



Zazzle

Associate
Handbook – Svenska





Innehållsförteckning

Introduktion

Skapa & spåra dina länkar

- Skapa referenslänkar
- Hur du spårar dina referenslänkar

Sociala medier

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

Sökord & SEO

- Sökord
- SEO

Vanliga frågor

Kontakta oss

Zazzle



Introduktion

Vad är Affiliate Marketing?

Affiliate Marketing är prestationsbaserad marknadsföring där du kan tjäna provision genom att skicka trafik till en webbsida. När en kund klickar på din referenslänk (eller banderoll) och genomför ett köp, webbsidan kan då spåra det köp tillbaka till dig så att du kan tjäna en provision.

Zazzle Associate Program

Med **Zazzle** kan du tjäna 15% per köp + upp till 17% **volymbonus**. Du kan länka till vilken sida som helst på **Zazzle** och erhålla 15% per sälj när någon genomför ett köp från din länk. **Referenslänkar** är ett bra sätt att tjäna pengar på länkar du delar på sociala medier, din hemsida och även i email och nyhetsbrev.

Program översikt

Längd av referenskaka*	45 dagar
Minimum referensbetalning	15%
Volymonus	Börjar vid bara 650kr – upp till 17%
Minimum utbetalning	450kr
Betalningsmetoder	Check eller Paypal
Återbetalningsavgift	Mindre än 1%
Produkter för alla nisch	Ja – Sök för något
Obegränsade varumärken att marknadsföra	Ja (Se Varumärken)
PR-verktyg och banderoller	Gratis

* En kaka är en bit av data som en webbläsare använder att kommunicera med en websida (genom en server) om en användares aktivitet.

Zazzle



Skapa referenslänkar

Att skapa en Zazzle referenslänk är enkelt; se anteckningar nedan för guidning.

1 – Associate ID

Din referens (eller associate) ID kommer innehålla 18 nummer som börjar med 238xxxxxxxxxxxxxxx. När du är inloggad på ditt konto kan din referens ID hittas här:

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

2 – RF Parameter

När du lägger till din referens ID till en Zazzle länk, behöver du lägga till "?rf=" innan du lägger till din referens ID för att göra "?rf=238xxxxxxxxxxxxxxx". Det enda undantaget till denna regel är om URL:n redan innehåller "?", lägg då till "&rf" istället.

Till exempel, om din länk leder till en kategori av produkter, kommer du redan se ett "?" i länken. Enkelt lägg till "&rf" i slutet av denna länk so att den kommer se ut så här:

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

NidhiArt Store exempel för djurkategorin där associate ID numret är 238456789012345678

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

3 – Butiklänkar, produktlänkar och sökwebbsidolänkar

• Butiklänkar

En butiklänk är skapad genom att lägga till ditt butiksnamn och referens ID till en Zazzle hemsidas URL.

<http://www.zazzle.com/AnyStoreName?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXX>

Zazzle



I länken ovan, är AnyStoreName namnet på butiken du skulle vilja marknadsföra och 238xxxxxxxxxxxxxxxx är ditt associate ID.

Exempel:

Om du marknadsför Lilyasspace och ditt associate ID är 238456789012345678, då hade din länk varit:

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

• **Produktlänk**

En produktlänk är skapad genom att lägga till din referens ID till en Zazzle produkt URL.

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

I länken ovan, är product_description-PID produktens referenser du skulle vilja marknadsföra och 238xxxxxxxxxxxxxxxx är ditt associate ID.

Exempel:

Om du marknadsför en produkt med "yes_t_shirt beskrivning, ett 235850562850832622 PID och ditt associate ID är 238456789012345678, då hade din länk blivit:

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

• **Sök-sidolänk**

En sök-sidolänk är skapad genom att lägga till din referens ID till ett Zazzle söksidas URL.

<http://www.zazzle.se/SearchPageUrl?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXX>

I länken ovan är SearchPageUrl Zazzle söksidan du skulle vilja marknadsföra och 238xxxxxxxxxxxxxxxx ditt associate ID.

Exempel:

Om du marknadsför "holiday+presenter" söksidan och ditt associate ID är 238456789012345678, då hade din länk blivit:

<http://www.zazzle.se/holiday+presenter?rf=238456789012345678>

Hitta fler exempel av butik-, produkt- och sök-sidolänkar [här](#).

Zazzle



Hur du spårar dina referenser

Att spåra och analysera dina referenser kan hjälpa dig förbättra försäljning genom att låta dig fokusera på marknadsförings kampanjer som funkar bäst för din butik. Låt oss börja med vart du kan hitta all nödvändig information.

Länk över & referens rapport sammanfattning

Rapport namn	Förklaring	Användbara enheter	URL
Länk över historik	Antal gånger din länk eller dina länkar var klickade per dag	-Tillväxt av referenser per datum -Klicktrend per vecka -Klicktrend per månad	https://www.zazzle.se/my/associate/linkoverhistory
Totalreferens	Summering av pågående, rensade och totala referenser	-Totalt antal referenser -Antal av referenser de senaste 30 dagarna	https://www.zazzle.se/my/earnings/referraltotals
Produktreferens	Summering av produkter sålda från vilka du erhållit en referens	Typ och kvantitet av produkter vilka du erhöll en referens per månad, kvartal, år eller valfritt datum intervall	https://www.zazzle.se/my/earnings/referralproducts
Referenshistorik	Summering av pågående, rensade, avbrutna och totala referenser	CSV historik fil (behöver laddas ned)	https://www.zazzle.se/my/earnings/referralhistory

CSV & spårbara koder

Att ladda ner din CSV fil är verkligen användbart för att analysera dina siffror. Först, behöver du ha Excel på din dator. Om du har Microsoft Office på din, borde det redan vara installerat.

Efter du laddat ner CSV filen (den kommer vara i Nedladdnings-mappen med namnet referralHistory.csv), dubbelklicka på filen för att öppna den med Excel.

Om du inte har Excel på din dator, ett alternativ vore då att använda Kalkylblad-applikationen i på [Google Drive](#). Här skulle du behöva kopiera och klistra in all data från din CSV fil till ditt Google Drive Kalkylblad. Nedan är hur din CSV fil borde se ut när du öppnar den.

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	169-52444292-495		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

Vi kan här se att Spårningskoden är i kolumn L, och om du har lagt till spårningskoder till dina länkar kommer kolumn L att innehålla dem koderna. Spårbara koder hjälper dig att identifiera vilka länkar dina referenser kommer ifrån. Det är här du kommer kunna avgöra vilka sociala medier, websidor och bloggar fungerar bäst för dig. Nedan är hur du skapar en spårbar kod för din länk.

Spårbar kod

Du kan lägga till en spårbar kod till din länk genom att lägga till en "tc" parametern följt av koden du väljer att spåra.

Exempel produktlänk:

Referens produktlänk om din spårbara kod är FB12345678

http://www.zazzle.se/product_description-PID?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXX&tc=FB12345678

Exempel sök-sidolänk:

Referens produktlänk om din spårbara kod är PIN12345

<http://www.zazzle.com/SearchPageUrl?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXX&tc=PIN12345>

Exempel butiklänk:

Referens produktlänk om din spårbara kod är TM8675309

<http://www.zazzle.com/YourStoreName?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXX&tc=TM8675309>

Zazzle



Du kan även skapa din butiklänk genom att gå till:
<http://www.zazzle.se/my/associate/storelink>

Fyll i butiksnamnet och spårningskoder som myfacebook, myblog, mywebsite, etc. (jag hade använt din sidas faktiska namn, så om din Facebook sida är Great Invitations, hade jag använt "great_invitations") och sedan klickat "build link".

Efter du klickat "Build Link" kommer länken med spårbara koden att skapas.

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.

Som du kan se är tillägget till koden "&tc=myfacebook". Så länge du alltid lägger till en spårbar länk, så kommer den finnas med i din CSV fil.

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.



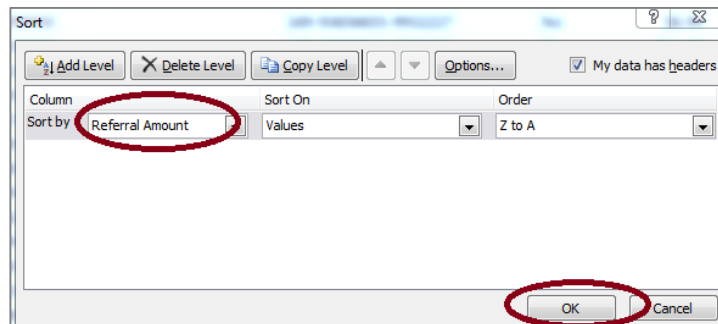
Sort & Filer funktioner i Excel

Sort & Filter funktioner kan hjälpa dig att analysera data och svara på många frågor. **Sorteringsfunktionen** kan hjälpa dig ordna din data på flera sätt som t.ex. lägst till högst, alfabetiskt, färg, typsnitt eller ikoner.

Sortering function

Här är ett exempel på hur du kan sortera din "Referral Amount" kolumn från högst till lägst. Markera alla kolumner i ditt kalkylblad, och gå sedan till:

Home -> Sort & Filter -> Custom Sort -> Column sort by = Referral Amount-> Sort on =Values -> Order = Z-A >OK



Detta kommer ordna om dina referensers belopp från högsta till lägsta (eftersom du använder Z-A). Detta är användbart om du vill se vart de högsta referenserna kommer ifrån.

I detta exempel, kommer de från spårningskoderna myfacebook, myblog och 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	

Zazzle



Filter funktion

Filterfunktionen är ett enkelt och snabbt sätt att visa och jobba med en delmängd av data. Det kan hjälpa dig att se alla referenser som kommit från en specifik spårbar kod.

Här är ett exempel på hur man kan se alla dina referenser som kommit från "myfacebook". Markera alla kolumner i ditt kalkylblad, och gå sedan till:

Home ->Sort & Filter ->Filter

Du kommer nu se pilar synas högst upp för varje kolumn. Klicka på pilen i "Tracking Code" kolumnen och klicka sedan på "select all" sedan klicka på "myfacebook" och sedan "OK". Sedan, borde du bara se "myfacebook" i "Tracking code" kolumnen. Ett sätt detta är användbart på är om du vill se hur många referenser kom från "myfacebook", till exempel.

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	canceled	myfacebook

Tillväxt funktioner

Det är alltid bra att veta hur ditt företag presterar. Nedan är två viktiga ekvationer som kan hjälpa dig att räkna ut just det.

MoM Tillväxt: Tillväxthastigheten av nuvarande månad jämfört med föregående månad

MoM Ekvation: (Månad2-Månad1)/Månad1

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

Exempel 1:

% Förändring juni till juli

Steg 1: $(\$370.20 - \$429.87) / \$429.87 = -0.139$

Steg 2: $-0.139 \times 100 = -13.9\%$

Sammanfattning: Företagets verksamhet minskade med 13.9% sedan förra månaden.

Exempel 2:

% Förändring juli till augusti

Steg 1: $(\$599.87 - \$370.20) / \$370.20 = 0.62$

Steg 2: $0.62 \times 100 = 62\%$

Sammanfattning: Företagets verksamhet ökade med 62% sedan förra månaden.

Zazzle



YoY Tillväxt: Tillväxthastigheten av nuvarande år jämfört med föregående år (du kan räkna ut year-over-year tillväxten för kvartal, månad, och även dag. I detta exempel används månader.

YoY ekvation: $(\text{År2}-\text{År1})/\text{År1}$

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

Exempel 1:

Förändring från juli 2012 till juli 2013.

Steg 1: $(\$370.20 - \$150.87) / \$150.87 = 1.453$

Steg 2: $1.453 \times 100 = 145.3\%$

Sammanfattning: Verksamheten ökade med 145.3% från juli 2013 jämfört med juli 2012.

Frågor att ställa

Kom ihåg att ställa dig dessa frågor när du analyserar dina intäkter och kampanjer så att du bättre kan förstå din verksamhet och förbättra konvertering och tillväxt.

1. Ökade eller minskade din försäljning sedan förra månaden?
2. Ökade din försäljning med samma hastighet som förra månaden?
3. Ökade eller minskade din försäljning sedan förra året?
4. Ökade din försäljning med samma hastighet som förra året?
5. Vad gjorde du annorlunda denna månad eller år för att orsaka denna förändring?
6. Vilka är dina huvud källor till trafik?
7. Ändrades dina trafikkällor från förra månaden eller året? Varför?
8. Hur påverkar säsongvariationer och helgdagar dina referenser?

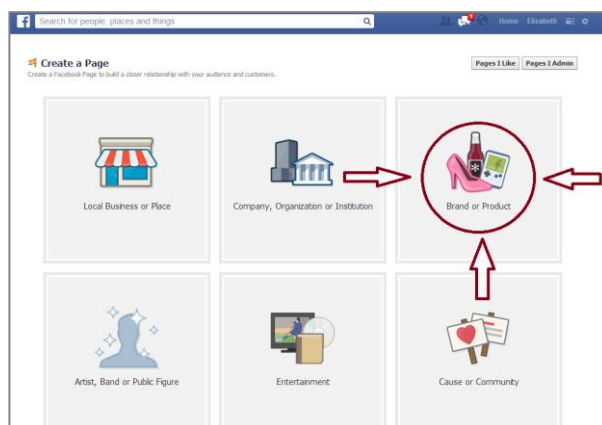
Zazzle



Facebook

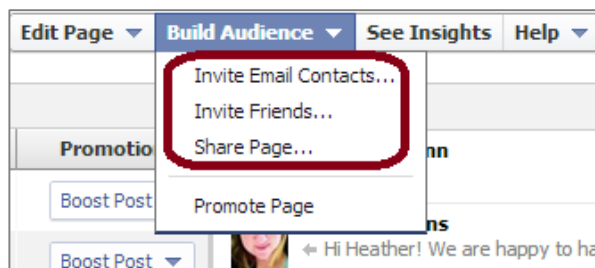
1 – Skapa en Facebook sida

- För att skapa din Facebook sida måste du först logga in på ditt personliga **Facebook** konto. (Om du inte har ett konto, skapa ett [här](#).)
- Gå till <https://www.facebook.com/pages/create/> för att börja skapa din sida. Välj "Varumärke eller produkt" rutan, sedan välj din produkt-typ, skriv in ditt produktnamn och acceptera **Facebook-sida villkoren**.
- Fyll i Beskrivning, Profilbild och Favoriter sektionen. Säkerställ att du valt en sökningsfras (nyckelord) för din sida med relation till din produkt nisch. Hänvisa till [denna tråd](#) för idéer och tillvägagångssätt för hur du kan välja nyckelfraser. I "lägg till webbsida" sektionen, kom ihåg att lägga till en länk till din motsvarande Zazzle butik och inkludera din referens ID.



2 – Bjud in vänner & familj för att dela din sida

- När du väl skapat din **Facebook sida**, kan du bjuda in vänner och familj att gilla din sida genom **Facebook**, epost och genom att dela sidan på din egna personliga tidslinje.



Zazzle



3 – Gilla och Tagga relevanta Facebook sidor

- Hitta sidor och intressen som korrelerar till din produkt genom att använda **Facebook** sök funktion (sök rutan högst upp på sidan). Till exempel, om du säljer Julkort, kan du gilla "Christmas Interest". Om du säljer bröllopsinbjudningar, kan du gilla "Wedding Invitations Ideas" sidan. Det är också bra att använda marknadsföringssidor som exempelvis "Promote Your Page Here" sidan.
- När du väl gillat dessa sidor, börja integrera med dem genom att introducera dig själv med en kommentar, ett inlägg eller länk. Det är också förmånligt att tagga dessa sidor i dina egna inlägg genom att använda "@" symbolen för det ger dig mer synlighet på dessa sidor.



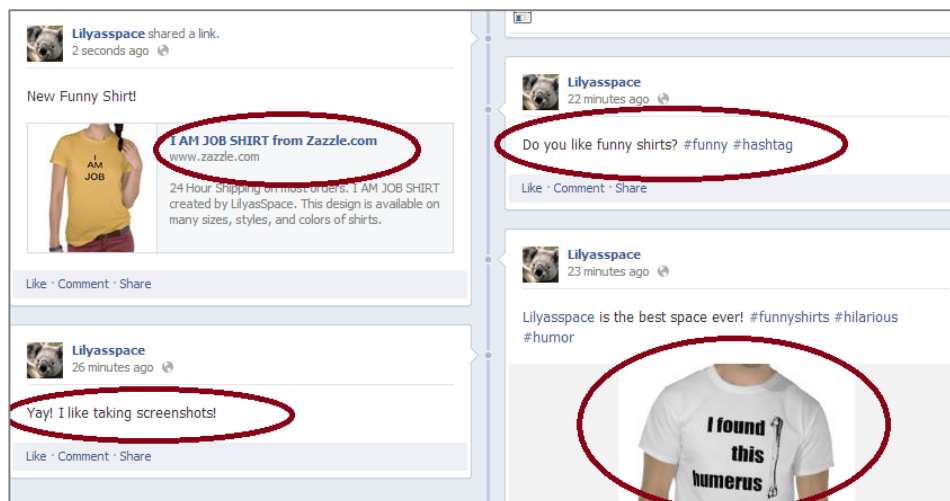
4 – Håll din sida uppdaterad

- Skriv inlägg på **Facebook** cirka 2-4 gånger per dag med olika medier. Dela inte bara produkterna som en länk när du gör ett nytt inlägg, försök istället att även göra ett inlägg som en bild också. Du kan göra det genom att klicka på "Lägg till Bild/Video", och sedan ladda upp en bildfil, och bara efter att bilden laddats upp kan länken skrivas in till din produkt i text-rutan.
- Dela inte bara dina uppdateringar, dela även valfri relevant nyhet eller komplimenterande objekt du stöter på med jämna mellanrum.

Zazzle



- Glöm inte att kolla din Facebook Insikt sida för att se vilka inlägg och vilka tider dina inlägg har presterat bäst.



5 – Anslut till andra Sociala Medier

- Har du ett **Pinterest**, **Twitter**, **Tumblr** eller annat Sociala Media konto? Länka dem till ditt konto genom att placera din Facebook sidas länk i "Beskrivning" sektionen av ditt andra konto. Gör det lättare att hitta och ansluta sig till dig. Några sociala media konton gör detta mycket lättare. Till exempel, om du har en Tumblr sida kan du redigera dina inställningar så att alla dina inlägg på **Tumblr** sida kan du redigera dina inställningar så att alla dina inlägg på **Tumblr** också delas på ditt **Facebook** och **Twitter** konto.
- Det är bra att placera Facebook "Gilla" och "Gilla oss på Facebook" komponenter på valfri websida du har.



Zazzle

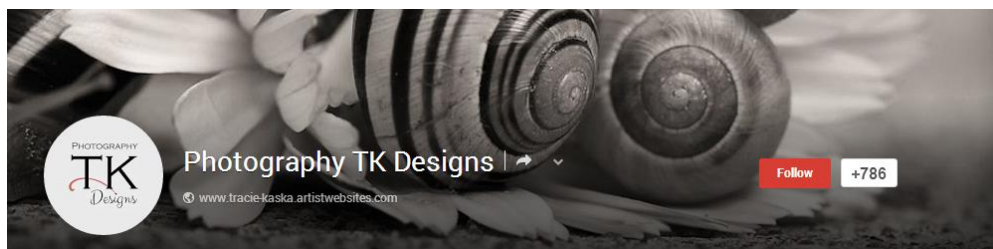


Google+

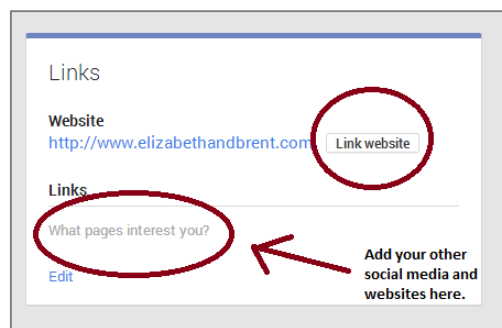
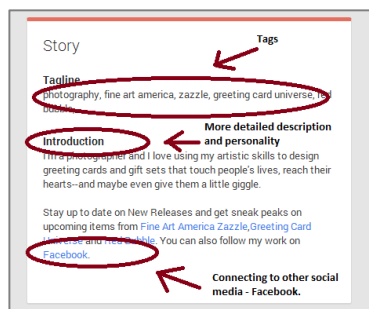
1 – Skapa din Google+ sida

- Välj produkt eller varumärke rutan och välj sedan din produktkategori.
- Fyll i ditt namn, webbsidans namn, och acceptera [sidans villkor](#).
SEO titeln är namnet av din sida följt av Google+, så få ditt namn att vara betydelsefullt.
- Lägg till profilbild, omslagsbild och skriv din slogan och introduktion. För **SEO**, din **meta beskrivning** är sidans namn, följt av sidans slogan, och första delen av din introduktion.

Bra exempel av profilbild, omslagsbild, slogan, och introduktion av **Photography TK Designs**, en Zazzle Designer:



- Länka din hemsida till [Google+](#) och lägg till valfri hemsida och sociala media sidor i "länkar" boxen.

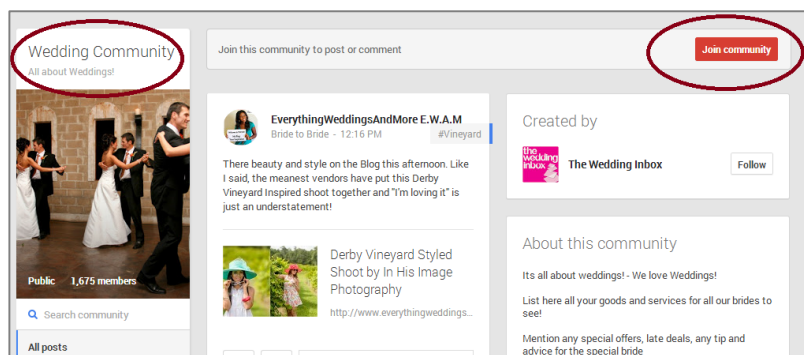


Zazzle



2 – Människor & Kommunikation

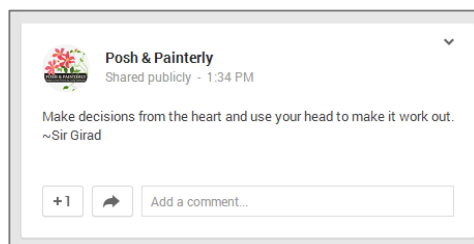
- Gå med i relevanta gemenskaper och lägg till människor från de gemenskaperna i dina cirklar. När andra lägger till dig i sina cirklar, glöm inte att lägga till de i dina cirklar. Till exempel, om du gör **bröllopsinbjudningar**, gå med i bröllop gemenskapen. När någon från denna gemenskap lägger till dig i sina cirklar, återgälda tjänsten genom att lägga till dem i dina cirklar



3 – Inlägg & engagemang

- Ladda upp bilder, texter, länkar och videoklipp på din sida. **SEO titeln** av din uppdatering börjar med namnet på din sida, följt av Google+ och sedan början av din statusuppdatering. Detta betyder att det alltid är bra att ha nyckelord när du laddar upp en bild, länk eller video. **Meta beskrivningen** av din uppdatering är huvudtexten av uppdateringen. En länk-uppdatering kommer även skapa en **dofollow**-länk, men en bild-uppdatering med länk i texten kommer vara en **nofollow**. I grund och botten, är det bra att ha en variation av inlägg jämfört med att alltid göra inlägg i samma media-stil.

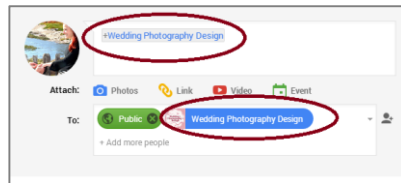
Bra exempel av text- och bildinlägg av **Posh & Painterly**, en Zazzle Designer:



Zazzle

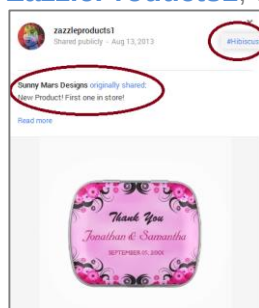


- Använd "@" för att tagga människor och sidor på din sida eller i dina kommentarer.



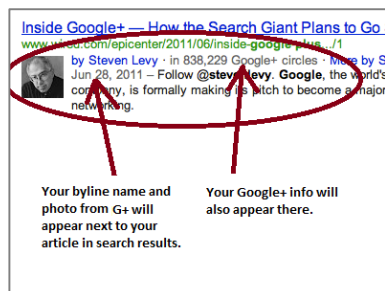
- Använd **hashtags** för att göra ditt innehåll mer sökbar.
- Dela andra sidor och människors innehåll på din sida.

Bra exempel av **hashtags** och delningar av andra människors innehåll av **ZazzleProducts1**, en **Zazzle designer**.

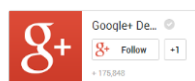


4 – Få Google författarskap (länkar ditt online-innehåll med Google+)

- Registrera en epost från domänen där du bidrar med innehåll eller länka ditt innehåll till dina bidrag. Läs mer [här](#).



5 - Anslut till din webbsida



- Installera **Google+ Badge** på din hemsida så att människor enkelt kan följa din Google+ sida från din webbsida.
- Lägg till **Direct Connect** koden så att människor kan lägga till din Google+ sida till deras cirklar direkt från Googles söksida.

Zazzle



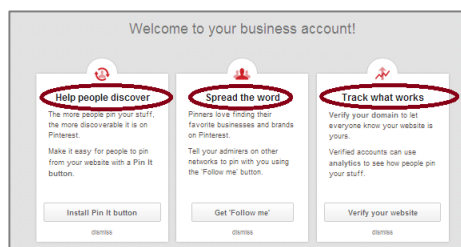
Pinterest

Pinterest är en bild- och videodelnings webbsida som du kan använda för att föra trafik till din butik. Du kan börja med länken nedan för att skapa din egna Pinterest företagskonto.

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

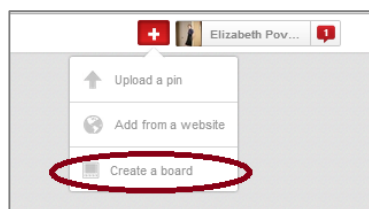
1 – Sätt upp ditt konto

The “**Pin it knappen**”, “**Follow me**” and “**Verify your website**” är alla tillgängliga alternativ för **Pinterest företagskonton**. De första två alternativen hjälper med att nåla (pin) bilderna, och följa ditt **Pinterest** konto direkt från din webbsida. Det tredje alternativet, “**Verifiera din webbsida**,” visar nålar att din sida är tillförlitlig och pålitlig, och ger dig tillgång till data du kan använda för att analysera prestationen av dina nålar (pins).



2 – Skapa en tavla

En anslagstavla (**pin board**) är ett sätt att organisera flera produkter, bilder, och videoklipp som du hittar online per tema och ämne. Du kan skapa en anslagstavla genom att klicka på “+” symbolen till höger på din sida.



Då du skapar dina anslagstavlor (pin boards), borde du tänka på det sätt du skulle vilja organisera och kategorisera dina produkter. Du kan organisera dina nålar på flera olika sätt och se vilka som visat sig vara mer effektiv. Till exempel, om du har en butik för inbjudningar kan du skapa en tavla för “Halloween Bröllop inbjudningar”, en tavla för “Bröllop inbjudningar” och en tavla för “Bröllop”. Det är bra att skapa tavlor som inte innehåller dina Zazzle produkter eller har en mix av Zazzle produkter och andra människors produkter. Pinterest handlar om att inspirera och dela, så om du bara nålar dina produkter är det sannolikt att du når en mindre publik. En “Bröllop” tavla skulle vara en bra tavla att inkludera dina inbjudningar och relevanta bilder eller produkter som bröllopsklänningar och bröllopsringar.

Zazzle



Kom ihåg att använda nyckelord i dina beskrivningar om titlar och tavlor, då de tas hänsyn till vid sökningar på [Pinterest](#).

När du har ett företagskonto eller privat konto, ju fler tavlor med relevant innehåll ju bättre. Vi föreslår att börja med 8-10 tavlor med minimum av 5 nålar per tavla.

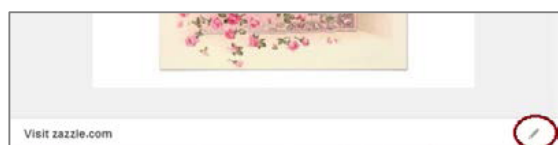
När du väl har några användare kan du skapa några grupp-tavlor ([group boards](#)). Grupp-tavlor tillåter dig att bjuda in dina följare och vänner genom epost för att därmed kunna bidra med deras nålar till din tavla, deras följare kan se den nålen. Det är bättre att använda fler generella kategorier för dina grupp-tavlor, så att fler människor kan delta. Det är också viktigt att bjuda in människor som redan har relevanta nålar. Om din tavla fokuserar på "Djur Bröllop inbjudningar", då borde du bjuda in människor som har nålat djur bröllop inbjudningar tidigare.

Följa andra människors tavlor och gå med i befintliga grupp-tavlor är ett bra sätt att öka antalet av dina följare. Du kan gå med i befintliga grupp-tavlor genom att fråga grupp-tavla skaparen genom att antingen kommentera på en av deras nålar eller nå ut till de genom deras webbsida.

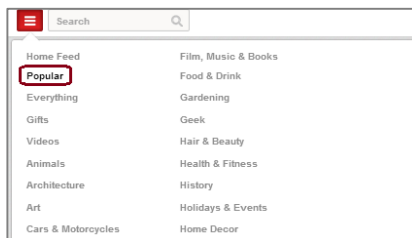
3 – Skapa en nål

Nu när du skapat dina anslagstavlor är det dags för att nåla. Det enklaste sättet att nåla dina produkter är med "[Pin it knappen](#)", som du kan ladda [här](#) för din webbläsare. När du når direkt från [Zazzle](#), så kommer titeln av produkten och produktbeskrivningar är sammanföras med sektioner som sammanliknar med dina nålar.

Efter att du skapat din nål, kan du ändra din URL källa till att den innehåller din [referens ID](#) genom att redigera källsektionen av din nål.



Zazzle



Ju mer social du är ju bättre. Ett av det största värdet av att vara en del av **Pinterest** är att ansluta sig med sina följare, så det är viktigt att kommentera, gilla och nåla tillbaka andras nålar. Ett bra sätt att öka synligheten är att kommentera, gilla och nåla tillbaka andras nålar, vilka du kan hitta i **"Popular"** sektionen i sökfunktionen.

4 – Anslut med Twitter, Facebook & Google+

Anslut till ditt **Twitter**, **Facebook** och **Google+** konto genom att gå till **inställnings sektionen** av ditt konto och klicka på knapparna bredvid de sociala media kontona som ännu inte är anslutna. Du kan vid tillfället inte direkt ansluta din Facebook sida från **Pinterest**, men du kan ansluta till din personliga profil om du önskar att göra så.

Social Networks	
 Connected http://www.facebook.com/elizabeth.povarova	
Log in with Facebook	☒ Yes ☐ No Use your Facebook account to log in
Link to Timeline	☒ Yes ☐ No Post your activity to Timeline
 Not connected	
Log in with Twitter	☐ No ☒ Yes Use your Twitter account to log in
 Not connected to Google+	
Connect with Google+	☐ No ☒ Yes Connect to Google+



Wanelo

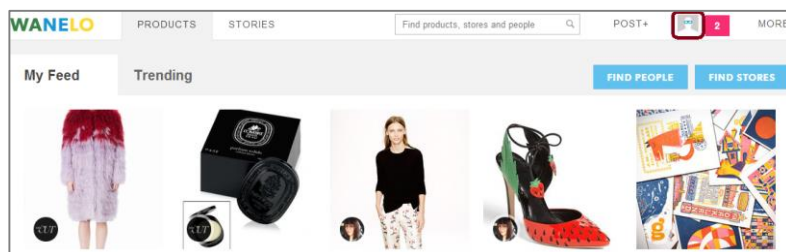
Wanelo, uttalas "wah-nee-loh" från "Want-Need-Love", är en social shopping webbsida där du kan spara och dela dina favoritprodukter från flera sidor. Med mer än 10 miljoner användare, är det en bra webbsida för att erhålla exponering för din butik. Dessutom, Wanelo har en väldigt populär **app** där användarna främjas att dela deras Wanelo profil, som innehåller önskelistor och samlingar, via epost, SMS och sociala så fort hon eller han loggar in.

Wanelo översikt

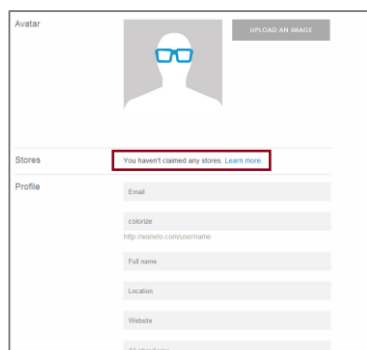
För att skapa ett **Wanelo konto**, gå till <http://wanelo.com> och logga in med ditt **Facebook** konto eller epostadress. Efter att du valt dina inställningar och följt tre butiker och tre människor, kan du sätta upp din profil och sedan börja lägga till produkter, ordna samlingar och skapa butiker.

1 – Sätt upp ditt konto

Först, var snäll och gå till dina **inställningar** genom att klicka på ikonen upp till högra hörnet av sidan (se markering på bilden nedan), sedan klicka på **inställningar**.



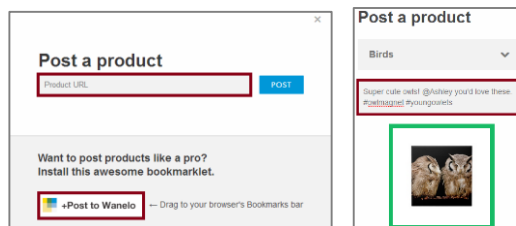
Fyll sedan i alla delar av **inställningssidan** med att börja med att ladda upp din bild. Jag hade rekommenderat att använda din logotyp, ett av dina favoritmönster eller en bild på dig själv som din bild. När du fyller i webbsida sektionen, använd din personliga webbsida eller blogg om du har en. Om inte, då föreslår jag att skriva in din **Zazzle**-butik URL. Om du har en egen webbsida kan du **göra anspråk på din butik** på Wanelo som kommer verifiera dig som ägare av din butik. I "All about you" sektionen, var snäll och var beskrivande och personlig, och glöm inte att använda nyckelord.



Zazzle

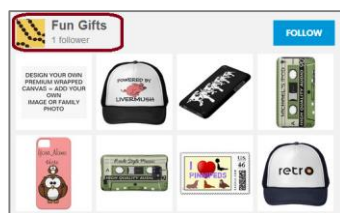
2 – Publicera en product

Du kan publicera en produkt på [Wanelo](#) genom att använda en produkt URL, eller så kan du publicera produkter på [Wanelo](#) genom att ladda ner [Wanelo bokmärket](#) som du kan hitta [här](#).



Sedan kommer du bli uppmanad att spara produkten i "Saker jag vill ha som presenter" ("Things I want as gifts") eller skapa en ny kollektion. Slutligen, är det upp till dig att avgöra hur du vill kategorisera dina produkter men kollektioner är ett roligt sätt att visa relaterade produkter med samma teman. Till exempel, kan du ha en "Thanksgiving kollektion" med objekt att använda för Thanksgiving, eller "Fågel kollektion" som bara har produkter med fåglar på dem. Du kan också ha ett beskrivnings-område där du kan kommentera andra objekt, tagga en vän genom att använda "@" tecknet, eller använda [hashtag](#) för att göra dina produkter mer upptäckbara.

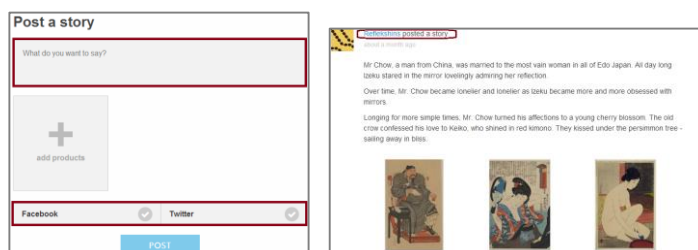
Här ett exempel av en "Fun Gifts" Kollektion av [Refleksions](#), en [Zazzle designer](#).



3 – Publicera en berättelse

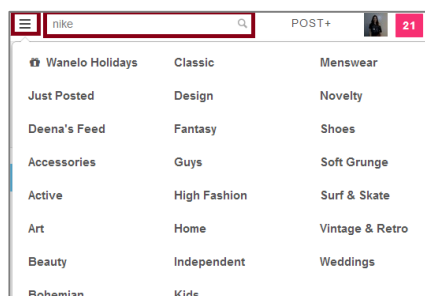
När du [publicerar en berättelse](#), tänk på dina bästa produkter och hur du kan gruppera ihop dem. [Berättelser](#) är skapade från produkter som redan är sparade på ditt [Wanelo](#) konto, de har också en plats för text-innehåll och deras egna "Feed" so de kan bli mer synliga. Det är ett roligt sätt att visa upp dina bästa objekt på [Wanelo](#), [Facebook](#) och [Twitter](#).

Här är ett exempel på en berättelse skapat av [Refleksions](#), en [Zazzle designer](#).



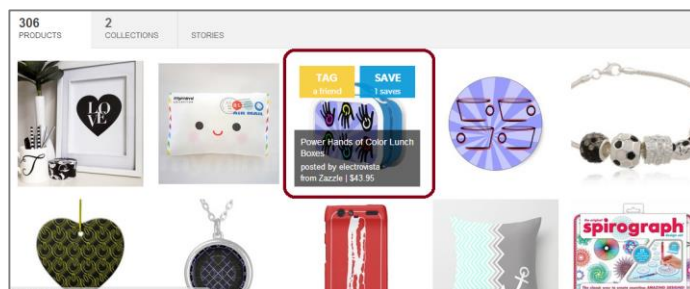


4 – Hitta produkter, människor och butiker



Du kan söka efter produkter, människor och butiker i sökrutan genom nyckelord eller kategorier. Bredvid sökrutan finns det en kategori-flik, där du genom olika kategorier även kan se de bästa butiker (**Top Stores**), bästa människor (**Top People**) och mest populära (**Most Popular**). Det är bra att ta en titt på dessa kategorier och följa och kommentera butiker, människor och produkter som du hittar där. Se vilka produkter som kommer upp **Most Popular** kategorin, vilken produkter är det? Vilka kommentarer och hashtags är publicerade på dem? Du borde även ta en titt på **Trending Tab** för att se vad människor publicerar och tittar på i realtid.

5 – Tagga & spara



När du sveper över en produkt på någons profil, butik, kollektion eller berättelse kan du antingen spara produkten till din egen profil eller tagga en vän. Det är ett snabbt och enkelt sätt att lägga till produkter på din önskelista, presenter eller kollektioner. Wanelo är ett bra sätt att visa upp dina produkter framför en stor publik och människor delar ständigt produkterna de sparar med deras vänner och familj.



Tumblr

Tumblr översikt

De bästa sätten att bli framgångsrik på **Tumblr** är snarlika med vad du hade gjort på vilken social plattform som helst. Följ andra bloggare, älska publiceringar, svara på inlägg, förbli aktiv, variera ditt innehåll (till exempel, bilder, text, videoklipp) och använda relevanta och populära taggningar. Nedan är några få hjälpfulla tips till att få din **Tumblr** blogg rullande.

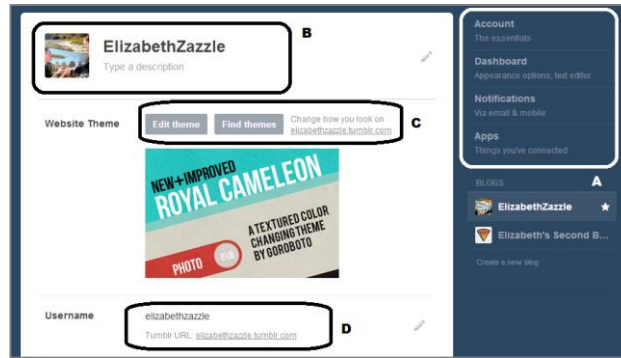


- A.) Välj typ av inlägg du skulle vilja göra om från text till video
- B.) **Meddelanden**
- C.) **FAQ**
- D.) **Inställningar**
- E.) Logga ut
- F.) Välj kontot du skulle vilja se/publicera ifrån
- G.) View all your previous posts
- H.) Redigera din blogg med olika teman, färger och mer
- I.) Gilla publiceringar, bloggar du följer och hitta bloggar (gå hit för att söka efter nya bloggar att följa)
- J.) Rekommenderade bloggar att följa (följa dessa bloggar är ett bra sätt att bygga din publik)

Zazzle



1 – Sidan för inställningar



A.) Konto (epost & lösenord inställningar) Instrumentbräda (preferenser)
Epost (preferenser) Apps (om du skapat appar för din blogg)

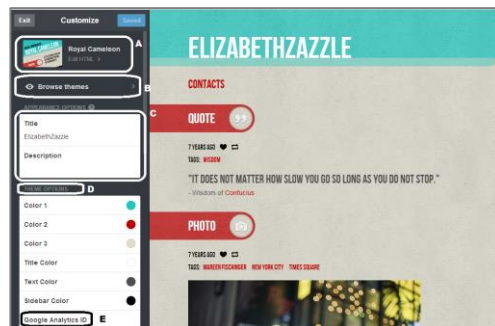
B.) Ändra bild och beskrivning

C.) Webbsida teman – redigera själv eller hitta ett tema

D.) Ändra URL

Andra val på denna sida är: Svar, Fråga, Kö, Facebook, Twitter koppling och mer.

2 – Sidan för Skräddarsy/Redigera tema



A.) Redigera ditt tema med HTLM (måste vara erfaren HTLM användare)

B.) Bläddra bland teman – välj ett existerande tema

C.) Redigera din titel och beskrivning

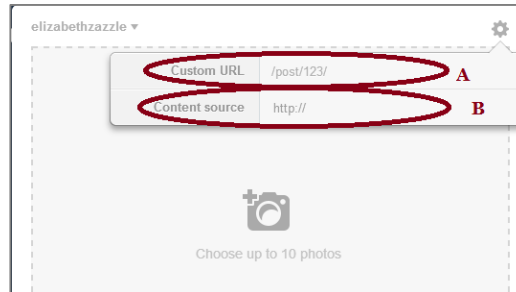
D.) Tema val – välj färger för ditt tema

E) Lägg till Google Analytics ID so du kan följa din bloggs prestation. Andra val på denna sida: Lägg till sidor, Avancerade val och anslut till Twitter, Facebook och mer.

Zazzle



3 – Sidan för Publicering



A.) Skapa en skräddarsydd URL för din publicering här. e.g. “vintage-invitation-for-spring-wedding”.

B.) Placera din URL källa här så att människor kan klicka sig genom till originalpubliceringen, din Zazzle butik eller produktsida.

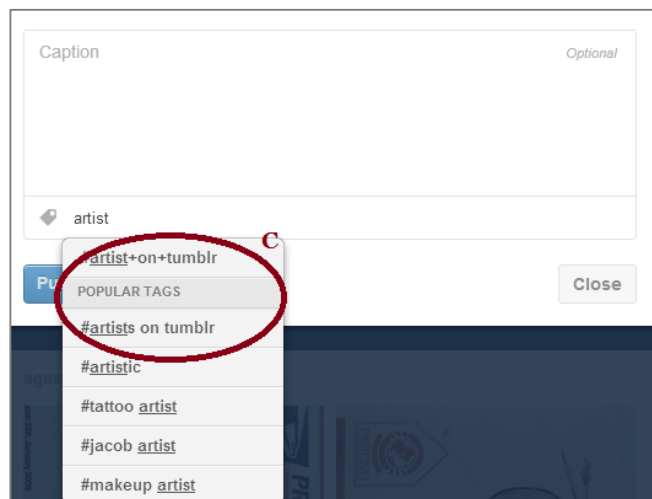
C.) Tagga dina publiceringar med relevanta taggningar. Om en ”Popular Tags” lista dyker upp, lägg då till de relevanta taggningarna till din taggningslista.

Andra tips

*Ladda ner [Tumblr bokmärken](#) (Tumblr Bookmarklet) för enkel publicering

*Installera [Tumblr Mobil eller iPad Applikationen](#) för publicering från din telefon eller surfplatta.

*[Installera Disqus](#) för att aktivera kommentarer på Tumblr

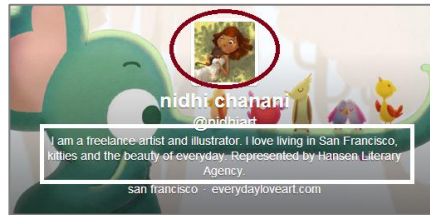


Zazzle



Twitter

1- Skapa ett Twitter konto



- Fyll i ditt namn, bio, webbsida, plats, bild, rubrikbild. Använd dimensioner **Twitter** rekommenderar.
- Håll kvar vid ditt tema genom att använda designen från din Zazzle butik som din bakgrundsbild.
- Använd nyckelord i din bio och säkerställ att det reflekterar dig och ditt varumärke.

2 – Följ människor, anslut till kataloger, använd hanteringsverktyg

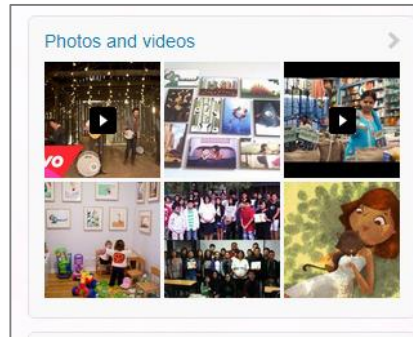


- Följ människor som har samma intresse som dig. Om du är en vattenfärgsartist, sök för #vattenfärg och följ personer som dyker upp. (Det hjälper att följa kändisar och människor med många följare.)
- Anslut till **Twitter kataloger** som **Twellow**, som är en bra plats att hitta människor att följa eftersom du kan söka per kategori som konst, heminredning, sociala medier, etc.
- Användbara följ-verktyg som **Tweet Adder**, **Tweeter Karma** och **Friend or Follow** för att följa människor tillbaka och o-följa människor som inte följer dig tillbaka.
- Överfölj inte! **Twitter** har följ-gränser och om du följer för många människor, kan ditt konto stängas av. Läs mer om Twitters gränser [här](#).

Zazzle



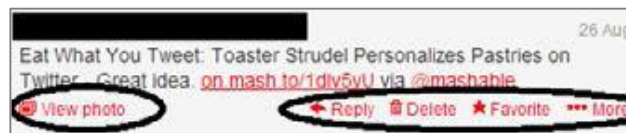
3 – Publicera, engagera & upptäck



- Publicera 4-5 gånger per dag och publicera olika media. (Det hjälper om ditt konto är anslutet till andra sociala konton som **Facebook** eller **Tumblr**, så du kan publicera på båda konton samtidigt.)
- Använd **hashtags** i dina tweets men inte för många. Två per tweet är tillräckligt och försök ha involvera hashtagget som en del av meningen.
- Kolla på vad som ökar i popularitet och delta i trenden. Det är ett bra sätt att bli mer synlig och visa en del av din personlighet och ditt konto.



- Integrera med följare genom att favorisera, svara, tweetra på andras tweets.
- Använd **upptäckningsverktyg** för att söka för nytt innehåll och ny människor att följa.



4 – Examples

- Här är några bra exempel av Zazzle design Twitter konton.

<https://twitter.com/nidhiart>

<https://twitter.com/g8tee>

Zazzle



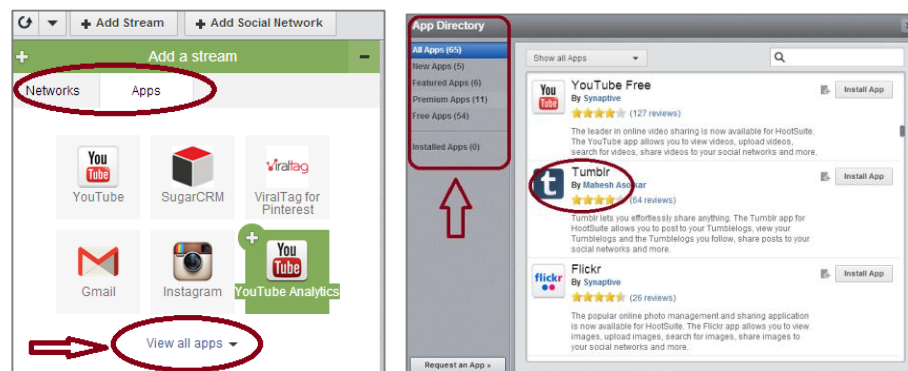
Hootsuite

1 – Sätt upp ditt konto



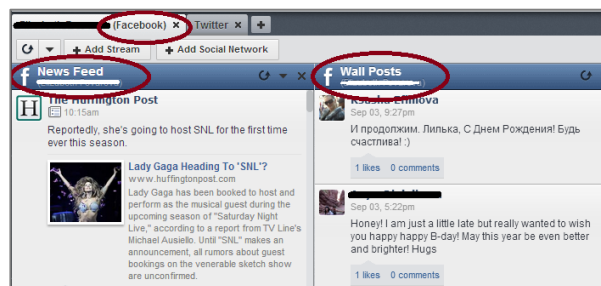
Registrera med in epost, och synkronisera sedan med dina sociala media nätverk. Med gratiskontot kan du lägga till upp till 5 unika sociala profiler.

HootSuite är integrerad med många av de största sociala medierna som **Facebook**, **Twitter** and **Google+**. För de sociala medier som **HootSuite** inte är direkt integrerad med, som t.ex. **Tumblr**, finns det ett alternativ att ladda ner dessa nätverk som **HootSuite** appar. Så för att lägga till **Tumblr** till dina **HootSuite**-profile måste du först ladda det från app-sektionen som visas nedan.



2 – Organisera & övervaka

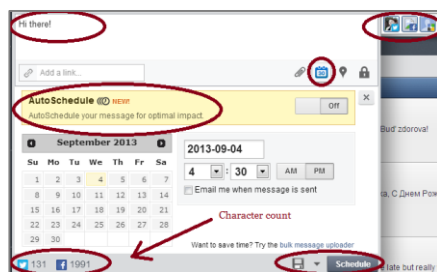
Avgör vilka strömmar för varje enskild profil som du är mest intresserad av. Vill du se dina inlägg **Facebook**, kanske dina omnämnanden och twittranden från din **Twitter** profil? Valet är ditt att göra.



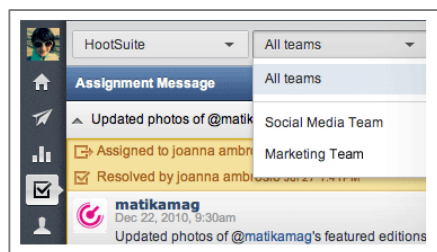
Zazzle



3 – Hantera

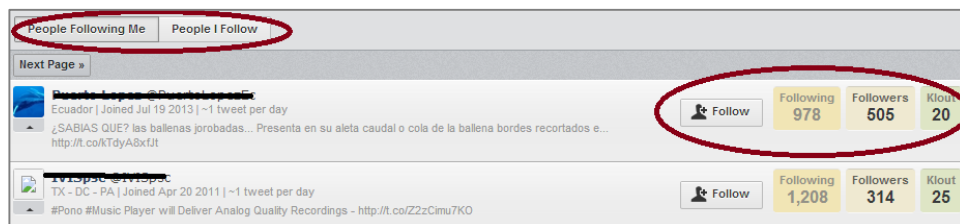


Schemaläggning är en av de största fördelarna med **HootSuite**. Du kan skriva ett enkelt meddelande och schemalägga det för att publiceras på alla dina sociala nätverk. Det hjälper dig att planera i förväg för när du vet att du kommer vara upptagen för det håller dina nätverk aktiva. Du kan välja tiderna du vill att dina publiceringar ska ske eller använda auto-schemaläggningens alternativ som delar dina meddelanden vid optimala tider. Jag rekommenderar att testa båda och se vilket alternativ som ger dig mer synlighet.



Om du har ett team och valt att använda Pro-alternativet av **HootSuite** och några andra nätverk genom att klicka på "Kontakter"-fliken på sidofältet.

Ännu en bra egenskap är att du kan övervaka dina följare och Klout poäng för **Twitter**, **Google+** och några andra nätverk genom att klicka på "Kontakter"-fliken på sidofältet.

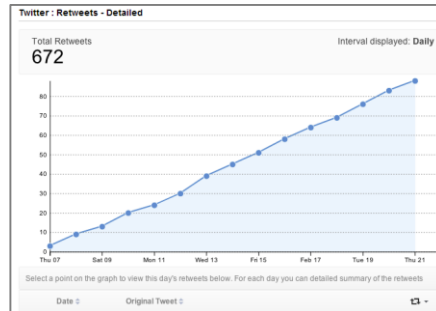


4

Zazzle



4 – Analysera



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%

Översiktsrapporter av dina sociala konton är tillgängliga via gratisversionen av **HootSuite** men de har väldigt lite information. Om du planerar att använda **HootSuite** via gratisversionen av **HootSuite**, men de har väldigt lite information. Om du planerar att använda **HootSuite** som ditt centrum av dina sociala nätverk hade det kanske varit värt att köpa pro-alternativet så att du kan se alla tillgängliga analyser på ett ställe. Några sociala mediernas nätverk, som **Facebook**, till exempel, erbjuder deras egna analytiska verktyg efter att din sida nått 30 gillningar. **Twitter**, å andra sidan, erbjuder inga verktyg alls, så om du använder Twitter mycket hade detta kanske varit ett bra alternativ. Du kan också skapa skräddarsydda rapporter med **HootSuite Pro.**, vilka kommer tillåta dig gräva djupare och verkligen förstå dina siffror och vilka kampanjer funkar bäst för ditt företag.

Zazzle



Sökordstips

1 – Brainstorma initiala nyckelord idéer

Börja med nyckelord som relaterar till din produkt. Till exempel, om du designar bröllops inbjudningar, kanske dina allmänna sökord kan vara:

inbjudningar bröllop
bröllop
inbjudningar speciella tillfällen

2 – Använda Google nyckelordplaneraren

Google Keyword Planner Planeraren kan ge dig idéer på andra nyckelord du kan använda. Det kan också berätta vilka nyckelord människor söker för mest och vilka nyckelord är i hög efterfråga.

Steg 1:

Logga in till ditt Google konto. Om du inte har ett-gå till www.google.com och skapa ett.

Zazzle

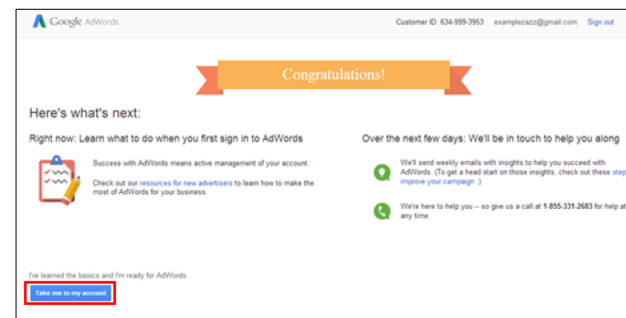


Steg 2:

Klicka på "Hoppa över guidade installationen" (Skip the guided setup). Ange sedan önskad information om ditt läge och klicka på "Spara och fortsätt" (Save and continue).

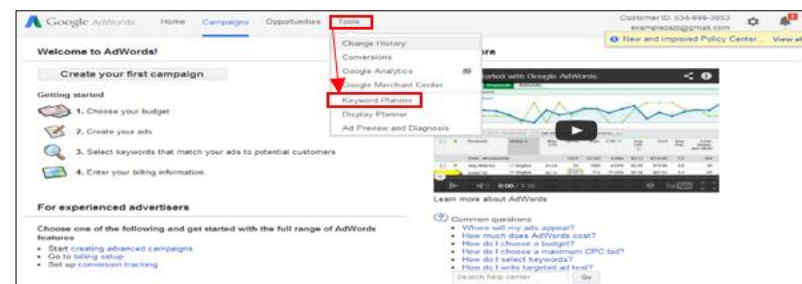
Steg 3:

Klicka på "Ta mig till mitt konto" (Take me to my account) knappen.



Steg 4:

Gå till fliken "Verktyg" (Tools) och välj "Nyckelord planerare" (Keyword planner)



Zazzle



Steg 5:

Du kommer att presenteras med 4 alternativ.

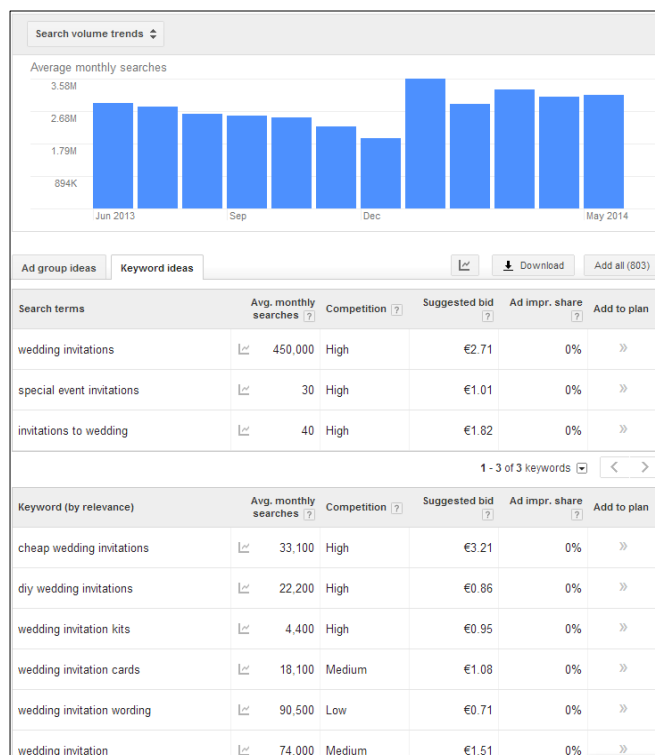
- Välj den första – “Sök efter nya nyckelord och annonsgrupps idéer” (Search for new keyword and ad group ideas)
- Sedan se till att du ändrar mållandet (er) och språk under sektionen "Målinriktning" (Targeting)
- Du kanske också vill ändra "Nyckelord Val" (Keyword Options) från "brett relaterade" (broadly related) till "nära relaterade" (closely related)
- Fyll i minst ett av de tre fälten under "Skriv in ett eller flera av följande" (Enter one or more of the following). Ju mer du fyller i ju mer riktade sökresultaten kommer att vara.
- Klicka "Få idéer" (Get ideas)

The screenshot shows the Google Keyword Planner interface. The main heading is "Keyword Planner" with the subtitle "Plan your next search campaign". Below this, a section titled "What would you like to do?" lists 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 it. Below this, a red box labeled "3" highlights the "Enter one or more of the following:" section, which includes a text input field for "Your product or service" with the example "For example, flowers or used cars". To the left, a red box labeled "1" highlights the "Targeting" section, which includes "All locations" and "English" with dropdown arrows. To the right, a red box labeled "2" highlights the "Keyword options" section, which includes "Show broadly related ideas" and "Hide keywords from my account" with dropdown arrows. Below this, a red box highlights the "Only show ideas closely related to my search terms" option, which is currently set to "OFF". At the bottom, a blue "Get ideas" button is visible.



Steg 6:

Utvärdera resultat och välj nyckelord. Du vill generellt ha nyckelord som har höga månatliga sökningar och låg konkurrens. Se till att du endast använder nyckelord som relaterar till ditt innehåll.



Det här är vad varje term i detta område betyder *:

Sökord: Dessa är de exakta nyckelord som du angav i steg 5d.

Nyckelord (efter relevans): Det här är en lista med nyckelord som Google anser vara mest relevanta för "sökord" nyckelord.

Genomsnittliga månatliga sökningar: Ganska självförklarande. Men kom ihåg att detta är en grov uppskattning och inte en helt rättvisande indikator på sökvolym. Dessutom kan vissa säsongss nyckelord (som "Halloween kostymer") få 50.000 sökningar i oktober och 100 i maj. Så den genomsnittliga sökningar per månad kan vara något missvisande i vissa fall.

Konkurrens: Detta återspeglar antalet annonsörer som ger anbud på detta nyckelord.

Förslag på anbud: En annan bra faktor för ett nyckelords intäktsskapande potential. Ju högre det föreslagna anbud är, desto mer lukrativ är trafiken.

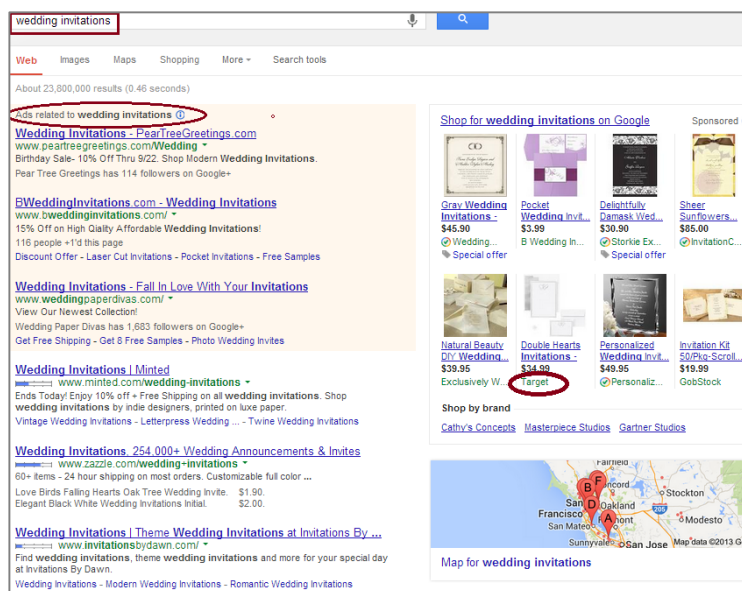
Fortsätt att leka omkring med verktyget för att prova andra nyckelord. Ibland visar Google inte alla sökord, särskilt om du inte använder det så ofta. Så ta dig tid att utforska olika nyckelords kombinationer. Det lönar sig!

Zazzle



3 – Konkurrent undersökning

Sök för dina sökord på olika sökmotorer som **Google**, **Bing** och **Yahoo** för att se vilka webbsidor kommer upp. Kolla för stora varumärken för att se om de är bland högst rekommenderade sidorna. Om de är det, är det kanske tufft att tävla med dem om man använder just de specifika sökorden du sökt på. Kolla även för annonsering på högersidan högst upp, det betyder oftast att det är väldigt lönsamt nyckelord. Sist men inte minst, säkerställ att detta nyckelord tar fram produkter och tjänster som är liknande till dina produkter och tjänster så att du vet att du riktar dig mot den korrekta publiken.



4 – Använd utvecklade ord

Använd längre nyckelord som "svart och vit klassiskt bröllop" eller "fyrkanter och cirklar bröllops inbjudningar" eller "bröllops inbjudningar inom 24 timmar". Även om dessa termer är mindre sökta på en given dag tenderar de att ha högre övergångshastighet. Kom bara ihåg att inte använda några nyckelord som inte relaterar till dina produkter eller tjänster.

5 – Använd nyckelordfraser i dina ämnen och innehåll

Kom upp med kreativa sätt att relatera till dina produkter med populära ämnen om du publicerar innehåll på din sida. Till exempel, någon kändis som gifter sig? Skriv om inbjudningarna de använde, skillnaderna och liknelserna i design mellan deras inbjudningar och dina. Använd sökord som relaterar till dessa kända personer så väl som dina egna sökord.

Nu vet du hur du kan hitta sökorden som är rätt för dig.

Zazzle



Snabb guide till SEO

Nu när vi har täckt grunden för nyckelord-undersökning, låt oss nu gå vidare och presentera hur man kan använda sökord för att förbättra sökmotoroptimeringen (Search Engine Optimization, [SEO](#)). Det är viktigt för kunder att ha möjligheten att hitta dina produkter när de söker [Zazzle](#). Genom att använda relevanta termer kan du förbättra dina chanser att synas högre upp på [Zazzles](#) sökresultat.

1 – Att välja en titel

Använd 3-5 beskrivande nyckelord som är relevanta till din produkt i din titel. Titeln är en av de största faktorerna som sökmotorerna tar hänsyn till för [sidorankning](#), så du vill vara säker på att använda relevanta och sammanhängande nyckelord.

Bra exempel: Tiger Lily Felt Wedding Invitation

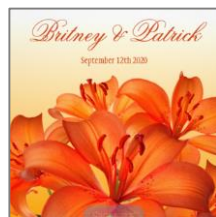
Dåligt exempel: Flower Invitation

2 – Skriva en beskrivning

Använd utvecklade ord i din beskrivning. Desto mer detaljer desto bättre – du kan även lägga till marknadsföringsmässiga meningar eller meningar om när någon eventuellt använder liknande vara. Använd en unik beskrivning för varje produkt, även om produkten är liknande. Du borde ha minst två meningar men ju längre beskrivning ju bättre.

Bra exempel: Fyra eld-röda tigerliljor på en fyrkantig inbjudan till sin form med gradvis vit och gul bakgrund inklusive ett område högst upp med plats för namn och datum för att göra kortet mer personlighet. Liljor täcker 3/4 av fyrkantiga inbjudan från botten och upp. Perfekt för ett naturbröllop eller om du älskar Tigerliljor.

Dåligt exempel: Tigerliljor bröllop inbjudningar



Title and Description	
Title *	
Tell us how you want to describe your item.	
	Tiger Lily Felt Wedding Invitations
Description *	
Tell us how you want to describe your item.	
	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 3/4 of the square invite from the bottom up. Perfect for a nature wedding, or if you love tiger lilies.

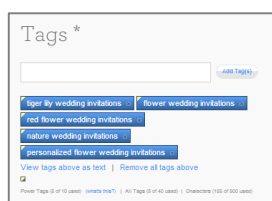
Zazzle



3 – Tagga din produkt

Taggningar är väldigt viktigt både för generell **SEO** och **Zazzle** sidosökning. Du har 10 "power tags" som kan hjälpa dig **Zazzle**-sökningen, så du borde välja dem väl. Du kan lägga till mer än tio men se bara till att de är relevanta. Precis som din beskrivning, borde dina taggningar vara unika för varje produkt. Även om du har flera produkttyper med samma design borde du skapa olika taggningar för varje av de produkterna.

Det bästa sättet att komma upp med dina taggningar (utöver att titta på dina nyckelord) är att tänka på vad du hade skrivit in vid en sökning om du hade sökt efter samma produkt. Om du hade tittat efter bröllopsinbjudningar, så hade du förmodligen en aning om vad du önskar, du hade inte enbart sökt efter "bröllops inbjudningar" för det är alldeles för generellt. Det är mer sannolikt att du hade sökt något mer specifikt som "tiger+liljor+bröllop+inbjudningar" eller "blommor+bröllop+inbjudningar" eller "personliga+blommor+bröllop+inbjudningar". (När du skapar dina Zazzle taggningar behöver du inte lägga till produkttypen i själva taggningarna eftersom Zazzle redan lägger till de delarna för dig. Till exempel, om din produkt är "tigerliljor bröllopsinbjudningar" hade du lagt "tiger liljor bröllop" som dina taggningar.



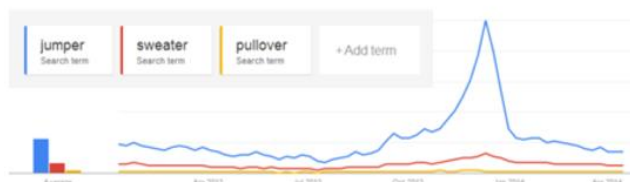
Kom bara ihåg att undvika orelevanta taggningar eftersom de kommer vara förvirrande för kunden som söker för de mest relevanta produkterna. Läs mer om Do's & Dont's av **Zazzles** taggningar [här](#).

4 – Google Trends

Google Trends låtar dig kolla hur populärt vissa sökord är över världen eller i specifika länder.

Du kan också välja data för specifika perioder, till exempel "Senaste 12 månaderna" eller "2012 – närvarande".

Detta är verkligen användbart när man väljer titlar och taggningar för dina produkter. Kanske kan flera ord användas för att referera till samma objekt, till exempel orden "jumper", "sweater" och "pullover" alla betyder samma sak på engelska. Men Google Trends visar att ordet "jumper" är det mest sökta ordet i Storbritannien. Go till <http://www.google.com/trends>



Zazzle



Vanliga frågor

Generella frågor

Vad är Zazzle Associate Programmet och hur funkar det?

Zazzle Associate Programmet är ett sätt att tjäna pengar genom att marknadsföra Zazzle produkter, butike eller någon annan Zazzle sida. När en kund klickar på din referenslänk kan Zazzle spåra alla potentiell försäljning tillbaka till dig så att du erhåller 15% av köpet som gjorts.

Behöver jag äga en butik på Zazzle för att vara en "associate"?

Nej, du behöver inte äga en **Zazzle-butik** för att vara en "associate".

Finns det några andra avgifter?

Det finns inga avgifter associerade med **Zazzle Associate Programmet**.

Vilka Zazzle sidor kan jag marknadsföra?

Du kan marknadsföra vilka Zazzles sidor som helst som innehåller produkter, butiker eller sökbara URLs.

Vart kan jag lära mig mer om framgångsrika strategier som andra har haft av att marknadsföra Zazzle produkter?

En bra resurs för att lära sig mer om att marknadsföra Zazzle produkter är **Zazzle forumet**.

Länkar, spårning & banderoller

Vilka Zazzle sidor kan jag länka till?

Du kan länka till vilken Zazzle sida som helst som innehåller produkter, butiker, sök, hemsidor.

Hur skapar jag en referenslänk?

Du skapar en **referenslänk** genom att lägga till "rf" parametern följt av ditt referens ID till den länken.

Du kan hitta din **referens (eller associate)** ID here. See more referral link examples **här**.

Länkexempel

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

Produktlänkar:

<http://www.zazzle.com/AnyStoreName?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXX>

Zazzle



Kan jag lägga till en spårbar kod till min länk?

Ja, du kan lägga till en spårbar kod till din länk genom att lägga till tc parametern följt med koden du valt att spåra. Se mer spårningsexempel [här](#).

Länkexempel

Referens Produktlänk om din spårningskod är FB12345678:

http://www.zazzle.com/product_description-PID?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXX&tc=FB12345678

Vart kan jag hitta Zazzle associate banderoller?

Du kan hitta Zazzle banderoller [här](#).

Provision & Betalning

Vad är provisionsavkastningen?

Zazzle provisionsavkastningen är 15% per försäljning plus upp till 17% [volymbonus](#).

Vad är kakans längd för en länk och hur funkar det?

Kakans längd är 45 dagar. Tiden nollställs varje 45:e dag och Zazzle kommer betala användaren som refererade flest potentiella kunder som genomförde köp.

Vad är minimum utbetalningen?

Minimumutbetalningen är det minsta belopp du kan tjäna innan du mottar din betalning. Din Zazzle-minimum är 600kr

Hur får jag betalt?

Du kommer få betalt via check eller Paypal.

Konto & Rapportering

Vart kan jag hitta min Associate ID information?

Du kan hitta ditt [Associate ID](#) i "[assocaite](#)" [sektionen](#) av ditt konto.

Vart kan jag hitta numret till mina länkar som människor klickat på?

Du kan hitta numret till dina länkar som människor klickat på under [linkover history](#) som är en del av "[associates](#)" [sektionen](#) av ditt konto.

Vart kan jag hitta information om min referens-försäljning?

Du kan hitta information om din försäljning i "[earnings summary](#)" av ditt konto.

Vilka typer av försäljningsinformation är tillgängliga till mig?

Du kan se dina referens-försäljningar per [produkt](#), [historia](#) och [total](#).

Zazzle



Kontakta oss

Nu när du har verktygen för att bli en expert Zazzle användare är det tid att sätta igång. Kom ihåg att det är lika lätt som att lägga till en länk till din Zazzle blogg, webbsida, Facebook sida, Google+ profil och mer! Med denna praktiska manual som din guide och kunskapsbredd från erfarna säljare i forumet, hade det inte tagit lång tid innan du är på väg mot din framgång.

Kontakta oss

Har du fortfarande frågor? Kontakta oss på associates@zazzle.com

Varumärken vi jobbar med

Har du inte en Zazzlebutik? Vi jobbar med många partners som Disney, Hallmar, Getty och mer. Se hela listan av varumärken [här](#).



Zazzle