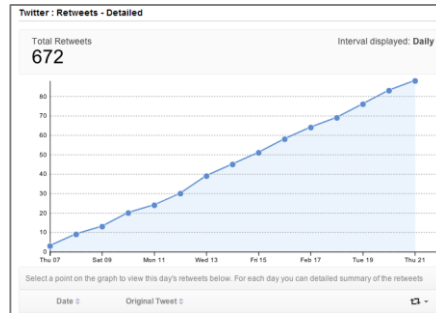
Outra grande vantagem é que você pode monitorar os seguidores de sua conta e seu *klout score* para o **Twitter**, **Google+** e algumas outras redes, clicando em "Contatos" na barra lateral.



4



4 – Analise



Facebook Insights : Likes by Demographic - Tabular

Age	Male	Female
13-17	2.80%	2.20%
18-24	9.80%	6.20%
25-34	19.10%	13.30%
35-44	14.30%	10.60%
45-54	6.50%	5.80%
55+	3.20%	2.90%

Os relatórios gerais de suas contas sociais estão disponíveis na versão gratuita do [HootSuite](#), mas eles apresentam muito pouca informação. Se você está planejando usar [HootSuite](#) como seu principal hub para suas redes sociais, pode ser útil comprar a opção Pro para que você possa ver todas as análises de desempenho em um só lugar. Algumas redes de mídia social, como o [Facebook](#), oferecem grátis suas próprias ferramentas analíticas, após sua página atingir 30 curtidas. O [Twitter](#), no entanto, não oferece nenhuma ferramenta. Assim, se você usa muito o Twitter, o HootSuite Pro pode ser uma boa opção. Você também pode criar relatórios personalizados com o [HootSuite](#) Pro, que lhe permitirá aprofundar e realmente entender seus números e quais campanhas estão funcionando para o seu negócio.



Dicas para Palavras-chave

1 – Crie uma lista de ideias iniciais de palavras-chave

Comece com palavras-chave que correspondam a seu produto. Por exemplo, se você cria modelos de convites de casamento, as palavras-chave principais seriam:

convites de casamento
casamento
convites para ocasiões especiais

2 – Use o Planejador de palavras-chave Google

O [Planejador de palavras-chave Google](#) pode dar ideias de quais palavras-chave você deve usar. Além disso, também apresenta as palavras-chave mais pesquisadas e que estão em maior demanda.

Passo 1:

Faça o login em sua conta do Google. Caso você não possua uma conta, visite www.google.com e crie uma.

Google

AdWords
Sign in to your account

- Track and monitor
Check how your AdWords campaigns are performing.
- Optimize
Fine-tune and improve your campaign.
- Expand
Take advantage of new features and tools.

New to AdWords? [Learn more](#)

Sign in Google

Email

Password

[Sign in](#)

[Can't access your account?](#)

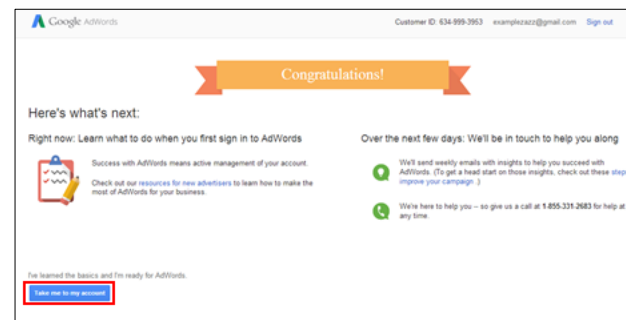


Passo 2:

Clique em “Pular configuração guiada”.
Em seguida, digite as informações necessárias em relação à sua localização e clique “Salvar e continuar”.

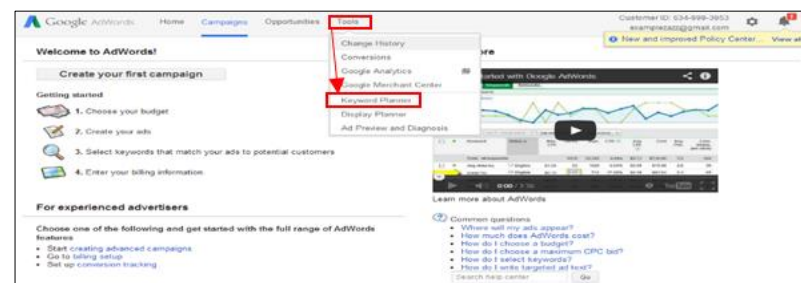
Passo 3:

Clique no botão “Ir para minha conta”.



Passo 4:

Na aba “Ferramentas”, selecione “Planejador de palavras-chave”.





Passo 5:

Serão apresentadas 4 opções:

- Selecione a **1ª opção**: “Pesquisar novas ideias de palavras-chave e grupo de anúncios”
- Em seguida, certifique-se de alterar o(s) país(es) e idioma de destino na seção “Segmentação”.
- É aconselhável também alterar as “Opções de palavras-chave” de “ideias amplamente relacionadas” para “ideias intimamente relacionadas”.
- Complete pelo menos um dos três campos de “Insira um ou mais dos elementos a seguir”. Quanto mais campos você completar, mais segmentados serão os resultados de pesquisa.
- Clique em “Obter ideias”.

The screenshot shows the Google Keyword Planner interface. The main heading is "Keyword Planner" with the subtext "Plan your next search campaign". Below this, there's a section "What would you like to do?" with four options. The first option, "Search for new keyword and ad group ideas", is highlighted with a red box and a red arrow pointing to a larger, detailed view of this option. This detailed view is also titled "What would you like to do?" and contains several sections:

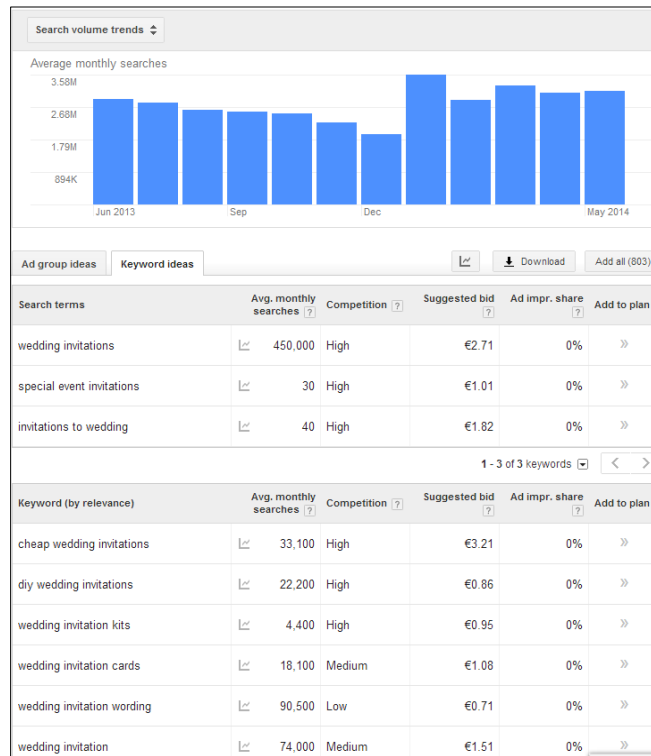
- 3 Enter one or more of the following:** A section for entering product or service information, with a text input field containing "For example, flowers or used cars".
- 1 Targeting:** A section with dropdown menus for "All locations", "English", "Google", "Negative keywords", and "Date range" (set to "Show avg. monthly searches for: Last 12 months").
- 2 Keyword options:** A section with several toggle switches, including "Only show ideas closely related to my search terms" (which is highlighted with a red box), "Show keywords in my account", "Show keywords in my plan", and "Show adult ideas".

At the bottom of the detailed view is a blue "Get ideas" button.



Passo 6:

Avalie os resultados e escolha as palavras-chave. É aconselhável que você escolha palavras-chave que possuem pesquisa mensal alta e baixa concorrência. Certifique-se de usar apenas as palavras-chave que correspondam a seu conteúdo.



Confira o que cada um dos termos desta área significa*:

Termos de pesquisa: Estas são as palavras-chave exatas que você inseriu no passo 5d.

Palavra-chave (por relevância): Esta é a lista de palavras-chave que o Google considera mais relevante para a palavra-chave dos termos de pesquisa.

Pesquisas mensais médias: Este termo é auto-explicativo. Entretanto, lembre-se de que é uma estimativa aproximada e não exatamente um indicador preciso de volume de pesquisas. Além disso, algumas palavras-chave sazonais (ex.: “fantasias de carnaval”) podem obter 50,000 pesquisas em fevereiro e 100 em junho. Portanto, em alguns casos, a média de pesquisas mensais pode levar a resultados imprecisos.

Concorrência: Reflete o número de anunciantes que estão dando lances para uma palavra-chave específica.

Lance sugerido: Este é um outro bom determinante do potencial de monetização de palavras-chave. Quanto mais alto for o lance sugerido, mais lucrativo será o tráfego.

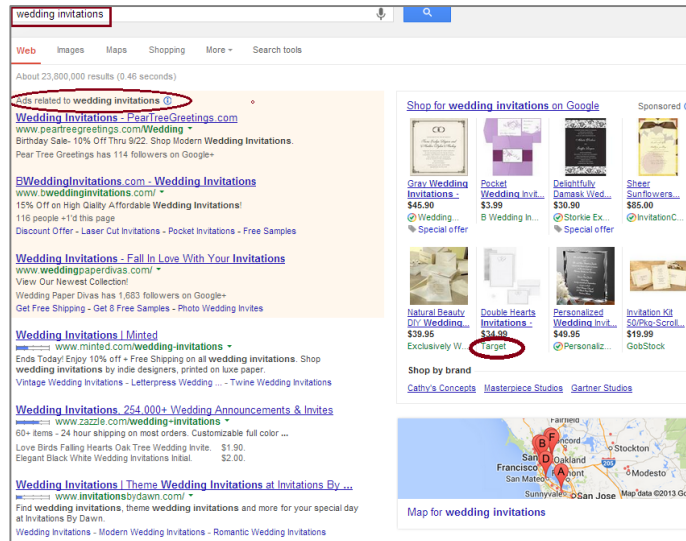
Continue explorando esta ferramenta para experimentar outras palavras-chave. Às vezes, o Google não exibe todas as palavras-chave, especialmente se você não é um usuário assíduo. Portanto, vale a pena explorar diferentes combinações de palavras-chave.

Zazzle



3 – Pesquisa seus Concorrentes

Pesquise por palavras-chave nos sites de busca diferentes como **Google**, **Bing** and **Yahoo** para ver quais sites aparecem. Procure as grandes marcas para ver se elas estão nas lista de top sites recomendados. Se sim, pode ser difícil competir com elas usando a palavra-chave específica que você buscou. Verifique também se há anúncios na parte superior ou lateral direita, geralmente isso significa que é uma palavra-chave altamente rentável. Por último, mas não menos importante, certifique-se de que esta palavra-chave atraia produtos e serviços que são semelhantes aos seus. Assim você terá certeza de que vai atingir o público-alvo correto.



4 – Utilize Palavras de Cauda Longa

Utilize palavras-chave mais longas como "convites de casamento vintage em preto e branco" ou "convites de casamento quadrados e redondos" ou "convites de casamento em 24 horas". Mesmo que estes termos sejam menos pesquisados em um determinado dia, eles tendem a ter uma taxa maior de conversão. Lembre-se, não utilize palavras-chave que não correspondem a seu produto ou serviço.

5 – Utilize Frases-chave em seus Tópicos e Conteúdo

Se você publicar conteúdo em seu site, faça-o de forma criativa para relacionar seu produto a tópicos populares. Por exemplo, alguém famoso vai se casar? Escreva sobre os convites que eles usaram e as diferenças e semelhanças entre os convites deles e o seu. Use as palavras-chave que relacionam essas pessoas famosas, bem como suas próprias palavras-chave.

Agora você sabe como encontrar as palavras-chave que são certas para você.

Zazzle



Guia Rápido para SEO

Agora que já cobrimos o básico de pesquisa de palavra-chave, vamos rever como usar palavras-chave para melhorar o **SEO**. É importante que os clientes sejam capazes de encontrar seus produtos quando pesquisarem na **Zazzle**. Ao usar termos relevantes, você pode melhorar suas chances de ser mais bem posicionado nos resultados de busca da **Zazzle**.

1 – Escolha um Título

Utilize de 3 a 5 palavras descritivas que são relevantes para o seu produto em seu título. O título é um dos fatores mais proeminentes que os sites de busca consideram para **Page Rank**. Assim, você deve usar palavras-chave relevantes e coerentes.

Bom exemplo: Convites de casamento de feltro com lírio de tigre

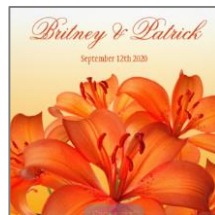
Mau exemplo: Convites de flor

2 – Escreva uma Descrição

Use palavras-chave de cauda longa em sua descrição. Quanto mais detalhes, melhor. Você pode até adicionar uma frase promocional ou uma frase sobre quando alguém pode usar este item. Use uma descrição única para cada produto, mesmo que sejam produtos semelhantes. Você deve ter pelo menos duas frases, mas quanto mais longa a descrição, melhor.

Bom exemplo: Convite quadrado de feltro com quatro lírios de tigre vermelho-fogo sobre um plano de fundo gradiente amarelo e branco, e com espaço no topo para personalizar nomes e data. Os lírios cobrem dois terços, de cima para baixo, do convite quadrado. Perfeito para um casamento no campo ou se você adora lírios de tigre.

Mau exemplo: Convites de casamento de lírio de tigre.



Title and Description	
Title *	
<small>Tell the buyer what you're selling.</small>	Tiger Lily Felt Wedding Invitations
Description *	
<small>Tell the buyer why they should buy from you.</small>	Four fire-red tiger lilies on a square felt invitation with a gradient yellow to white background including room on top to personalize names and date. Lilies cover 2/3 of the square invite from the bottom up. Perfect for a nature wedding or if you love tiger lilies.

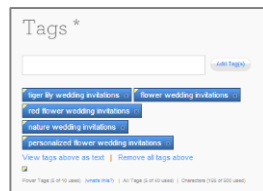
Zazzle



3 – Adicione tags a seu Produto

Tags são altamente importantes tanto para o **SEO** em geral quanto para a busca no site da **Zazzle**. É possível usar 10 *power tags* que vão ajudá-lo na busca do site da **Zazzle**, assim você deve escolhê-las muito bem. Você pode adicionar mais de 10 tags, mas certifique-se de que todas sejam relevantes. Assim como suas descrições, suas tags devem ser exclusivas para cada produto. Mesmo que você tenha vários tipos de produtos com o mesmo design, você deve criar tags diferentes para cada um deles.

A melhor maneira de criar suas tags (além de basear-se nas palavras-chave) é pensar sobre o que você digitaria no campo de busca se você estivesse procurando o mesmo produto. Se você estiver procurando por convites de casamento, você provavelmente tem uma ideia do que você quer. Assim, você não vai procurar por apenas "convites de casamento" porque é demasiado geral. É mais provável que você procure algo mais específico, como "convites+casamento+lírio+tigre" ou "convites+de+casamento+flor" ou "convites+casamento+personalizado+flor". (Ao criar suas tags Zazzle, você não precisa adicionar o tipo do produto à tag, pois a Zazzle adiciona essa parte para você automaticamente. Por exemplo, se seu produto é "convites de casamento de lírio de tigre", então você colocaria "casamento lírio de tigre" como sua tag.)



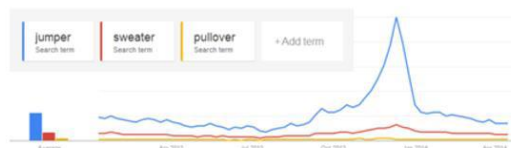
Lembre-se: evite usar tags irrelevantes pois pode confundir os clientes que estão procurando por produtos mais relevantes. Leia a seção de dicas para tags da **Zazzle aqui**.

4 – Google Trends

O Google Trends permite que você verifique a popularidade de certos termos de busca, em todo o mundo ou em países específicos.

Você também pode selecionar dados por períodos específicos de tempo, por exemplo, para os "últimos 12 meses" ou de "2012 – presente".

Esta ferramenta é muito útil para selecionar os títulos e tags para seus produtos. Talvez várias palavras possam ser usadas para se referir a um item, por exemplo, as palavras "jumper", "sweater" e "pullover" todos significam a mesma coisa, suéter, em inglês. Mas o Google Trends mostra que a palavra "jumper" é a mais procurada no Reino Unido. Visite <http://www.google.com/trends>



Zazzle



Perguntas Frequentes

General Questions

O que é o Programa de Associados Zazzle e como funciona?

O **Programa de Associados Zazzle** é uma maneira de ganhar dinheiro através da promoção de produtos, lojas ou quaisquer outras páginas da Zazzle. Quando um cliente clica em seu link de indicação, a Zazzle é capaz de rastrear qualquer venda potencial vinda do seu link para que você possa receber 15% do valor da compra realizada.

Preciso ter uma loja na Zazzle para ser um associado?

Não, você não precisa possuir uma **loja Zazzle** para ser um associado.

Há alguma taxa?

Não existem taxas associadas ao **Programa de associados Zazzle**.

Quais páginas da Zazzle posso promover?

Você pode promover qualquer página da Zazzle, incluindo produtos, lojas e URLs.

Onde posso aprender mais sobre estratégias bem sucedidas que outros tiveram com a promoção de produtos Zazzle?

Um excelente recurso para aprender mais sobre a promoção de produtos Zazzle é o **Fórum Zazzle**.

Links, Rastreo e Banners

Para que páginas da Zazzle posso criar links?

Você pode criar links para qualquer página da Zazzle, incluindo produtos, lojas, busca e página inicial.

Como posso criar um link de indicação?

Você cria um **link de indicação** adicionando um parâmetro de "rf", seguido por sua ID de indicação a esse link.

Você pode encontrar sua ID de indicação (ou de associado) **aqui**. Confira mais exemplos de como criar links de indicação **aqui**.

Examples Links

Store Link: <http://www.zazzle.pt/YourStoreName?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXX>

Product Link:

http://www.zazzle.pt/product_description-PID?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXX

Zazzle



Posso adicionar um código de rastreo ao meu link?

Sim, você pode adicionar um código de rastreo ao seu link, adicionando um parâmetro "tc", seguido do código que você escolher para rastreo. Confira mais exemplos de rastreo [here](#).

Exemplo Link

Link de indicação para produto com o código de rastreo FB12345678:
`http://www.zazzle.pt/product_description- PID?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXXX
&tc=FB12345678`

Onde posso encontrar banners de associados Zazzle?

Você pode encontrar a Zazzle banners aqui:

<http://www.zazzle.com/banners>.

Commissões e Pagamentos

Qual é a taxa de comissão?

A taxa de comissão da Zazzle é de 15% por venda, acrescido de até 17% de [bônus por volume](#).

Qual é a duração do cookie para um link e como funciona?

A duração do cookie é de 45 dias. O período será redefinido a cada 45 dias e a Zazzle pagará o associado que referiu os clientes mais recentes que fizeram compras.

Existe um montante mínimo de pagamento?

O montante mínimo de pagamento é o mínimo que você ganhar antes de receber seu pagamento. O pagamento mínimo da Zazzle é 50€.

Como recebo o pagamento?

Você será pago através de cheque ou PayPal.

Conta e Relatórios

Onde posso encontrar as informações da minha ID de associado?

Você pode encontrar sua [ID de associado](#) na [seção Associados](#) of your account.

Onde posso encontrar o número dos meus links que foram clicados?

You can find the number of your links that people have clicked in the [Histórico Linkover](#) na barra lateral da [seção Associados](#) de sua conta.

Onde posso encontrar minhas informações de ganhos por indicação?

Você pode encontrar as informações de ganhos na [seção de ganhos](#) de su conta.

Que tipos de informações sobre os ganhos estão disponíveis?

Você pode exibir seus ganhos por indicação por [produto](#), [histórico](#) e [total](#).

Zazzle



Fale Conosco

Agora que você já tem as ferramentas para se tornar um associado Zazzle especialista, é hora de colocar a mão na massa. Lembre-se, é tão fácil como adicionar um link da Zazzle a seu blog, site, página de Facebook, perfil do Google+ e muito mais! Com este manual super útil como seu guia e a amplitude do conhecimento compartilhada pelos vendedores experientes no [fórum](#), você está no caminho certo para o sucesso.

Fale conosco

Ainda tem dúvidas? Entre em contato através de associates@zazzle.com

Marcas com que trabalhamos

Não possui uma loja Zazzle? Trabalhamos em parceria com muitas marcas como National Geographic, Hallmark, Getty e muito mais. Confira a lista completa das marcas [aqui](#).



Zazzle