



Baromètre 2017 de L'Affiliation





QUEL TEMPS FAIT-IL DANS VOTRE SECTEUR ?

Pourquoi le CPA vous propose-t-il un Baromètre de l'Affiliation ? Tout simplement parce qu'il nous a semblé important que chaque acteur de l'affiliation, qu'il soit annonceur ou éditeur, puisse disposer de données tangibles sur son secteur d'activité. Ainsi, ce Baromètre permet de prendre la mesure de quinze univers produits, à travers leurs indicateurs les plus significatifs, une rapide analyse et des témoignages.

Mesurer, c'est comprendre...

Pour que chacun, annonceur ou éditeur, en fonction de son secteur

d'activité, puisse comprendre l'impact de l'affiliation, nous avons choisi de privilégier une approche par verticale métier. Car si l'affiliation propose des mécaniques communes pour atteindre ses objectifs (ventes, leads, etc.), il est une évidence que l'on ne vend pas une robe comme l'on vend un pneu ou un crédit à la consommation ! Il nous paraissait donc important que, par univers de produits, les acteurs puissent évaluer leur performance par rapport aux indicateurs moyens de leur secteur.

Mesurer, c'est comparer...

Dans ce Baromètre de l'Affiliation, ●●●





nous avons choisi de mettre en exergue des indicateurs qui permettent d’effectuer des comparaisons, tant en termes de volume (nombre de programmes, panier moyen, etc.) que de performances (taux de commission, taux de transformation moyen, R.O.I, etc). Et cela, afin de vous proposer des informations utiles et applicables.

Mesurer, c’est analyser...

Une courte, mais fine, analyse par secteur d’activité est également proposée afin de mettre en lumière les tendances du moment et contextualiser les différents indicateurs. Dans le même ordre d’idée, des témoignages d’annonceurs et

d’éditeurs viennent compléter chacune des fiches sectorielles et apporter une vision de terrain de l’affiliation.

Nous souhaitons que ce Baromètre 2017 de l’Affiliation vous soit utile et vous permette de mieux vous situer au sein de ce vaste univers en expansion qu’est l’Affiliation.

Bonne lecture,



François Deltour,
Fondateur Effinity
& Président Collège
Affiliation CPA





COMMISSION MOYENNE
(en % de la vente)

TAUX DE TRANSFORMATION MOYEN

0,45%



289
ANNONCEURS CONCERNÉS
(programmes)



PART DU MOBILE
(en % des ventes générées)

192 €



PANIER MOYEN GÉNÉRÉ



INVESTI RAPPORTE
27 €

Résultats d'une étude menée par les membres du Collège Affiliation (Plateformes d'Affiliation membres du CPA et avec la participation de TradeDoublér) sur la période du premier semestre 2017.

ANALYSE

Le secteur du travel reste pionnier dans la mise en place de campagnes publicitaires à la performance. Les dernières tendances à émerger sont la réalité virtuelle. En totale immersion dans sa future expérience de voyage, le client finalise sa commande facilement et est tenté d'enrichir sa réservation d'autres activités.



TÉMOIGNAGES

ANNONCEUR



HomeAway

Veronique Berninger
EU Affiliate Marketing Manager

En tant qu’Affiliate Manager, je suis en contact avec les affiliés et ma plateforme partenaire quotidiennement. L’interaction avec des gens talentueux et engagés est très stimulante. En outre, notre potentiel de croissance est en parfaite adéquation avec les très bonnes performances du canal affiliation pour notre marque.

ÉDITEUR

Cornelia Georgi
Geoski

Je privilégie les programmes publicitaires qui sont tout simplement en adéquation avec le contenu de mon site.

Claudie Bonnotte
DG



ÉDITEUR

CFC Services, filiale de FRANFINANCE
(Groupe Société Générale)

CFC Services est le n°1 des acteurs positionnés sur le marché des programmes de fidélisation dont les offres sont privées et réservées aux seules personnes invitées par les entreprises ou organisations partenaires.

Le critère n°1 pour postuler à un programme est que la règle d’attribution soit au dernier clic, le second étant d’accéder à des offres des annonceurs généreuses, attractives et différenciantes.

Le programme le plus important de CFC Services est Booking.com.

Le véritable atout d’un annonceur est son dynamisme et sa réactivité, l’affiliation lui offre des opportunités à saisir grâce à son réseau d’Éditeurs.





PLUS DE
2 000
TRANSACTIONS
PAR JOUR



258
ANNONCEURS
CONCERNÉS
(programmes)

TAUX DE TRANSFORMATION
MOYEN

0,43%



**PART
DU MOBILE**
(en % des ventes
générées)

19%

30 €



**PANIER
MOYEN
GÉNÉRÉ**



EPC
(Earn Per Clic)

35
centimes

ANALYSE

Résultats d'une étude menée par les membres du Collège Affiliation (Plateformes d'Affiliation membres du CPA et avec la participation de TradeDoublér) sur la période du premier semestre 2017.

Un marché ultra-dynamique rythmé par de nombreuses offres et promos agressives !

- Samsung devant Apple malgré les 3 nouveaux Iphones !
- Le marché du sans engagement toujours en hausse



ANNONCEUR



Hani Khermaza
Traffic Manager

Notre Programme d’affiliation existe depuis plus de 10 ans, et répond aux problématiques de génération de ventes et d’acquisition de nouveaux clients. Nous attendons de ce levier de générer des ventes incrémentales sur des produits à forte valeur ajoutée et de bénéficier d’un réseau de qualité.

ANNONCEUR

SFR

Benito Donsión
Responsable pôle Trafic Digital & Web Analytics

La plateforme qui gère notre programme nous permet de nous connecter à un réseau d’éditeurs variés et puissants, d’être accompagné par une équipe de consultants experts en affiliation. Elle assure une diffusion de nos campagnes en toute confiance et réalise l’analyse des données.

TÉMOIGNAGES

Magali Guibert
Responsable
Développement Commercial



Le critère que j’observe pour sélectionner un programme est la rémunération offerte et les règles d’attribution. L’annonceur pour lequel je génère le plus de ventes est : RED by SFR. Le frein d’un programme d’Affiliation réside dans son manque de visibilité et de communication et sa valeur ajoutée dans la réactivité à fournir les éléments publicitaires renouvelés (offres, visuels, etc.).

ÉDITEUR

Ambre Gilbert-Desvallons
Operations Manager



Nous avons mis en place depuis 4 mois un comparateur box et différentes bannières comme la bannière DCO* et l’overlay Bouygues pour lesquels nous générons beaucoup de trafic. Plus le brief sur la campagne est précis, plus il est simple pour nous de la mettre en place.

DCO* : Dynamic Creativ Optimization – Bannière dynamique

ÉDITEUR





COMMISSION MOYENNE

(en % de la vente)

TAUX DE TRANSFORMATION MOYEN

1,51%



34
ANNONCEURS CONCERNÉS

(programmes)



PART DU MOBILE

(en % des ventes générées)

130 €



PANIER MOYEN GÉNÉRÉ



INVESTI RAPPORTE

29 €

Résultats d'une étude menée par les membres du Collège Affiliation (Plateformes d'Affiliation membres du CPA et avec la participation de TradeDoublér) sur la période du premier semestre 2017.

ANALYSE

Les leviers cash back et bons plans sont en baisse mais atteignent 55% du poids sur les programmes Retail-Equipement. Cette année, des programmes de fidélité comme Amazon Prime ou Cdiscount à volonté sont rapidement devenus des acteurs incontournables dans la conquête et la fidélisation de nouveaux clients.



TÉMOIGNAGES



Florian Clairet
Chargé d'Acquisition

Comme tous nos autres leviers d'acquisition, le taux de nouveaux clients est surveillé et l'affiliation fait partie des canaux nous permettant de générer de nouveaux clients chaque jour.

L'affiliation doit nous permettre d'avoir une meilleure maîtrise de l'attribution et des contributeurs à la vente en vue d'appréhender les forces et faiblesses de chacun : acquisition de trafic pour certains, taux de nouveaux clients pour d'autres, ou encore génération de volume d'affaires au global ou sur des univers de produits ciblés.

Les influenceurs sont un exemple sur lequel nous souhaitons nous appuyer pour développer notre marque et nos offres.



Bruno Laffont
Fondateur

Il serait souhaitable que le partage de commissions devienne la norme pour une plus juste contribution entre canaux d'acquisition et intra-affiliés. Cdiscount est notre meilleur programme d'affiliation grâce à son excellent taux de transformation et au faible bruit des autres leviers justement.



COMMISSION MOYENNE
(en % de la vente)



92
ANNONCEURS CONCERNÉS
(programmes)

TAUX DE TRANSFORMATION MOYEN

0,50%



PART DU MOBILE
(en % des ventes générées)



PANIER MOYEN GÉNÉRÉ



INVESTI RAPPORTE
32€

Résultats d'une étude menée par les membres du Collège Affiliation (Plateformes d'Affiliation membres du CPA et avec la participation de TradeDoublér) sur la période du premier semestre 2017.

ANALYSE

Grâce à des prix compétitifs, la vente de pièces automobiles sur Internet devient de plus en plus concurrentielle. Le panier moyen constaté en affiliation est un des plus élevés : +16% comparé à la moyenne tout secteur confondu. L'EPC* se situe dans la moyenne haute, ce qui constitue un critère de performance important pour les éditeurs.

* EPC : Earn per clic - revenu par clic.

“ TÉMOIGNAGES



Alexandre DOUCHEZ
E-Marketing Manager

Nous plaçons l'affiliation au cœur de notre stratégie s'articulant autour des 3 composantes qui interagissent les unes avec les autres :

- Amélioration de notre visibilité online
- Développement du Chiffre d'Affaires web
- Baisser notre dépendance à Google

Mickaël KERFANT
Co-founder and CEO



Nous avons fait l'acquisition de pneu-compare.com depuis le 1^{er} novembre 2017, qui vient donc rejoindre nos comparateurs de pneus français queelpneu.com et meilleur-pneu.com. Nous prévoyons aussi d'ouvrir de nouveaux sites à l'étranger pour augmenter notre couverture géographique (27 pays actuellement)

La confiance est la clé de tout. Le plus gros frein est l'absence de transparence, la plus grande valeur ajoutée est la communication tripartite éditeur/annonceur/plateforme.





COMMISSION MOYENNE
(en % de la vente)

TAUX DE TRANSFORMATION MOYEN

0,83%



164
ANNONCEURS CONCERNÉS
(programmes)



PART DU MOBILE
(en % des ventes générées)

134 €



PANIER MOYEN GÉNÉRÉ



INVESTI RAPPORTE
30 €

Résultats d'une étude menée par les membres du Collège Affiliation (Plateformes d'Affiliation membres du CPA et avec la participation de TradeDoublér) sur la période du premier semestre 2017.

ANALYSE

Le Black Friday, et plus largement la fin du mois de novembre, est le nouveau temps fort de l'année et sert aujourd'hui de baromètre pour toute la saison. Les leviers affinitaires et éditoriaux sont en croissance et représentent aujourd'hui plus de 28% du poids total des éditeurs sur les programmes high-tech.



ANNONCEUR



Alessandra Sorbello
 Responsable Affiliation
 et Partenariats

Notre programme d'affiliation a été externalisé en 2007 notamment pour nous aider dans la gestion opérationnelle du programme : mise en ligne des bannières, envoi des communications newsletters affiliés, validation des ventes, gestion des plans de MEA*. Le niveau de service offert par notre plateforme comprend : un bilan hebdomadaire/mensuel, l'organisation de RDV/calls tripartites avec les affiliés, le recrutement de nouveaux affiliés et l'animation du réseau.

Nos principales attentes sur ce levier sont de conserver le même niveau de rentabilité, d'accroître la croissance du programme en recrutant plus d'éditeurs et en générant plus de conversions, de développer de nouveaux outils facilitant le relationnel affiliés et la diffusion du programme.

*MEA : Mises en avant

TÉMOIGNAGES

Julien Thoraval
 Co-fondateur

LaptopSpirit

Le plus gros frein d'un programme est sans conteste le manque de stabilité de la rémunération accordée. Revoir régulièrement le taux, suspendre temporairement un programme.

ÉDITEUR



Olivier Bureau
 Fondateur

En tant qu'éditeur de sites comparateurs Internet high-tech, l'affiliation est un excellent moyen pour rentabiliser nos sites.

ÉDITEUR

LES NUMÉRIQUES

Florent Alzieu
 Directeur Général Adjoint

Les lecteurs de CNET France et Les Numériques viennent chercher l'expertise et les conseils de nos journalistes pour bien choisir leurs produits. L'affiliation, au travers de tableaux de prix et de liens intégrés nativement dans nos pages, leur permet de finaliser directement leurs achats en ligne.

ÉDITEUR

Membres du collège
 Affiliation du CPA :



Et avec la participation de :





COMMISSION MOYENNE
(en % de la vente)



291
ANNONCEURS CONCERNÉS
(programmes)

TAUX DE TRANSFORMATION MOYEN

0,64%



PART DU MOBILE
(en % des ventes générées)



PANIER MOYEN GÉNÉRÉ



INVESTI RAPPORTE
22€

ANALYSE

Résultats d'une étude menée par les membres du Collège Affiliation (Plateformes d'Affiliation membres du CPA et avec la participation de TradeDoublér) sur la période du premier semestre 2017.

C'est le 3^e secteur d'activité qui offre le plus vaste choix de programmes d'affiliation, derrière la mode et la déco/maison. Il représente 7,7% de l'ensemble des ventes générées par le réseau d'éditeurs.



TÉMOIGNAGES



Maria Luisa GOMEZ
International Affiliate Manager

Nous disposons d'un Global Key Account Manager et 2 Account Managers pour nos marchés historiques (France et Espagne), qui nous proposent de nouveaux éditeurs, et nous conseillent sur l'amélioration de notre programme. Le trafic mobile représente pour nous une grande partie de notre business, donc nous attendons en 2018 de déployer l'affiliation in-app et utiliser ce canal d'acquisition pour tester des nouvelles sources de trafic.

Depuis quelques semaines nous avons intégré l'affiliation in-app pour des campagnes 360°.



Nabil Boubata
CHOCOBONPLAN.COM CEO

Les principaux critères pour nos choix de programmes sont : le type de contenu par rapport à notre ligne éditoriale, le taux de conversion, les taux de commissions, les règles d'attribution/contribution, les modèles CPA/CPC et enfin les délais de paiement. La Fnac est l'un de nos meilleurs partenaires marchands car l'enseigne propose des produits qui touchent notre audience à la recherche des meilleures offres mais aussi de produits en éditions limitées. Le plus gros frein reste le taux de commission en fonction du travail accompli au quotidien. Nous effectuons un travail considérable sur la partie contenu éditorial en réalisant également un travail autour de l'image de nos partenaires marchands (informations autour de leurs offres de fidélité, réponses aux questions sur les livraisons, la sécurité, la fiabilité, la qualité des envois...).





COMMISSION MOYENNE
(en % de la vente)

TAUX DE TRANSFORMATION MOYEN

0,46%



693
ANNONCEURS CONCERNÉS
(programmes)



PART DU MOBILE
(en % des ventes générées)

64 €



PANIER MOYEN GÉNÉRÉ



INVESTI RAPPORTE
8 €

Résultats d'une étude menée par les membres du Collège Affiliation (Plateformes d'Affiliation membres du CPA et avec la participation de TradeDoublér) sur la période du premier semestre 2017.

ANALYSE

Le nombre de programmes d'affiliation « Mode » augmente et le luxe se lance dans la course ainsi que les petites marques et créateurs. Ce secteur est porté par l'aura des influenceurs nombreux et actifs dans le digital.

Le comportement des internautes demeure toutefois de type « ROPO »*.

*ROPO : research online purchase offline



ÉDITEUR

ANNONCEUR

Membres du collège
Affiliation du CPA :



Et avec la
participation de :



TÉMOIGNAGES

SAN MARINA

ET SI TOUT COMMENÇAIT À VOS PIEDS

Notre programme a été lancé il y a 3 ans et nous aide dans la génération de ventes. Le niveau de service fourni par la plateforme est très satisfaisant, nous avons un bon relationnel avec les équipes et la traduction business de nos besoins auprès des affiliés est une aide au quotidien. L’avenir de ce canal sera d’envoyer plus de trafic qualifié.



Anne-Laure Meerschman

Nous sommes à présent éditeur de plus de 25 catalogues mode et beauté et nous souhaitons en intégrer de prochains dans les mois à venir. Nous conseillerions aux annonceurs de soigner la mise à jour des catalogues et des liens URL. Le renvoi à des liens généralistes quand l’article n’est plus disponible ne correspond pas du tout à nos attentes en tant que guide d’achat.

Mon grain de folie

Emilie

En tant que youtubeuse/blogueuse il faut que je puisse tester les produits et site de l’annonceur, car c’est un gage de sérieux envers ma communauté. Si je recommande quelque chose de médiocre, je risque de la décevoir, il faut donc que j’aie une totale confiance dans mes recommandations. J’utilise par ailleurs énormément de deeplinks*. Pour relayer les programmes il faut avoir les produits entre les mains, je recommande que les annonceurs n’hésitent pas à faire parvenir des produits pour les tester, c’est la clé pour « vendre ».

* Deeplinks : Liens profonds

Laure Gonin
Copines de bons plans

Mon choix de programmes se portera sur la marque en elle-même et l’intérêt qu’elle peut présenter pour mes abonnées, comme la cohérence avec ma ligne éditoriale qui sont des critères très importants. Si je ne connais pas déjà la marque personnellement, je cherche en tout premier lieu à réaliser un article (coût fixe). Il me permet de présenter la marque, le concept et de rester cohérente.

ÉDITEUR

ÉDITEUR



COMMISSION MOYENNE

(en % de la vente)

TAUX DE TRANSFORMATION MOYEN

0,34 %



420
ANNONCEURS CONCERNÉS
(programmes)



PART DU MOBILE

(en % des ventes générées)

95 €



PANIER MOYEN GÉNÉRÉ



INVESTI RAPPORTE
19 €

ANALYSE

Résultats d'une étude menée par les membres du Collège Affiliation (Plateformes d'Affiliation membres du CPA et avec la participation de TradeDoublér) sur la période du premier semestre 2017.

Le secteur déco-maison est très dynamique en affiliation puisqu'il se place 2^e derrière la mode en termes de nombre de programmes et de ventes. Les Français ont une envie grandissante d'améliorer leur habitat afin de se sentir bien chez eux, et le web joue un rôle clef en proposant des articles de décoration à des prix très accessibles.



ANNONCEUR

TÉMOIGNAGES



Notre programme d'affiliation a plus de 10 ans et c'est un peu de branding avec des affiliés thématiques, mais surtout du développement de business aujourd'hui.

Les équipes sont très présentes et pédagogiques, leur accompagnement est précieux.

À l'avenir j'attends que le canal de l'affiliation apporte de nouvelles méthodes de travail, et des rencontres avec de nouveaux affiliés.

Yves Wouters
Jardinature

Selon moi, le modèle le plus attractif et viable pour un éditeur est le modèle CPC*/CPM**.

Il faut savoir qu'en tant qu'éditeur, nous faisons un énorme travail pour promouvoir les annonces (réseaux sociaux, lettres de diffusion à nos abonnés, annonces ciblées sur les pages de sites web), il est donc logique que le retour soit une meilleure rémunération.

*CPC : Coût par clic **CPM : Coût pour mille impressions

ÉDITEUR

Jérôme Gelin
Domozoom



Le contenu du site annonceur doit être en adéquation avec notre audience, la qualité du site en termes de design, d'ergonomie, de processus d'achat en ligne optimisé.

Nous souhaitons avoir des flux produits à jour, compter sur la fiabilité du site, et que le trafic envoyé soit utile.

ÉDITEUR

Membres du collège
Affiliation du CPA :



Et avec la
participation de :





COMMISSION MOYENNE
(en % de la vente)

TAUX DE TRANSFORMATION MOYEN

0,70%



286
ANNONCEURS CONCERNÉS
(programmes)



PART DU MOBILE
(en % des ventes générées)

71€



PANIER MOYEN GÉNÉRÉ



INVESTI RAPPORTE
18€

Résultats d'une étude menée par les membres du Collège Affiliation (Plateformes d'Affiliation membres du CPA et avec la participation de TradeDoublér) sur la période du premier semestre 2017.

ANALYSE

L'avènement des campagnes d'influence marketing intégrées dans les programmes d'affiliation classe ce secteur d'activité 2^e en nombre de ventes Cross-Device dans notre baromètre juste derrière la mode. Les réseaux sociaux étant l'une des principales sources de trafic mobile.

ANNONCEUR

Membres du collège
Affiliation du CPA :



Et avec la
participation de :



TÉMOIGNAGES

Marionnaud

Perrine Garcia
Responsable acquisition

Nous bénéficions avec notre plateforme d'un accompagnement global dans la gestion du programme, d'une aide à la mise en place de la stratégie annuelle et d'un précieux porte-parole de Marionnaud dans la relation affilié.

La négociation des deals cadres et des mises en avant régulières est un atout précieux ainsi que le recrutement de nouveaux affiliés.

En plus de l'existant, nous attendons de notre plateforme une diffusion accrue de nos offres/produits sur des sites de contenu, et d'influenceurs pour développer notre image de marque.

Antoine Morisson
Chef de Projet Digital
Acquisition et Fidélisation



ANNONCEUR

Nous venons de lancer le programme il y a quelques mois, le niveau de service est satisfaisant et répond à nos besoins en termes de réactivité, conseil et aide à la mise en place des différentes actions. Nous souhaitons que l'affiliation devienne un de nos principaux leviers d'acquisition et nous aide à développer notre CA, soutenir nos temps forts e-commerce et développer l'acquisition de nouveaux clients.

Arnaud Donet
Responsable Digital Media



ANNONCEUR

Notre programme historique est un véritable vecteur de trafic qualifié, alliant puissance et performance. L'affiliation est un espace d'innovation très utile pour identifier de nouveaux modèles d'acquisition et une technologie de pointe. Un programme d'affiliation a une très forte inertie, sans le travail quotidien et très minutieux des équipes pour mettre en scène notre stratégie, cela est voué à l'échec.

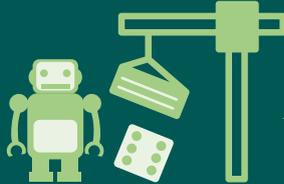




**COMMISSION
MOYENNE**
(en % de la vente)

**TAUX DE TRANSFORMATION
MOYEN**

0,54%



115
**ANNONCEURS
CONCERNÉS**
(programmes)



**PART
DU MOBILE**
(en % des ventes
générées)

85 €



**PANIER
MOYEN
GÉNÉRÉ**



**INVESTI
RAPPORTE**
26 €

ANALYSE

Résultats d'une étude menée par les membres du Collège Affiliation (Plateformes d'Affiliation membres du CPA et avec la participation de TradeDoublér) sur la période du premier semestre 2017.

Le secteur des jeux et des jouets a le coût d'acquisition moyen le plus bas juste derrière l'alimentation, ce qui fait de l'affiliation un excellent levier d'apport de nouveaux clients pour ce type de produits.



ANNONCEUR



Stéphane Loustalot
Responsable E-commerce

Le programme d'affiliation existe depuis 2007 en double plateforme et depuis début 2016 en exclusivité.
Notre plateforme gère intégralement le programme, relation avec le réseau d'affiliés et le développement.
Nous nous attendons à de nouveaux canaux de diffusion sur le modèle à la performance (RTB*, native, mobile...)

* RTB : Real Time Bidding

TÉMOIGNAGES

Samuel Flament
StudioFrt (prix-jouet.com
parentsmalins.com)

En premier je regarde le modèle de rémunération, notamment les règles d'attribution au clic. Les règles imposées aux sites de code promo sont trop restrictives. Notre plus gros programme reste : Amazon. Notre actualité porte sur la consolidation de l'application IOS et Android.

ÉDITEUR



Nicolas Scarlata
Amibo France - 2 ii

Je n'ai qu'un critère de sélection, que le programme colle avec le thème de mon site, je ne regarde pas les autres détails.

ÉDITEUR

Membres du collège
Affiliation du CPA :



Et avec la
participation de :





4%

COMMISSION MOYENNE

(en % de la vente)



181
ANNONCEURS CONCERNÉS
(programmes)

TAUX DE TRANSFORMATION MOYEN

1,19%



22%

PART DU MOBILE
(en % des ventes générées)



94 €

PANIER MOYEN GÉNÉRÉ



INVESTI RAPPORTE
22 €

Résultats d'une étude menée par les membres du Collège Affiliation (Plateformes d'Affiliation membres du CPA et avec la participation de TradeDoublér) sur la période du premier semestre 2017.

ANALYSE

La distribution d'articles de sport est en plein essor et monte en puissance dans notre classement, il se place en 3^e position des meilleurs revenus par clic pour les éditeurs. Cette tendance est en phase avec une pratique sportive grandissante chez les Français, particulièrement chez les femmes pour des raisons de santé et bien-être.

ANNONCEUR

Notre programme existe depuis mars 2011, il répond à la problématique de déduplication entre les leviers, au transfert d’informations auprès des partenaires, maîtrise du coût d’acquisition grâce au modèle CPA. Quant au niveau de service fourni, nous bénéficions d’une équipe de 2 personnes expérimentées qui suivent les deals négociés, surveillent la diffusion et alertent sur les points de vigilance. Pour le futur de l’affiliation, j’attends une réelle stratégie/proposition sur l’intervention de plusieurs acteurs au sein d’une même vente car le modèle de l’affiliation actuel ne favorise pas les apporteurs de trafic mais uniquement ceux intervenant en fin de parcours.

Celya Marnay
Responsable Web-Marketing



TÉMOIGNAGES

**RUNNING
ADDICT**

Nicolas Spiess

Je travaille exclusivement pour i-Run.fr dont le site est en totale adéquation avec ma thématique et mon audience.

ÉDITEUR

Greg Herlez
Mon 1er marathon

La plus grande force d’un programme est la mise à jour automatique de bannières et les liens profonds.

ÉDITEUR

Membres du collège
Affiliation du CPA :



Et avec la
participation de :

Tradedoubler



3%

COMMISSION MOYENNE

(en % de la vente)



143

ANNONCEURS CONCERNÉS

(programmes)

TAUX DE TRANSFORMATION MOYEN

1,22%



9%

PART DU MOBILE

(en % des ventes générées)



68 €

PANIER MOYEN GÉNÉRÉ



INVESTI RAPPORTE

34 €

Résultats d'une étude menée par les membres du Collège Affiliation (Plateformes d'Affiliation membres du CPA et avec la participation de TradeDoublon) sur la période du premier semestre 2017.

ANALYSE

Le secteur de l'alimentaire est en pleine effervescence. De plus en plus de concurrents et de spécialistes émergent : courses en ligne, drive, épiceries fines, thés... il y en a pour tous les goûts. Les leaders bataillent pour l'acquisition de nouveaux clients.



ANNONCEUR

“ TÉMOIGNAGES

MYPROTEIN

David Jaoui

Affiliate Marketing Manager
Europe

Myprotein est le numéro 1 Européen de la Nutrition Sportive, présent dans 48 pays et un pure player. Au cœur d'une stratégie 100% digitale, Myprotein s'appuie sur l'affiliation comme un important canal de vente et d'acquisition clients depuis plus de 9 ans. La place de l'affiliation s'est d'autant plus confirmée ces dernières années avec la synergie Affiliation et Réseaux Sociaux. Notre plateforme d'affiliation, plus qu'un simple outil, a mis en place les moyens humains pour nous accompagner depuis la recherche et l'onboarding des éditeurs jusqu'à la maximisation de la visibilité de la marque sur les espaces et la gestion des suivis quotidiens.



Nous sommes très contents de notre programme d'Affiliation pour diverses raisons :

- Gain de temps surtout au niveau de la gestion des éditeurs : les négociations, les mises en avant, la facturation etc.
- Notre Account Manager de Plateforme est force de proposition et prend des initiatives. Nous apprécions le fait qu'il n'y ait pas que des canaux à la performance mais aussi des stratégies sur le social et l'influence.

ANNONCEUR





COMMISSION MOYENNE
(en % de la vente)

TAUX DE TRANSFORMATION MOYEN

1,22%



153
ANNONCEURS CONCERNÉS
(programmes)



PART DU MOBILE
(en % des ventes générées)

174 €



PANIER MOYEN GÉNÉRÉ



INVESTI RAPPORTE
13 €

Résultats d'une étude menée par les membres du Collège Affiliation (Plateformes d'Affiliation membres du CPA et avec la participation de TradeDoublér) sur la période du premier semestre 2017.

ANALYSE

Le secteur du B2B est un plein essor. Les domaines dans l'informatique, le CHR* et les fournitures fonctionnent le mieux. Il y a une belle opportunité à saisir coté éditeurs : ils sont encore très peu spécialisés dans ce secteur du B2B et sont généralement mieux rémunérés avec des paniers moyens très élevés par rapport au B2C.

CHR*: Cafés / Hôtels / Restaurants



ANNONCEUR



TÉMOIGNAGES



PrintOclock
IMPRIMERIE EN LIGNE

Aujourd'hui nous sommes très satisfaits de notre plateforme, de son approche familiale et sur-mesure, du suivi et du contact régulier avec notre Account Manager car nous nous sentons écoutés et bénéficions d'un suivi privilégié. À l'avenir nous souhaiterions que le canal de l'affiliation nous apporte surtout des nouveaux clients et réduise les campagnes de reciblage. Nous aimerions pouvoir valoriser davantage les différents contributeurs de la chaîne de conversion et pas uniquement le last clic. Il serait souhaitable que les plateformes puissent mettre en relation 2 annonceurs qui ont les mêmes cibles mais pas le même métier afin de pouvoir proposer une offre commerciale commune.



ÉDITEUR

Notre plus gros annonceur est Youtube pour le BtoB.
Notre plus grande actualité concerne la création d'une interface où chaque fabricant peut référencer sa chaîne Youtube et la diffuser auprès d'un public BtoB.
Lorsque les annonceurs sont bien accompagnés, qu'ils bénéficient de suivi et de conseil notamment via les plateformes, les supports sont optimisés et la rentabilité renforcée.





**COMMISSION
MOYENNE
PAR LEAD**

**49,38
€**



**12
NOMBRE DE
PROGRAMMES
D'AFFILIATION**

**TAUX DE TRANSFORMATION
MOYEN**

3,95%



**PART
DU MOBILE**
(en % des ventes
générees)

**21
%**

**1 LEAD
SUR 3
DONNE LIEU À UNE
OUVERTURE DE
COMPTE FINALISÉE**



EPC
(Earn per clic :
gain affilié par clic)
1,94€

ANALYSE

Résultats d'une étude menée par les membres du Collège Affiliation (Plateformes d'Affiliation membres du CPA et avec la participation de TradeDoublér) sur la période du premier semestre 2017.

Le secteur de la Banque en ligne est un secteur en pleine révolution. L'arrivée en continu de nouveaux acteurs comme les néo-banques vient redynamiser le marché et réajuster ses propositions de valeurs au centre des besoins clients. L'année 2017 a permis d'accentuer la démocratisation de l'offre de Banque en ligne.



“ TÉMOIGNAGES



Marine Vinais

Chef de Projets Marketing
Digital - Affiliation et DMP

Notre programme d'affiliation a été lancé en 2016 afin de recruter de nouveaux clients grâce à la mise en avant des offres Société Générale notamment sur des sites de type comparateurs et émulateurs. L'équipe Finance de ma Plateforme pilote tous les aspects du programme en collaboration avec notre équipe acquisition en interne. Les performances de notre programme sont encourageantes à ce stade et nous réfléchissons ensemble aujourd'hui à affiner le ciblage des internautes en utilisant plus d'outils de scénarisation de nos messages/bannières en fonction du comportement des internautes.



Stéphane Lormeau

Fondateur gérant & Product
Owner de la société Eliraweb

Depuis le début de l'aventure d'Eliraweb en 2007, l'affiliation est au cœur du business modèle de notre comparateur Banques-en-ligne.fr et d'ailleurs plus globalement des trois médias que nous éditons.

Notre activité en Affiliation fait de nous un apporteur d'affaires auprès de toutes les banques, et pas seulement des banques en ligne. Nous générons essentiellement des leads prospects, de la mise en relation et plus spécifiquement de l'ouverture de comptes bancaires en ligne. Notre problématique est celle de générer un trafic ultra qualifié le plus proche possible de l'intention de changer de banque.





**COMMISSION
MOYENNE
PAR LEAD**

**22,54
€**



**12
NOMBRE DE
PROGRAMMES
D'AFFILIATION**

**TAUX DE TRANSFORMATION
MOYEN**

3,74 %



**PART
DU MOBILE**
(en % des ventes
générees)

**22
%**

**10 500€
MONTANT MOYEN
D'UN CRÉDIT
PRÊT PERSONNEL**



EPC
(Earn per clic :
gain affilié par clic)

0,95€

Résultats d'une étude menée par les membres du Collège Affiliation (Plateformes d'Affiliation membres du CPA et avec la participation de TradeDoublér) sur la période du premier semestre 2017.

ANALYSE

Le secteur du crédit à la consommation repart à la hausse pour la seconde année consécutive (+4,1% sur un an au premier semestre, source ASF*).

De nouvelles pratiques sur la gestion des prospects permettent de porter cette croissance : généralisation de la signature électronique, call center.



ANNONCEUR

“ TÉMOIGNAGES



Gaëtan Touyon
Responsable du domaine
Médias - Direction Marketing

L’affiliation a toujours fait partie de notre écosystème media depuis plus de dix ans. Les stratégies et les business models ont par contre évolué à plusieurs reprises afin d’être en phase avec le marché, nos partenaires et nos objectifs. Nous considérons la plateforme comme un partenaire commercial. Elle doit gérer, piloter et motiver son réseau de partenaires afin de promouvoir un ensemble de produits/services. Pour cela, il faut développer davantage la relation tripartite (Annonceur/Plateforme/affilié). En connaissant mieux les stratégies et les contraintes de chacun, nous pourrons optimiser nos performances respectives.



Jean-Michel Eloy
Fondateur et dirigeant
de la société Netpartners

Par sa position au centre de la relation, l’Affiliation est un levier incontournable pour les éditeurs. Je le travaille depuis plus de 10 ans. Nos attentes sont de trouver de nouveaux annonceurs en corrélation avec notre métier ainsi que le développement d’outils pour toujours mieux analyser et affiner la qualité et performance de notre trafic.

ÉDITEUR



À propos du CPA :



Créé en 2008, le CPA (Collectif de la Performance et de l'Acquisition) est le syndicat professionnel des acteurs du marketing digital à la performance, secteur d'activité constituant le socle de toute stratégie d'acquisition digitale.

Le CPA représente des Editeurs et Prestataires experts, offrant des solutions indépendantes et sur mesure aux décideurs du marketing digital (annonceurs et e-marchands) afin de soutenir leur développement.

Par son action (Livres blancs, Chartes de qualité, Recommandations, Evènements & Networking), le CPA répond à quatre objectifs principaux :

- Réguler un marché foisonnant et en mutation permanente,
- Informer sur les meilleures pratiques de l'acquisition digitale,
- Assurer leur mise en œuvre dans l'application du cadre légal,
- Représenter les droits et intérêts de ses membres.

Face à la multiplication des modèles d'acquisition et aux parcours utilisateurs toujours plus complexes, les membres du CPA s'engagent à mettre leur expertise, leur compréhension du secteur et leur esprit d'innovation au service de leurs clients.

Le CPA fédère les principaux acteurs du marché du marketing digital à la performance qui représente 10 000 emplois et un chiffre d'affaires de 2,3 milliards d'euros.

Conseil d'Administration du CPA

