

Metode și tehnici pentru criptarea URL-urilor în marketingul afiliat

Autorul lucrării: Breda Olivian-Claudiu

Cadru didactic coordonator: Conf.univ.dr. Jeflea Victor-Florin

Facultatea de Științe Economice, Universitatea „Ovidius” din Constanța

Programul de studii și anul: Marketing, Anul III

Rezumat

Marketingul afiliat este un model de promovare în mediul online în care colaboratorii externi ai magazinelor online (afiliați) promovează produse sau servicii pentru un comision la vânzare. Afiliații pot folosi linkuri de afiliere personalizate pentru a promova produse, cum ar fi cele de pe eMAG.ro, liderul pieței de comerț online din România. Aceste linkuri pot avea dimensiuni și forme diferite, iar utilizatorii avansați pot recunoaște imediat caracteristicile lor specifice. Cu toate acestea, unii utilizatori evită mecanismul afilierii și preferă să editeze URL-uri pentru a elimina parametrii de tracking. În acest fel, afilierea funcționează deficitar, în defavoarea afiliatului. Pentru contracararea acestor practici, propunem o metodă de criptare și modificare a URL-urilor, care ar face mai dificilă eliminarea linkurilor afiliate sau a parametrilor de marketing.

Summary

Affiliate marketing is an online promotion model in which external collaborators of online stores (affiliates) promote products or services for a commission on sales. Affiliates can use personalized affiliate links to promote products, such as those from eMAG.ro, the leader of the e-Commerce market in Romania. These links can have different sizes and shapes, and advanced users can immediately recognize their specific characteristics. However, some users may avoid the mechanism of affiliation and may prefer to edit URLs to remove tracking parameters. In this way, the affiliation functions deficiently, to the disadvantage of the affiliate. To counteract these practices, we propose a method of encrypting and modifying URLs, which would make it more difficult to remove affiliate links or marketing parameters.

Cuvinte cheie: marketing afiliat, comerț electronic, linkuri de afiliere, comision, parametri de tracking, criptare URL

1. Introducere

Marketingul afiliat este o metodă din ce în ce mai populară prin care brandurile își extind aria de acoperire a produselor lor cu ajutorul partenerilor afiliați care promovează aceste produse în schimbul unui comision pe vânzări. Acești afiliați utilizează linkuri personalizate pentru a direcționa traficul către site-urile comercianților. Astfel se pot urmări vânzările și atribui comisioane de vânzări. Prin natura sa, acest sistem adaugă un nivel de complexitate, deoarece utilizatorii pot recunoaște și chiar modifica URL-urile afiliate pentru a evita urmărirea.

Cu toate acestea, unele tehnici, precum criptarea linkurilor și utilizarea unor metode avansate de mascare/ascundere a parametrilor de urmărire, au fost dezvoltate pentru a contracara aceste practici de modificare a URL-urilor de către utilizatori.

Ne propunem să prezentăm în lucrarea de față metode și tehnici menite a asigura integritatea modelului de afiliere, dar și să mențină încrederea consumatorilor în practicile de marketing online.

2. Cuprins

2.1. Descrierea problemei

Ce este marketingul afiliat? Conform Sameday.ro¹, unul din principalii furnizori de servicii de curierat în România², „Marketingul afiliat este un model de promovare, prin care diverse persoane care nu fac parte din staff-ul companiei aleg să promoveze produsele brandului contra unui comision pe care îl primesc la vânzare. Acești colaboratori se numesc afiliați, iar

¹ Sameday Courier (2023) Totul despre marketing AFILIAT: Cum să-L Aplici eficient La Afacerea ta, <https://sameday.ro> – Trimite Colete Online - Curier Online Rapid National. Disponibil la: <https://sameday.ro/infocenter/marketing-afiliat-romania/>.

² (2023) Actualdecluj.ro. Disponibil la: <https://actualdecluj.ro/topul-firmelor-de-curierat-din-romania-fan-courier-si-samedey-lideri-de-clasament/>

comisionul este răsplată pe care o primesc de la brand pentru a crește vânzările unor produse, servicii, sau a genera trafic pe site.”

Potrivit 2performant.com, prima platformă de afiliere din România, se afirmă într-un ghid³ al afiliaților, că pentru a face afiliere pe un site sau blog personal sunt patru pași importanți: „1. Creează-ți blogul. 2. Uplete blogul cu conținut original. 3. Promovează advertiserii 2Performant prin blog. 4. Promovează-ți blogul în mediul online.” Așadar, odată creat un site/blog, se vor adăuga articole și alte tipuri de conținut, se vor promova niște site-uri/platforme externe, și, desigur, în tot acest timp se va promova și propriul blog.

Afilierea reprezintă în ansamblu o oportunitate de piață, dar implică și amenințări, așa cum rezultă din analiza SWOT:

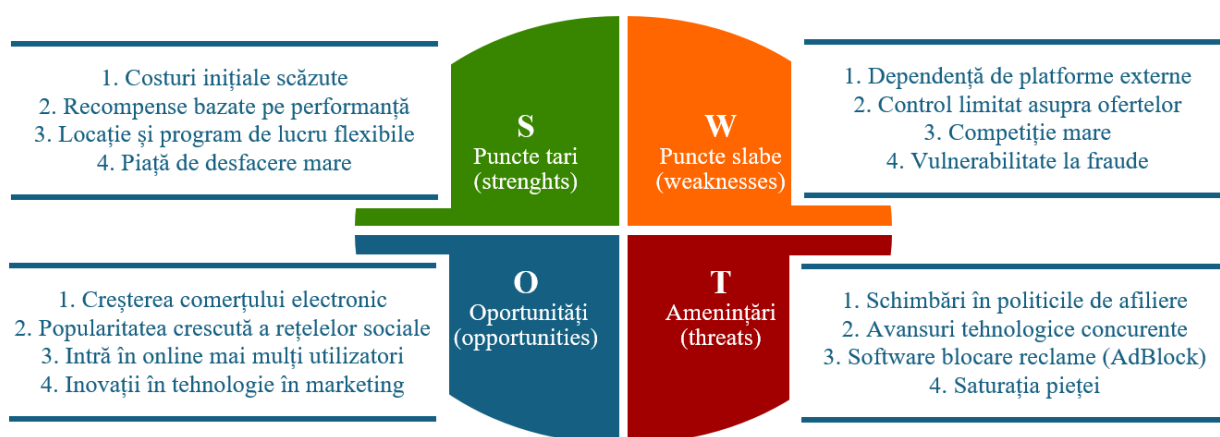


Fig. 1. Analiza SWOT marketing afiliat

Pentru exemplificare presupunem că cineva, deținător al unui site sau blog personal, își dorește să facă afiliere pe site-ul eMAG.ro, adică să promoveze pe blogul/site-ul personal produsele eMAG, care în prezent este magazinul online cu cea mai mare cifră de afaceri din România (conform Ziarului Financiar⁴, grupul eMAG a avut în anul fiscal 2023 venituri de 2 miliarde de dolari). O persoană se poate înscrie într-un sistem de afiliere, și va putea genera linkuri de afiliere asociate exclusiv lui.

Un link va fi de forma (variantea comprimată a unui link, prescurtată):

<https://l.profitshare.ro/l/9752712>

, sau de forma (variantea extinsă a linkului, cu detalii suplimentare, dar și lungime mare):

https://www.emag.ro/laptopuri/c?ref=ps&emag_click_id=01411e59caf26cd43e957e4cbea4bff5

Un link similar folosit de cel mai mare magazin online la nivel internațional („Amazon a reprezentat 80% din vânzările pe marketplace-uri, 40% din vânzările de comerț electronic și 4% din vânzările din retail în SUA în 2023.” - EMARKETER⁵) Amazon, arată astfel (elementele din finalul URL-ului sunt elementul identificador):

https://www.amazon.com/FridaBaby-NoseFrida-Rechargeable-Aspirator-Different/dp/B094Z43BQF/ref=sr_1_6?crid=2219S6LTRSUM6&keywords=nosefrida&qid=1695660561&srefix=nosefr%2Caps%2C179&sr=8-6&tag=lifehacke00b9-20&ascsubtag=

Este evident că doar uitându-se la link, un vizitator poate remarca ușor că un link este cu afiliere, este ușor de sesizat că într-un URL sunt niște caractere „ciudate”, atipice.

³ De Ce 2performant (2021) 2Performant. Disponibil la: <https://2performant.com/guides/ro/ghidul-afiliatului-2performant/articole/de-ce-2performant/>.

⁴ Seceleanu, A. (2023) Raport: Grupul Emag a avut în anul fiscal 2023, încheiat în martie, Venituri de 2 MLD. Dolari, Mai Mici cu 4%, Cu o Pierdere de 63 mil. Dolari. Emag are un potențial important de Creștere în față, cu o rată Medie de Creștere Anuală a retailului online estimată pentru România la 12% până în 2026, conform raportului anual al prosus, Acționarul Majoritar Al Grupului, ZF.ro. Disponibil la: <https://www.zf.ro/business-hi-tech/raport-grupul-emag-avut-anul-fiscal-2023-incheiat-martie-venituri-2-22090025>.

⁵ Lebow, S. (2024) Amazon accounted for 40% of ecommerce sales, 4% of retail sales in 2023, EMARKETER. Disponibil la: <https://www.emarketer.com/content/amazon-accounted-40-of-ecommerce-sales-4-of-retail-sales-2023>

Pentru unii utilizatori de Internet, mecanismul de afiliere s-ar putea să fie neclar. Există posibilitatea ca unii utilizatori să nu fie conștienți ce presupune un sistem de afiliere, în ce constă, cum are loc.

Pe de altă parte, un utilizator avansat poate înțelege, doar văzând un link de afiliere, în ce constă mecanismul din spate, și s-ar putea să se simtă ofensat de ideea de a aduce un câștig deținătorului blogului sau site-ului care face afiliere. Pur și simplu, deși nu există niciun cost asociat afilierii pentru persoana care cumpără prin linkuri afiliate, există riscul ca unele persoane să considere că este benefic a cumpăra direct de la sursă fără a contribui la remunerarea unor activități de promovare. Vom detalia ambele aspecte (și popularitatea afilierii și atitudinile față de marketingul afiliat) în capitolul 2.2. Importanța securității datelor pentru utilizatorii din mediul online.

Există riscul ca unii utilizatori de Internet, utilizatori ai site-ului în discuție, să copieze linkul și să îl modifice. Linkurile către eMAG „curățate” de elementele atipice se prezintă în forma de mai jos astfel: <https://www.emag.ro/laptopuri/c>

<https://www.amazon.com/FridaBaby-NoseFrida-Rechargeable-Aspirator-Different/dp/B094Z43BQF/>

Ambele linkuri sunt funcționale. Așadar, este suficient ca o persoană să editeze partea finală a URL-ului și linkurile de afiliere nu mai funcționează – afiliatul nu își va mai primi comisionul.

Unii bloggeri își fac URL-uri de forma:

<https://razvanbb.ro/go/produse-razvanbb-emag/>

Practic, pe propriul site, fac URL-uri particularizate, care desigur nu pot fi editate. Odată ce cineva face click pe un astfel de URL ajunge într-o pagină în care linkul de afiliere funcționează. Pentru platforma WordPress, cea mai populară platformă pentru realizare de site-uri (CMS – Content Management System) din lume, cu o cotă de piață de 63,1%⁶ la nivel internațional în 2023, există, conform Hubspot⁷, mai multe pluginuri care pot implementa în mod ușor soluția prezentată pe site-ul razvanbb.ro.

O altă variantă de scurtare și criptare a unui URL este dată de codurile de tip QR. Conform PCMag⁸, „Un cod QR (Quick Response code - un Cod de Răspuns Rapid) este un cod de bare bidimensional folosit pe scară largă pentru multe scopuri. Când este scanat cu o aplicație de etichetare mobilă pe un smartphone, codul QR poate determina descărcarea unei pagini web sau a unei aplicații sau chiar captarea datelor de pe o carte de vizită.”

Codul QR de mai jos, de exemplu, trimite la adresa <https://stec.univ-ovidius.ro/> dacă este scanat:



Fig. 2. Exemplu cod QR

Sursa: Create your free QR codes (no date) QR Code Generator. Disponibil la: <https://www.qr-code-generator.com/> (Accesat: Aprilie 2024).⁹

Considerăm codurile QR ca fiind o soluție eficientă de mascare/ascundere a URL-urilor, similar celei prezentate pentru site-ul razvanbb.ro

Și aici există o soluție - se poate ocoli prescurtarea URL-urilor (fie ca în cazul <https://razvanbb.ro/go/produse-razvanbb-emag/>, fie ca în cazul <https://l.profitshare.ro/l/9752712>). Este suficient ca o persoană să viziteze URL-ul scurt, să primească un URL lung și ulterior fie să șteargă cookie-urile pentru site-ul respectiv, fie să editeze URL-ul și să facă cumpărături nu în acea fereastră de browser, ci în alt browser sau într-o fereastră de browser anonimă (incognito).

⁶ Nkhoma, K. (2024) 50+ Wordpress statistics you should know in 2024, All in One SEO - Best WordPress SEO Plugin. Disponibil la: <https://aioseo.com/wordpress-statistics/>.

⁷ Fontanella, C. (2021) The absolute 8 best affiliate link cloaking plugins available on WordPress, HubSpot Blog. Disponibil la: <https://blog.hubspot.com/website/affiliate-link-cloaking-wordpress-plugins>

⁸ Definition of QR Code (no date) PCMAG. Disponibil la: <https://www.pcmag.com/encyclopedia/term/qr-code>

⁹ Create your free QR codes (no date) QR Code Generator. Disponibil la: <https://www.qr-code-generator.com/>

Dilema generată de eliminarea traficului afiliat – cum s-ar putea rezolva problema eliminării traficului afiliat? În prezent, atâta timp cât cineva este perseverent și are cunoștințe bune de navigare online, poate găsi soluții pentru a elimina traficul afiliat.

O problemă în aceeași direcție sunt linkurile cu parametri de tip utm. Fie manual, fie cu ajutorul unor extensii de browser (de exemplu, există un articol¹⁰ în care se prezintă mai mult de 20 de extensii pentru browserul Google Chrome, cel care are cea mai mare cota de piață în prezent (conform Backlinko¹¹, „Chrome este utilizat de 3,45 miliarde de utilizatori de Internet”, extensii print care unele pot elimina unii parametri, fie ei de afiliere sau folosiți pentru statistici).

Mai nou, un URL de forma:

https://www.emag.ro/laptopuri/c?utm_source=google&utm_medium=banner&utm_campaign=vanzari_2024&utm_id=campanie_primavara&utm_term=microsales&utm_content=banner1 se poate edita, și elimina tot felul de informații care ar putea fi valoroase pentru echipa de marketing a companiei eMAG, de exemplu. URL-ul lung are tot felul de parametri care permit obținerea de date statistice utile pentru campanii de marketing. Acești parametri pot fi eliminați, manual sau automat.

În fine, există și problema lungimii URL-urilor. În general, URL-urile de afiliere și cele de statistici (tracking) au tendința să fie mai lungi decât URL-urile „standard”. Nu am găsit un studiu despre importanța lungimii unui URL, vom folosi argumentele unei persoane, așadar argumente bazate pe o întâmplare, argument anecdotic. Într-un articol¹² din 2015 de tip editorial pe site-ul Moz.com, Rand Fishkin, afirmă în cadrul unei secțiuni numită "URL-urile mai scurte sunt, în general, preferabile" următoarele: „Aceasta nu este o problemă directă cu Google sau Bing — motoarele de căutare pot procesa URL-uri lungi fără prea multe probleme. În schimb, problema este legată de utilizabilitate și experiența utilizatorului. URL-urile mai scurte sunt mai ușor de analizat, de copiat și lipit, de distribuit pe rețelele sociale și de încorporat, iar toate acestea ar putea contribui la o îmbunătățire, chiar și minoră, a distribuirii sau amplificării. Fiecare tweet, like, distribuire, pin, email și link contează (fie direct, fie adesea indirect).” Considerăm argumentul lui Rand Fishkin valid, considerăm că URL-urile mai scurte vor avea tendința să fie percepute ca fiind mai prietenoase decât cele lungi.

2.2. Importanța securității datelor pentru utilizatorii din mediul online

Prin intermediul prezentei secțiuni, ne propunem să evidențiem importanța securității datelor personale, protecția anonimatului pentru utilizatorii de Internet? Vom căuta în capitolul de față să demonstrăm acest lucru.

Există o creștere semnificativă din 2019 până în 2023 a pieței software-ului de protecție a datelor în America de Nord, și se estimează o creștere constantă până în 2032:

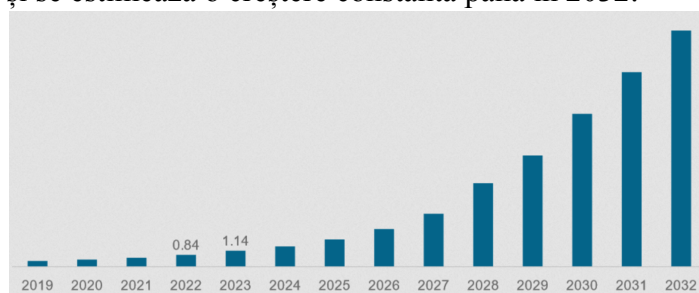


Fig. 3. Dimensiunea pieței software-ului de protecția datelor în America de Nord, 2019-2023 (în miliarde dolari americani - USD) - Fortune Business Insights

Sursa: Data Privacy Software Market Size, share & growth [2032] (no date) Data Privacy Software Market Size, Share & Growth [2032].
Disponibil la: <https://www.fortunebusinessinsights.com/data-privacy-software-market-105420> (Accesat: 12 Aprilie 2024).

¹⁰ 25 best chrome extensions to protect your privacy (2024) RunCloud Blog. Disponibil la: <https://runcloud.io/blog/best-chrome-privacy-extensions>

¹¹ Dean, B. (2024) Google chrome statistics for 2024, Backlinko. Disponibil la: <https://backlinko.com/chrome-users>

¹² Fishkin, R. (2015) 15 seo best practices for structuring urls [URL best practices], Moz. Disponibil la: <https://moz.com/blog/15-seo-best-practices-for-structuring-urls>

Într-un studiu din 2022 cu 180 de respondenți din regiunea Agra (Uttar Pradesh, India), folosind chestionare structurate și tehnica interviului, pentru a analiza nivelul de conștientizare a marketingului afiliat printre respondenți. Studiul s-a derulat pentru a înțelege percepția și atitudinea respondenților față de adoptarea marketingului afiliat în India, în special în orașul Bengaluru.

Tabel nr. 1

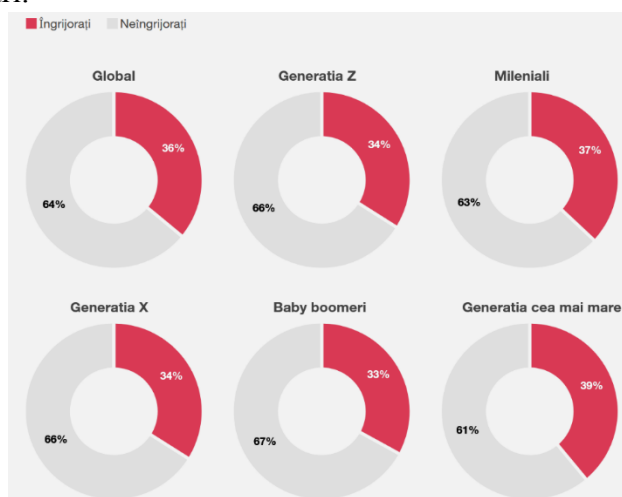
Cercetare pentru a identifica noi factori și variabilele asociate cu aceștia

		Componente	
		1	2
Potențial mare	marketingul afiliat este convenabil în ceea ce privește utilizarea	.870	
	tranzacțiile prin marketingul afiliat economisesc timp	.879	
	marketingul afiliat este mai bun decât marketingul offline	.892	
	tranzacția prin marketingul afiliat va avea o răspundere adecvată	.819	
	marketingul afiliat este prietenos cu utilizatorul	.822	
	marketingul afiliat ajută la combaterea banilor negri	.737	
Nu sunt în favoarea marketingului afiliat	marketingul afiliat este mai puțin costisitor		.773
	marketingul afiliat nu este sigur și securizat		.872
	marketingul afiliat va reduce fluxul de numerar pe piață		.508

Sursa: Narayan, G. and Narayan Singh, A. (2022) A Study On Awareness And Perception Of Customers Towards Affiliate Marketing With Special Reference To Agra Region. Disponibil la: <https://journalppw.com/index.php/jps/article/download/9298/6042/10754> (Accesat: 12 Aprilie 2024).

Conform studiului¹³, „Numărul de factori care trebuie aleși se bazează pe valorile proprii ale factorilor (>1) și pe varianța totală explicată de astfel de factori (>60%). În cazul de față, luăm 2 factori pentru analiza ulterioară, deoarece aceștia au valori proprii >1 și varianța totală explicată este de 69,421%, ceea ce este mai mult decât 60%. Aceste grupuri de respondenți sunt foarte interesați de marketingul afiliat. Sunt utilizatori activi ai marketingului afiliat pentru tranzacții zilnice. Ei susțin marketingul afiliat și acest grup de respondenți nu susțin marketingul afiliat; ei depind foarte mult de tranzacțiile directe.” Se poate observa, din tabel și citatul prezentat, că există un procent de utilizator care are sentimente negative față de marketingul afiliat.

Sondajul Global Consumer Insights¹⁴ realizat de PwC în februarie 2023 a chestionat 9.180 de consumatori din 25 de țări și teritorii despre obiceiurile lor de cumpărături, preferințele tehnologice, perspectivele financiare și multe altele. Se observă în graficul de mai jos că un procent însemnat din subiecții studiului se declară îngrijorați de confidențialitatea datelor pe site-uri terțe sau portaluri.



¹³ Narayan, G. and Narayan Singh, A. (2022) A Study On Awareness And Perception Of Customers Towards Affiliate Marketing With Special Reference To Agra Region. Disponibil la: <https://journalppw.com/index.php/jps/article/download/9298/6042/10754>

¹⁴ PricewaterhouseCoopers (2023) Companies face a big trust gap on Data Security, PwC. Disponibil la: <https://www.pwc.com/gx/en/issues/c-suite-insights/the-leadership-agenda/companies-face-a-big-trust-gap-on-data-security.html>

Fig. 4. Procentajul consumatorilor care sunt foarte sau extrem de îngrijorați/preocupați de confidențialitatea datelor - Site-uri terțe/portali

Sursa: PricewaterhouseCoopers (2023) *Companies face a big trust gap on Data Security*, PwC. Disponibil la: <https://www.pwc.com/gx/en/issues/c-suite-insights/the-leadership-agenda/companies-face-a-big-trust-gap-on-data-security.html> (Accesat: 12 Aprilie 2024).

Importanța respectării confidențialității datelor de navigare este ilustrată în studiul publicat de Departamentul de Cercetare al Statista, în 6 ianuarie 2023, citat de aqfer¹⁵, 34% dintre clienți preferau ca cookie-urile să nu urmărească activitatea după părăsirea site-ului.

În trecut, marketingul afiliat depindea profund de cookies pe site-uri externe (third-party cookies), însă vizitatorii caută să le blocheze. Soluția pentru cei care fac marketing afiliat, descrisă într-un articol Affiverse¹⁶, este „Trecerea la datele de tip first-party: Va exista o accentuare a importanței datelor de tip first-party, care sunt date colectate direct de la utilizatori prin interacțiuni cu proprietățile digitale ale unui brand (cum ar fi site-ul sau aplicația acestuia). Marketerii vor trebui să își consolideze strategiile pentru a colecta și utiliza acest tip de date.”

Este însă de reținut că un procent însemnat din vizitatorii site-urilor web caută soluții pentru protecția datelor (folosesc software dedicat), au îngrijorări despre marketingul afiliat, sunt preocupați de securitatea datelor și, în fine, ar dori să nu fie urmăriți prin cookie-uri după părăsirea unui site. Toate aceste lucruri sunt un semnal, în opinia noastră, că cel puțin o parte din utilizatorii site-urilor de Internet au o aversiune pentru linkurile de tip marketing afiliat.

Cum se poziționează utilizatorii din România în acest peisaj? Un studiu realizat de către IAB România și citat de Adevărul¹⁷ arată că 13,9% dintre utilizatorii de internet din România folosesc astfel soluții de blocare reclame, iar 18% dintre cei care nu au încă un ad-blocker instalat intenționează să facă acest lucru ulterior. De asemenea, majoritatea celor care folosesc soluții pentru blocare reclame intenționează să continue să le utilizeze. Studiul a fost desfășurat în 2015 - 2016, pe un eșantion reprezentativ de 1.300 de respondenți. În opinia noastră, studiul arată că în România există un interes în utilizarea cât mai privată a site-urilor web, fie prin eliminarea reclamelor, fie prin tracking/urmărire pe Internet, fie, probabil, chiar și prin marketing afiliat.

Conform unui articol Hotnews.ro¹⁸ publicat în martie 2024, „Ponderea românilor care au cont bancar este cea mai mică din regiune, potrivit datelor furnizate de Banca Mondială. Cei mai mulți refuză pentru că «nu vor să fie urmăriți» [...] potrivit unui sondaj făcut de Asociația Română a Băncilor.” Putem trage concluzia, din lectura acestui fragment, că există un procent însemnat în România a unor persoane care nu doresc ca activitățile lor să fie urmărite.

2.3. Soluția propusă

Așadar, care ar putea fi o soluție pentru a preveni eliminarea trackingului (linkuri de afiliere și coduri de marketing)? Prezentăm mai jos soluția noastră.

Se dă acest URL, al unei pagini de autor GoodReads, un site de recenzii cărți, parte a grupului din care face parte și Amazon:

https://www.goodreads.com/author/list/1791.Seth_Godin

Dacă în URL se modifică partea finală, tot ce este legat de Seth_Godin, URL-ul poate fi în continuare navigat. Acest URL este, pentru vizitator, identic cu cel de mai sus:

<https://www.goodreads.com/author/list/1791>

https://www.goodreads.com/author/list/1791.Philip_Kotler

https://www.goodreads.com/author/list/1791.Books_By_me

¹⁵ The 2024 Tech Pro's Guide to data-powered marketing (2023) Aqfer. Disponibil la: <https://aqfer.com/lp/tech-pros-guide-to-data-powered-marketing/>

¹⁶ Er@affiverse.com (2024) Google cookie changes and impact on affiliates, Affiverse. Disponibil la: <https://www.affiversemedia.com/google-cookie-changes-and-impact-on-affiliates/>

¹⁷ Trufasu, V. (2023) Cât De toxică Este publicitatea înșelătoare și cum ne ferim de reclamele mincinoase. sfatul unui specialist, Adevărul. Disponibil la: <https://adevarul.ro/stiri-interne/societate/cat-de-toxica-este-publicitatea-inselatoare-si-cum-2325098.html>

¹⁸ Popa, D. (2024) Ponderea românilor care au cont bancar Este cea Mai Mică Din regiune. Motivul Principal: „nu vrem să fim urmăriți”, HotNews.ro. Disponibil la: https://economie.hotnews.ro/stiri-finante_banci-27011319-ponderea-romanilor-care-cont-bancar-este-cea-mai-mica-din-regiune-motivul-principal-nu-vrem-fim-urmariti.htm

Practic, se poate altera în orice formă URL-ul după partea cu 1791, URL-ul se va încărca corect. Implicațiile nedorite ar fi evenimentele în care s-ar formula expresii injurioase. Ilustrativ pentru această situație a fost un site de presă în care se putea scrie orice cuvânt în URL, acesta se încărca corect, și nu dădea eroare, ceea ce poate fi folosit în sens manipulatoriu (de exemplu, dacă cineva primește pe o rețea socială un URL al site-ului GoodReads de tipul https://www.goodreads.com/author/list/1791.Seth_Godin_does_an_evil_thing și pagina se încarcă corect, acesta ar putea fi o metodă de manipulare – pare că site-ul GoodReads autentifică afirmația din URL).

Inspirat de soluția Goodreads, propunem un algoritm oarecum similar. URL-ul de produs Amazon ar putea arăta în acest fel:

<https://www.amazon.com/ugnbwhdnwlng/Rechargeable-Aspirator/>

Iar partea din mijloc să fie așa:

ugnbwhdnwlng = pentru URL produs „standard”

uggbwhenhlng = am schimbat trei litere pentru URL afiliat.

Așadar, acesta e un URL „standard”

<https://www.amazon.com/ugnbwhdnwlng/Rechargeable-Aspirator/>

Și acesta e un URL pentru afiliați:

<https://www.amazon.com/uggbwhenhlng/Rechargeable-Aspirator/>

Ca mod de funcționare, acest URL, de afiliați:

<https://www.amazon.com/uggbwhenhlng/Rechargeable-Aspirator/>

fie va redirecționa automat la URL-ul de mai jos, fie va semnala motoarelor de căutare că, de fapt, este vorba de același URL, dar estimăm că trecerea va fi mult mai greu de sesizat:

<https://www.amazon.com/ugnbwhdnwlng/Rechargeable-Aspirator/>

2.4. Detaliere avantaje/dezavantaje soluție

Vom porni cu avantajele soluției. Un prim avantaj al soluției propuse este pentru URL-urile cu parametri, care vor fi mult mai dificil de eliminat de extensiile de browser care fac asta în prezent. Se pot găsi soluții împotriva soluției noastre (nu am propus o variantă perfectă; un utilizator insistent poate ocoli și soluția propusă de noi), dar în estimarea noastră va fi mai complicat de implementat o extensie de browser în acest sens.

Pentru afiliați, există două situații:

1. Dacă un site ca Amazon va folosi redirecționare (adică URL-ul de afiliere să redirecționeze la un URL „standard”), da, există problema ca un vizitator să copieze URL-ul final și să îl deschidă într-o fereastră incognito (cum ar fi făcut și cu un URL scurt), dar e posibil să nu sesizeze măcar redirecționarea, pentru că URL-ul se schimbă destul de subtil?
2. În cazul în care Amazon nu va merge pe redirecționarea URL-urilor, ci pe semnalarea către motoarele de căutare că URL-ul de afiliere și URL-ul original de produs ar trebui să fie considerate același URL (se poate face prin metoda `rel=canonical`), în acest caz este destul de complicat pentru o persoană obișnuită să sesizeze că e vorba de un link de afiliere.

Un alt avantaj notabil este că cu soluția noastră se pot genera linkuri de afiliere și coduri de tracking mai scurte decât se practică de obicei. Am arătat în capitolul 2.1. Descrierea problemei că lungimea URL-urilor are un impact asupra tendinței de partajare (trimitere mai departe, redistribuire) a unei pagini de Internet.

De asemenea, soluția noastră poate permite blocarea problemei descrisă anterior în capitolul 2.3. Soluția propusă. În cazul lui Seth Godin – URL-urile nu ar putea fi editate, nu ar exista o astfel de problemă, atâta timp cât deținătorul site-ului poate controla crearea de URL-uri de afiliere și tracking. Iar partea „citibilă”, clară a URL-ului, partea finală a URL-ului, va fi, de asemenea, în controlul site-ului care face afiliere (cel care vinde produse).

Reamintim că soluția noastră este utilă și pentru linkurile de afiliere, dar poate fi folosită și pentru coduri de tracking/statistici.

Legat de dezavantajele soluției prezentate, dacă un site deja existent dorește să implementeze soluția noastră, un prim dezavantaj ar fi dificultatea schimbării tuturor URL-urilor din site și implementării soluției de afiliere (cu redirecționare sau cu rel=canonical). Nu este o soluție ușor de implementat, schimbarea tuturor URL-urilor din site și crearea unui algoritm automat pentru afiliați va costa niște resurse.

Un alt dezavantaj este că site-urile de afiliere vor fi nevoite să gestioneze schimbarea. Un site de afiliere obișnuit cu plasarea de cookie-uri va avea costuri de implementat a unei soluții noi în domeniu.

În cazul în care se merge pe varianta fără redirecționare (adică vor exista în același timp și varianta cu URL „standard”, <https://www.amazon.com/ugnbwhdnwlng/Rechargeable-Aspirator/>, dar și URL-uri pentru afiliați, <https://www.amazon.com/uggbwhenhln/Rechargeable-Aspirator/>), vizitatorii s-ar putea să aibă probleme cauzate de faptul că același produs poate fi accesat de la două sau mai multe URL-uri diferite (dacă un utilizator salvează o listă de URL-uri favorite, un URL afiliat va apărea ca fiind diferit de URL-ul standard).

În ceea ce privește redirecționarea 301 a URL-urilor, considerăm că aceasta nu afectează negativ un site, deci nu este un dezavantaj al soluției prezentate. Conform Ahrefs¹⁹, PageRank „Este formula creată de Google pentru a evalua «valoarea unei pagini» pe baza cantității și calității linkurilor sale. Desigur, PageRank nu este singurul «factor de clasare», dar se crede în general că, în ansamblu, un PageRank mai mare echivalează cu clasări mai înalte.” Din 2016, Gary Illyes, un reprezentant Google, citat de aceeași sursă, afirmă că „Redirecționările 30x nu mai pierd PageRank.”

Pentru a detalia mai bine avantajele/dezavantajele soluției prezentate, am realizat o analiză SWOT:

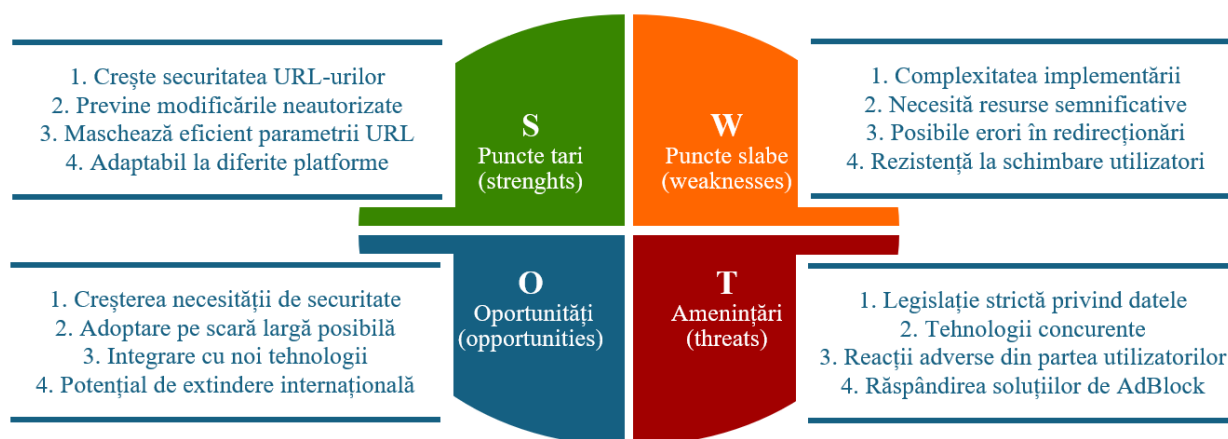


Fig. 5. Analiza SWOT soluția prezentată

2.5. Alternative pentru soluția propusă

Este soluția propusă folosită și în alte părți?

Un alt avantaj al soluției propuse este dat de criptarea unui link.

Să zicem că o persoană dorește să partajeze un fișier folosind serviciul de file sharing (partajare de fișiere și backup) Dropbox. Astfel arată un URL de Dropbox tipic:

<https://www.dropbox.com/scl/fi/2id43e47ghzehge4p6us/2024.02.24-Audit-SEO-detaliat.zip?rlkey=fkeffbgzgjen4ejgrg0egpe9g&dl=0>

Se observă că un fișier are două elemente unice – odată chiar în URL-ul inițial este o metodă de criptare sumară, și apoi în partea finală a URL-ului este o nouă cheie de criptare.

Mai mult, pe Dropbox există chiar o structură similară a URL-urilor, în care înainte de partea finală a URL-ului se introduce o cheie de criptare.

Așadar, considerăm că Dropbox folosește o soluție similară cu ce propunem în materialul de față.

¹⁹ Hardwick, J. (2024) 301 redirects explained: How they impact seo, SEO Blog by Ahrefs. Disponibil la: <https://ahrefs.com/blog/301-redirects/>

Google Drive are o practică similară, astfel arată un URL de Google Drive tipic:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1okSIedfH-k124fUgPeRgGerfoeeygS5_fdCgDgD8/edit?usp=drive_link

Se observă că și aici vorbim de o criptare URL-uri pentru anonimizare acces. Google Drive elimină complet partea legată de numele fișierului, folosește doar o metodă de criptare URL-uri, dar considerăm că și în Google Drive există o soluție de anonimizare URL-uri similară cu propunerea noastră.

3. Concluzii

În lucrarea noastră, abordăm provocările marketingului afiliat, cu accent pe problemele legate de mascarea/ascunderea URL-urilor cu scopul de a crește eficiența afilierilor. Sugerăm că, în contextul unei creșteri semnificative a conștientizării utilizatorilor privind securitatea datelor personale, marketerii trebuie să își adapteze strategiile pentru a păstra eficiența în campaniile de afiliere. Pur și simplu, e nevoie de tehnici și strategii noi, în contextul creșterii percepției negative a unei părți a utilizatorilor referitor la marketingul afiliat.

Principala problemă identificată în lucrarea noastră este modificarea URL-urilor de afiliere de către utilizatori, care pot elimina parametri esențiali ce asigură atribuirea corectă a comisioanelor. Utilizatorii pot edita URL-urile, automat sau manual. Acest comportament nu numai că afectează veniturile afiliaților, dar scad și eficiența datelor colectate pentru analize de marketing. Propunem o soluție de criptare și modificare a structurii URL-urilor pentru a face mai dificilă eliminarea manuală (sau cu plugin-uri de browser) a parametrilor de tracking.

Un aspect inovator prezentat în lucrarea noastră este utilizarea algoritmilor de modificare a URL-urilor pentru a masca/ascunde informațiile sensibile pentru marketingul afiliat, reducând astfel riscul de manipulare a linkurilor. Soluția noastră contribuie, de asemenea, la păstrarea URL-urilor relativ scurte.

Am arătat că soluția noastră e folosită deja și de platforme cum este Dropbox și Google Drive, în special în scop de criptare URL-uri.

În concluzie, lucrarea noastră aduce în atenție necesitatea adaptării continue a metodelor de marketing afiliat la noile cerințe de securitate și la așteptările tot mai mari ale utilizatorilor. Implementarea soluțiilor de criptare și a algoritmilor de modificare a URL-urilor poate crește eficacitatea campaniilor de afiliere.

4. Bibliografie

(2023) *Actualdecluj.ro*. Disponibil la: <https://actualdecluj.ro/topul-firmelor-de-curierat-din-romania-fan-courier-si-samedey-lideri-de-clasament/> (Accesat: 13 Aprilie 2024).

25 best chrome extensions to protect your privacy (2024) *RunCloud Blog*. Disponibil la: <https://runcloud.io/blog/best-chrome-privacy-extensions> Accesat: 13 Aprilie 2024).

Create your free QR codes (no date) *QR Code Generator*. Disponibil la: <https://www.qr-code-generator.com/> Accesat: Aprilie 2024).

Data Privacy Software Market Size, share & growth [2032] (no date) *Data Privacy Software Market Size, Share & Growth [2032]*. Disponibil la: <https://www.fortunebusinessinsights.com/data-privacy-software-market-105420> Accesat: 12 Aprilie 2024).

De Ce 2performant (2021) *2Performant*. Disponibil la: <https://2performant.com/guides/ro/ghidul-afiliatului-2performant/articole/de-ce-2performant/> Accesat: 12 Aprilie 2024).

Dean, B. (2024) *Google chrome statistics for 2024*, *Backlinko*. Disponibil la: <https://backlinko.com/chrome-users> Accesat: 13 Aprilie 2024).

Definition of QR Code (no date) *PCMag*. Disponibil la: <https://www.pcmag.com/encyclopedia/term/qr-code> Accesat: 13 Aprilie 2024).

Er@affiverse.com (2024) *Google cookie changes and impact on affiliates*, Affiverse. Disponibil la: <https://www.affiversemedia.com/google-cookie-changes-and-impact-on-affiliates/> Accesat: 13 Aprilie 2024).

Fishkin, R. (2015) *15 seo best practices for structuring urls [URL best practices]*, Moz. Disponibil la: <https://moz.com/blog/15-seo-best-practices-for-structuring-urls> Accesat: 13 Aprilie 2024).

Fontanella, C. (2021) *The absolute 8 best affiliate link cloaking plugins available on WordPress, HubSpot Blog*. Disponibil la: <https://blog.hubspot.com/website/affiliate-link-cloaking-wordpress-plugins> Accesat: 13 Aprilie 2024).

Hardwick, J. (2024) *301 redirects explained: How they impact seo, SEO Blog by Ahrefs*. Disponibil la: <https://ahrefs.com/blog/301-redirects/> Accesat: 13 Aprilie 2024).

Lebow, S. (2024) *Amazon accounted for 40% of ecommerce sales, 4% of retail sales in 2023, EMARKETER*. Disponibil la: <https://www.emarketer.com/content/amazon-accounted-40-of-ecommerce-sales-4-of-retail-sales-2023> Accesat: 12 Aprilie 2024).

Narayan, G. and Narayan Singh, A. (2022) *A Study On Awareness And Perception Of Customers Towards Affiliate Marketing With Special Reference To Agra Region*. Disponibil la: <https://journalppw.com/index.php/jpsp/article/download/9298/6042/10754> Accesat: 12 Aprilie 2024).

Nkhoma, K. (2024) *50+ Wordpress statistics you should know in 2024, All in One SEO - Best WordPress SEO Plugin*. Disponibil la: <https://aioseo.com/wordpress-statistics/> Accesat: 13 Aprilie 2024).

Popa, D. (2024) *Ponderea românilor care au cont bancar Este cea Mai Mică Din regiune. Motivul Principal: „nu vrem să fim urmăriți”, HotNews.ro*. Disponibil la: https://economie.hotnews.ro/stiri-finante_banci-27011319-ponderea-romanilor-care-cont-bancar-este-cea-mai-mica-din-regiune-motivul-principal-nu-vrem-fim-urmariti.htm Accesat: 13 Aprilie 2024).

PricewaterhouseCoopers (2023) *Companies face a big trust gap on Data Security, PwC*. Disponibil la: <https://www.pwc.com/gx/en/issues/c-suite-insights/the-leadership-agenda/companies-face-a-big-trust-gap-on-data-security.html> Accesat: 12 Aprilie 2024).

Sameday Courier (2023) *Totul despre marketing AFILIAT: Cum să-L Aplici eficient La Afacerea ta*, <https://sameday.ro> – Trimate Colete Online - Curier Online Rapid National. Disponibil la: <https://sameday.ro/infocenter/marketing-afiliat-romania/> Accesat: 12 Aprilie 2024).

Seculeanu, A. (2023) *Raport: Grupul Emag a avut în anul fiscal 2023, încheiat în martie, Venituri de 2 MLD. Dolari, Mai Mici cu 4%, Cu o Pierdere de 63 mil. Dolari. Emag are un potențial important de Creștere în față, cu o rată Medie de Creștere Anuală a retailului online estimată pentru România la 12% până în 2026, conform raportului anual al prosus, Acționarul Majoritar Al Grupului, ZF.ro*. Disponibil la: <https://www.zf.ro/business-hi-tech/raport-grupul-emag-avut-anul-fiscal-2023-incheiat-martie-venituri-2-22090025> Accesat: 13 Aprilie 2024).

The 2024 Tech Pro's Guide to data-powered marketing (2023) Aqfer. Disponibil la: <https://aqfer.com/lp/tech-pros-guide-to-data-powered-marketing/> Accesat: 13 Aprilie 2024).

Trufasu, V. (2023) *Cât De toxică Este publicitatea înșelătoare și cum ne ferim de reclamele mincinoase. sfatul unui specialist, Adevărul*. Disponibil la: <https://adevarul.ro/stiri-interne/societate/cat-de-toxica-este-publicitatea-inselatoare-si-cum-2325098.html> Accesat: 13 Aprilie 2024).