

出海品牌如何 高效链接全球媒体？ 从关键词到合作增长的新策略

目

录

1

选对合作伙伴——撬动长期增长的关键

2

第1步：深入洞察竞争对手

3

第2步：通过关键词研究挖掘潜在合作伙伴

4

第3步：透过 SERP 分析，洞察合作伙伴潜力

5

第4步：借助合作伙伴营销平台，精细化筛选高潜合作伙伴

6

第5步：高效筛选潜在对象，锁定优质合作伙伴

7

第6步：全流程管理：合作伙伴开发、招募与合作

第1章——

选对合作伙伴——撬动长期增长的关键

广告退潮，合作伙伴营销登场。



数据显示，消费者越来越依赖口碑与推荐：

86% 的人认为评价与推荐对购买决策至关重要，
相比之下，广告的影响力仅占 2%。

impact.com的首席执行官David A. Yovanno强调：

广告和合作伙伴并不需要二选一，
两者是品牌增长不可或缺的双引擎。

“渠道之间并非彼此竞争的关系，而应该协同发力。
如果品牌只做广告而忽略通过合作伙伴发起话题、
放大声量，就难以建立真正的市场影响力，
容易在竞争中落于下风。”



David A. Yovanno
首席执行官 & 董事会成员
impact.com

成功的合作伙伴营销项目不仅能够带来可观的投资回报和品牌曝光，还能持续释放增长潜力。但与此同时也面临着诸多挑战。

许多品牌在运营合作伙伴营销项目时切身感受到了开发和招募优质合作伙伴的难度。在数以百万计的潜在合作伙伴中，品牌需要精准识别那些真正契合自身受众、目标与调性的对象。



Semrush联盟营销业务负责人Lina Tichomirova指出，审慎选择合作伙伴至关重要：

“招募时需要在深入调研后筛选出能够真正触达目标受众的合作伙伴。调研与招募的质量很大程度上决定了渠道的整体表现以及品牌的市场声誉——因为这些合作伙伴，代表着品牌在外部的形象与声音。”



Lina Tichomirova
联盟营销业务负责人
Semrush



寻找能够推动营销项目增长
并提升投资回报率的合作伙伴并不简单，
但借助impact.com与Semrush的专业能力，
品牌可以更高效地达成目标。

这本实操指南包含一系列高效的策略，
能够帮助品牌筛选、招募并激活合作伙伴。

借助impact.com合作伙伴营销平台
和像Semrush这样的关键词研究工具，
品牌营销人员可以更高效地筛选潜在伙伴，
并顺畅地建立长期、互利的合作关系。

第2章—— 第1步：深入洞察竞争对手

寻找理想合作伙伴的第一步，
是深入了解品牌所在行业的竞争格局。
在这一阶段，品牌营销人员的目标包括：

- 明确主要竞品
- 分析竞争对手的目标受众
- 了解他们如何触达目标受众

这一步的分析将帮助品牌优化联盟营销策略，
更清晰地理解目标用户，并有效评估自身执行进度。

**深入了解竞品，
是招募优质合作伙伴的基础。**



通过研究竞品的受众，营销人员将了解到：

- 品牌的目标受众与竞品的目标受众重合度有多高
(是否在争夺同一批用户和合作伙伴?)。
- 如果重合度低于预期，应该将重点转向哪些新的目标人群？

深入研究竞品的策略，

能帮助品牌识别高效的增长路径与潜力渠道。

譬如，营销人员可能会发现社媒平台的链接会带来可观流量，
而长篇博文的效果却不理想。

在这种情况下，可以考虑将资源更多投入到**红人营销**，
而非传统联盟渠道。





如何识别竞对

首先，从搜索入手。

这个阶段的重点，是找出那些在争夺品牌目标用户注意力的公司，而不必急于关注他们的合作伙伴营销项目。

如果不确定谁在与自家品牌竞争，

Semrush的「**Market Explorer**」功能可以一键了解市场格局，输入域名即可生成分析报告。

以在线旅游服务平台Booking.com为例，

「**Market Explorer**」会根据各网站在市场中的流量占比，列出主要竞对，并提供每个竞对在其他市场的表现概览和关键洞察。

在此案例中，
我们发现Booking.com占据市场主导地位，
这与其流量趋势和受众特征相符。

「Share of Visits」数据显示，
Tripadvisor处于市场总流量的第二位。

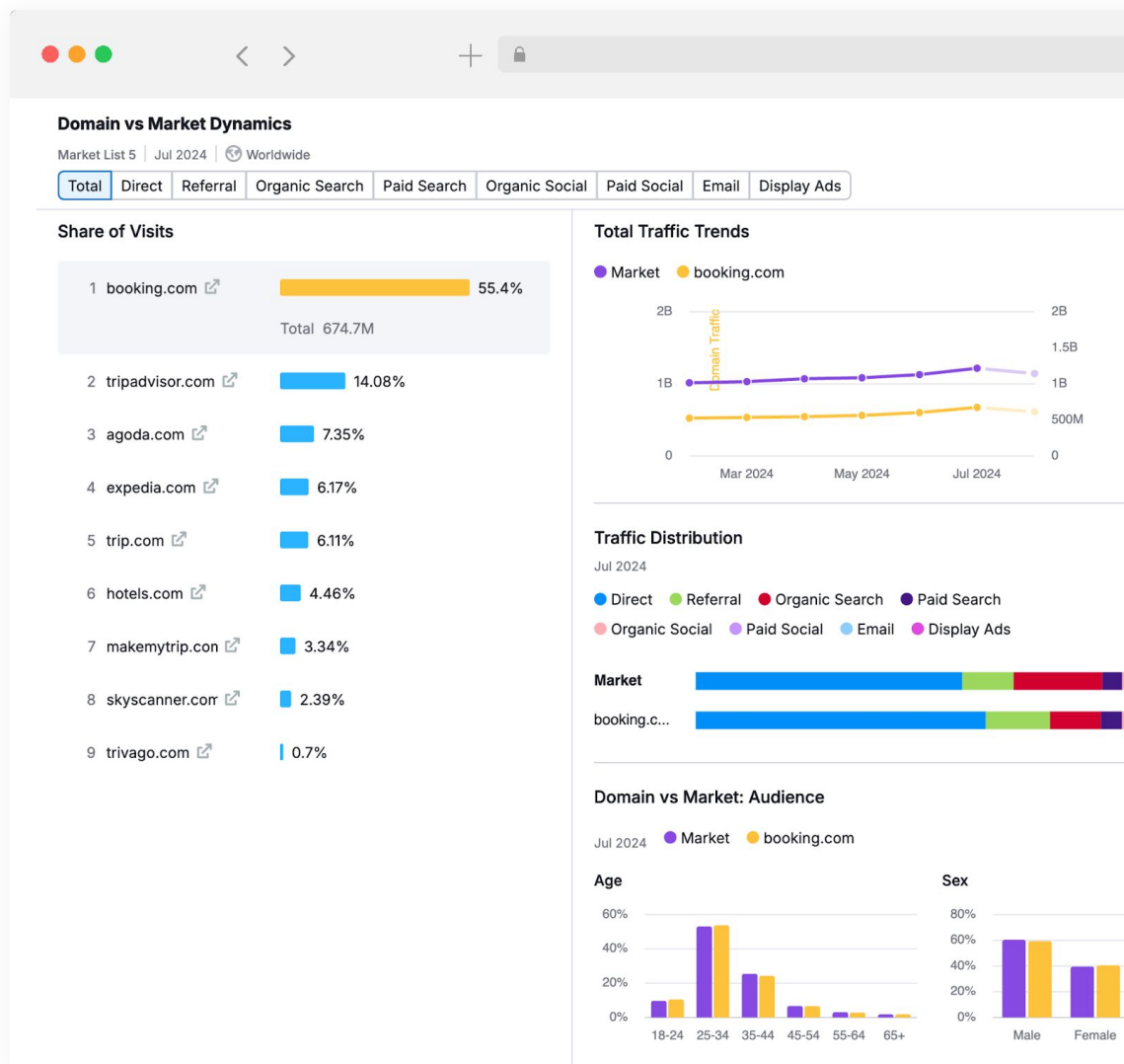
「Traffic Distribution」数据显示，
Booking.com的自然流量低于整体市场趋势，
但其推荐流量更高，
这意味着它可能拥有比竞对更多的联盟合作伙伴。

**从识别受众重合度高的品牌开始，
开展竞品分析。**

SEO术语解释

自然流量：用户通过未付费的搜索结果访问品牌网站。

推荐流量：用户通过其他域名上的超链接访问品牌网站。



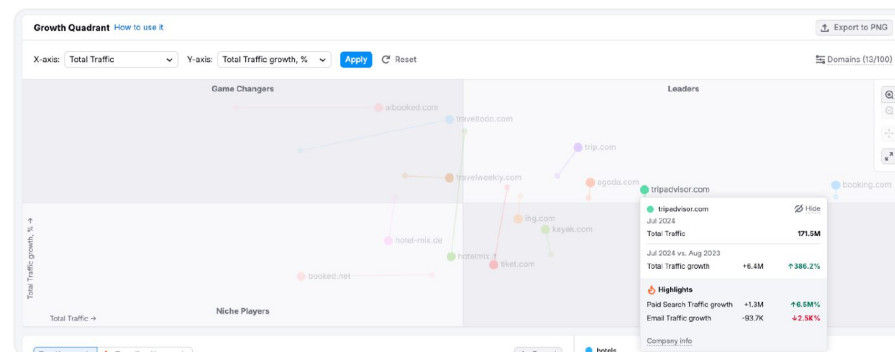
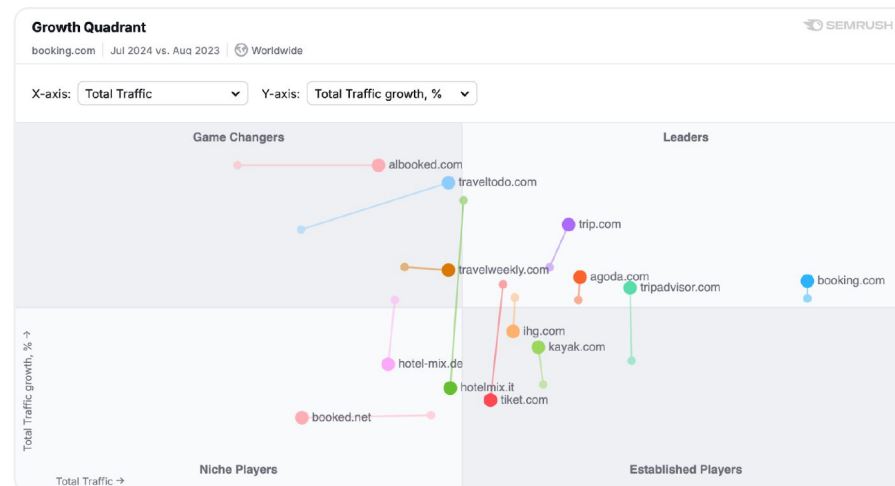
接下来是「**Growth Quadrant**」图表区域，
探索品牌所在行业关键品牌的增长趋势。

在此案例中，Tripadvisor凭借其显著的流量增长成为行业领军品牌。
相对来说，Booked.net则属于细分市场品牌，流量稳定但缺乏增长。
基于以上信息，整理一份竞对列表，并记录以下要点：

- 增长趋势
- 产品和受众是否与自家品牌一致
- 是否有合作伙伴营销项目

如果不确定竞对是否有合作伙伴营销项目，
可以访问其官网，页面底部查找类似：

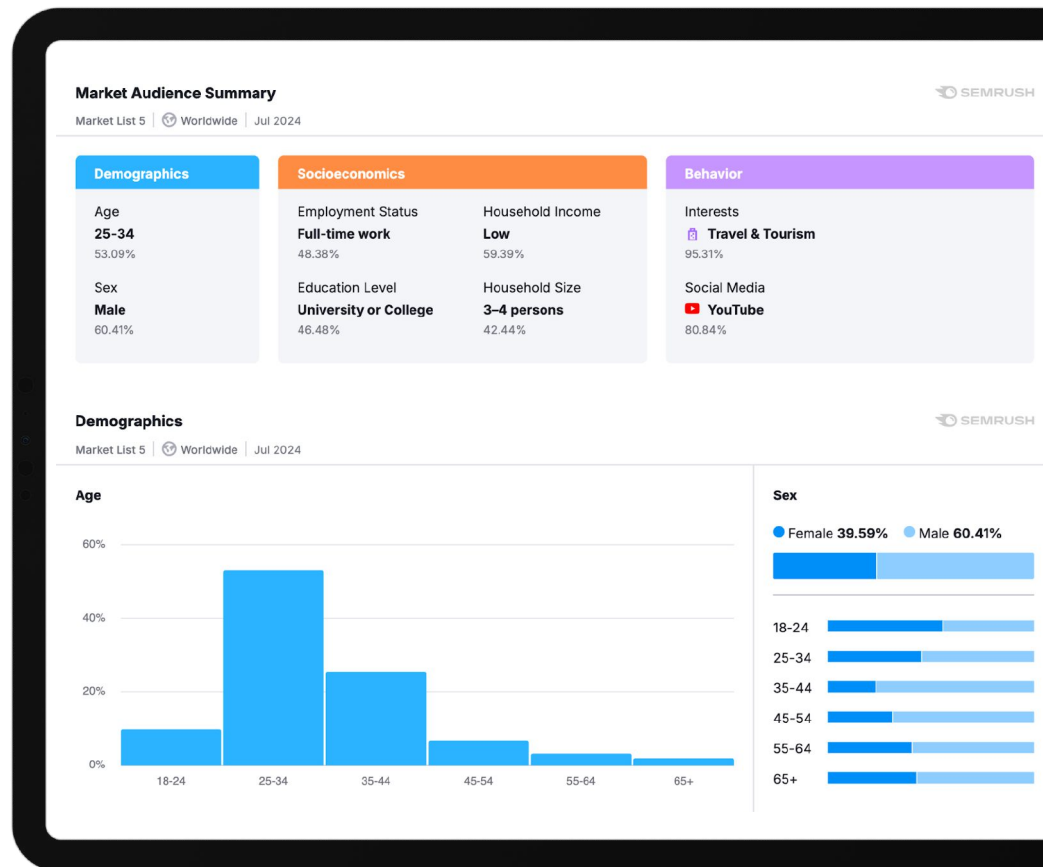
“referral program”（推荐计划）、
“affiliate program”（联盟计划）、
“influencer/creator program”（网红/创作者计划）或
“partner program”（合作伙伴计划）等字样。



接下来，打开「Audience」标签页，
查看品牌受众画像，
包括年龄、性别、常用社交媒体平台和兴趣偏好等信息。

掌握这些信息后，
品牌营销人员可以有针对性地招募到契合的合作伙伴：

- 会在品牌受众最活跃的平台发布内容
- 能精准触达目标受众
- 会积极参与相关社区、论坛及细分兴趣群组
- 与所在细分领域中受欢迎的创作者合作
- 产出与受众价值观和兴趣高度契合的内容
- 提供与品牌产品相配套的增值产品或服务



竞对分析如何影响合作伙伴营销策略？

深入分析竞对的流量来源和渠道将帮助品牌了解：

- **最高效的合作伙伴类型：**

通过分析竞对各渠道的流量来源，
营销人员可以确定哪些类型的合作伙伴带来了可观的流量。

- **潜在优质合作伙伴：**

通过识别竞争对手的热门关键词，
找到同样在这些关键词中排名靠前的潜在合作伙伴，
并与他们建联。

- **竞争对手现有的合作伙伴。**

通过反向链接分析，了解哪些外部网站正为竞品引流，
从而找到他们可能已有的合作伙伴。

- **最高效的链接形式。**

通过进一步分析反向链接，
营销人员可以看出哪种类型的图像或文本链接效果最好，
以及它们在合作网站中的具体用法。

竞品洞察不仅能帮助品牌发现优化项目的关键切入点，
还能帮助品牌在营销策略上赢得先机。

第3章——

第2步：通过关键词研究挖掘潜在合作伙伴

深入了解过竞争对手后，可以进一步开展关键词研究。

关键词研究可以帮助营销人员找到

有助于提高品牌曝光度的合作伙伴。

通过锁定合适的关键词，营销人员可以看到哪些合作伙伴

已经与品牌的目标受众建立了联系。

那么如何利用这些关键词去发掘并建立合作关系，

从而推动品牌获得更大的增长和关注度呢？

**锁定合适的关键词，
可以帮助品牌找到已经与目标受众建联的
潜在合作伙伴。**

“SEO 策略可以帮助品牌拓展新的合作伙伴，尤其是那些已经在相关关键词上排名靠前的网站。这样做往往效率更高，因为这些网站本身具备优质内容和稳定流量，品牌产品能够自然地融入其中。

不过，这种方式也存在风险。Google搜索算法的调整可能会影响网站排名，因此在招募新伙伴时，切记不要依赖单一方法，而应保持多元化的渠道布局。”



Lina Tichomirova
联盟营销业务负责人
Semrush

如何开始关键词研究

首先，营销人员需要明确想研究的关键词。

找到目标受众使用的具体搜索词将有助于

根据受众需求对品牌的搜索关键词和合作伙伴建联策略进行调整。

营销人员可以利用以下几种方式定位关键词：

1. 与 **SEO 团队或品牌营销团队** 合作，获取他们整理的关键词清单
2. 根据行业或特定营销活动（譬如新产品功能、季节性营销活动主题、特别优惠等）**进行头脑风暴，整理出关键词列表。**
3. **参考竞对分析洞察**，找出竞争对手在自然搜索中排名前十的核心关键词。

分析
对比

关键词





整理好关键词清单后就可以正式启动关键词研究了。

Semrush拥有业内最强大的关键词数据库，

覆盖超过**260亿个关键词**。

同时，它具备**AI驱动的智能功能**，

能够根据特定网站自动生成更具针对性的关键词推荐。

操作也很简单，营销人员只需在工具界面的

AI 智能筛选栏中输入网址，

系统就会呈现一份完整的关键词洞察。

使用「Keyword Overview」工具

接下来，从清单中选择一个关键词，输入至[Semrush「Keyword Overview」工具](#)。

该工具将会生成该关键词的整体表现数据，帮助营销人员快速评估其潜在价值。

如何 1. 打开Semrush，从导航栏选择「**Keyword Overview**」工具。

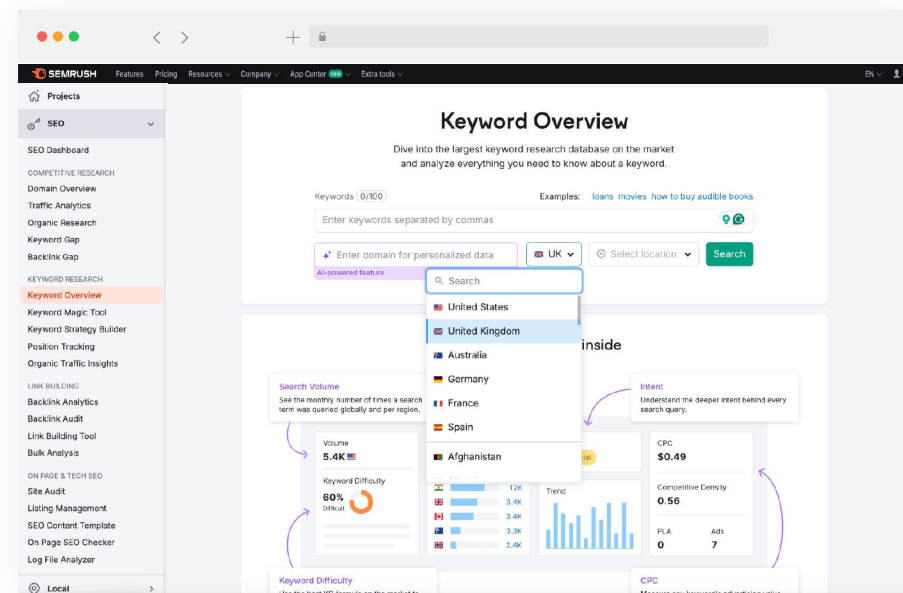
使用 2. 输入种子关键词

——与特定行业、话题或细分领域相关的广泛和一般性术语

在这个案例中，我们使用“**travel on a budget**”作为关键词。

3. 在下拉菜单中选择与品牌目标受众相关的地理位置，
以确保显示当地搜索行为数据。

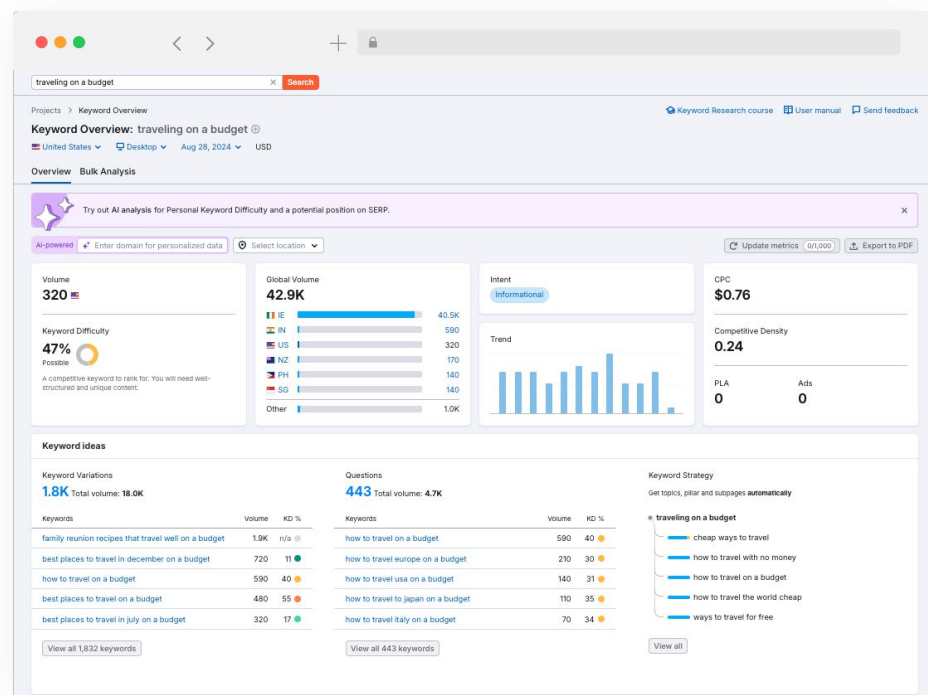
4. 点击**Search**，即可获得该关键词的整体数据表现。



查看关键指标

「**Keyword Overview**」会对目标关键词进行深入分析，展示一系列核心指标，包括：

- **搜索量（Search Volume）：**
每月的平均搜索次数
- **关键词难度（Keyword Difficulty, KD）：**
用于衡量在搜索引擎结果页面（SERP）上获得较高排名的难易程度
- **搜索意图（Intent）：**
该关键词的搜索目的——信息型、导航型、商业型、交易型
- **趋势（Trend）：**
该关键词的搜索热度随时间的变化情况
- **SERP功能（SERP Features）：**
除标准自然搜索结果之外，出现在搜索结果中的特殊样式，如精选摘要、评论或图片等。



数据赋能行动

根据上一页的内容，可以得出以下信息：

- **关键词难度中等**

有机会单独进入首页排名，

但如果能与已在该关键词上有排名的合作方合作，

会更快提升可见度。

这种策略尤其适用于难度在 50% 以上的关键词。

- **关键词在爱尔兰地区热度很高**

通过合适的合作伙伴，可以有效触达爱尔兰受众。

- **该关键词属于信息型搜索意图**

这些关键词的搜索者更倾向于寻找信息，而非直接进行消费。

因此，可以考虑招募能够帮助建立品牌知名度的网红合作伙伴，

而不是以转化为导向的联盟营销合作伙伴。

- **包含“travel on a budget”的热门主题**

可以查看更多与之相关的关键词和短语，如“穷游日本”，

可以帮助品牌决定推广的产品类型，

或为给合作伙伴的素材提供参考。

- **关键洞察**

关键词“travel on a budget”搜索量可观，

难度中等，且具有信息意图。

说明用户主要是在寻找参考内容，而非立即消费。

整体来看，整体来看，

这一关键词方向非常适合在合作伙伴营销策略中重点布局。

进一步探索「Keyword Magic Tool」

借助「[Keyword Magic Tool](#)」，

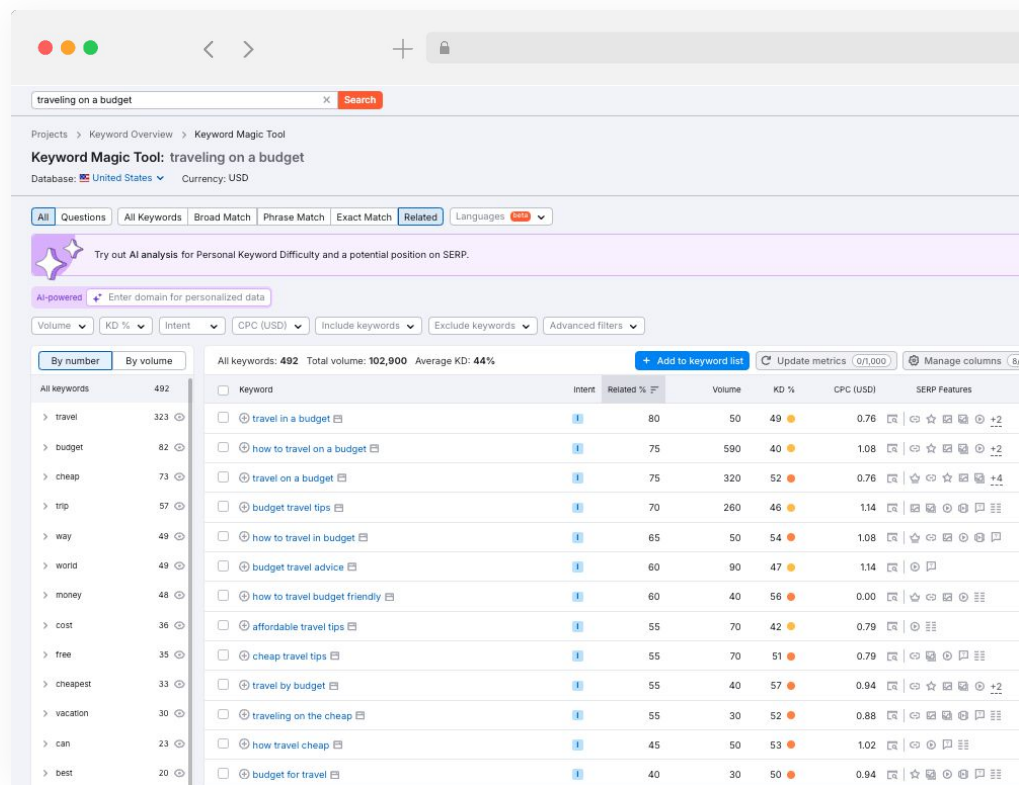
营销人员可以从种子关键词拓展出丰富的相关词汇，

用来完善关键词策略，更好地进行搜索结果分析和合作伙伴招募。

操作指南如下：

1. 从Semrush导航栏里选择「**Keyword Magic Tool**」。
2. 输入之前使用的种子关键词（如“**travel on a budget**”）并设置目标受众对应的地域。
3. 浏览其生成的相关关键词清单，
并关注核心指标，如搜索量、关键词难度、搜索意图等。

借助Semrush的「Keyword Magic Tool」
可以更高效地优化搜索结果分析，
并拓展联盟合作伙伴。



Keyword	Volume	KD %	CPC (USD)	SERP Features
travel in a budget	50	49	0.76	☆ ☆ ☆ ☆ +2
how to travel on a budget	590	40	1.08	☆ ☆ ☆ ☆ +2
travel on a budget	320	52	0.76	☆ ☆ ☆ ☆ +4
budget travel tips	260	46	1.14	☆ ☆ ☆ ☆ +2
how to travel in budget	65	54	1.08	☆ ☆ ☆ ☆ +2
budget travel advice	90	47	1.14	☆ ☆ ☆ ☆ +2
how to travel budget friendly	40	56	0.00	☆ ☆ ☆ ☆ +2
affordable travel tips	70	42	0.79	☆ ☆ ☆ ☆ +2
cheap travel tips	70	51	0.79	☆ ☆ ☆ ☆ +2
travel by budget	40	57	0.94	☆ ☆ ☆ ☆ +2
traveling on the cheap	30	52	0.88	☆ ☆ ☆ ☆ +2
how travel cheap	45	53	1.02	☆ ☆ ☆ ☆ +2
budget for travel	30	50	0.94	☆ ☆ ☆ ☆ +2

洞察搜索意图，打造覆盖全漏斗的增长策略

品牌营销人员可以通过整合各种关键词变体和深入研究关键词背后的用户搜索意图，强化全漏斗策略。譬如，某些搜索量较低但具有强烈商业意图的关键词，往往能带来更高的合作转化率。

关键词意图可以分为以下类型：

- **信息型关键词 (Informational)**

吸引寻找知识和信息的用户，适合用来创作有价值的内容，建立信任与专业权威感。

- **商业型关键词 (Commercial)**

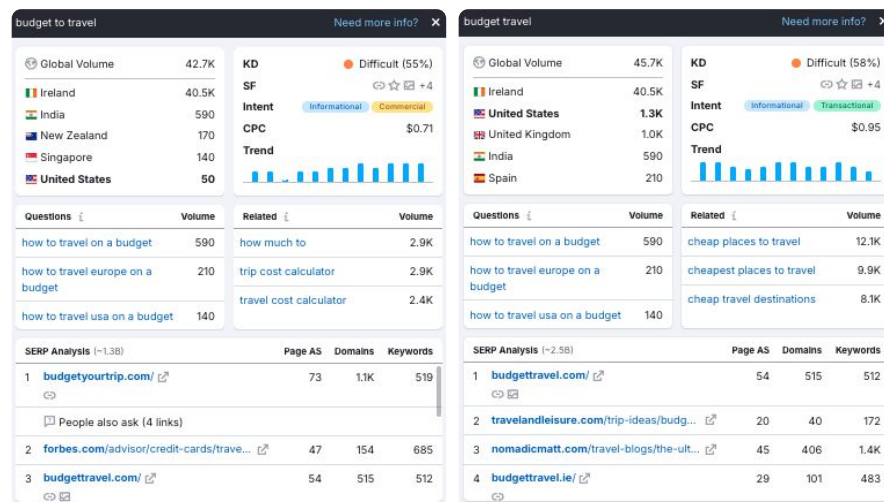
针对正处于考虑阶段的用户，适合用于产品对比或测评类内容，推动联盟转化。

- **交易型关键词 (Transactional)**

着眼于准备下单的用户，适合直接推广产品或发起合作，抓住成交机会。

根据不同的关键词意图，灵活调整关键词策略，可以帮助品牌构建覆盖整个消费者旅程的合作伙伴营销策略。

建议营销人员每月或每季度保持周期性复盘，持续优化关键词组合，以便既能达成短期目标，又能持续支撑长期增长策略。



分析与“travel on a budget”相关的关键词的意图，可以为 Booking.com 提供一组更加多样化的目标关键词，从而覆盖整个营销漏斗。

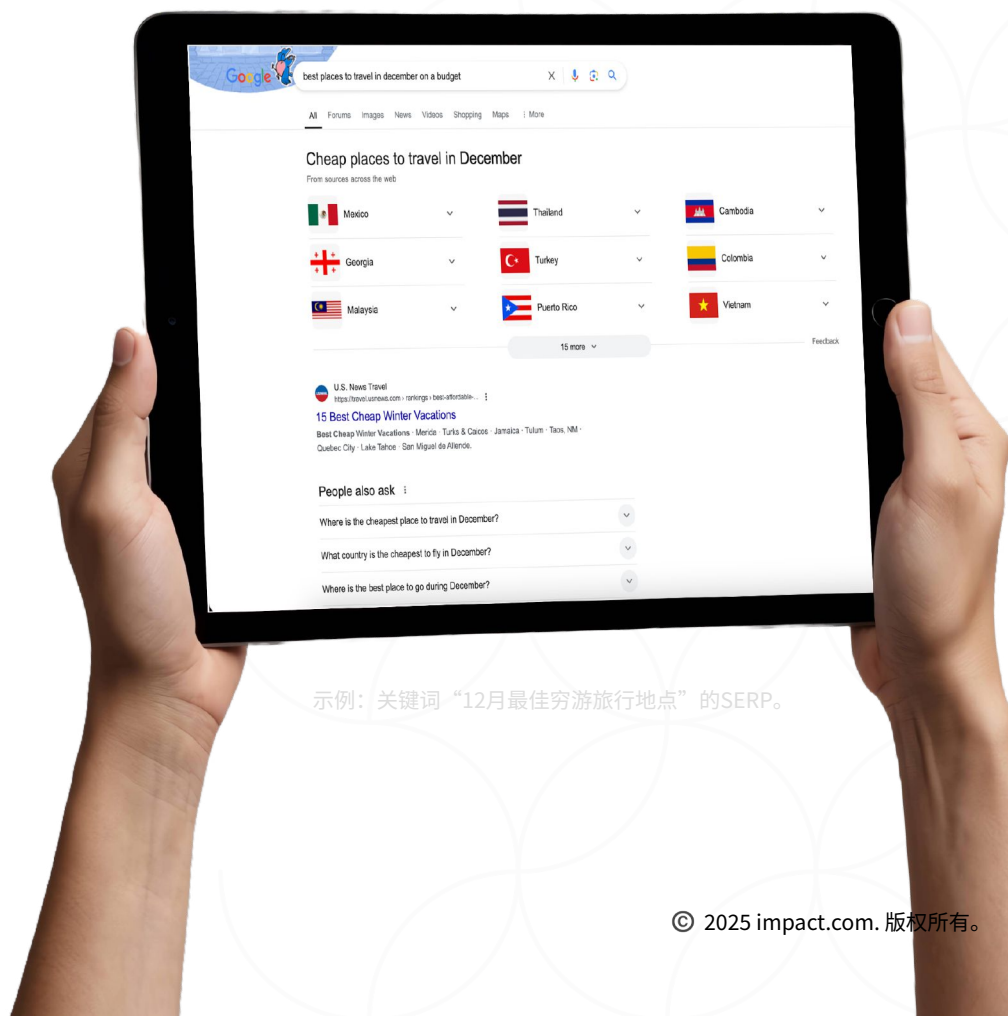
第4章——

第3步：透过 SERP 分析，洞察合作伙伴潜力

整理好关键词清单后，就可以开始分析这些关键词在搜索结果页（SERP）中的表现，并以此识别出在目标关键词的搜索结果中排名靠前的网站。

对特定关键词进行**SERP分析**可以帮助品牌找到具备高曝光度、且在目标受众中拥有较强影响力的博客或网站合作伙伴。一般来说，一个网站的 SEO 实力越强，其内容就越有可能出现在自然搜索结果的前排位置。

在进行 SERP 分析时，重点留意那些在 Google 上与自己品牌的核心主题或关键词排名靠前的网站——他们很可能就是值得品牌优先合作的伙伴。



示例：关键词“12月最佳穷游旅行地点”的SERP。

使用Keyword Overview 工具

Semrush的「Keyword Overview」工具

可以让营销人员快速了解某个关键词在搜索结果页（SERP）中的整体表现。

它会展示在特定地域范围内，哪些网站或页面排名靠前，并提供网站权重、反向链接数量以及预计月度搜索流量等关键指标，帮助品牌快速判断潜在合作伙伴的影响力与可见度。



“如果不借助 SEO 工具，营销人员就只能手动分析搜索结果——这一过程不仅耗时，还容易出现主观偏差和数据不一致的情况。

因此，一款功能全面的 SEO 工具对于制定高效策略至关重要。

Semrush 拥有超过 260 亿个关键词的庞大数据库，能够替代繁琐的人工 SERP 分析，帮助营销人员基于数据做出更精准的决策，从而提升合作拓展的效率和成效。”



Olga Leonteva
Semrush 高级运营经理

以下页展示的SERP分析截图为例：

尽管流量和外链数量较低，但像**Shereen Travels Cheap**、**Crystal Travel**这样的小型网站在SEO上的效果却很亮眼，且往往更愿意开展营销合作以扩大受众群体和提升域名权重。

在这个案例中，**Priceoftravel.com**是最具潜力的合作对象，它在SERP分析中排名第二，且既不是竞争对手，也不是以社区为基础的平台。接下来，营销人员可以针对清单上的每一个关键词及其目标地区，重复这一分析流程。通过系统化地洞察关键词竞争格局，实现更精准地筛选潜在合作伙伴，优化招募名单，并构建以数据为基础的合作拓展策略。



关键洞察

要想在“穷游”赛道打造强大的联盟网络，应重点招募涵盖多样化的合作伙伴组合——既包括擅长建立信任的权威博客，也包括能带来互动的活跃社区平台，以及正在崛起、具潜力的细分垂直网站。在筛选时，应优先考虑那些**权威度高、自然流量稳定**的站点，它们能有效放大品牌声量，助力项目实现更具持续性的增长。

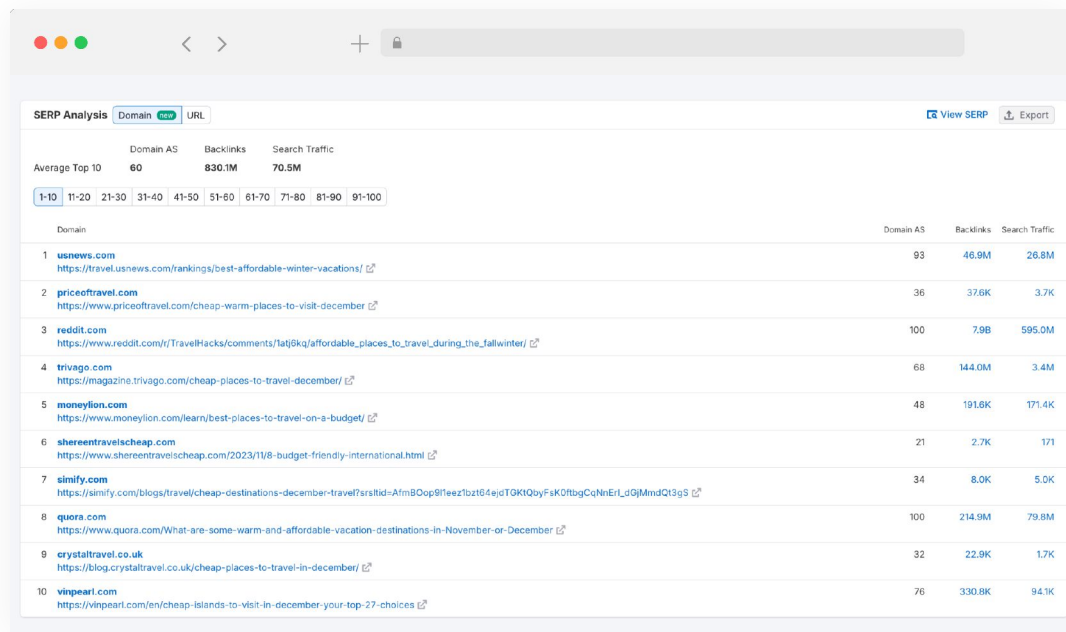
以下是对关键词“12月最佳穷游旅行地点”

SERP分析的一些结论：

U.S. News & World Report以强大的域名权重、丰富的反向链接及高流量排名第一。但这是一家大型的媒体机构，在商业合作方面的难度和门槛更高，可能不太适合在初期考虑作为推广伙伴去合作。

Priceoftravel.com和**Trivago**的流量适中，但反向链接的数量较多，说明它们在旅游领域拥有一定的行业认可度与内容积累。其中，Priceoftravel.com由于聚焦旅游细分领域，是一个理想的潜在合作伙伴；而 Trivago 属于直接竞争对手，不建议纳入合作范围。

Reddit.com通过社区互动积累了巨大的搜索流量，而非依赖传统的SEO。若能与在 Reddit 上活跃的联盟客合作，便有机会触达这一高互动率的垂直受众群体。



SERP Analysis			
Domain		URL	
Average Top 10	Domain AS	Backlinks	Search Traffic
60	830.1M	70.5M	
1-10	11-20	21-30	31-40
41-50	51-60	61-70	71-80
81-90	91-100		
Domain	Domain AS	Backlinks	Search Traffic
1 usnews.com https://travel.usnews.com/rankings/best-affordable-winter-vacations/	93	46.9M	26.8M
2 priceoftravel.com https://www.priceoftravel.com/cheap-warm-places-to-visit-december/	36	37.6K	3.7K
3 reddit.com https://www.reddit.com/r/TravelHacks/comments/1at6kq/affordable_places_to_travel_during_the_fallwinter/	100	7.9B	595.0M
4 trivago.com https://magazine.trivago.com/cheap-places-to-travel-december/	68	144.0M	3.4M
5 moneylion.com https://www.moneylion.com/learn/best-places-to-travel-on-a-budget/	48	191.6K	171.4K
6 shereentravelscheap.com https://www.shereentravelscheap.com/2023/11/8-budget-friendly-international.html	21	2.7K	171
7 simify.com https://simify.com/blogs/travel/cheap-destinations-december-travel?srsltid=AfmBOop9l1eezfbzt64ejdTOKI0byFsk0fbgCqNnErLd9IMndQ13gS	34	8.0K	5.0K
8 quora.com https://www.quora.com/What-are-some-warm-and-affordable-vacation-destinations-in-November-or-December	100	214.9M	79.8M
9 crystaltravel.co.uk https://blog.crystaltravel.co.uk/cheap-places-to-travel-in-december/	32	22.9K	1.7K
10 vinpearl.com https://vinpearl.com/en/cheap-islands-to-visit-in-december-your-top-27-choices	76	330.8K	94.1K

示例：基于关键词“12月最佳穷游旅行地点”的SERP分析。

第5章——

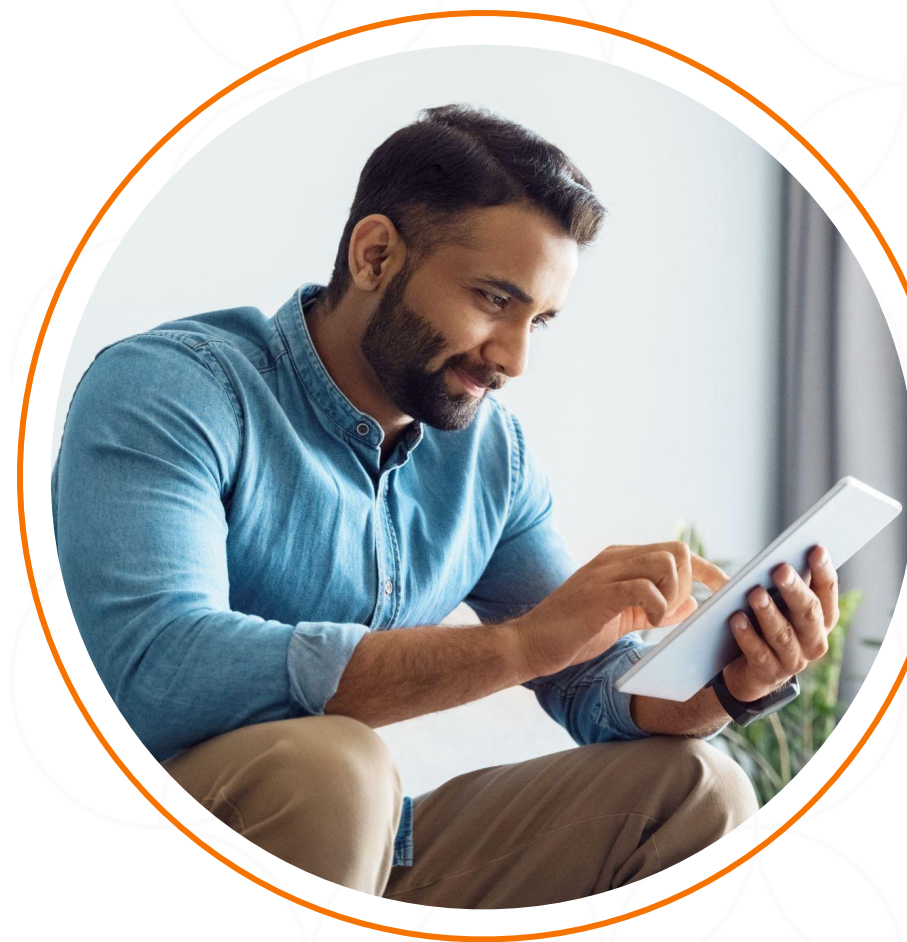
第4步：借助合作伙伴营销平台，精细化筛选高潜合作伙伴

品牌可以借助从Semrush获取的关键词在合作伙伴营销管理平台（如**impact.com**）上找到最合适的合作伙伴。

通过**impact.com**平台的拓展与招募功能，品牌可以在全球数百万潜在合作伙伴中高效筛选目标合作伙伴，并通过自动化工作流实现规模化招募。

impact.com 「**Marketplace**」模块让营销人员能够轻松获取平台精选的合作伙伴资源包，快速找到最能触达目标受众的合作伙伴。

营销人员还可以借助AI驱动的智能推荐功能，挖掘并招募各类成熟的优质合作伙伴和内容创作者，进一步扩大品牌的合作版图。



营销人员可以通过筛选功能，根据**地域、受众规模、互动率**等条件精准定位合作伙伴，还可以找到那些尚未入驻 impact.com 平台的潜在合作方，拓宽合作渠道。

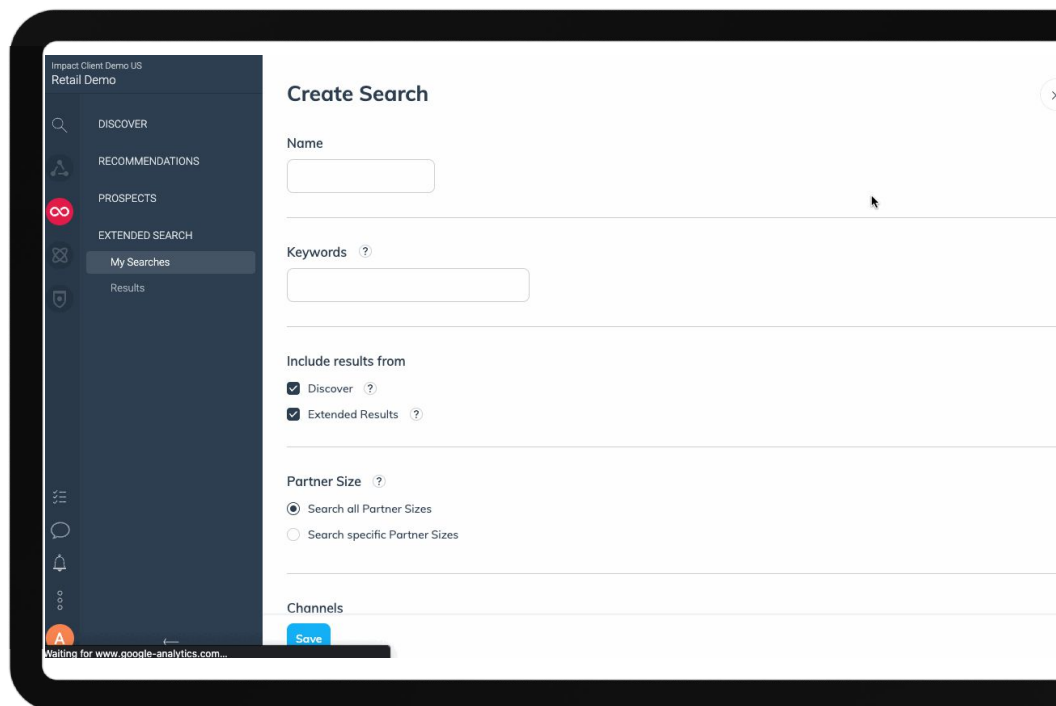
以下是在impact.com平台寻找潜在合作伙伴的三种方法，营销人员可根据需求选择合适的方法。

挖掘并拓展平台内外的潜在合作伙伴

在 impact.com 平台上使用「**Extended Search**」功能寻找潜在合作伙伴的步骤如下：

1. 在左侧导航菜单中，
选择  **[Discover]** → **Extended Search** → **My Searches**。
2. 点击右上角的**Create Search**。
3. 在**Create Search**页面，新建一个搜索事项，并输入关键词。
 - 最多可输入10个关键词。
 - 建议选择目标合作伙伴在其内容中常用的关键词。
4. 勾选 ☒ **[Checkbox]**，
确保搜索结果同时包含来自 平台内外的搜索结果。
 - 「**Marketplace**」的显示结果为“平台内”的搜索结果，与Discover Overview匹配。
 - 「**Extended Results**」是“平台外”的搜索结果，代表未在 Discover 「Marketplace」 中找到对应匹配项的合作伙伴信息。

5. 根据规划选择合适的**合作伙伴规模**（Partner Size）。
6. 选择关注的各类渠道。
 - 可选渠道包括Facebook、Instagram、YouTube、Twitter/X和Pinterest。
7. 还有一些非必要选项，能够提高搜索精准度，如地理位置、受众国家/地区和期望语言。
8. 单击 **Save** 按钮进行保存，。
 - 保存后，系统会在几分钟内生成初步结果，最多可能需要24 小时才能完全加载。
impact.com的爬虫程序会持续在网络上抓取数据，每周最多新增100条新结果。
 - 为避免信息过载，当超过100个未审核结果时，搜索将自动暂停。或者，当返回的结果少于5个时，搜索也会自动暂停。



从精选推荐列表中，找到理想合作伙伴

品牌还可以从不同渠道发掘更多潜在合作伙伴：

1. 在左侧导航菜单中选择  [Discover] → [Marketplace](#)。
2. 在顶部导航菜单中选择以下任一选项：
 - **Home**：浏览平台精选的合作伙伴资源包。
 - **All Partners**：从零开始自由搜索合作伙伴。
 - **Creators**：查看网红与内容创作者资源。
 - **Commerce Solutions**：查看提供站点购物工具或品牌转化优化服务的合作伙伴。
 - **Content / Reviews**：查找专注于产品推广、对比测评和榜单内容创作的合作伙伴。
 - **More**：选择其他筛选条件（例如联盟客）进一步精准匹配适合的合作伙伴。



通过搜索查找特定合作伙伴

根据关键词研究结果，营销人员可能已经有一些目标合作伙伴的候选名单。

接下来可以通过**名称**、**ID** 或**类型**在平台中直接搜索特定的合作伙伴。

只需在Marketplace的筛选栏中输入相关信息，即可快速找到目标对象。

- 1.在Marketplace页面上选择“**All Partners**”。
- 2.在页面左上角的搜索栏输入合作伙伴的名称、ID 或类型后，按**Enter**键即可开始搜索。

Marketplace /

All Partners

Home

All Partners

Creators

Commerce Solutions

Content / Reviews

More ▾

Search

Active

Partner Size

Promotional Areas

Categories

Additional Filters

Clear all

借助 impact.com 的高级筛选功能，可以快速找到不同类型的合作伙伴。

第6章——

第5步：高效筛选潜在对象，锁定优质合作伙伴

在筛选合作伙伴时，

impact.com首席执行官兼董事David A. Yovanno强调，

品牌应优先选择那些与自身目标高度契合的合作伙伴。

在评估过程中，将客户体验放在核心位置，

这意味着需要始终以品牌使命为评估基准。

impact.com的研究显示，
品牌在网红营销中最核心的挑战，
不在流量，
而在于识别那些能与品牌价值
同频的内容创作者。

David建议重点关注以下两个维度：

- **品牌相关性 (Brand Relevance) :**

该潜在合作伙伴是否与品牌的目标人群高度契合、

具备实际价值？

- **产品相关性 (Product Relevance) :**

与该伙伴合作，是否能进一步优化客户体验？

对潜在合作伙伴进行系统化筛选，不仅能帮助品牌确定触达优先级，还能发现新的合作空间，为双方创造更多共赢机会。



品牌与创作者合作时面临的最大挑战

来源：品牌的期望：构建成功的内容合作伙伴关系



将Semrush等关键词研究工具与impact.com等合作伙伴营销平台结合使用，可以帮助品牌更全面地评估潜在合作伙伴的价值与契合度。
如何配套使用这两种工具，充分了解合作伙伴对品牌的潜在贡献？

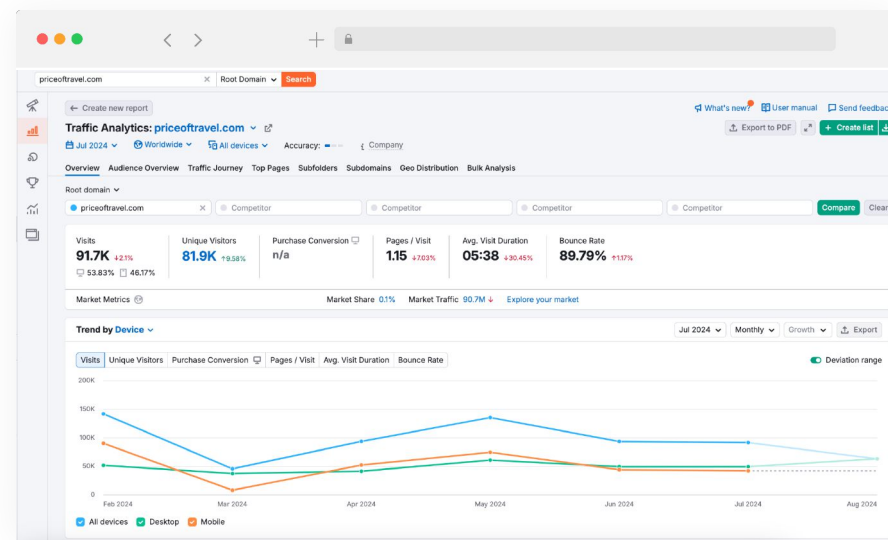
通过Semrush分析流量和域名，优化合作伙伴策略

通过「Traffic and Domain Analytics」功能，营销人员可以直观了解潜在合作伙伴网站的访问量。

以前文提到的Priceoftravel.com为例。
首先，在Semrush的「Traffic Analytics Tool」
(流量分析工具) 中输入潜在合作伙伴的域名。

可以立刻了解到以下四条关键信息：

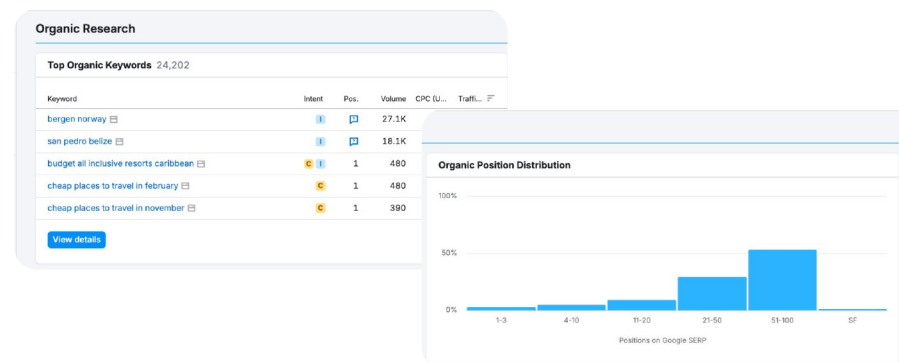
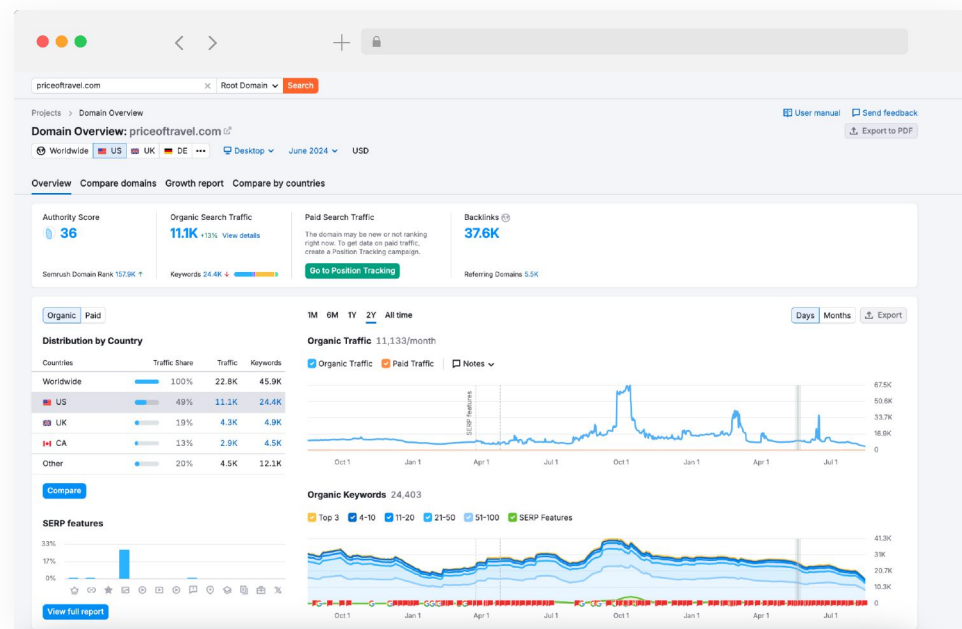
- 该网站上个月获得了9.17万次访问（呈下降趋势）
- 该网站每月有8.19万名独立访客（呈上升趋势） 网站整体流量保持稳定，仅在三月份出现短暂下滑。
- 当前该网站的跳出率高达89.79%（上升趋势）



要了解该合作伙伴网站对品牌推广的实际价值，请在[Domain Overview](#)页面选择Domain Analysis。

以下是对Priceoftravel.com的分析示例：

- 该网站**权重分数适中**，反向链接（Backlinks）和引荐域名（Referring Domains）众多，说明其在旅游领域中已具备良好的内容积累与行业认可度，是一个值得考虑的潜在合作伙伴。
- 该网站**每月约有1.11万次自然搜索访问**，主要来自美国，其次是英国和加拿大，这使其非常适合针对英语市场开展联盟营销活动。
- 该网站在2.49万个关键词中**排名靠前**，其中很大一部分来自**图片搜索结果**。这为品牌与其合作创造了新的内容优化空间。
- 多年来，该网站的**自然流量稳步增长**，虽有季节性波动，但总体表现积极，具备良好的增长潜力与流量转化能力，是值得重点关注的合作对象。

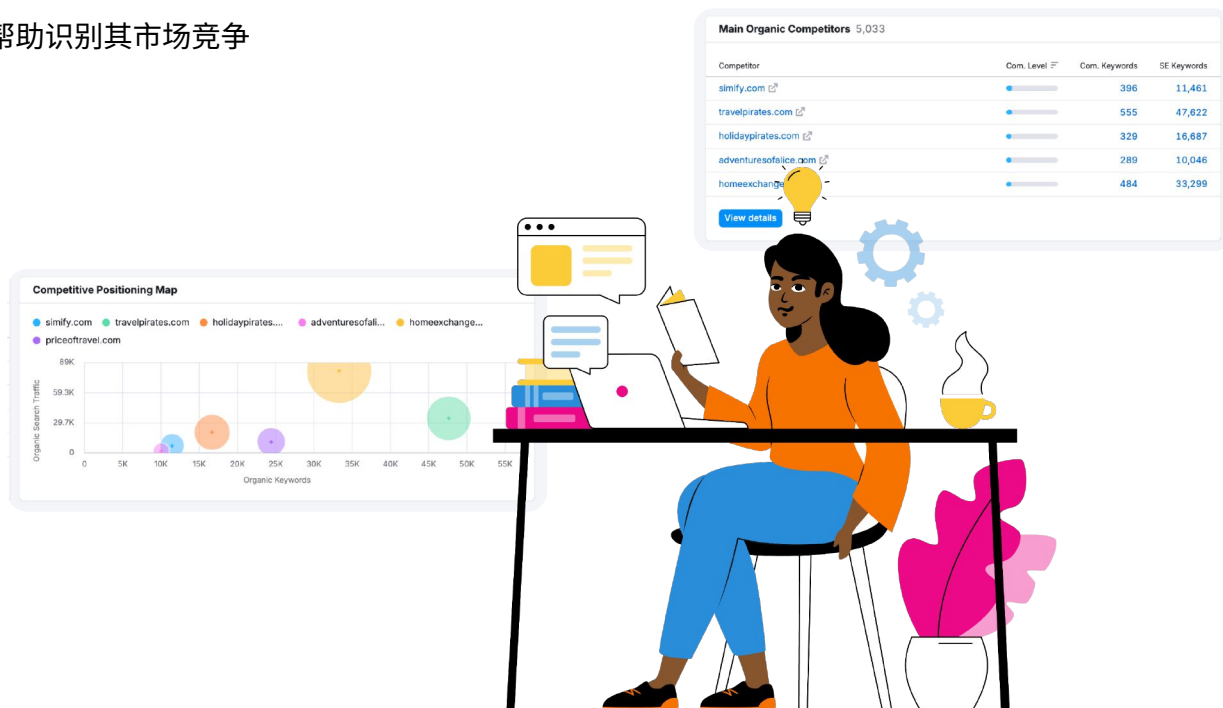


下拉至「**Organic Research**」，
营销人员可以通过两个工具获取关于
Priceoftravel.com 的关键洞察：

1. **Main Organic Competitors**列表显示该网站的主要竞争对手：
Simify、TravelPirates、HolidayPirates、Adventures of Alice和
HomeExchange。
2. **Competitive Positioning Map**展示Priceoftravel.com 的自然流
量与关键词数量在竞争对手中的相对位置，帮助识别其市场竞争
力，并据此优化自身策略以实现差异化突破。

分析这些竞争对手的表现同样具有战略价值，
可帮助品牌发现并锁定更具潜力的合作伙伴：

- **目前表现良好的合作伙伴**，已经获得了不错的流量表现，
与这类伙伴合作成功率很高。
- **极具潜力的新合作伙伴**，拥有相似流量规模，
但尚未建立合作关系，可通过拓展触达提高合作成功率。



在 impact.com 上获取合作伙伴关键信息，助力精准匹配与决策

impact.com Marketplace中的每个合作伙伴都有详细的资料，帮助品牌基于数据与事实做出更明智的合作决策。

已入驻impact.com平台的合作伙伴均经过平台预审，确保其身份真实、业务稳健，并在所属领域具备一定成功经验。

同时，品牌也可以主动邀请尚未入驻Marketplace的潜在合作伙伴加入平台，拓展合作版图。营销人员通过查看合作伙伴的详细资料，可以全面评估他们是否可以为自己的品牌带来实际价值和增长潜力。

在impact.com平台上，可以查看合作伙伴的以下资料：

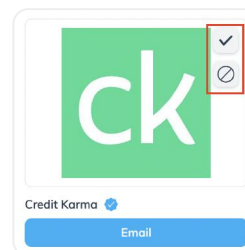
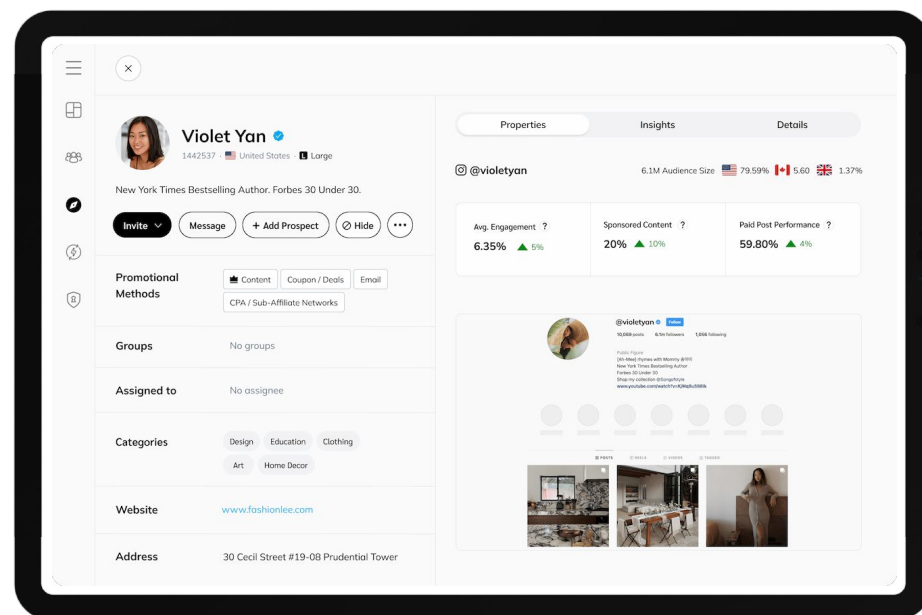
- 媒体属性（官方网站和社交媒体平台的链接）
- 流量数据（参与率、每月访客等）
- 联系方式
- 受众国家/地区

通过 impact.com 获取精选合作伙伴资源包，精准锁定最匹配的品牌合作伙伴。



在选择合作伙伴时，
品牌营销人员可以参考以下关键问题进行评估：

- 发布的内容是否与品牌的目标人群相关？
- 是否持续输出高质量内容？
- 其受众所在区域是否与品牌的目标市场一致？
- 其整体风格与调性是否符合品牌形象？
- 他们的流量规模是否足以覆盖品牌目标人群？
- 是否与品牌有相似的业务目标？
- 是否活跃于品牌目标受众常用的平台？



找到有合作意向的合作伙伴后，请在平台上勾选其logo下方的 ☒ 进行标注

第7章——

第6步：全流程管理：合作伙伴开发、招募与合作

确定合适的合作伙伴后，品牌需要主动建联并邀请对方**加入联盟项目**。

这一步将为未来建立稳固且高效的合作关系奠定基础。

过去，与多个合作伙伴沟通通常需要大量的手动工作，例如整理名单、使用 Excel 查找联系方式等。而如今**通过自动化工具**，营销人员可以轻松批量发送消息，同时保持个性化沟通，让招募过程更高效、更专业。

招募不是一劳永逸的任务，而是一个持续的过程。**合作伙伴关系本身具有周期性**，因此品牌应不断发掘新的合作伙伴，以触达更多潜在受众、拓展市场影响力。

借助像**impact.com**这样的合作伙伴营销自动化管理平台，可以让整个流程更加顺畅——从沟通、招募到管理，实现高效、可持续的合作拓展。



通过impact.com实现高效的合作伙伴沟通

用 impact.com 的高效工具与服务，制定卓有成效的合作伙伴招募策略：

- 批量发送个性化邀约邮件
- 使用站内聊天功能与潜在合作伙伴沟通交流
- 通过电子邮件工作流自动推广
- 追踪每个合作伙伴的招募进度。

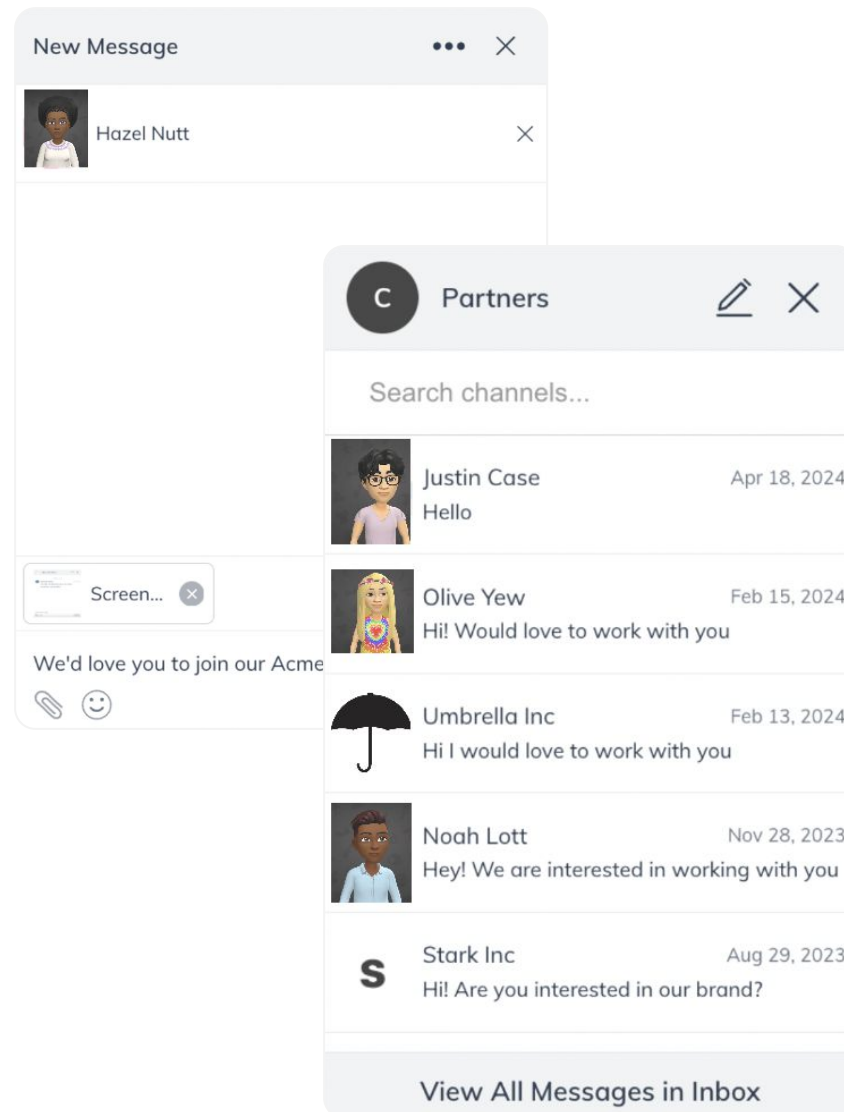
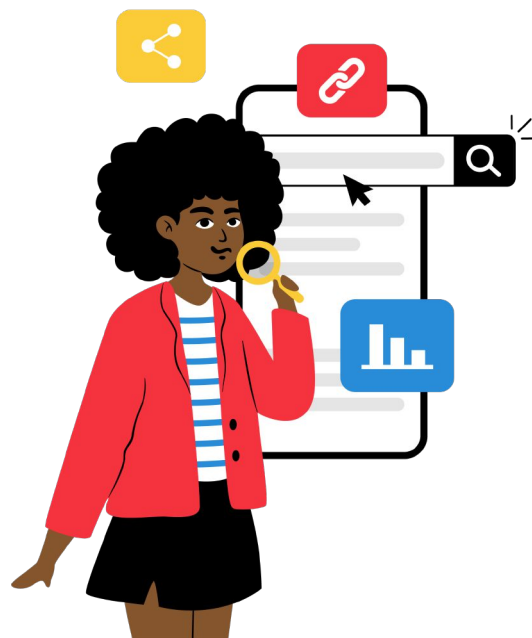
以下是通过messenger联系潜在合作伙伴的方法。

1. 从左侧导航栏中选择  [Discover] → Prospects。
2. 将鼠标悬停在需要发送消息的潜在合作伙伴上，然后选择 [More] → **Message**以开始对话。

Name	Prospect Stage	Contract Stage	Groups	Business Model	Assigned To	Size	Last Activity ↓
 Hazel Nutt	New	-	-	Media Arbitrage	-	24 Extra Large	Created on May 6, 2025 
 Justin Case	Negotiating	-	-	Creators	-	24 Extra Large	Message Email Send proposal Archive
 Umbrella Inc	New	-	-	Content/Reviews	-	24 Extra Large	



3. 在消息窗口输入想要发送给潜在合作伙伴的消息。
4. 也可以选择  **[Attach File]** 上传附件。
附件支持CSV、PDF、JPEG、PNG和GIF格式的文件。
impact.com会对所有发送和接受的附件进行病毒扫描
以确保安全性。
5. 选择**Send**，发送消息。



与合作伙伴高效建联的四大技巧



创建品牌模板

在消息中添加品牌色、Logo和视觉风格，确保沟通内容在视觉上保持一致性，让合作伙伴一眼就能识别出品牌。



持续沟通

通过消息工具与合作伙伴保持积极沟通。可以分享新品发布、优质链接表现、即将上线的优惠或促销活动，以及其他值得关注的品牌动态或活动资讯。让合作伙伴保持对品牌的高度关注。



设置个性化消息

在消息中加入一些个性化元素，让合作伙伴感受到被重视、被视为团队一员。可以是简单地称呼对方的名字、提及他们近期发布的内容，或是回应他们提出的合作建议。此外，一个富有创意、吸引眼球的邮件主题，也能显著提升回复率。

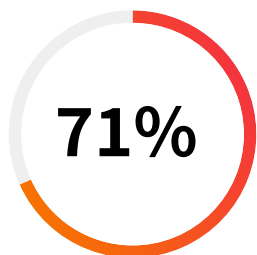


及时跟进

如果已经向合作伙伴[提出了合作意向](#)，对方暂时没有回复，不妨主动再次联系已发送邀请的合作伙伴。未回复并不代表对合作不感兴趣——他们可能只是工作繁忙或错过了邮件。适时的跟进既展现品牌的专业度，也有助于重新激发对方的兴趣与关注。

借助合作伙伴营销平台与 SEO 工具，推动业务增长

合作伙伴营销正成为品牌业务增长的新引擎，越来越多的品牌已开始重视其战略价值。



2024 年，超过70%品牌计划拓展他们的创作者合作项目。



到2024年底，全球联盟营销支出预计将达到157亿美元。

抓住合作版图扩张的机遇，从锁定合适的合作伙伴开始。这包括开展竞对研究、分析关键词表现、严谨筛选潜在合作伙伴，并主动建立联系，最终打造长期稳固的合作关系。

通过结合关键词研究工具（如 Semrush）与合作伙伴营销平台（如 impact.com），品牌能够大幅简化复杂的招募流程，快速锁定最合适的合作伙伴。

此外，持续招募和后续维护对于发展成熟的合作伙伴营销项目至关重要。品牌要找的不仅是合作伙伴，更是能共同实现长期增长的战略伙伴。

了解更多增长解决方案，
请联系我们

联系我们





关于impact.com

impact.com 作为全球合作伙伴经济的核心引擎，以创新理念与前瞻技术重新定义数字营销。通过联盟营销管理平台Performance、红人营销管理平台Creator和推荐营销管理平台Advocate三大核心产品矩阵，impact.com助力全球化品牌打造品效合一的全链路增长生态，将合作网络转化为其最强劲的增长杠杆。

在全球商业生态向价值共生体演进的浪潮中，impact.com 以先驱者姿态重塑合作伙伴营销生态。其全球业务覆盖电商零售、金融科技、软件服务等核心赛道，连续数年荣获全球最大软件评测平台G2的行业认证。

想要了解impact.com的技术平台如何推动沃尔玛、优步、Shopify、联想、欧莱雅、TikTok Shop、CapCut、Banggood和PatPat等全球化品牌的收入增长，请访问 www.impact.com.cn。



关注我们
及时获取
最新资讯和洞见

