20.21.22 _ SEPT 2022

PARIS RETAIL WEEK

PARIS EXPO PORTE DE VERSAILLES PAVILLON 4



PARIS RETAIL WEEK 2022





#ParisRetailWeek

REINVENTONS L'EXPERIENCE BUSINESS



PARIS RETAIL WEEK



Bastien Bonaventure Editorial Manager





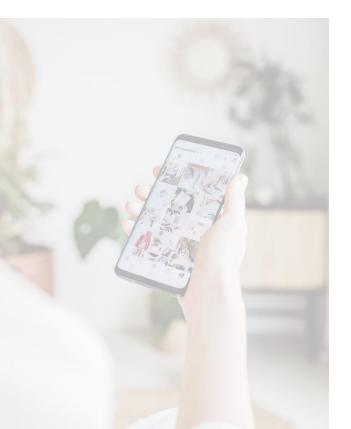
marketing digital



Jean-François Ferro Business Developper Affiliation



PARIS RETAIL WEEK





Le **Content to Commerce** permet aux marques comme aux médias de se structurer autour d'un sujet et de **définir une stratégie commune**.

C'est ce double enjeu notoriété/ performance qui a permis au Commerce Content de gagner en popularité et en efficacité.

Dans sa définition la plus simple, le **Content to Commerce** est le fait de recommander des produits ou des services directement dans le contenu.

C'est la fusion entre le contenu et le shopping. Mais ce n'est pas juste intégrer une bannière ou un lien d'affiliation en espérant générer des ventes.

PARIS RETAIL WEEK



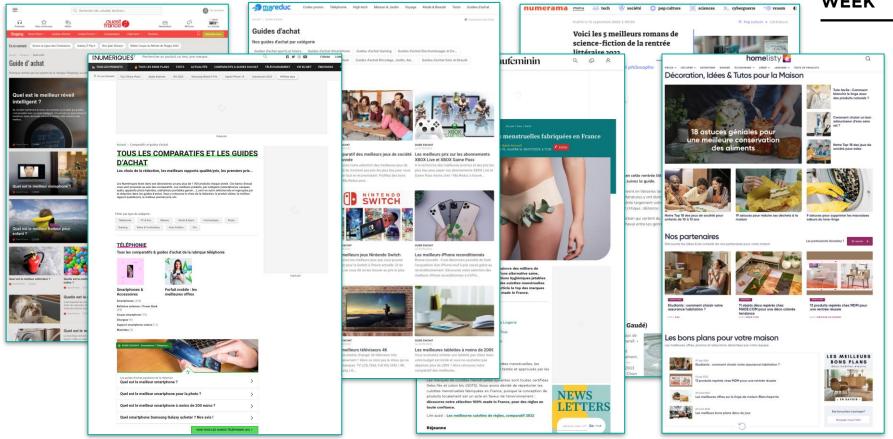
Le **Content to Commerce** est devenu l'un des leviers les plus significatifs dans le mix des investissements pour :

- générer du trafic qualifié en trouvant les intentionnistes d'une catégorie de produits,
- accroître le volume de transactions de manière pérenne (+5% de transactions au 1er trimestre 2022).

Une manière d'accompagner les consommateurs dans leurs actes d'achat via des **prescripteurs et/ou tiers de confiance**.

Les médias digitaux sont devenus à la fois des références en termes de guides d'achats, mais également des influenceurs auprès de leurs audiences permettant d'être un levier de transformation important.

PARIS RETAIL WEEK



PARIS RETAIL WEEK

L'acheteur en ligne recherche de plus en plus de **contenu authentique** qui n'est pas "commercial" par nature et qui apporte de l'inspiration, des astuces ou des conseils.

Le **Content Commerce** répond tout simplement aux nouveaux comportements d'achat :

- des contenus plus pointus, étoffés,
- des avis objectifs,
- des tests de produits,
- des éléments de comparaison entre marques ou produits de différentes gammes.



Pour **l'éditeur de contenu**, le travail se traduit par :

- la recommandation du produit/ service,
- un engagement de sa responsabilité et de sa crédibilité

La ligne éditoriale de l'éditeur se doit de **gagner et conserver l'attention** avec l'enjeu majeur de **créer l'intérêt et la confiance** des internautes.

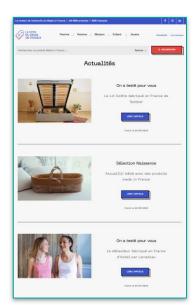
Pourquoi est-ce clé de s'appuyer sur ce levier ?

PARIS RETAIL WEEK

La force du levier est avant tout, sa faculté à répondre rapidement aux besoins du marché ainsi qu'aux intentions des consommateurs.

Nous l'avons constaté pendant la crise sanitaire, de **nouveaux critères** ont influencé la décision d'achat :

- Le local
- Le "Made in France"
- Le reconditionnement
- Les labels éco-responsables

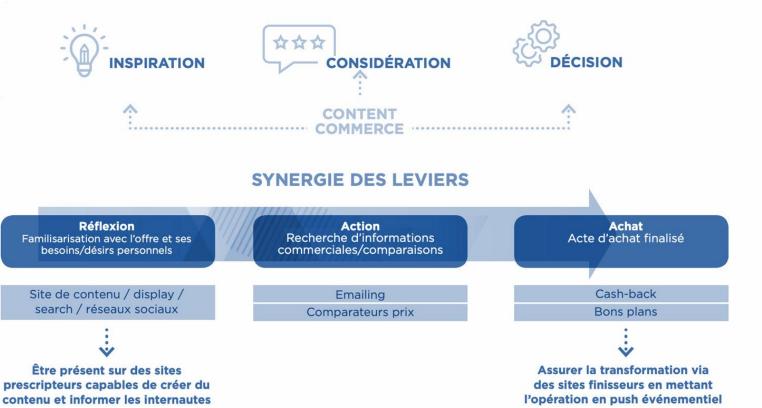






Pourquoi est-ce clé de s'appuyer sur ce levier

PARIS RETAIL WEEK



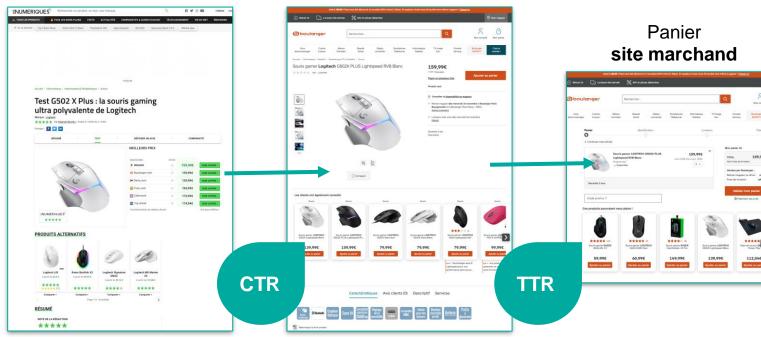
Quels sont les KPIs clés à intégrer à votre suivi ?

PARIS RETAIL WEEK

ROI

Page test produit site de contenu

Page produit site marchand



Audience: sessions, pages vues, temps de lecture, entrées/ sorties, taux rebond, clics

Panier: date achat, montant panier, produit vendu, code promo

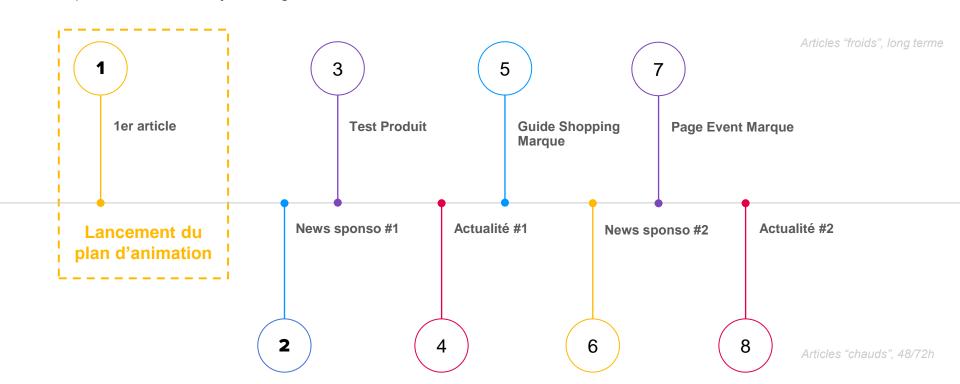
Performances: commissions, % CPA, EPC

L'importance de définir une timeline

Q4 se joue dès aujourd'hui!

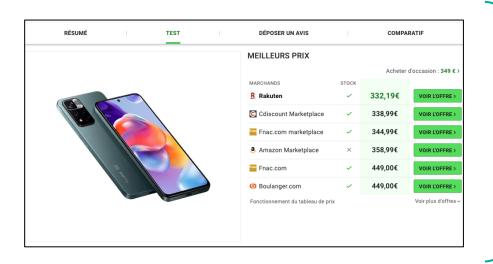
PARIS RETAIL WEEK

Définition d'un planning associant du **contenu "froid**" à du **contenu "chaud**" dans une logique de performances moyen/long terme.



Nos conseils et astuces pour optimiser vos performances

Optimiser le flux produits pour améliorer le référencement de vos offres :



- Nom du produit
- Code EAN
- Prix vente
- Promotion <!!> règles DGCCRF

 ⇒ afficher le prix le plus bas pratiqué au cours des 30 jours précédents cette offre
- Stock
- Frais port
- Pays d'expédition colis

Étendre l'expérience d'achat



- Déporter les avis des clients vers les sites de contenu pour améliorer la réassurance ⇒ augmentation du taux de transformation
- **Synergies** entre les marques + distributeurs + sites de contenu
- Prêter des produits pour réaliser des unboxings, des tests, ...
- Partager les brochures commerciales/ former les affiliés

Nos conseils et astuces pour optimiser vos performances

Cross-sell & Up-sell

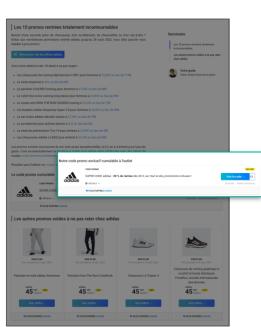
Intégrez des accessoires ou produits complémentaires sous forme de sélections de produits.

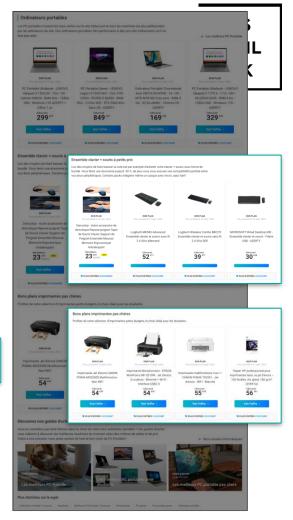
Cashback & promotions

Faites le relai de vos offres promotionnelles sur les bons produits, au meilleur moment.

Stackable offers:

Bon plan + ODR + Code + Cashback





L'importance de créer de la synergie entre les différents contenus

Le maillage des pages **renforce la pertinence** de votre prise de parole et vous permet de vous intégrer à un **cocon sémantique** inspirationnel & transactionnel déjà existant.

Contenu Inspirationnel
Guides d'achat et tests produit

X Contenu transactionnel
Actus bons plans et codes promo

- Page Segment Petit électroménager
- Page Evenement Black Friday
- Page Marque Moulinex

Page Catégorie Electroménager &

Domotique

- Page Guide d'achat Robots de cuisine
- Page Test Cookeo



Business cases mareduc

Augmentez la visibilité des produits et la notoriété de marque

PARIS RETAIL WEEK

Acteur e-commerce high-tech

Enjeu business : Capter des internautes non décidés et les convertir en acheteurs.

Enjeu éditorial : Inspirer et guider les internautes dans leur cycle d'achat.

Dispositif: Création d'une page hub shopping Cyber Week à m-3

Tests + Actualités + Comparatifs + Codes promo + Jeu concours



Chiffre d'affaires

x3





Les perspectives Content Commerce 2023

PARIS RETAIL WEEK

La production de contenus vidéos va continuer de prendre une part de plus en plus importante.

Via les médias content commerce avec le support d'influenceurs référents.



Contenus vidéo: Youtube / Reel / TikTok

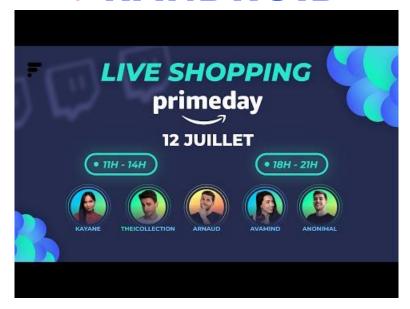
- Unboxing produit / Test produit
- Sélections de bons plans saisonniers



Live Shopping: Twitch / Instagram

- Événement saisonniers
 - Prime Day / Black Friday
- Lancement de produits
 - Samsung Unpacked / Apple Keynote

FRANDROID



• Un levier pérenne, qui vous assure des revenus sains sur le moyen/long terme

 Un levier qui permet créer de la proximité, de l'affect entre la marque et les internautes

 Un canal de performance au service du branding avec un ROI mesurable et optimisable **Suivez-nous!**

PARIS RETAIL WEEK

#ParisRetailWee k www.parisretailweek.com