

# Rede de afiliados da Rakuten Advertising cresce 104% em vendas no Brasil em 2021

*Vendas impulsionadas pela plataforma registram alta de 45% nos pedidos, com destaque para programas de cupons e recompensas para gerar fidelidade*

SÃO PAULO, SP, BRAZIL, February 15, 2022 /EINPresswire.com/ -- A [Rakuten Advertising](#), empresa



O marketing de afiliados tem, cada vez mais, assumido o centro do palco como um canal digital estratégico no mercado nacional"

*Luiz Tanisho*

especializada em tecnologia para publicidade e marketing digital, celebra os bons resultados de 2021 e inicia 2022 com boas perspectivas diante do contínuo avanço, no Brasil e no mundo, do segmento de marketing de afiliados. Trata-se de uma modalidade de publicidade online na qual uma rede de produtores de conteúdo parceiros divulgam produtos e serviços dos anunciantes em troca de comissão para cada venda, volume de clique ou outra ação específica.

Em contínua evolução, os resultados da companhia que já haviam sido positivos em 2020 registraram um crescimento ainda mais acelerado em 2021, com uma alta de 104% nas vendas ao longo do ano no Brasil, por intermédio de uma parte significativa de sua rede mundial de 150 mil publishers ativos. A empresa credita esse avanço a uma combinação entre uma alta de 45% nos pedidos feitos no país e um ticket médio mais elevado. Em média, as vendas impulsionadas pelo canal têm um valor individual 15% superior.

Nesse cenário, as modalidades de maior sucesso foram os programas de cupons (que registraram alta de 59% em 2021) e de recompensas focadas em gerar fidelidade (+52%). Entre as verticais que mais cresceram estão as vendas de utilidades domésticas (+197%), seguidas de produtos de luxo (+50%), itens automotivos (+49%) e vestuário (+49%).

Produtos para esportes de verão e reparo automotivo foram os mais vendidos no início de 2021 e tiveram o seu pico de vendas atingido antes do Dia dos Namorados – época em que os itens da categoria de presentes também se destacaram. Já a maioria das outras categorias começou a registrar mais pedidos à medida que o outono se aproximava, perto de abril e maio. As áreas que mais refletiram esse impacto foram as de calçados, alimentos e bebidas e móveis.

"O marketing de afiliados tem, cada vez mais, assumido o centro do palco como um canal digital estratégico no mercado nacional", afirma Luiz Tanisho, vice-presidente e country manager da

Rakuten Advertising no Brasil. "Esses movimentos, que abrangem diferentes segmentos e geram resultados importantes para diversos anunciantes, refletem a crescente confiança na nossa rede de afiliados e sua relevância cada vez maior no mundo digital. Essa é a base do nosso crescimento no Brasil, onde projetamos resultados cada vez mais animadores", diz o executivo.

No quarto trimestre do ano passado, a rede viu os pedidos de clientes por meio da rede de afiliados dispararem no mundo todo. Considerando apenas novembro, um mês importante para o varejo online em virtude de datas como a Black Friday e a Cyber Monday, o Brasil avançou 48% entre 2019 e 2021. Esse foi o terceiro maior crescimento entre os mercados de atuação da Rakuten Advertising. Em outros países, no mesmo período, o volume de pedidos aumentou 169% na Alemanha, 88% no Reino Unido, 35% nos Estados Unidos, 28% na França e 16% no Canadá.

Com pessoas em todo o mundo em confinamento, os últimos dois anos foram marcados por um crescente número de afiliados trabalhando com marcas para substituir a falta de experiências dentro das lojas físicas ("in store"). Essa mudança de comportamento e a demanda por consumo de conteúdo levaram as empresas de mídia e os parceiros de conteúdo a monetizar ainda mais a sua oferta.

"A evolução da vertical de conteúdo significa que os anunciantes podem trabalhar de forma mais estratégica com os parceiros para atenderem a KPIs específicos. Por exemplo, a aquisição de novos clientes ou a promoção de um produto específico", explica Tanisho. É dessa forma que, segundo o executivo, clientes online que consomem conteúdo estão aumentando suas compras por meio de produtores de conteúdo que ajudam a aprimorar essa experiência – seja por meio de análises de produtos, vouchers ou a concessão de cashback como um incentivo à fidelização.

Mila Gallate

MARCO

+55 11 99664-9453

mila@marco.agency

---

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/563114505>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2022 IPD Group, Inc. All Right Reserved.