

**deriv** | 25 years

# COMO OBTER LUCRO ATRAVÉS DO **Marketing de Afiliados com a Deriv**

---

10 dicas de profissionais para se tornar  
um especialista em marketing de afiliados

**POR VINCE STANZIONE**



# Índice

6	O que é o marketing de afiliados?
7	Porque deve promover uma plataforma de negociação financeira
8	Porque deve escolher ser parceiro da Deriv
9	O poder da comissão contínua — Valor vitalício
10	Desafios do marketing de afiliados
12	É necessário ser um especialista financeiro para me tornar afiliado da Deriv?
13	Noções básicas para afiliados: Como registrar-se, monitorizar vendas, obter comissões e receber pagamentos
13	Registo de afiliados
14	Acompanhamento de vendas e referências
14	Recebimento de comissões
15	Pagamentos e reembolsos
15	Como promover o seu negócio
15	Observar e aprender com outros afiliados
15	Construir relações
16	Criar conteúdo em outros idiomas além do inglês
19	Como promover uma plataforma financeira
19	Criar um blog ou site
20	Tipos de conteúdo para o blog
20	Fontes para criação de conteúdo
21	OMP - Otimização para Motores de Pesquisa
22	Análises
22	Vídeos para YouTube
24	PDFs
25	E-books
26	Publicidade paga
28	Promoção tradicional
31	Aulas online sobre negociação
31	Estratégias avançadas: APIs, plug-ins (extensões) e desenvolvimento de software
32	10 dicas de profissionais para impulsionar o sucesso no marketing de afiliados
33	Alguns dos meus livros favoritos sobre copywriting e publicidade
34	Resumo
35	Glossário



## Isenção de responsabilidade

As informações disponibilizadas neste e-book destinam-se apenas a fins educativos e não constituem aconselhamento jurídico, financeiro ou profissional. Apesar de procurarmos fornecer insights e estratégias valiosas, não garantimos a sua capacidade de gerar rendimentos através do marketing de afiliados. O sucesso neste campo requer tempo, esforço e dedicação, sendo que os resultados individuais podem variar.

Os afiliados são inteiramente responsáveis por quaisquer custos, despesas ou obrigações financeiras decorrentes dos seus esforços de marketing. Tal inclui, entre outros, custos com publicidade, alojamento Web e materiais promocionais. Os afiliados atuam como prestadores de serviços independentes e não são funcionários, agentes ou representantes da empresa. Os afiliados são responsáveis pelas suas próprias atividades comerciais, incluindo o cumprimento da legislação e regulamentação local, bem como o respeito pelos requisitos de divulgação.

Não nos responsabilizamos pelas ações ou omissões de terceiros, incluindo programas de afiliados, redes ou outras entidades com as quais os afiliados possam interagir. Não endossamos nem garantimos a qualidade, o desempenho ou a fiabilidade de quaisquer produtos, ou serviços de terceiros promovidos por afiliados. Adicionalmente, os afiliados devem ter em consideração que os termos dos programas de afiliados, incluindo taxas de comissão e ofertas de produtos, podem ser alterados sem aviso prévio, sendo da sua responsabilidade manterem-se atualizados sobre estas alterações.

Para mais informações sobre a empresa, por favor visite [deriv.com](https://deriv.com).

<sup>1</sup> A Deriv Academy não está disponível para clientes residentes na União Europeia.

<sup>2</sup> Estas estatísticas são exclusivas da Deriv Investments (Europe) Limited.



## Sobre Vince Stanzione

Vince Stanzione tem mais de 37 anos de experiência nos mercados financeiros, sendo um multimilionário que conquistou a sua fortuna por mérito próprio. Autor de bestsellers do New York Times, como “The Millionaire Dropout”, também desenvolveu o curso “Making Money from Financial Spread Trading”. O seu trabalho foi destacado e citado positivamente em mais de 200 jornais, meios de comunicação e websites, incluindo CNBC, Yahoo Finance, MarketWatch, Reuters.com, The Independent, Sunday Independent, The Observer, The Guardian, The Times, The Sunday Times, Daily Express, What Investment, Growth Company Investor, The New York Times, BullBearings, City Magazine, Canary Wharf, Institutional Investor China e Shares Magazine.

Atualmente, reside principalmente em Maiorca, Espanha, onde continua a negociar em mercados como moedas, ações e matérias-primas.

Também fundou, geriu e investiu em várias empresas nas áreas de comércio eletrónico, telecomunicações e meios de comunicação social. Foi o fundador da TV Commerce plc, empresa cotada na Bolsa de Valores AIM de Londres.

Para mais atualizações, siga-o no:



[vincestanzione](#)



[Vince\\_Stanzione](#)



[vince-stanzione.medium.com](#)



## O que é o marketing de afiliados?

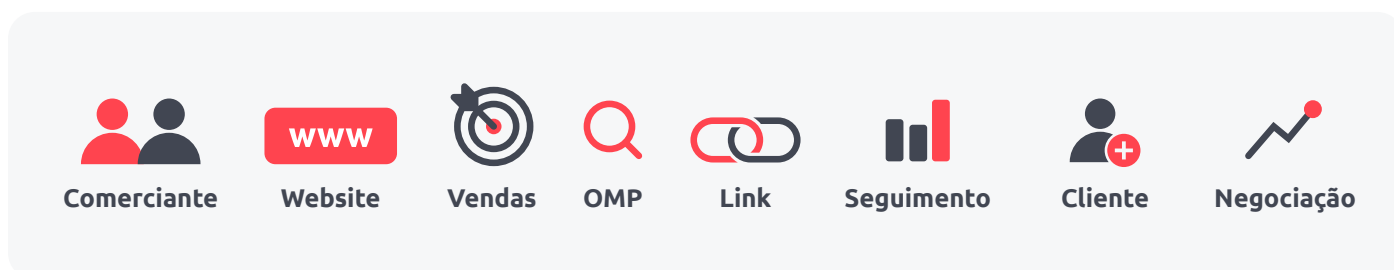
O marketing de afiliados é uma abordagem de marketing orientada para o desempenho, onde indivíduos ou empresas, conhecidos como afiliados, promovem produtos ou serviços de outras empresas e recebem uma comissão por cada venda, lead ou ação resultante dos seus esforços de marketing.

Este modelo oferece vantagens tanto para os fornecedores de produtos ou serviços como para os afiliados. Um grupo vende um produto ou serviço e o outro grupo (denominado de profissionais de marketing de afiliados ou “affiliate marketers”) ajuda a promovê-lo. Quando os profissionais de marketing de afiliados trazem clientes que fazem compras, ambos os grupos ganham dinheiro com essas vendas. Desta forma, todos beneficiam e partilham os lucros.

Os afiliados podem acrescentar valor ao partilharem conteúdos, análises e informações sobre a utilização de um produto ou serviço, proporcionando uma experiência mais descontraída e autêntica em comparação com a comunicação formal de uma empresa. Esta abordagem também facilita a descoberta de novos produtos ou serviços que, de outra forma, poderiam passar despercebidos pelos clientes.

Resumidamente, o princípio básico do marketing de afiliados é simples: promover produtos para uma audiência específica e ser recompensado pelas vendas geradas através dessas recomendações.

Veja como funciona habitualmente:



Apesar de concentrar-me principalmente no marketing de afiliados online, é crucial lembrar que este modelo operacional já existe há muitas décadas. Antes da era da Internet, as pessoas podiam atuar como “representantes” de uma empresa, geralmente trabalhando exclusivamente à base de comissões.

De facto, no final da década de 1980, fiz a minha primeira fortuna a vender telefones para automóveis e telemóveis (sim, aqueles antigos que pareciam um tijolo), começando apenas à base de comissões. Posteriormente, fundei a minha própria empresa de telecomunicações, criando uma rede de agentes que comercializavam os meus produtos exclusivamente à base de comissões. Foi uma experiência completa!



## Porque deve promover uma plataforma de negociação financeira?

Antes de nos aprofundarmos sobre a Deriv, é importante perceber porque é que o setor de negociação financeira é uma excelente escolha para promover enquanto afiliado.

**Sem produtos físicos:** A negociação online — seja de moeda estrangeira, matérias-primas, ações ou criptomoedas — não exige entrega de bens físicos. Diferentemente de vender um computador ou uma peça de roupa, onde o comprador pode devolver o produto ou pedir um reembolso, os afiliados de negociação financeira não enfrentam esses problemas.

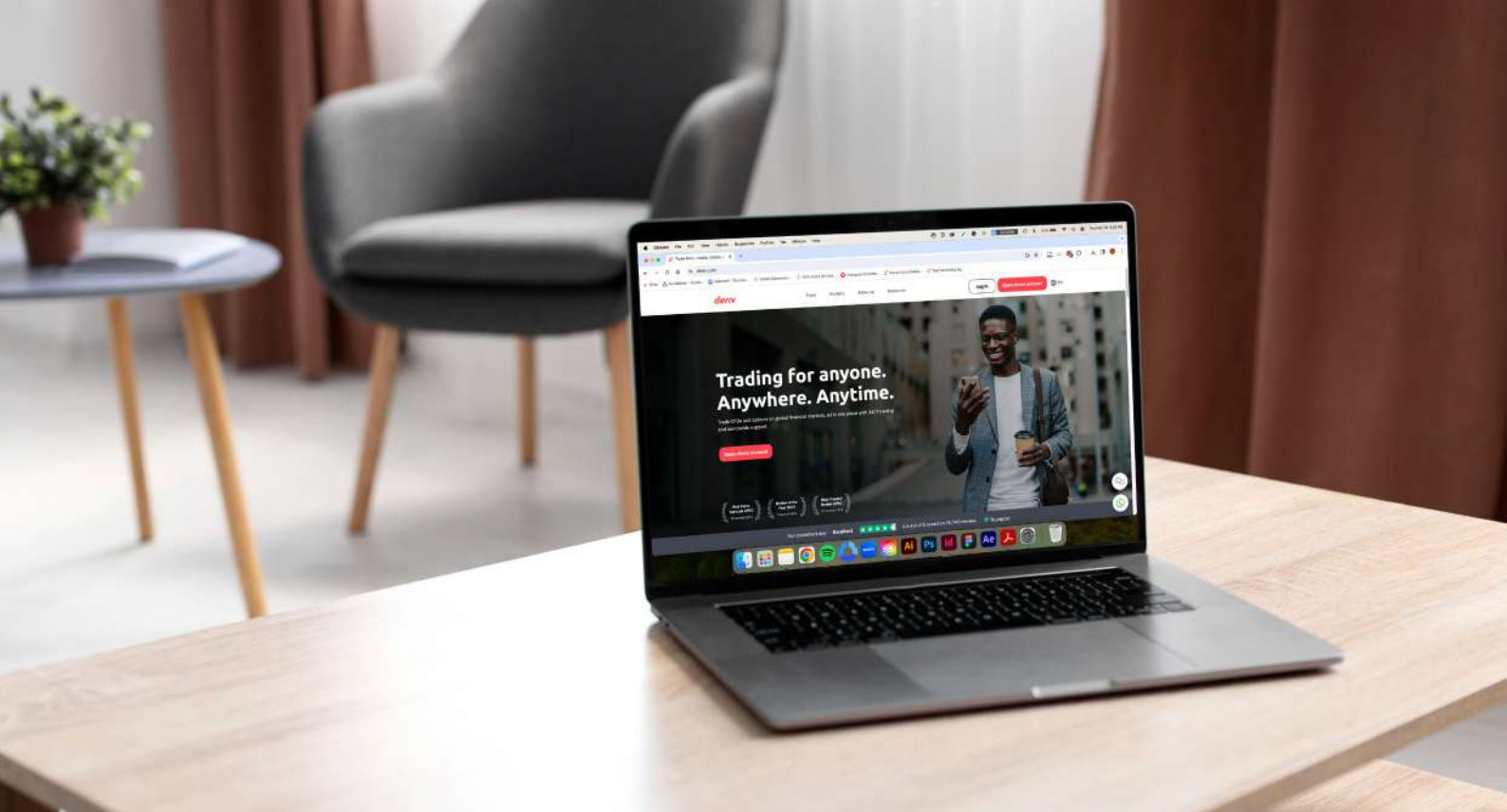
**Um setor consolidado:** A negociação financeira é uma indústria há muito estabelecida. Apesar da evolução tecnológica, o core business dos mercados financeiros continua firme e duradouro. Ao contrário de alguns produtos ou serviços com popularidade temporária, a negociação continua a atrair interesse, garantindo relevância para os seus esforços de marketing.

**Alcance global:** Apesar das restrições regulatórias em algumas regiões, a negociação financeira é um negócio com dimensão mundial. Por exemplo, uma pessoa em Espanha, no Vietname ou na Austrália pode negociar ações de uma empresa americana como a Apple. O programa de afiliados da Deriv, por sua vez, enfrenta poucas limitações legais (com exceções como os EUA). Isto significa que a sua conta de afiliado pode alcançar clientes em todo o mundo, ao contrário de negócios restritos a regiões específicas.

**Atividade constante:** Os mercados financeiros estão sempre ativos. Com a Deriv, os clientes têm a oportunidade de obter lucro em mercados em alta, baixa ou mesmo laterais. A Deriv também desenvolve e lança regularmente novos produtos, mantendo os clientes envolvidos e proporcionando mais oportunidades de promoção e lucros. Nunca lhe faltará conteúdo para escrever.

**Sem investimento inicial:** Lançar a sua própria plataforma de negociação financeira exigiria milhões em capital, equipa de TI e contabilidade, medidas de conformidade, licenças e espaço para o escritório. Como afiliado, pode começar a promover uma plataforma com um orçamento de marketing reduzido. Adiante, irei partilhar algumas dicas sobre como promover sem custos.

**Flexibilidade:** Como afiliado, tem a liberdade de trabalhar de qualquer lugar do mundo e no horário que lhe convier, com apenas o seu telefone e computador portátil. Pode até trabalhar de pijama!



## Porque deve escolher ser parceiro da Deriv?

Uma parceria com a Deriv oferece inúmeras vantagens que a tornam uma escolha sensata para os afiliados. Veja os principais motivos:

**Empresa estabelecida e de confiança:** A Deriv tem sido uma presença sólida na indústria da negociação financeira há mais de 25 anos. Enquanto muitas empresas neste setor surgem e desaparecem, a longevidade e a abordagem pró-afiliados da Deriv dão-lhe a segurança de que a sua fonte de rendimento está associada a um parceiro fiável e estável.

**Diversidade de produtos financeiros:** A Deriv oferece uma ampla gama de produtos financeiros, o que possibilita oportunidades de marketing para diferentes públicos. A plataforma multilíngue permite-lhe alcançar eficazmente diversas regiões.

**Materiais de marketing de excelência:** Os afiliados beneficiam de acesso gratuito a materiais de marketing de alta qualidade. Este apoio facilita a promoção dos produtos e serviços da Deriv de forma profissional.

**Comissões contínuas:** A Deriv oferece comissões contínuas, cruciais para a construção de uma fonte de rendimento sustentável. Este aspeto será abordado mais detalhadamente adiante.

**Produtos exclusivos:** A Deriv disponibiliza mercados financeiros que não são acessíveis através de outras corretoras, oferecendo-lhe um argumento de venda exclusivo (USP) para atrair clientes.

**Disponibilidade 24/7/365:** Ao contrário de muitas corretoras, a Deriv opera durante todo o ano, incluindo fins de semana. Esta disponibilidade ininterrupta maximiza o potencial de geração de receitas.

**Alcance global:** Enquanto afiliado, o seu trabalho não está limitado à sua região. Por exemplo, pode viver em Espanha e promover os serviços da Deriv na América Latina ou na Ásia, expandindo significativamente o seu alcance e as suas possibilidades de ganhos.

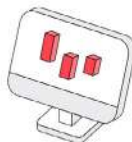
**Reputação e credibilidade na indústria:** A Deriv é amplamente respeitada no setor, contando com diversos prémios e licenças financeiras em jurisdições de renome. Esta credibilidade contribui para estabelecer confiança junto dos seus clientes, facilitando a promoção dos seus serviços.



Ser parceiro da Deriv oferece-lhe uma base sólida para o sucesso no marketing de afiliados, com estabilidade, apoio abrangente, produtos únicos e um alcance global.

**Pagamentos regulares com levantamentos imediatos**

Efetuamos o pagamento das suas comissões de forma pontual. Desfrute de uma caixa disponível 24 horas por dia, sem complicações, para levantar os seus ganhos

**Monitorização dos ganhos**

Acompanhe o seu desempenho e supervise os seus ganhos com ferramentas de relatório. Monitorize o crescimento dos seus rendimentos ao longo do tempo.

**Acesso a ferramentas promocionais e material de marketing**

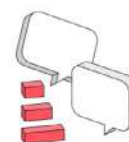
Aceda a ferramentas exclusivas de marketing de afiliados e material promocional para impulsionar as suas iniciativas

**Vasta gama de produtos, plataformas e tipos de negociação**

Os nossos principais serviços e ferramentas incluem a Deriv GO, Deriv MT5, Deriv cTrader, Deriv X e o nosso programa de afiliados.

**Mais de 25 anos, mais de 190 países**

Estamos presentes no mercado há mais de 25 anos, em mais de 190 países, com mais de 300 mil traders ativos mensalmente.

**Suporte especializado**

Acesso a promoções de qualidade, material educativo e suporte permanente para o ajudar a crescer.

## O poder da comissão contínua - Valor vitalício

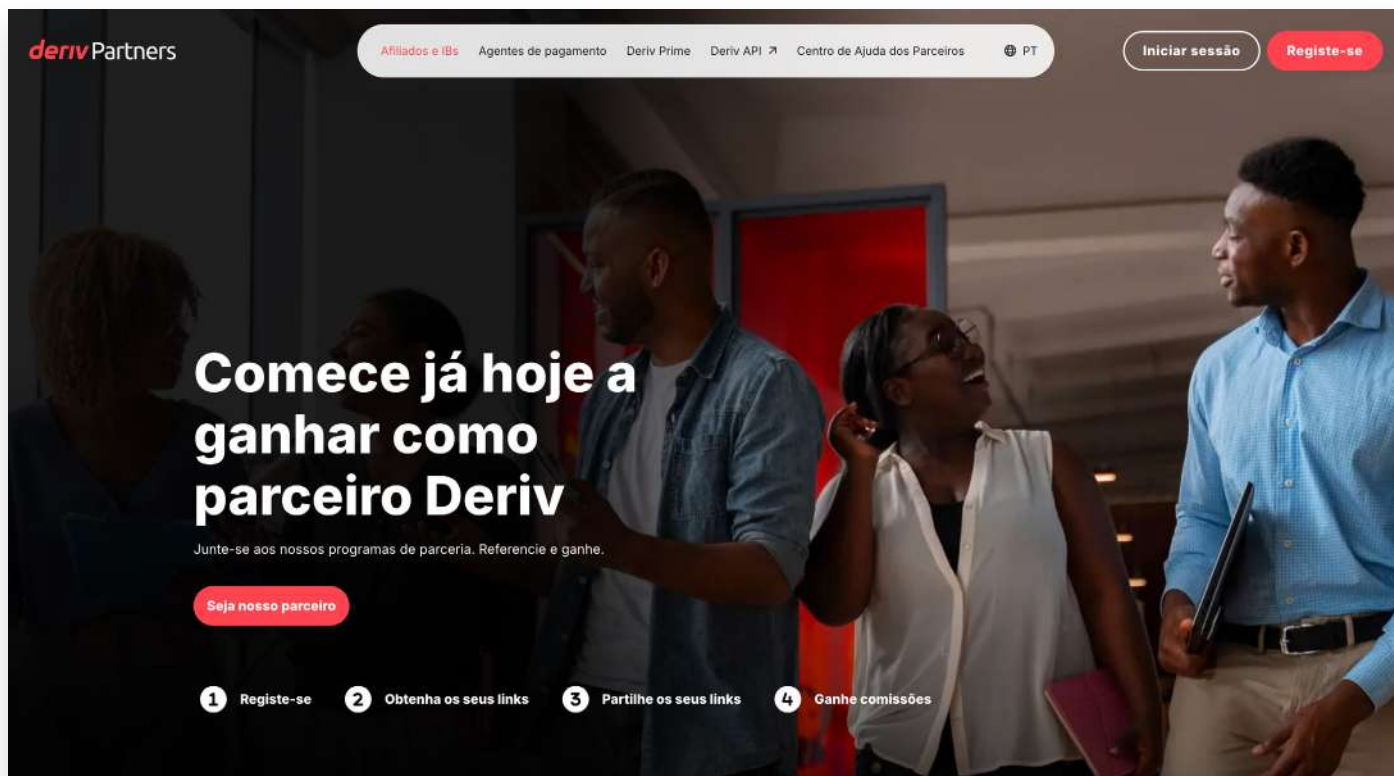
Na maioria dos programas de marketing de afiliados, o ganho resume-se a uma única comissão. Por exemplo, ao vender um par de óculos de sol por 300 USD através do seu link de referência, poderá receber uma comissão de 30 USD (10%). Embora seja uma recompensa interessante, trata-se de um rendimento pontual, limitado a essa transação específica. Mesmo que haja oportunidades de vendas repetidas ou promoções adicionais, este método não garante um fluxo de rendimento consistente.

Com a Deriv, no entanto, receberá uma percentagem do lucro da empresa, gerado do cliente que referenciou, enquanto este continuar a negociar. Este modelo pode prolongar-se por anos, permitindo-lhe construir um rendimento recorrente e, potencialmente, substancial.

Embora seja possível colaborar com várias empresas ao mesmo tempo, é importante não dispersar o foco. Além disso, tenha cautela com empresas que oferecem comissões excessivamente elevadas aos afiliados. Promessas de resultados e retornos rápidos podem ser apelativas, mas, no marketing de afiliados, é mais benéfico pensar a longo prazo e focar-se no “valor vitalício” de cada cliente.

Simplificando: prefere receber 100 USD de imediato ou 20 USD todos os meses ao longo de vários anos? A perspetiva de longo prazo proporciona, claramente, ganhos mais atrativos e sustentáveis.

Pode ter uma ideia dos seus ganhos potenciais com a Deriv ao visitar a [página de Afiliados](#).



Em suma, o modelo de comissão contínua da Deriv assegura um fluxo de rendimento adicional, posicionando-se como uma opção fiável para afiliados que procuram ganhos estáveis e duradouros.

## Desafios e realidade do marketing de afiliados

O marketing de afiliados não é um esquema de enriquecimento rápido. Gostava de apresentar uma perspetiva equilibrada, partilhando os desafios e armadilhas que podem levar ao fracasso neste setor:

**Elevada concorrência:** A popularidade do marketing de afiliados resulta numa concorrência significativa. Para se destacar, é essencial criar conteúdo único, identificar nichos específicos e manter um esforço constante. Competir contra outros afiliados exige criatividade e persistência.

**Incerteza de obter receitas:** Os rendimentos no marketing de afiliados podem ser voláteis. O sucesso não é garantido e os ganhos podem variar devido a alterações nos algoritmos, tendências de mercado, procura de produtos, entre outros fatores. Esta incerteza exige flexibilidade e capacidade de adaptação.

**Dependência de programas de afiliados:** Os afiliados estão sujeitos às políticas e decisões dos programas de afiliados em que se inscrevem. Alterações nos termos, taxas de comissão ou a disponibilidade dos produtos podem afetar os ganhos. Por exemplo, em plataformas financeiras como a Deriv, alterações regulamentares podem ter impacto direto nos seus resultados.

**Requer tempo e esforço:** Embora o marketing de afiliados ofereça potencial de rendimento passivo, estabelecer canais de sucesso exige um investimento significativo de tempo, esforço e consistência na criação de conteúdo de alta qualidade e estratégias de marketing. Começar pode ser desafiante, devido a tarefas como construir canais eficazes de comunicação, por exemplo, redes sociais, websites ou blogs, que requerem um esforço considerável. No entanto, uma vez estabelecidos, estes canais tornam-se mais fáceis de gerir.

**Considerações éticas:** A confiança do público é fundamental. Promover excessivamente ou recomendar produtos de baixa qualidade apenas para obter comissões pode prejudicar a sua credibilidade. É importante promover produtos ou serviços nos quais acredita verdadeiramente e ofereçam valor real ao seu público.

**Compromisso e consistência:** A taxa de insucesso no marketing de afiliados é parcialmente devida à baixa barreira de entrada que leva muitas pessoas a começarem, mas rapidamente desistirem devido à falta de compromisso. Tratar esta atividade como um negócio requer tempo, dedicação e consistência na criação de valor para o público. Com tantas opções disponíveis e a tendência para períodos de atenção cada vez mais curtos, o seu conteúdo deve destacar-se e oferecer valor real. Atualizações regulares e conteúdos relevantes são mais eficazes do que publicações esporádicas e dispersas.

Apesar destes desafios, acredito que ser afiliado da Deriv representa uma oportunidade viável e vantajosa em comparação com negócios tradicionais ou outras oportunidades de marketing de afiliados. Promover uma plataforma de negociação financeira com alcance global permite-lhe explorar mercados menos saturados. Muitos mercados emergentes continuam sub-representados no setor de serviços financeiros.

No entanto, é importante considerar os aspetos fiscais. Embora não seja necessário constituir uma empresa, as comissões de afiliados são normalmente pagas na íntegra, sem deduções de impostos. Por exemplo, se a Deriv pagar 10.000 USD num mês, deverá calcular os impostos devidos. A maioria das despesas comerciais, como publicidade online, custos de internet, impressão ou comunicações, pode ser deduzida do seu rendimento. Consulte um contabilista ou consultor fiscal local para obter orientação, mas inicialmente, concentre-se em alcançar o seu primeiro pagamento de comissão.

Ao compreender e superar estes desafios, poderá construir um negócio de marketing de afiliados sustentável e bem-sucedido.





Deriv

## É necessário ser um especialista financeiro para me tornar afiliado da Deriv?

Embora ter um bom conhecimento sobre os produtos e plataformas da Deriv seja certamente benéfico, não é obrigatório ser um especialista financeiro para se tornar afiliado da Deriv. Competências como a promoção de produtos ou serviços, criação de conteúdos e gestão de redes sociais podem ser extremamente úteis. Se já tem experiência em marketing digital, muitas das capacidades que desenvolveu podem ser facilmente aplicadas para promover a Deriv.

Recomenda-se a criação de uma conta na Deriv. Começar com uma **conta demo gratuita** é uma excelente forma de praticar. Poderá iniciar também com uma conta real, bastando para isso um depósito mínimo de apenas 5 USD.

## Registe-se

**Junte-se a mais de 2,5 milhões de traders**

Email



Ao criar uma conta, confirma ter 18 anos ou mais e compreende que podemos utilizar o seu endereço de e-mail para enviar atualizações e materiais de marketing (consulte a [Política de segurança e privacidade](#)). Pode cancelar a subscrição destes e-mails nas definições da sua conta a qualquer momento.

☐ Aceito os [termos e condições](#)

**Criar conta demo**

Ou



**Registe-se via Google**



**Registe-se via Facebook**



**Registe-se via Apple**

Já tem uma conta? [Iniciar sessão](#)

Terá à sua disposição recursos valiosos, como e-books que explicam como negociar nos mercados. Adicionalmente, a [Deriv Academy](#) oferece vídeos e tutoriais de negociação.

Manter-se atualizado sobre os eventos financeiros globais, como ações dignas de ser notícia, preços de matérias-primas (como o petróleo e ouro) e as principais moedas, pode ser uma excelente fonte de inspiração para as suas estratégias de marketing. Por exemplo, se o preço do ouro atingir um recorde histórico, poderá utilizar esse facto como destaque nas suas promoções.

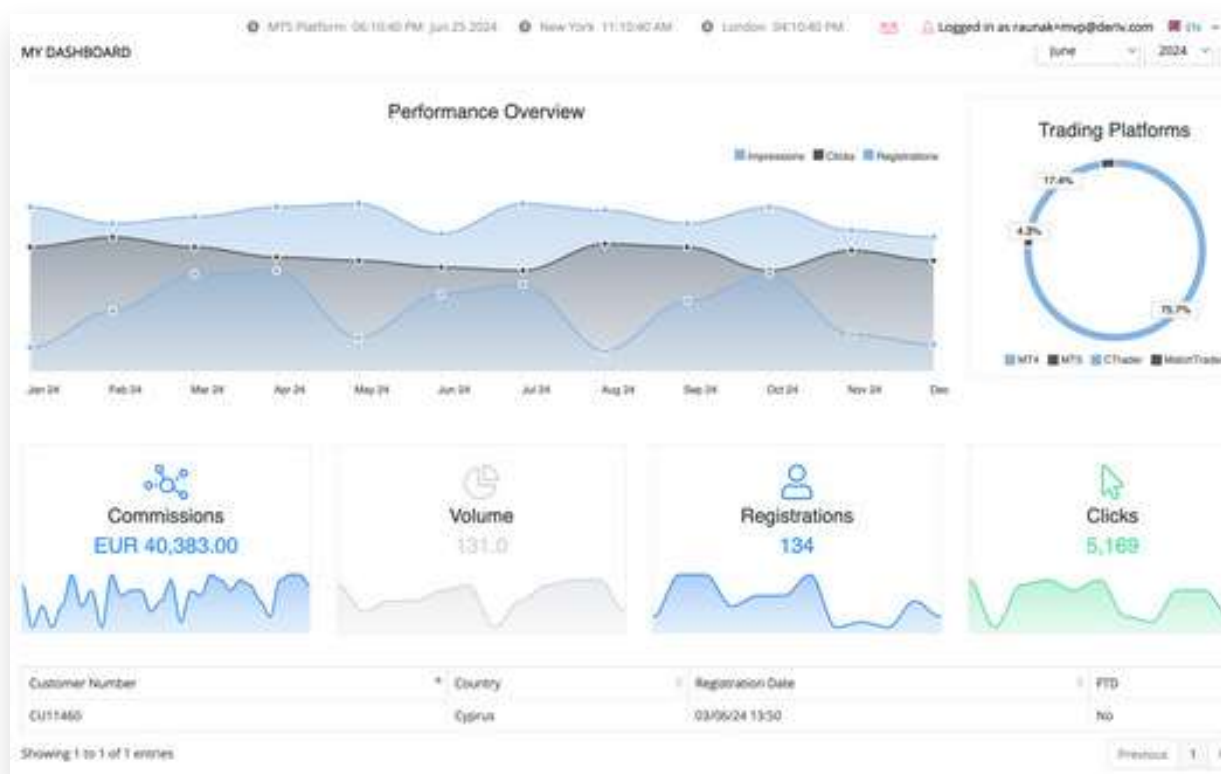
Mais importante do que a experiência prévia é a disposição para aprender e adaptar-se. Ser consistente também é crucial. Qualquer competência que ainda não possua pode ser adquirida online, muitas vezes de forma económica ou até gratuita. Quase todos os desafios que possa enfrentar podem ser superados e também terá a possibilidade de subcontratar algumas tarefas, sobre as quais abordarei mais à frente. Portanto, não precisa de saber ou fazer tudo sozinho.

## Noções básicas para afiliados: Como registar-se, monitorizar vendas, obter comissões e receber pagamentos

### Registo de afiliados

As empresas que oferecem programas para afiliados disponibilizam links de acompanhamento ou códigos exclusivos para os interessados. Após a inscrição, os afiliados têm acesso a recursos necessários para começar a promover produtos ou serviços, bem como a materiais de marketing específicos e orientações úteis. No caso da Deriv, o registo pode ser efetuado através da sua [Página de Afiliado](#).

A Deriv dispõe de uma plataforma dedicada aos seus afiliados, onde é possível gerar estes códigos e aceder a materiais de marketing.



Os afiliados utilizam diversos canais de marketing para divulgar os produtos ou serviços que promovem. Entre os meios mais comuns encontram-se websites, blogs, plataformas de redes sociais, publicidade por correio eletrónico, vídeos no YouTube e TikTok ou outras formas de publicidade, tanto online como offline. Estes podem também estar disponíveis em diversas línguas para maximizar o alcance de mercado. Na secção de marketing, exploraremos estas estratégias em detalhe, uma vez que representam uma parte central do trabalho de um afiliado.

Como exemplo, considere o banner publicitário da Deriv que pode ser colocado no seu blog ou website. Quando um visitante clicar nesse banner, será redirecionado para o website da Deriv, onde o seu ID de afiliado estará associado. Se o utilizador efetuar o registo e começar a negociar, irá receber uma comissão.

### Acompanhamento de vendas e referências

É atribuído a cada afiliado um ID de seguimento ou um link único que permite identificar os seus esforços de marketing. Sempre que um potencial cliente clica nesse link e realiza uma compra ou completa uma ação específica (como registar-se num serviço ou fornecer informações de contacto), o sistema regista essa ação, atribuindo a venda ou o lead ao afiliado correspondente.

No caso da Deriv, a ação inicial consiste nos leads criarem uma conta demo gratuita. Isto permite aos potenciais clientes experimentar a plataforma e negociar sem qualquer risco. Embora isto não gere receitas imediatas para a Deriv, nem comissões para o afiliado, representa o início de um “funil” de conversão.

Uma percentagem significativa destas contas demo converte-se em contas com fundos, que começam a gerar receitas. Além disso, a Deriv disponibiliza e-books gratuitos que, embora não sejam uma fonte direta de receita, ajudam a atrair leads. Uma parte destes leads acabará por se transformar em contas financiadas.

Cada potencial lead é diferente. Alguns irão abrir uma conta, depositar fundos e começar a negociar em poucos dias. Outros podem demorar semanas para avançar, o que requer estratégias de marketing de acompanhamento.

### Recebimento de comissões

Os afiliados recebem comissões de acordo com os termos estabelecidos no programa de afiliados. Estas comissões podem consistir numa percentagem do valor da venda, numa taxa fixa por venda ou lead, ou numa estrutura híbrida. As taxas de comissão variam consoante os diferentes programas de afiliados e produtos.

Após registar-se no programa de Afiliados da Deriv, terá acesso aos diversos planos e respetivas comissões. Para mais informações, visite a página de [Afiliados da Deriv](#).



## Pagamentos e reembolsos

De acordo com as políticas do programa, os afiliados recebem os seus ganhos com uma periodicidade predefinida. Os pagamentos podem ser mensais, bimensais ou efetuados ao atingir determinados limites. A maioria dos programas de afiliados permite pagamentos em várias moedas, sendo que alguns também oferecem a opção de pagamento em criptomoedas, como a Bitcoin. No caso da Deriv, os afiliados são, geralmente, pagos mensalmente.

## Como promover o seu negócio

Tendo discutido os mecanismos de um programa de afiliados, é altura de nos concentrarmos no marketing. Afinal, o termo é “marketing de afiliados”. O seu objetivo central é promover produtos e serviços, gerando tráfego qualificado para o seu site.

No marketing de afiliados, não se trata apenas de obter visualizações e gostos, mas sim atrair tráfego “qualificado” – ou seja, visitantes com uma elevada probabilidade de se registarem numa conta de negociação financeira.

Muitos profissionais de marketing digital recorrem a técnicas como “clickbait”, algo que desaconselho fortemente. O uso de títulos ou descrições enganosas para conseguir visualizações não assegura registos e pode deixar os utilizadores com uma sensação de desilusão ou engano. Esta abordagem não contribui para a construção de um negócio sustentável a longo prazo.

### Seguir o modelo de outros afiliados

Embora copiar integralmente outros afiliados não seja recomendável, pode, sem dúvida, inspirar-se no trabalho de outros afiliados, quer estejam na Deriv ou noutras empresas de negociação. Este método é, frequentemente, mais simples do que começar do zero.

Por exemplo, pode pegar num artigo escrito em inglês e adaptá-lo para outra língua. Além disso, o número de visualizações de um vídeo ou artigo pode ser um bom indicador da popularidade de um determinado tema.

A nossa secção do site [Deriv Blog](#) publica regularmente artigos que podem servir como excelentes fontes de inspiração para o seu conteúdo.

Atualmente, ferramentas de inteligência artificial e tradução, como o [Deepl.com](#) podem ser extremamente úteis para produzir traduções de elevada qualidade. Mais adiante, irei disponibilizar um link com uma lista de recursos de IA úteis.

### Construir uma relação

Quer esteja a gerir um blog, um site, um canal de YouTube ou qualquer outra plataforma de redes sociais, está também a criar uma relação com os seus leitores ou seguidores e a ganhar a sua confiança.

Evite fazer promessas de “dinheiro fácil” através de negociações, pois esse tipo de promoção pode levar à rescisão do seu acordo de afiliado. Estas afirmações são desnecessárias e os consumidores de hoje em dia são mais céticos em relação a promessas irrealistas.

Como a negociação é uma atividade regulada, é essencial que mantenha o seu conteúdo e as suas promoções dentro das diretrizes legais. Estas regulamentações podem variar e estão em constante atualização. A Deriv irá fornecer-lhe orientações que diferem consoante a região. Por exemplo, os requisitos regulamentares na União Europeia (UE) não são os mesmos que em África.

Lembre-se também de que, como afiliado de uma empresa, não está formalmente contratado por ela. Por isso, evite afirmar que está. Este fator pode ser vantajoso, já que muitos potenciais clientes valorizam uma opinião “independente”. Além disso, nada o impede de colaborar com mais de uma empresa (a menos que o programa de afiliados tenha cláusulas que proíbam tal prática). Pode estabelecer acordos de marketing de afiliados com diversos produtos ou serviços que sejam complementares. Por exemplo:

Se gerir um blog de negociação financeira, pode promover a Deriv como uma plataforma de negociação. Em complemento, pode avaliar livros e produtos relacionados disponíveis na Amazon ou noutros retalhistas, ganhando comissões nessas vendas. Pode também promover softwares ou sistemas de negociação que complementem o seu conteúdo principal.

### **Criar conteúdo em outros idiomas além do inglês**

Algumas das línguas mais faladas no mundo

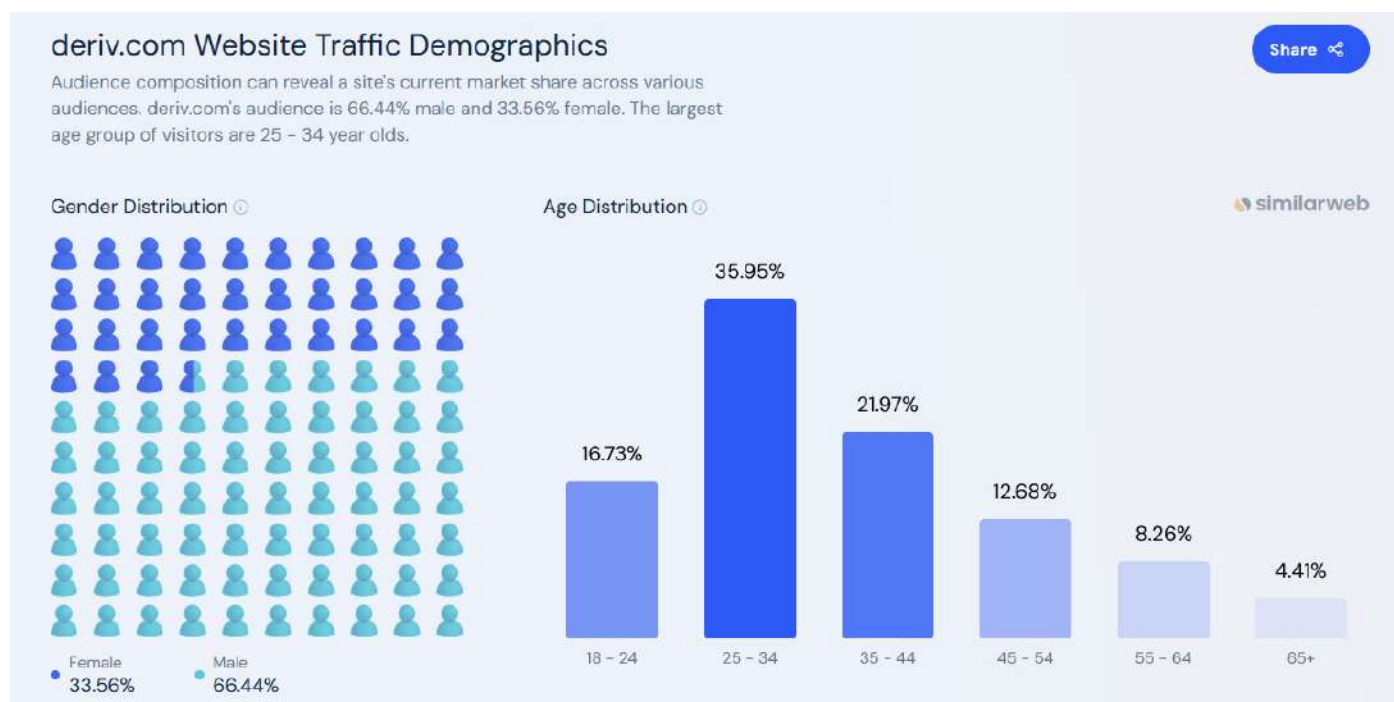
- Inglês (1.452 mil milhões de falantes)
- Mandarim (1.118 mil milhões de falantes)
- Hindi (+602 milhões de falantes)
- Espanhol (+548 milhões de falantes)
- Francês (280 milhões de falantes)
- Árabe Padrão Moderno (274 milhões de falantes)
- Bengali (+272 milhões de falantes)
- Russo (+258 milhões de falantes)

Fonte: [berlitz.com](https://www.berlitz.com)

Embora o inglês seja, provavelmente, a língua principal para a maioria dos afiliados e continue a ser a principal língua de negócios a nível global, existe um enorme potencial para produzir conteúdo noutros idiomas. Por exemplo, o espanhol alcança não só Espanha, mas também a América Latina e o francês estende-se para além de França, é amplamente utilizado em diversas regiões de África. Criar conteúdo nestas línguas pode ajudar-lhe a aceder a mercados menos competitivos.

**Dica:** O seu gestor de conta pode ajudá-lo a identificar regiões em crescimento, onde o seu orçamento e esforços de marketing podem produzir melhores resultados. Certifique-se também de que está informado sobre as regiões e territórios onde a empresa não aceita clientes, de forma a evitar esforços infrutíferos.

Para mais informações, consulte este site: [SimilarWeb - Deriv](#).



Observamos que a maioria dos clientes interessados na Deriv são do sexo masculino, com o grupo etário entre os 25 e os 34 anos a representar a maior percentagem de visitantes. Estas informações são extremamente úteis para direcionar as suas promoções com maior eficácia.

Além disso, o site pode ajudá-lo a identificar outras plataformas financeiras com perfis semelhantes ao da Deriv, permitindo-lhe obter ideias adicionais de marketing que podem ser adaptadas ao seu conteúdo.





## Como promover uma plataforma financeira

Promover uma plataforma como a Deriv pode ser feito de forma eficaz utilizando ferramentas gratuitas ou de baixo custo.

### 1. Criar um blog ou site

#### Escolher a plataforma

Iniciar um blog é uma excelente forma de começar. Recomendo o **WordPress**, embora existam outras alternativas. É possível gerir vários blogs e, apesar de existirem planos pagos com funcionalidades adicionais, faz sentido começar com a versão gratuita. Outras plataformas a considerar são o **Medium** e o **Substack**. Exemplo de conteúdo sobre a Deriv no Medium associado a um afiliado: **Deriv on Medium**.

#### Sugestões para branding

Adicionar uma fotografia sua no blog é fundamental e não precisa de parecer um modelo! A fotografia mostra que estão a lidar com uma pessoa real, o que contribui para construir confiança. No início deste e-book, incluí uma fotografia minha acompanhada de algumas informações importantes sobre o meu histórico para estabelecer credibilidade. Na fotografia, utilizo uma gravata com o tema Bitcoin, que frequentemente suscita comentários.

Adicionalmente, considere incorporar um elemento distintivo que o diferencie. Um exemplo notável é Tom Sosnoff, fundador da Tastytrade, vendida ao Grupo IG por milhões. No canal do YouTube da empresa, ele utiliza sempre um chapéu característico, marcado com o nome do seu negócio. Apesar de Tom não possuir uma aparência de supermodelo, a sua personalidade marcante e identidade visual forte permitiram-lhe construir um negócio altamente bem-sucedido. Sem este toque distintivo, é pouco provável que o canal tivesse alcançado o mesmo nível de sucesso.





## 2. Tipos de conteúdo para o blog

### Conteúdo atemporal

O conteúdo atemporal mantém-se relevante para os leitores durante um longo período, frequentemente durante vários anos. Este tipo de conteúdo aborda, geralmente, problemas ou questões universais que interessam a muitas pessoas e que não requerem atualizações frequentes para continuarem úteis e atuais.

Por exemplo, uma publicação no blog com o tema “Como associar a MT5 à sua conta Deriv” é um excelente exemplo de conteúdo atemporal. A informação apresentada não muda e é um tópico que continua a ser relevante ao longo do tempo. Outros exemplos incluem artigos sobre estratégias de negociação ou sobre indicadores técnicos, como a utilização de médias móveis ou a análise de padrões gráficos populares.

O conteúdo atemporal é o meu tipo de conteúdo preferido devido à sua durabilidade e capacidade de gerar valor a longo prazo.

### Conteúdo sazonal e de tendência

O conteúdo sazonal e o conteúdo baseado em tendências têm uma vida útil mais curta, mas possuem o potencial de atrair grandes volumes de tráfego. Um exemplo de conteúdo em tendência pode ser uma ação que esteja a fazer manchetes, seja por motivos positivos ou negativos. O conteúdo sazonal pode incluir tópicos como o “Santa Claus rally”, um sistema de negociação que se baseia na compra de um índice de ações dos EUA nos últimos dias do ano e nos primeiros dias do Ano Novo. Publicações deste tipo tendem a concentrar a maior parte do seu tráfego à volta do período em que o tema é mais pertinente.

Ambos os tipos de conteúdo têm o seu valor e não há nenhum inconveniente em utilizá-los em simultâneo.

## 3. Fontes para criação de conteúdo

### Fontes de conteúdo sem direitos de autor ou de baixo custo

Existem diversas fontes de conteúdo isento de direitos de autor ou disponíveis a baixo custo. Sites como o [Pixabay](#) oferecem fotografias, vídeos e ficheiros de áudio que podem ser utilizados na produção de vídeos ou gráficos para campanhas de marketing. Outra opção a considerar é o [Unsplash](#).

### Contratação externa

A terceirização de tarefas, como a criação de vídeos ou a redação de artigos, pode ser uma solução eficiente e acessível. Websites como o [Fiverr](#) são excelentes pontos de partida para encontrar profissionais qualificados a preços competitivos.

### Utilizar IA

A utilização de inteligência artificial (IA) está a ganhar popularidade na criação de conteúdo. Embora a IA possa ajudar na redação de artigos, esta tecnologia ainda está em fase de desenvolvimento. Por isso, é importante evitar copiar e colar diretamente o conteúdo gerado. Uma revisão cuidadosa e um toque humano são essenciais.



Esta é uma boa lista de ferramentas de IA que podem apoiar criadores de conteúdo e bloggers. Inclui também algumas ferramentas para ajudar na Otimização para Motores de Pesquisa (OMP). Nem todas são gratuitas. Algumas destas ferramentas têm versões gratuitas limitadas ou oferecem períodos de teste. Pode encontrar a lista atualizada regularmente através do [Semrush](#).

### Edição de vídeo

Se o objetivo for editar vídeos, o [OpenShot](#), é uma ferramenta gratuita. Outra ferramenta útil para criação de conteúdo que incorpora IA é o [Visme](#).

### Gravação de ecrã

Pessoalmente, utilizo o Camtasia, uma ferramenta paga. No entanto, existem alternativas gratuitas disponíveis online que podem ser exploradas. Ter a capacidade de gravar o ecrã, incluindo áudio, é crucial para criar vídeos de tutoriais ou explicativos. Por exemplo, num dos meus vídeos, demonstro como negociar um produto chamado “Accumulators”, disponível na plataforma Deriv. Mostrar o processo através de um vídeo é muito mais claro e direto do que explicar por escrito. Pode ver o vídeo dos “Accumulators” no [YouTube](#).

Este tipo de conteúdo pode ser altamente eficaz. Além disso, pode incluir o seu link de afiliado na descrição do vídeo ou utilizá-lo como uma ferramenta para direcionar tráfego para o seu site ou blog.

## 4. Construir e manter relações

### Interação nas redes sociais

Após configurar o seu website ou blog, o próximo passo é atrair tráfego para o mesmo. Utilize as redes sociais para promover o seu conteúdo e envolver o público. Partilhe artigos, vídeos ou infografias nos seus canais sociais e interaja com os seguidores, respondendo a comentários, participando em discussões e criando uma sensação de comunidade em torno da empresa ou marca que representa enquanto afiliado. Se for fluente em várias línguas, criar conteúdo em idiomas locais pode aumentar significativamente o seu alcance.

Considere criar contas específicas para as suas promoções financeiras em plataformas como o X (ex-Twitter), Threads, Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest e YouTube. Adicionalmente, considere criar uma conta no [LinkedIn](#).

### Publicação como convidado (Guest blogging) e networking

Escrever como convidado para blogs ou websites de renome na sua área é uma forma eficaz de demonstrar a sua experiência e expor o seu conteúdo a novos públicos. Estabeleça ligações com influenciadores, bloggers e líderes da indústria para colaborar em projetos ou obter menções nos seus canais. Estas colaborações podem expandir o alcance da sua marca de forma orgânica. Esta estratégia tende a ser mais eficaz após ter uma base sólida de conteúdo criado ao longo de alguns meses.

## 5. OMP - Otimização para Motores de Pesquisa

Quando escreve artigos ou publicações, o objetivo é que sejam facilmente encontrados em motores de pesquisa como o Google ou o Bing. O OMP, ou otimização para motores de pesquisa, é uma técnica que melhora a classificação do conteúdo nessas plataformas.

Acredito que a Otimização para Motores de Pesquisa não seja tão eficaz como era antigamente, devido a tentativas de manipulação dos sistemas e ao facto de as empresas de motores de pesquisa terem-se tornado mais seletivas na forma como classificam o conteúdo. A chave é criar conteúdo bem escrito que inclua as palavras-chave mais relevantes. As imagens também podem beneficiar de OMP. Por exemplo, alterar os nomes das imagens de “xyzlaptop” para “Derivtradinglaptop”, pode melhorar a sua classificação em pesquisas de imagens.

### Alteração dos nomes das imagens

Utilizar nomes de ficheiros genéricos gerados pela câmara ou por software é pouco eficaz em termos de OMP, já que os motores de pesquisa, como o Google, não conseguem interpretar diretamente fotografias ou imagens. Em vez disso, baseiam-se no nome do ficheiro para indexar e classificar tanto a imagem como a página onde esta está inserida. De acordo com as diretrizes de publicação de imagens do Google, ficheiros com nomes sem significado, compostos por números ou informações irrelevantes, não fornecem qualquer valor para a Google. Por outro lado, imagens com nomes de ficheiro descritivos têm maior probabilidade de serem bem classificadas nas pesquisas de imagens e contribuir para melhorar a classificação geral da página onde a imagem está incluída. Por outras palavras, as imagens utilizadas em artigos e publicações frequentes podem ser muito mais do que elementos visuais apelativos. Se os nomes dos ficheiros estiverem corretamente atribuídos, tornam-se ferramentas valiosas para reforçar a visibilidade do seu conteúdo nos motores de pesquisa.

### Pesquisa de vídeos

A pesquisa de vídeos já não se baseia exclusivamente em “palavras-chave”. No entanto, o texto na descrição e o conteúdo do próprio vídeo continuam a ser elementos úteis. Embora esta tecnologia ainda esteja numa fase inicial, as pesquisas potenciadas por IA têm vindo a ganhar importância, tornando essencial estar a par das novas técnicas.

## 6. Análises

Quando potenciais clientes estão a avaliar uma plataforma, uma pesquisa comum inclui questões como “Será que a XYZ é boa?” ou “Opiniões sobre a XYZ”. Procuram análises e informações provenientes de fontes externas, que não estejam diretamente ligadas à própria corretora.

### Produção de análises

Como afiliado, é natural que tenha uma predisposição para redigir análises favoráveis. Contudo, se escolheu representar a Deriv, isso deve-se provavelmente ao facto de acreditar genuinamente no produto e na empresa. Caso contrário, por que razão a promoveria?

Os leitores de análises procuram mais do que apenas elogios, já que uma abordagem exclusivamente positiva pode soar pouco autêntica. Assim, é importante incluir áreas onde a empresa possa melhorar. Repare como neste e-book também menciono alguns “desafios” do marketing de afiliados, em vez de destacar apenas os aspetos positivos.

## Análises comparativas

Publicar análises pode ser uma excelente estratégia para gerar tráfego. Análises comparativas, como “Qual é a melhor corretora: Deriv ou Quotex?”, têm uma eficácia especial. Se pesquisar este tipo de termo, encontrará diversos exemplos. Criar páginas dedicadas ou até desenvolver um blog, ou site focado em análises de empresas pode gerar um fluxo considerável de visitantes.

## Análises sobre livros de negociação

Redigir uma análise ou resumo de um livro líder em negociação pode ser altamente eficaz. Pode encontrar livros de negociação populares em plataformas como [Amazon's Best Sellers in Online Trading](#).

Se alguém está a ler uma análise de um livro sobre negociação, é provável que tenha interesse no tema. Portanto, pode incluir materiais de marketing da Deriv em torno dessa análise ou inserir um breve parágrafo promocional sobre a Deriv no meio do texto.

Por exemplo, os livros de negociação mais vendidos na Amazon podem ser uma boa fonte de inspiração para artigos, títulos ou vídeos. Com base nos bestsellers atuais, duas possíveis ideias para artigos poderiam ser “Pare de verificar o preço” e “Tendências do movimento dos preços em Trading”, ambos temas comprovadamente populares.

**Best Sellers in Online Trading**

Top 100 Paid   Top 100 Free

<p>#1</p>  <p>How to Day Trade: The Plain Truth → Ross Cameron ★★★★★ 319 Kindle Edition \$8.99</p>	<p>#2</p>  <p>SECRETS ON FIBONACCI TRADING: Masterin... → Frank Miller ★★★★★ 1,217 Kindle Edition \$2.99</p>	<p>#3</p>  <p>Secrets On Reversal Trading: Master Reversal... → Frank Miller ★★★★★ 512 Kindle Edition \$2.99</p>	<p>#4</p>  <p>The Basics of Bitcoins and Blockchains: An... → Antony Lewis ★★★★★ 2,459 Kindle Edition \$11.17</p>
<p>#5</p>  <p>SUPPLY AND DEMAND TRADING: How To... → Frank Miller ★★★★★ 467 Kindle Edition \$4.99</p>	<p>#6</p>  <p>Trading Price Action Trends: Technical Analys... → Al Brooks ★★★★★ 551 Kindle Edition \$46.00</p>	<p>#7</p>  <p>Stop Checking The Price: Lose money every... → J. F. DiGirolamo ★★★★★ 398 Kindle Edition \$7.99</p>	<p>#8</p>  <p>Crypto and Bitcoin: A Millionaire Mindset for... → Michael A. Dunne ★★★★★ 64 Kindle Edition \$9.99</p>
<p>#9</p>	<p>#10</p>	<p>#11</p>	<p>#12</p>

## Comentários

Publicar comentários noutros artigos pode ser benéfico, mas deve ser feito com cuidado para evitar parecer spam. Certifique-se de que os seus comentários são credíveis e acrescentam valor, em vez de simplesmente dizer “Artigo interessante”. Comentários reflexivos podem ajudar a atrair tráfego para si ou aumentar o reconhecimento do seu nome.

## 7. Vídeos para YouTube

### Título

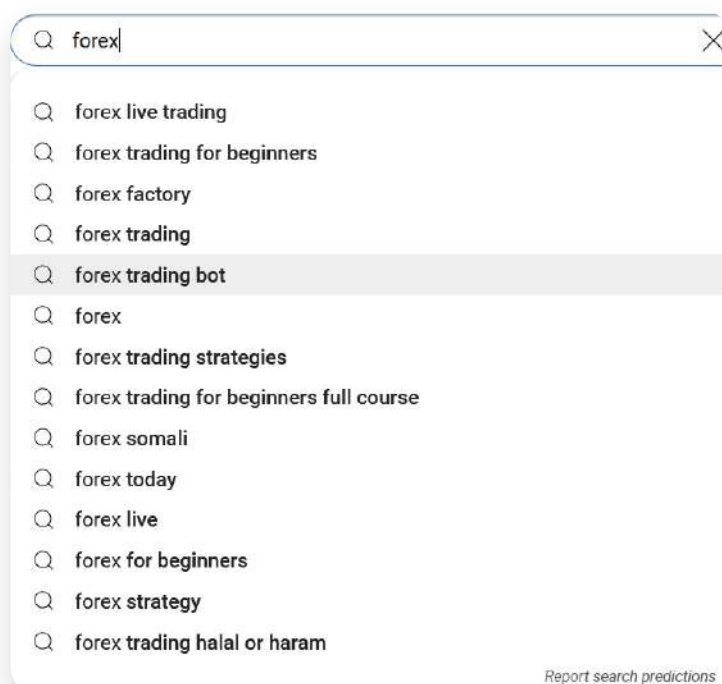
- Dedique especial atenção à criação do título. Este deve ser apelativo e relevante. Utilize uma linguagem natural e informal. O título deve ter entre 50 a 60 caracteres, dado que títulos mais concisos tendem a ter melhor desempenho nas pesquisas.
- Sempre que possível, inclua a palavra-chave alvo no título. O YouTube atribui mais peso aos títulos com palavras-chave. No entanto, evite a saturação de palavras-chave - o título deve manter-se fluido e natural.

### Descrição

- Elabore descrições cativantes com até 5.000 caracteres. Inclua um resumo do conteúdo, palavras-chave relevantes e links. Caso esteja a promover uma plataforma de negociação financeira, poderá ser necessário incluir avisos de isenção de responsabilidade e avisos de risco.
- Coloque as palavras-chave e expressões importantes no início do título e da descrição.
- Para expandir o alcance, inclua palavras-chave relacionadas e variações “long-tail” mais tarde nos metadados.

### Pesquisa de Palavras-Chave

No YouTube, comece a escrever termos como “Deriv” ou “Forex” e observe as sugestões automáticas da barra de pesquisa. Estas sugestões, baseadas nas pesquisas mais frequentes dos utilizadores, podem fornecer excelentes ideias para novos tópicos de vídeos ou artigos.





## Miniatura (Thumbnail)

A criação de uma miniatura apelativa é fundamental, pois pode determinar se o seu vídeo será aberto ou ignorado. As miniaturas são uma verdadeira forma de arte, com muitos YouTubers a investirem tempo e esforço significativos na sua criação. O **Visme** é uma ferramenta útil para criar miniaturas profissionais.

Exemplo de um Afiliado da Deriv no YouTube



## Utilização de palavras-chave nos vídeos

Certifique-se de mencionar no seu vídeo as palavras-chave pelas quais pretende ser encontrado. Por exemplo, num vídeo sobre a utilização de Opções “Accumulator” na Deriv, deve mencionar estes termos durante o vídeo. Como o YouTube transcreve automaticamente o conteúdo, garanta que o título corresponde ao conteúdo, especialmente nos primeiros 60 segundos. Isto ajudará o seu vídeo a ter melhor classificação e demonstra que não é apenas “clickbait”.

## YouTube Shorts e vídeos no TikTok

- Com o crescente consumo de conteúdo através de dispositivos móveis, o YouTube Shorts surge como resposta a esta tendência, oferecendo vídeos breves semelhantes ao TikTok. Embora o YouTube tenha introduzido os Shorts para competir com o TikTok, pessoalmente prefiro conteúdo mais longo. Alguns YouTubers optam por ter canais separados dedicados aos Shorts. Estes vídeos curtos são excelentes para testar novas ideias de conteúdo. Se um Short tiver bom desempenho, pode ser desenvolvido numa versão mais extensa.
- No TikTok, comece por analisar o conteúdo existente. Por exemplo, pode explorar conteúdos com a hashtag #Deriv no TikTok.

## 8. PDFs

Após escrever um artigo, considere convertê-lo para um PDF bem estruturado e profissional com aspeto de artigo de uma revista. Este formato (PDF) pode ser partilhado em vários sites, sendo que a maioria permite carregamentos gratuitos. Esta estratégia pode gerar tráfego para o seu website/blog ou encaminhar potenciais clientes diretamente para a Deriv através do seu link de afiliado.

Seguem-se quatro sites que utilizo normalmente, mas existem muitos outros:

- **SlideShare**
- **Issuu**
- **Scribd**
- **Calameo**

Uma sugestão adicional é disponibilizar o conteúdo em vários idiomas para alcançar um público mais amplo. Os artigos serão identificados por motores de pesquisa.

Veja o seguinte exemplo:

A beginner's guide to trading the Forex market using Digital Options and CFDs with the MT5 platform  
by Vince Stanzione

Before you decide on strategies to trade Whilst FX is a global market, the two biggest trading centres are London and New York, accounting for 50% of the trading volume. This timeframe also coincides with many US economic data releases which are reported in the morning New York time, such as unemployment numbers, and these can cause sharp moves in currencies.

Although cryptocurrencies such as Bitcoin are starting to be more frequently used for cross border transfers, the total volume of crypto exchanges is still tiny compared to the FX market.

**Investors and speculators**

In this article we will look at how Investors and speculators trade currencies in an attempt to benefit from movements in the currency exchange markets. They do not intend to use the money itself for any practical purposes; instead, their motives are purely driven by speculation and a simple desire to profit from the price differences. The actual principal is not changing hands.

The majority of all FX trades – i.e. approximately 80% – involve the US dollar (USD). The USD remains the world's reserve currency, used when trading commodities such as Gold and Oil (which are quoted in USD per ounce or barrel). Companies that do business throughout many parts of the world still report in USD. Bitcoin whilst a cryptocurrency is still quoted the majority of the time in US Dollars.

What can you trade with Deriv.com?

**Major pairs**

The most popular, commonly traded currency pairs, such as EUR/USD and USD/JPY. All major pairs include USD since it's the world's most traded currency.

**Minor pairs**

Currency pairs that don't include USD, but still encompass the currency of developed countries. This could be GBP/CAD or EUR/CHF.

**Exotic pairs**

Currency pairs consisting of one major currency and the currency of a developing country, such as Turkey (available on DMT5). Pairs such as USD/RUB or USD/THB would come under this group.

**Unique Digital options offered by Deriv.com**

Digital options have a fixed payout and a fixed premium. Before purchasing each trade, you'll know the exact cost of each trade and how much you stand to gain or lose. At worst, the maximum that you could ever part with is the price initially paid to purchase the trade; at best, you'll win back your initial stake plus the payout amount displayed for your consideration when you first bought the trade. Thus, as forex trading goes, the digital option route is clear-cut and predictable in terms of the potential outcomes. Your risk on DTrader is strictly limited to your premium.

Deriv Digital options give you a variety of ways to profit from a currency pair.

In my new E-book How To Trade the Forex market I go into more depth on the different ways to back a currency as well as how I use technical analysis to help spot trends in the market. I also go through the Forex terminology and take you through trading examples.

A beginner's guide to trading the Forex market using Digital Options and CFDs with the MT5 platform  
by Vince Stanzione

**FX Contracts For Difference (MT5)**

A CFD is a derivative product that you can use to speculate on the future direction of a market's price.

You'll never take ownership of the underlying asset (in this case, currencies). Profit or loss results only from the difference in the price of the underlying asset when the contract is closed. A CFD gives you exposure to a market and allows you to go long (trade for the price to go up) or short (trade for the price to go down). The CFD will remain open until you close it or it gets stopped out.

Deriv.com believes in reasonable trading and offer ways to limit your risk such as stop loss, take profit and limit orders they also offer a no negative balance guarantee which means should a trade go heavily against you and you don't have a stop loss order you will not be asked for additional funds.

**Deriv.com use Metatrader 5 (MT5)**

MetaTrader 5 (MT5) is a robust online trading platform developed by MetaQuotes Software. Whilst, at first sight, MT5 can look a little overwhelming, take it a bite at a time and you'll easily be able to rise to master it. The software is available free of charge and can be downloaded on a desktop or you can use a mobile device will apps available for Android and iPhone/iPad.



2

3

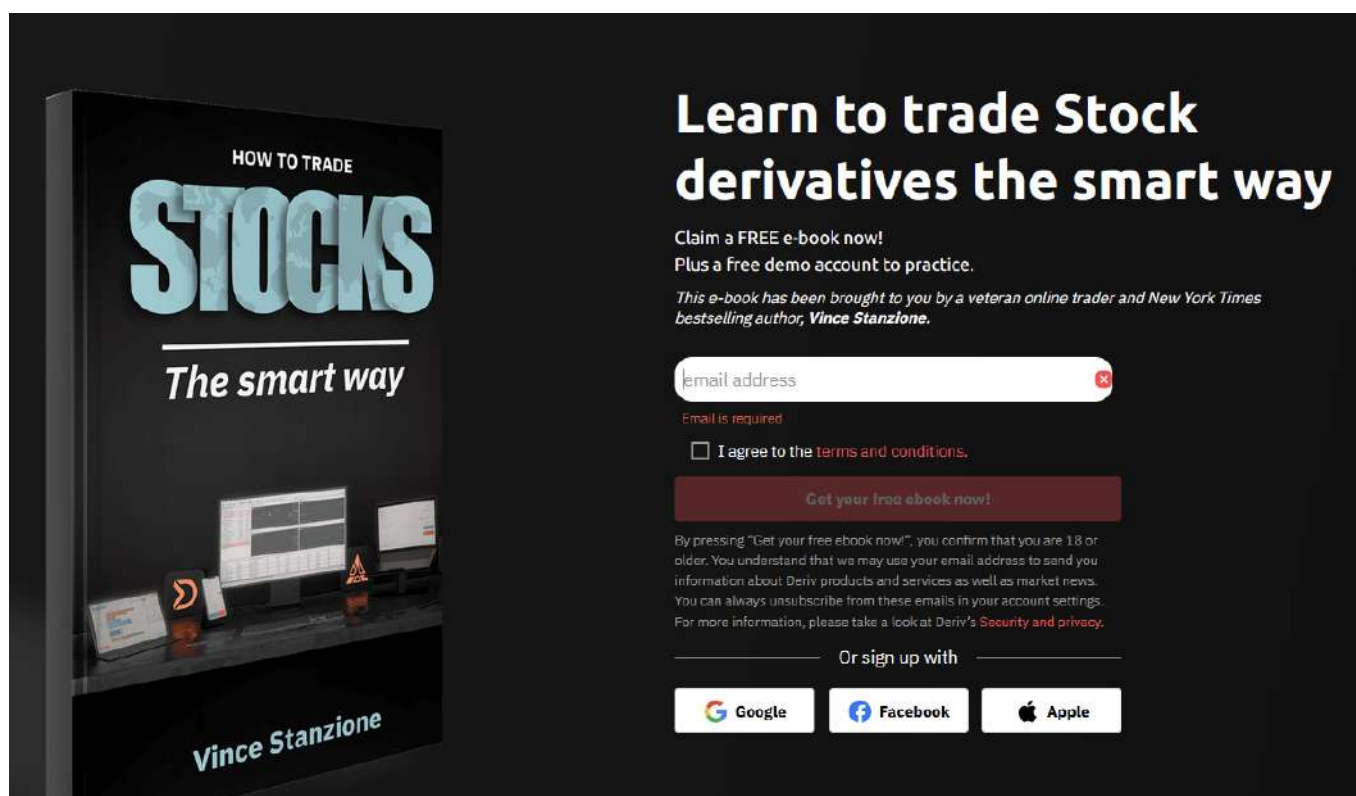
O artigo exemplificado oferece informação relevante e termina com instruções de registo, ilustrando uma excelente forma de reutilização de conteúdo. Estes sites também permitem partilhar apresentações PowerPoint. Pode criar uma apresentação PowerPoint com dicas ou conteúdo e carregar da mesma forma.

## 9. E-books

A criação de um e-book conciso é uma estratégia eficaz para gerar leads qualificados. Ao escolher temas relevantes, como “10 Principais Padrões Gráficos Utilizados por Traders Profissionais”, pode atrair leitores genuinamente interessados em negociação e familiarizados com plataformas como a MT5 e a TradingView. Ao oferecer o e-book, pode solicitar o e-mail ou o número de telemóvel do utilizador para a entrega. Dado que o WhatsApp tem vindo a ganhar preferência face ao e-mail, poderá ponderar enviar o e-book através do WhatsApp, seguido de mensagens adicionais.

A Deriv disponibiliza diversos e-books para potenciais clientes e afiliados, permitindo-lhe promover um e-book existente sem ter de escrever um (alguns dos quais já redigi). Não terá de se preocupar em criar uma página de destino, dado que a Deriv já se encarregou disso. Esta configuração é particularmente vantajosa para iniciantes. Os leads gerados serão associados ao seu ID de afiliado, recebendo assim as suas comissões quando estes se registarem e negociarem. A Deriv também irá acompanhar estes leads para maximizar as conversões.

Por exemplo, os parceiros podem beneficiar de uma página de destino da Deriv, certificando-se de que o URL inclui o seu ID de afiliado.



Caso prefira um e-book personalizado, mas não pretenda escrevê-lo, existem diversos redatores financeiros freelance que podem criar e-books ou artigos. Embora o conteúdo possa ser genérico, pode personalizá-lo com informações específicas sobre a Deriv. Sites como o [Fiverr](#) oferecem estes serviços - pesquise por “escrever e-book de negociação”.

Se for o proprietário do e-book, considere vendê-lo em plataformas como a Amazon a um preço simbólico, como 0,99 USD. O objetivo principal é gerar leads, não lucrar com a venda do e-book. Assegure-se de incluir links para o seu blog ou website e os seus links de afiliado.

## 10. Publicidade paga

O tráfego pago pode acelerar significativamente os seus resultados. O Pagamento por Clique (PPC - Pay-Per-Click) continua a ser um método viável para gerar tráfego, mesmo com orçamentos relativamente baixos. Para novos utilizadores do Google Ads, existem frequentemente ofertas promocionais, como créditos de 100 USD. Consulte o [Google Ads](#) para mais informações.

### Escolher uma plataforma PPC

O primeiro passo é escolher a plataforma PPC mais adequada para as suas campanhas de afiliado. As principais opções são o Google Ads e o Facebook Ads.

- **Google Ads:** Sendo a maior rede PPC, o Google Ads liga os seus anúncios ao extenso motor de pesquisa e rede da Google. Disponibiliza poderosas opções de segmentação baseadas em dados demográficos, interesses e pesquisas dos utilizadores. A sua integração com ferramentas analíticas permite um acompanhamento simples e eficaz das conversões.
- **Facebook Ads:** O Facebook Ads possibilita uma publicidade extremamente direcionada, graças à extensa base de dados de utilizadores da rede social. Permite segmentar anúncios com base em interesses específicos, faixas etárias, localização geográfica, comportamentos e muito mais.

Pode associar os seus anúncios diretamente à plataforma de negociação, como a Deriv, ou ao seu próprio website/blog. Experimentar ambas as abordagens ajuda a determinar qual delas gera melhores resultados.

Escolha um nicho alinhado com os programas de afiliados que pretende promover, como os mercados de negociação da Deriv. Certifique-se de que existe intenção de compra e procura por parte dos potenciais clientes. Ferramentas de pesquisa como o Google Keyword Planner podem ajudar a identificar palavras-chave rentáveis, como “melhor plataforma de negociação Forex”, “guia sobre negociação Forex para iniciantes” ou “corretoras Forex com depósitos mínimos baixos”

### Pesquisa de palavras-chave

Identifique palavras-chave e expressões que os utilizadores pesquisam quando procuram produtos ou serviços na sua área. Tenha em consideração o volume de pesquisas, a concorrência e a intenção do utilizador. Aposte em palavras-chave “long tail” para maior relevância. Por exemplo, “guia sobre negociação Forex para iniciantes” terá menos tráfego que “Negociação Forex”, mas é mais específico. Para campanhas direcionadas a países específicos, inclua palavras-chave no idioma local, como “que son las opciones” (espanhol para “o que são opções”).

Lembre-se de que o importante não é apenas o volume de tráfego que direciona para o seu site, mas sim a sua qualidade e intenção.

### Criação de anúncios eficazes

Desenvolva textos publicitários apelativos e otimizados para atrair os cliques do seu público-alvo. Inclua títulos envolventes, ofertas irresistíveis e chamadas à ação claras. Defina um orçamento diário com base no seu potencial retorno sobre o investimento, começando com valores modestos (ex: 10 USD/dia) e aumentando conforme testa a rentabilidade.



## **Estruturação de campanhas**

Alinhe a estrutura das campanhas com os seus objetivos, seja tráfego, leads ou conversões. Organize os anúncios em grupos de anúncios em torno de tópicos específicos para uma melhor gestão. Utilize palavras-chave negativas para filtrar pesquisas irrelevantes e reduzir gastos desnecessários. Evite investir/pagar por tráfego em regiões onde a sua plataforma financeira não pode operar (por exemplo, a Deriv não opera nos EUA) e mantenha-se atualizado sobre as políticas do programa de afiliados da sua plataforma, dado que a disponibilidade nas regiões pode mudar.

## **Anúncios no YouTube**

Os anúncios “pre-roll” no YouTube são uma forma eficaz de direcionar tráfego para o seu blog ou conteúdo em vídeo. Estes anúncios pagos são vídeos curtos criados para incentivar o visitante a realizar uma ação específica, como registar-se para obter um e-book ou criar uma conta demo gratuita.

## **Publicação noutros websites**

Outra estratégia é a publicação paga em websites de terceiros, também conhecida como “advertorial” (publirreportagem). Um formato híbrido entre publicidade e conteúdo editorial. Esta abordagem permite-lhe criar conteúdo envolvente com links para o seu blog ou links de afiliado. Os custos variam consoante o website escolhido para a publicação.

Por exemplo, pode escrever um artigo pago intitulado “Estratégias avançadas de negociação na Deriv: Dicas e truques” e incluir ligações relevantes. Em alternativa, pode adaptar o título para um público mais iniciante, como “Estratégias de negociação para iniciantes na Deriv: Dicas e truques”.

The screenshot shows the ShareCast website interface. At the top, there's a navigation bar with 'UK Shares', 'Market Data', 'Sharecast News', 'Cryptocurrencies', and 'Active Trader'. Below this, a banner for 'Recent Share tips' features articles like 'Technologies Holdings (LST)' and 'Buy National Grid (NG)'. The main content area is titled '24 Jul, 2024 / Home / Economic News'. The featured article is 'Advanced Trading Strategies on Deriv: Tips and Tricks', which includes an image of a person holding a smartphone displaying a trading chart. To the left of the article is a 'RELATED NEWS' sidebar with a link to 'UK private sector expands as new business growth accelerates'. To the right is a 'THE MOST READ' sidebar listing several economic news items, including 'German consumer sentiment hits two-year high' and 'UK private sector expands as new business growth accelerates'. At the bottom right, there's a 'SMART BOX' widget showing the time (16:00) and stock price for 'Metro Bank Holdings' (39.45p, up 3.14%).

## Otimização de conteúdo para obtenção de conversões e comissões

A gestão eficiente de campanhas Pagamento por Clique (PPC - Pay-Per-Click) é uma competência complexa que requer aprendizagem contínua. Este guia fornece uma breve introdução ao tema. Aprender a otimizar para obter conversões e maximizar as comissões geradas do seu tráfego PPC pode aumentar significativamente os seus ganhos e o retorno sobre os gastos em publicidade.

## 11. Promoção tradicional

Embora a promoção online seja provavelmente a sua principal fonte de geração de leads, ainda existem oportunidades valiosas no formato impresso. Em diversas regiões, muitas pessoas preferem interações presenciais. Uma ideia interessante seria utilizar plataformas online para promover encontros presenciais. Por exemplo, pode oferecer aulas de negociação por um valor simbólico ou até gratuitamente, incentivando os participantes a inscreverem-se para negociar através da sua parceria de afiliados com a Deriv. Estas aulas podem realizar-se em locais económicos ou gratuitos, como cafés ou salões paroquiais.

Além disso, distribuir pequenos folhetos impressos com os seus dados de afiliado durante estes eventos pode ser uma forma eficaz de promoção.

## 12. Aulas online sobre negociação

Outra opção seria dar aulas de negociação online através de webinars, utilizando plataformas como o Zoom. Forneça conteúdo útil e promova a plataforma e os produtos de negociação. Certifique-se de que a sessão é informativa e prática, evitando transformá-la apenas numa apresentação comercial, oferecendo instruções concretas e dicas práticas sobre como negociar.



*Exemplo de anúncio*





## Estratégias avançadas: APIs, plug-ins (extensões) e desenvolvimento de software

Vou manter esta secção breve, mas é importante destacar uma oportunidade significativa com a Deriv: a utilização da Deriv API para desenvolver a sua própria plataforma e ferramentas. Explore as possibilidades com a [Deriv API](#).

Ao desenvolver a sua própria aplicação ou site, pode personalizar a parte de front-end, enquanto a Deriv trata de todas as operações de back-end. Esta configuração permite-lhe focar-se na experiência do utilizador, beneficiando simultaneamente da infraestrutura sólida da Deriv.

Pode gerar receitas vendendo a aplicação ou o software. Contudo, o modelo mais comum é disponibilizá-lo gratuitamente, obtendo ganhos através de comissões de afiliados ou incorporando uma pequena margem de lucro no preço.

Se esta oportunidade lhe parecer interessante, sugiro que entre em contacto com o seu gestor de conta para mais informações.

Por exemplo, veja a [Deriv API](#) em ação neste sofisticado conjunto de ferramentas de negociação desenvolvidas utilizando a Deriv como corretora de back-end.

A screenshot of the ATW trading platform interface. The interface is dark-themed and shows various sections for trading. On the left, there is a sidebar with icons for AI Trading, Strategies, Smart, Builder, Hyper Digits, Grid, Fusion, Manual, 0 Delay, Blocks, Replicator, Copy Trading, and MT5 Connector. The main area is divided into several panels. The top panel shows 'Strategy Configuration' with a 'Match/Differs | Double Differ' strategy. Below this are 'General Settings', 'Risk Management', 'Virtual Trade Settings', and 'Money Management'. The right panel shows 'Session Profit (USD)' and 'Run Profit (USD)' both at 0. Below this is a 'Waiting for the new trades...' message. The bottom right panel shows a table of 'Synthetic Markets' with columns for Market, Time, and Status. The table lists various markets like Volatility 75, Volatility 50, Volatility 25, Volatility 10, Bull Market, Bear Market, Jump 15, Jump 25, Jump 50, Jump 100, and Volatility 75 (1s) through Volatility 100 (1s). The status column shows 'Set' or 'Buy' for each market.

Fonte: site da Deriv API



## 10 dicas de profissionais para impulsionar o sucesso no marketing de afiliados

Seguem-se dez dicas de especialistas para o ajudar a destacar-se como especialista em marketing de afiliados:

- 1. Escolha o programa de afiliados:** Foque-se numa área alinhada com os seus interesses, conhecimentos e as preferências do seu público. Uma área pela qual seja apaixonado torna a criação de conteúdo e a interação do público mais natural e autêntica. Por exemplo, se não se interessa por costura ou tricô, será difícil operar nessa área. No entanto, se é entusiasta de negociação de ações, moedas ou mercados financeiros, promover uma plataforma como a Deriv será mais natural e prazeroso.
- 2. Promova produtos ou serviços em que acredita:** Promova apenas produtos ou serviços em que acredite genuinamente e ofereçam valor ao seu público. Construir confiança com o seu público é fundamental para alcançar sucesso a longo prazo. Se está a promover a Deriv, faz sentido também ser utilizador da plataforma (caso ainda não o seja). Pode utilizar uma conta demo enquanto grava vídeos para demonstrar funcionalidades e produtos.
- 3. Conheça o seu público:** Realize uma pesquisa aprofundada para entender as necessidades, preferências e desafios do seu público. Personalize o seu conteúdo e promoções para responder às questões e interesses dos clientes. A Deriv pode ajudá-lo a identificar as demografias e regiões que provavelmente vão produzir melhores resultados, resultantes dos seus esforços de marketing. Por exemplo, os utilizadores da Deriv são maioritariamente homens, com idades entre os 18 e os 35 anos. Além disso, entenda que “negociação” não é o mesmo que “investimento”. Embora sejam frequentemente utilizados juntos, a negociação tende a ser mais de curto prazo e envolve especulação, enquanto o investimento é uma abordagem de longo prazo e mais lento. Utilize ferramentas para localizar as regiões mais promissoras para promover os seus conteúdos.
- 4. Forneça conteúdo valioso:** Ofereça conteúdo de alta qualidade, informativo e envolvente para atrair e manter o seu público. Seja em publicações de blog, vídeos ou publicações nas redes sociais, concentre-se em adicionar valor antes de promover qualquer produto. Tenha em mente que o tempo de atenção do público é limitado. Se o seu conteúdo parecer puramente promocional, o seu público não ficará interessado.
- 5. Seja transparente sobre os seus relacionamentos de afiliado:** Revele de forma clara e honesta com o seu público os seus relacionamentos de afiliado. Divulgar o uso de links de afiliado ou parcerias é essencial para preservar a confiança do público. Aposte na autenticidade – as pessoas preferem comprar de quem reconhecem e confiam. Os afiliados de maior sucesso dão um “rosto” ao seu canal ou blog.
- 6. Diversifique os seus canais de promoção:** Explore diferentes canais de marketing, como blogs, redes sociais, publicidade por correio eletrónico ou vídeos. A diversificação permite alcançar um público mais vasto e reduz a dependência de uma única plataforma (que pode bani-lo). Além disso, ao longo do tempo, considere ter múltiplos canais no YouTube, talvez um em inglês e outro em espanhol. Invista na construção da sua newsletter e base de dados de contactos. Tenha presente que não é proprietário dos seus perfis nas redes sociais, estes podem ser suspensos a qualquer momento, enquanto a sua lista de contactos é sua.
- 7. Monitorize e analise o desempenho:** Utilize ferramentas analíticas para acompanhar o desempenho das suas campanhas. Identifique as estratégias mais eficazes através da análise de métricas como taxas de clique, conversões e interações com o público. Observe quais conteúdos geram maior interesse e procure replicar esse sucesso em publicações futuras.

8. **Construa uma lista de e-mails:** Comece desde cedo a construir uma lista de e-mails. É um ativo valioso para manter uma comunicação regular com o seu público e promover ofertas de afiliados diretamente aos subscritores. Isto significa que quando publicar uma atualização, a sua lista receberá uma notificação por e-mail. O WhatsApp tornou-se também uma ferramenta essencial para mensagens de marketing, sendo aconselhável recolher números de telemóvel dos interessados.
9. **Mantenha-se atualizado e adapte-se:** As tendências e estratégias de marketing de afiliados estão em constante evolução. Mantenha-se informado sobre as mudanças no setor, atualizações de algoritmos e novas técnicas de marketing. Ajuste as suas estratégias em conformidade para manter a competitividade. Felizmente, existe uma abundância de recursos gratuitos online, permitindo aprender com outros profissionais de marketing e criadores de conteúdo da sua área ou setores similares.
10. **Paciência e persistência:** O sucesso no marketing de afiliados leva tempo. Seja paciente e consistente nos seus esforços. Continue a aprender, testar e aperfeiçoar as suas estratégias à medida que avança. Muitos não conseguem resultados por apenas “experimentarem” sem um verdadeiro compromisso ou consistência.

Para mim, um dos fatores mais importantes na construção de um negócio de sucesso tem sido construir uma “relação” com o público e os clientes. Responda a perguntas, comentários ou e-mails. Além disso, um grande erro que muitos cometem é negligenciar o acompanhamento de um cliente após uma primeira compra ou registo. As vendas complementares posteriores, conhecidas como vendas “back-end”, podem ter um impacto significativo nos resultados.

### Alguns dos meus livros favoritos sobre copywriting e publicidade

Aprender a redigir textos publicitários e a criar anúncios e promoções eficazes é uma competência extremamente valiosa. Seguem-se alguns livros de referência, alguns escritos há décadas (muito antes da internet), mas que mantêm a sua relevância nos dias de hoje:

- Scientific Advertising por Claude Hopkins
- Tested Advertising Methods por John Caples
- The Adweek Copywriting Handbook por Joseph Sugarman
- The Copywriter’s Handbook por Robert Bly
- The Art of the Click: How to Harness the Power of Direct-Response Copywriting and Make More Sales por Glenn Fisher – Glenn escreveu uma cópia para mim no passado.

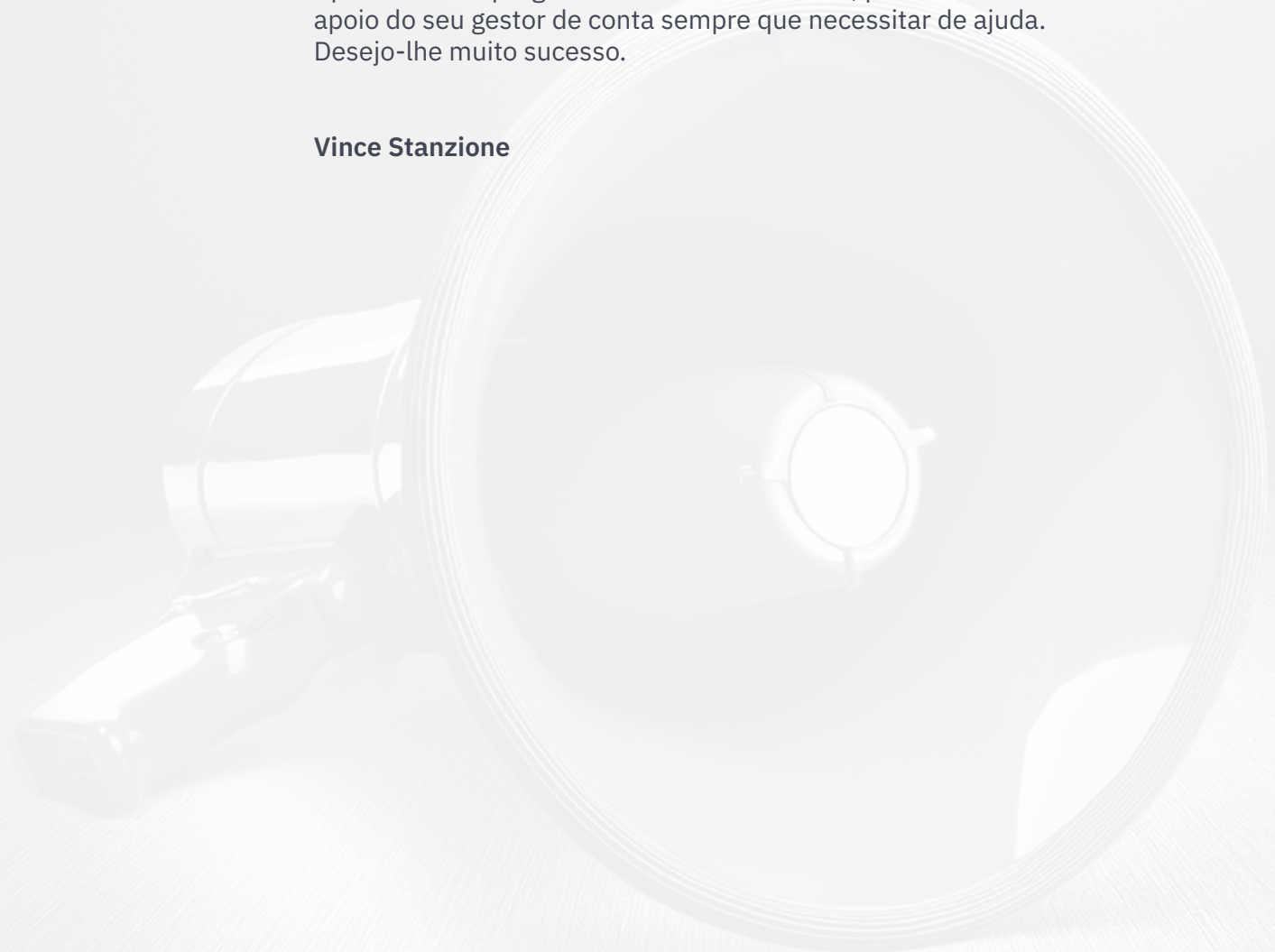
## Resumo

Não é possível abordar tudo num e-book curto, mas espero que este conteúdo sirva como um ponto de partida sólido. Se está a considerar promover uma plataforma de negociação, a Deriv é uma excelente escolha para estabelecer uma parceria.

O sucesso no marketing de afiliados não acontece de forma imediata. Requer empenho, aprendizagem contínua e um compromisso em oferecer valor ao seu público. Ao aplicar estas dicas, pode aumentar significativamente as suas hipóteses de construir, ao longo do tempo, um negócio de marketing de afiliados bem-sucedido.

Após aderir ao programa de afiliados da Deriv, poderá contar com o apoio do seu gestor de conta sempre que necessitar de ajuda. Desejo-lhe muito sucesso.

**Vince Stanzone**



## Glossário

### Teste A/B (A/B test)

O teste A/B consiste em comparar duas opções para determinar qual delas apresenta melhor desempenho. Esta abordagem é particularmente útil no marketing digital, por exemplo, ao testar duas linhas de assunto de um e-mail.

### Marketing de afiliados (Affiliate marketing)

O marketing de afiliados envolve a participação de um terceiro que encaminha visitantes a um produto ou serviço numa plataforma digital, como um blog ou redes sociais. Caso essa recomendação resulte numa venda, o afiliado recebe uma comissão.

### Taxa de rejeição (Bounce rate)

A taxa de rejeição refere-se à percentagem de visitantes que abandonam uma página Web sem realizar nenhuma ação.

### Perfil de cliente ideal (Buyer persona)

O perfil de cliente ideal é uma representação fictícia do público-alvo de uma marca que auxilia na orientação e definição da estratégia de marketing. Inclui habitualmente dados demográficos específicos e características comportamentais recolhidas através de pesquisas.

### Taxa de desistência (Churn rate)

A taxa de desistência mede a percentagem de clientes que uma empresa perde durante um período específico, sendo uma métrica importante para avaliar a retenção de clientes.

### Análise da concorrência (Competitor analysis)

A análise da concorrência, também conhecida como análise competitiva, é o processo de estudar os principais concorrentes de uma marca para avaliar os seus esforços de branding, marketing e produtos. Este conhecimento permite desenvolver táticas de marketing mais eficazes e diferenciadoras.

### Marketing de conteúdo (Content marketing)

O marketing de conteúdo é uma área do marketing focada em desenvolver conteúdo relevante e credível através de blogs, podcasts, vídeos e outros formatos de meios de comunicação social, visando atrair e envolver o público-alvo.

### Estratégia de conteúdo (Content strategy)

A estratégia de conteúdo consiste num plano para criar, publicar e gerir conteúdos, como blogs, podcasts e vídeos. Desenvolver uma estratégia geralmente envolve, entre outros, pesquisar o seu público-alvo, decidir os tipos de conteúdo a implementar, desenvolver um processo para criar conteúdo e medir o sucesso de cada tipo de conteúdo.

### Taxa de conversão (Conversion rate)

A taxa de conversão é uma métrica importante no marketing. Mede a percentagem de pessoas que cumprem um objetivo pré-definido, como subscrever uma newsletter ou concluir uma compra. Nestes casos, os potenciais clientes avançam no funil de vendas (funil de marketing) e tornam-se clientes pagantes, ou seja, convertem. Uma taxa de conversão elevada reflete uma campanha publicitária ou estratégia de marketing bem-sucedida.



### **Taxa de cliques (CTR - clickthrough rate)**

A taxa de cliques (CTR) é uma métrica de marketing que calcula a percentagem de pessoas que realizam uma ação após visualizar um anúncio ou página web. É frequentemente medida em relação ao número de impressões, que corresponde ao total de visualizações do anúncio.

### **Aquisição de clientes (Customer acquisition)**

A aquisição de clientes refere-se ao processo de atrair novos clientes para adquirir os seus produtos. Este processo vai além de captar atenção, envolve também o acompanhamento e desenvolvimento de potenciais clientes (leads) ao longo do tempo até à conversão.

### **Valor do cliente ao longo do tempo (Customer lifetime value)**

O valor ao longo do ciclo de vida do cliente (CLV) é uma métrica crucial que calcula o lucro potencial gerado por cada cliente durante a sua relação com a empresa. Um CLV elevado pode reduzir os custos de aquisição de clientes, uma vez que clientes fiéis e recorrentes geram maior receita sem necessidade de investir tanto em novos clientes.

### **Segmentação de clientes (Customer segmentation)**

A segmentação de clientes é o processo de dividir os clientes em grupos com características específicas, permitindo desenvolver estratégias de marketing mais direcionadas e eficazes para interagir com cada segmento.

### **Marketing digital (Digital marketing)**

O marketing digital é uma abordagem publicitária que utiliza canais digitais, como otimização para motores de pesquisa (OMP) e redes sociais, para estabelecer ligação e interação com os clientes. Consulte também: marketing online.

### **Marketing direto (Direct marketing)**

O marketing direto é uma forma de alcançar clientes através do envio de mensagens diretamente através de canais como correio postal, e-mail ou mensagens de texto. Em vez de recorrer a meios de comunicação indiretos para alcançar uma audiência ampla, o marketing direto foca-se em comunicar com clientes individuais, visando obter uma resposta imediata, como a realização de uma compra.

### **Publicidade em display (Display advertising)**

A publicidade em display é uma forma de publicidade digital. Consiste na exibição de anúncios em websites, que aparecem frequentemente nas laterais, no topo ou na parte inferior das páginas.

### **Divulgação espontânea (Earned media)**

A divulgação espontânea é outra forma de encarar a publicidade. Essencialmente, trata-se de referências ou menções ao seu negócio que ajudam a promovê-lo sem que seja necessário investir diretamente em publicidade.

### **Publicidade por correio eletrónico (Email marketing)**

A publicidade por correio eletrónico é um canal de marketing e uma vertente do marketing digital que utiliza o correio eletrónico como meio para contactar clientes e divulgar produtos.

### **Marketing no Facebook (Facebook marketing)**

O marketing no Facebook consiste em promover o seu negócio através desta popular plataforma de redes sociais, que conta com quase 3 mil milhões de utilizadores ativos mensais. No site, pode combinar estratégias orgânicas e anúncios pagos para alcançar tanto clientes potenciais como clientes já fidelizados.

## **Os Quatro Ps (Four Ps)**

Os quatro Ps do marketing—produto (product), preço (product), local (place) e promoção (promotion)—formam a base de qualquer estratégia de marketing eficaz. Esta estrutura, também conhecida como “mix de marketing”, é essencial para criar um plano e uma estratégia de marketing.

## **Marketing de guerrilha (Guerilla marketing)**

O marketing de guerrilha é uma estratégia económica que utiliza o fator surpresa para captar a atenção do público e promover uma marca ou produto.

## **Marketing com influenciadores (Influencer marketing)**

O marketing com influenciadores é uma estratégia em que as empresas colaboram com figuras conhecidas, com uma forte presença online (geralmente designadas por “influenciadores”), para promover produtos ou serviços e aumentar a visibilidade da marca.

## **OMP local (Local SEO)**

O OMP local consiste em otimizar a visibilidade de negócios que pretendem alcançar mercados mais específicos numa área geográfica definida. Por exemplo, se estivesse a organizar uma aula de negociação na sua localidade, gostaria que os anúncios relacionados aparecessem apenas na região relevante.

## **Estudo de mercado (Market research)**

O estudo de mercado é um processo em que as empresas analisam detalhadamente os comportamentos e necessidades dos consumidores. Para isso, utilizam métodos como inquéritos, entrevistas e a recolha de dados qualitativos e quantitativos.

## **Segmentação do mercado (Market segmentation)**

A segmentação de mercado é a divisão do público-alvo em grupos com características semelhantes para compreender melhor as suas necessidades específicas e criar estratégias de marketing direcionadas.

## **Analista de marketing (Marketing analyst)**

Embora frequentemente confundido com um analista de estudo de mercado devido à semelhança dos termos, um analista de marketing é responsável por interpretar dados para gerar insights fundamentais que apoiem a melhoria das estratégias de uma equipa de marketing.

## **Análises de marketing (Marketing analytics)**

As equipas de marketing utilizam dados para avaliar o desempenho das suas estratégias. A análise de marketing refere-se a dados específicos de marketing que as equipas podem monitorizar para avaliar uma variedade de esforços, incluindo interação, taxa de rejeição e taxa de conversão.

## **Meta**

A Meta é a empresa responsável por gerir e operar o Facebook, Instagram, Threads e o WhatsApp, entre outros produtos e serviços. Estas plataformas são amplamente utilizadas pelos afiliados para promoção, bem como para anúncios pagos e publicações orgânicas. Pode saber mais em Meta for Business.

## **Canal de marketing (Marketing channel)**

Os canais de marketing são os meios através dos quais se promovem os produtos e serviços de uma empresa. Entre os diferentes tipos de canais de marketing destacam-se o e-mail, o marketing de conteúdo, o marketing direto e as redes sociais.

## **Funil de marketing (Marketing funnel)**

O funil de marketing descreve a jornada típica de um cliente, dividida em etapas que vão desde a consciencialização sobre os produtos de uma empresa até à conclusão de uma ação. É frequentemente utilizado para ajudar os profissionais de marketing a compreender como devem interagir com os clientes e apoiá-los em cada fase.

## **Plano de marketing (Marketing plan)**

O plano de marketing é um guia estratégico que organiza os diferentes esforços de uma equipa de marketing. Define as ações concretas necessárias para implementar e executar a estratégia de marketing geral.

## **Estratégia de marketing (Marketing strategy)**

A estratégia de marketing é uma visão abrangente e de longo prazo que define as diretrizes gerais da abordagem de marketing de uma empresa, incluindo as suas propostas de valor orientados para os clientes.

## **Plano de Ação para os Meios de Comunicação Social (Media planning)**

O plano de ação para os meios de comunicação social é o processo de identificar onde e como uma equipa de marketing deve direcionar os seus esforços publicitários antes de lançar uma campanha. Isto envolve a análise de canais, plataformas e audiências.

## **Nicho de mercado (Niche market)**

Um nicho de mercado é um segmento específico e altamente direcionado de consumidores dentro de um público-alvo mais vasto, que partilham características, comportamentos ou necessidades semelhantes. Os nichos de mercado distinguem-se dos mercados de massa por serem mais restritos e focados, mas, frequentemente, abrangem clientes mais propensos a efetuar uma compra.

## **Marketing omnicanal (Omnichannel marketing)**

Há diversos pontos de contacto que um cliente pode experienciar ao interagir com uma marca através de diferentes canais, como a web, e-mail, redes sociais e interações presenciais. O marketing omnicanal procura criar uma experiência integrada e fluida ao longo desses pontos de contacto.

## **Meios de comunicação social próprios (Owned media)**

Os meios próprios referem-se a todos os canais de comunicação que uma empresa controla diretamente, como e-mail, newsletters e blogs. Ao contrário da divulgação espontânea—ou da publicidade—os meios próprios são geridos diretamente pela empresa, que deve investir na sua manutenção e crescimento.

## **Publicidade paga (Paid media)**

A publicidade paga inclui qualquer tipo de esforço de marketing digital que envolva anúncios pagos. Exemplos comuns são os anúncios em vídeo, banners e anúncios em motores de pesquisa.

## **Publicidade nos motores de pesquisa (Paid search)**

A publicidade nos motores de pesquisa é uma estratégia de marketing digital em que as empresas pagam para destacar os seus anúncios em posições mais proeminentes nos resultados de pesquisa. Esta abordagem pode gerar tráfego adicional para o site da empresa.

## **Pagamento por clique (Pay-per-click)**

O pagamento por clique (PPC) é uma das formas mais comuns de publicidade nos motores de pesquisa. Consiste em pagar para posicionar o anúncio no topo da página de resultados de um motor de pesquisa (SERP). Geralmente, o custo é determinado pelo número de cliques que o anúncio recebe.

## **Marketing promocional (Promotional marketing)**

O marketing promocional é um dos quatro Ps do marketing. É um processo que tem como finalidade promover uma marca, produto ou serviço através de múltiplos canais de marketing, com o propósito de reforçar a visibilidade junto do público-alvo.

## **Remarketing**

O marketing é, normalmente, sobre interagir com novos potenciais clientes. No entanto, o remarketing concentra-se em alcançar pessoas que já interagiram com o seu negócio de alguma forma, incentivando-as a completar uma ação específica.

## **ROAS**

A rentabilidade sobre o investimento em publicidade (ROAS) é uma métrica essencial no marketing, utilizada para avaliar o sucesso de uma campanha publicitária. Comparando o valor gasto em anúncios com o aumento de vendas gerado por esses anúncios, é possível medir a eficácia da campanha.

## **Rentabilidade do investimento (ROI)**

A rentabilidade sobre o investimento (ROI) de uma campanha de marketing analisa o custo da campanha em relação à receita gerada.

## **Marketing de OMP (SEO marketing)**

O marketing de OMP—ou marketing de otimização para motores de pesquisa—é um componente do marketing digital que visa melhorar a visibilidade do seu website e do respetivo conteúdo em motores de pesquisa como Google, Bing e Yahoo.

## **Página de resultados de motor de pesquisa (SERP)**

As páginas de resultados de motores de pesquisa, conhecidas como SERPs, correspondem aos resultados apresentados por um motor de pesquisa—como Google, Bing ou Yahoo—após uma pesquisa online. Os resultados são geralmente organizados por ordem de relevância.

## **Plataformas de redes sociais (Social media platforms)**

As plataformas de redes sociais são sites de networking online—como o Facebook, Twitter, Instagram e LinkedIn—que as empresas podem utilizar para promover produtos e interagir com os clientes.

## **Mercado visado (Target market)**

Um mercado visado é o grupo de potenciais clientes mais propensos a adquirir um produto ou serviço de uma empresa. No caso da Deriv, trata-se de homens entre os 18 e os 35 anos.





A Deriv disponibiliza uma vasta gama de produtos aos clientes em todo o mundo, permitindo-lhes negociar forex, ações, índices de ações, índices sintéticos, criptomoedas e matérias-primas.

Com 25 anos de experiência, a missão da Deriv é tornar a negociação online acessível a todos, em qualquer lugar, através de plataformas simples, flexíveis e de confiança, adaptadas a vários estilos de negociação.

Atualmente, a Deriv conta com 22 escritórios pelo mundo e mais de 1.400 colaboradores de mais de 70 países, todos empenhados em oferecer uma experiência de negociação sem complicações e uma gama de produtos líder no mercado.