

## **PRIMEIRO OU ÚLTIMO CLIQUE?**

O que é?

É a forma como o produtor escolhe para atribuir a sua comissão.

Por exemplo:

### **PRIMEIRO CLIQUE:**

Você apresenta o produto para pessoa pela primeira vez e ela não compra de você na primeira interação.

Mas ela comprou depois de alguns dias por um outro link de outro afiliado.

Você ganha a comissão mesmo assim. Porque o primeiro clique foi com você.

### **ÚLTIMO CLIQUE:**

Você apresenta o produto para pessoa pela primeira vez e ela não comprou de você.

Mas ela comprou depois por um outro link de um outro afiliado.

Você **NÃO** ganha a comissão nesse caso. Porque a atribuição da comissão é **pelo último contato do cliente com produto**.

Essa disputa acontece somente entre afiliados. Porque o link do produtor, **NUNCA** sobrepõe de um afiliado.

Ou seja, se a atribuição é último clique ou primeiro clique, e você que apresenta esse produto a um cliente, e ele não compra com você no primeiro instante e depois compra diretamente no site oficial do produtor, você ainda sim ganha comissão.

Porque o link do produto não passa por cima de um afiliado.

Então, essa disputa NUNCA é com o produtor. Você só perderia se o cliente comprasse de um outro afiliado.

**OBS: NÃO TEM RELAÇÃO NENHUMA COM ATRIBUIÇÃO DO PIXEL DO GOOGLE.**

AFINAL, qual é melhor então?

Não tem melhor. Os dois têm seu **ônus e bônus**.

### **Vantagens do Primeiro Clique**

Você apresenta o produto ao cliente e depois ele pode fazer o tipo de pesquisa que for, no youtube, no google e mesmo assim quando ele for comprar, seu cookie já está marcado e você ganhará a comissão.

**Em teoria**, anunciar produto primeiro clique para o meio e topo de funil faria mais sentido.

Porque você apresentaria o produto a um cliente, e depois não precisaria mais se preocupar.

### **Desvantagem do Primeiro Clique:**

Que quando você vende na rede de pesquisa para fundo de funil esse cliente já foi marcado por uma outra pessoa. Ou seja, você vai pagar o clique, mas a comissão vai para o afiliado que apresentou o produto.

**Em teoria**, não faz sentido anunciar produtos de primeiro clique para uma palavra fundo de funil na rede de pesquisa do google, pensando que a pessoa já viria marcada.

## Vantagens do Último Clique:

Que para quem quem vende na rede de pesquisa seria o correto, **em teoria**.

Porque não importa a jornada do cliente, eu vou receber a comissão naquele último clique. Faria sentido anunciar para marca nesse caso, EM TEORIA.

## Desvantagem do Último Clique:

**Em teoria**, só faria sentido anunciar para palavras-chaves fundo de funil. Já que se eu anunciar para um palavra-chave topo/meio do funil, de pessoas que ainda não conhece o produto, essa pessoa pode não comprar naquele momento e ir pesquisar no youtube e comprar de um review de um outro afiliado por exemplo. E você não ganharia a comissão.

Entendido?

Ótimo, mas isso é tudo teoria. **Na PRÁTICA, tanto faz..** As duas formas vendem muito para primeiro clique anunciando para fundo de funil como para topo e vice-versa.

## Motivos:

1. Pessoas que têm primeiro contato com o produto, em 80% tomam decisões no primeiro clique, ou seja, não vai ter uma segunda jornada.

2. O produtor faz muito anúncios dos produtos para marca, ou seja, mesmo que esteja anunciando fundo de funil, nunca teve um contato com o link de outro afiliado.

Não importando se é primeiro ou último clique.

### **Conclusão:**

Não tome isso como base para escolher um produto e nem traçar uma estratégia.

Se colocar na balança as vendas, o que você perde em um, você ganha em outro. No fim, dá a mesma proporção em vendas os dois.