

Webinar

Baromètre de l'Affiliation

10 mars 2022



Les Speakers

François Deltour
PDG



**Alexandre
Dos Santos**
CEO



Nicolas Nauche
DGA



Federica Postorino
Country Manager



Thomas Sauzedde
DG



Au programme



- ① Le Baromètre de l'affiliation en quelques chiffres
- ② Focus Levier Codes & Promotions
- ③ Focus Content to Commerce
- ④ Focus Tech : opportunités & challenges

1

Baromètre de l'affiliation : Quelles sont les tendances ?

Une vraie montée en puissance du marketing d'affiliation.



5% de la publicité Digital en France



+9% de croissance du levier vs N-1*



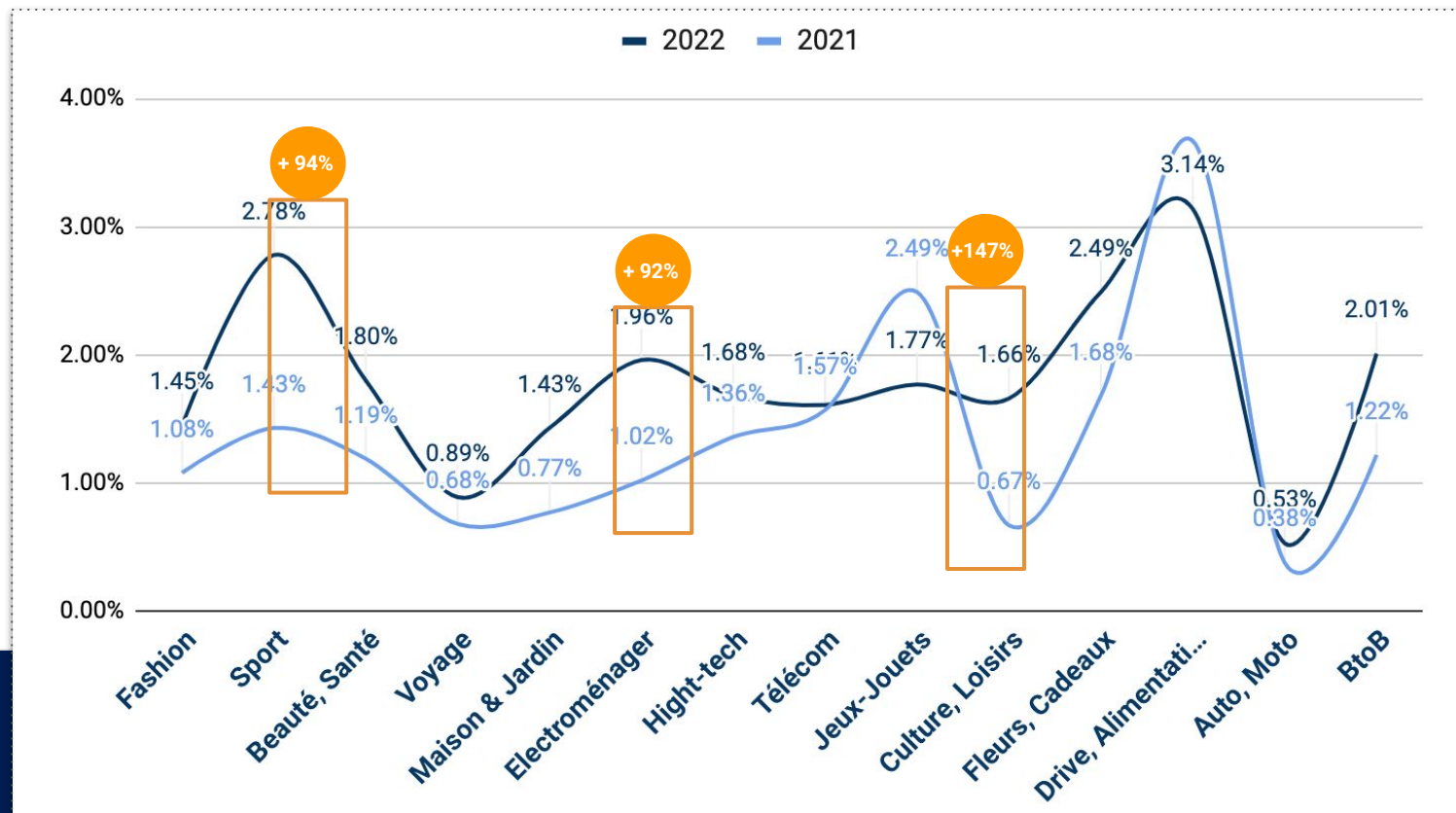
30% de CA annonceurs en plus



+60% de budget sur le **Content to Commerce** depuis 2019

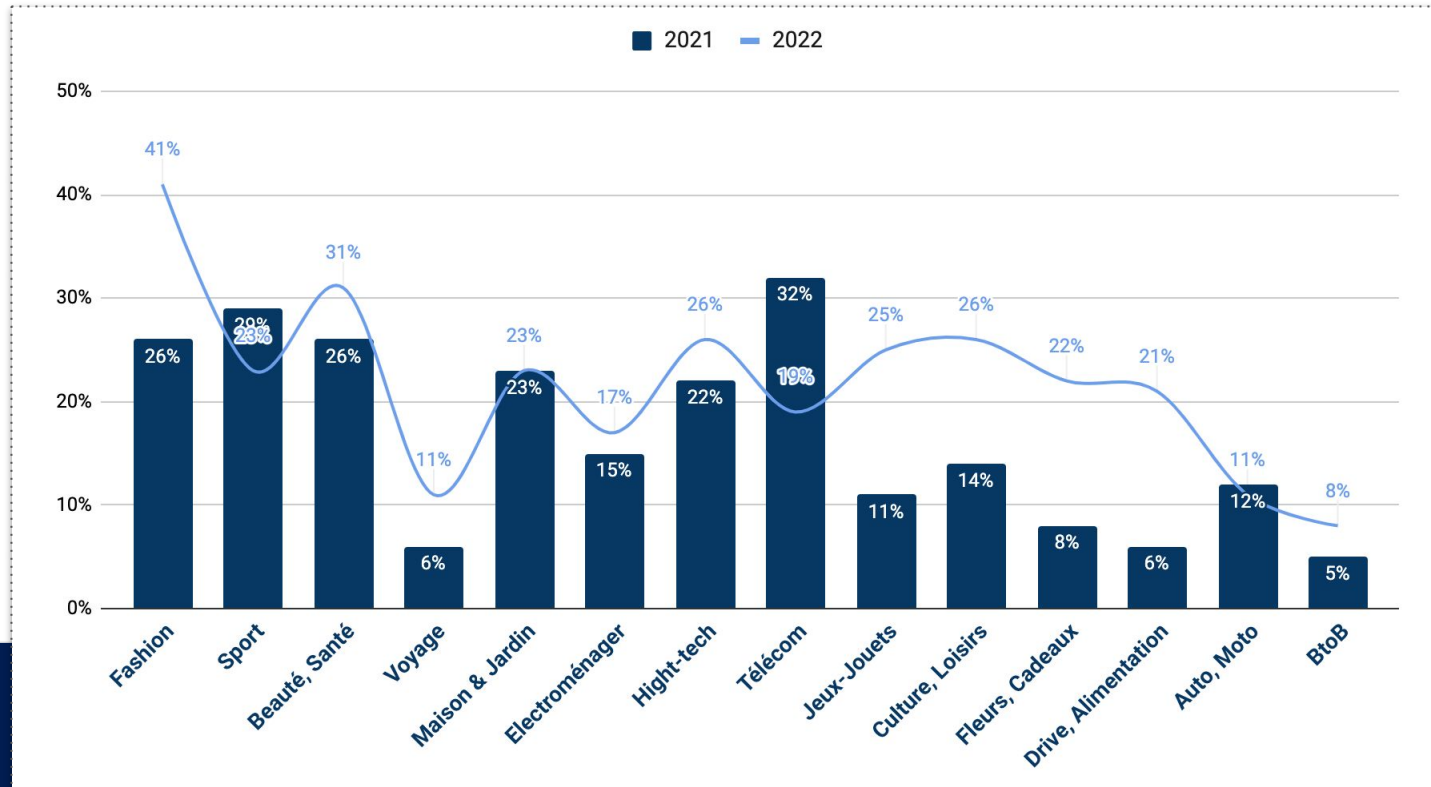
Evolution du Taux de Conversion

Global **+31,18%**



Évolution nombre de ventes sur Mobile

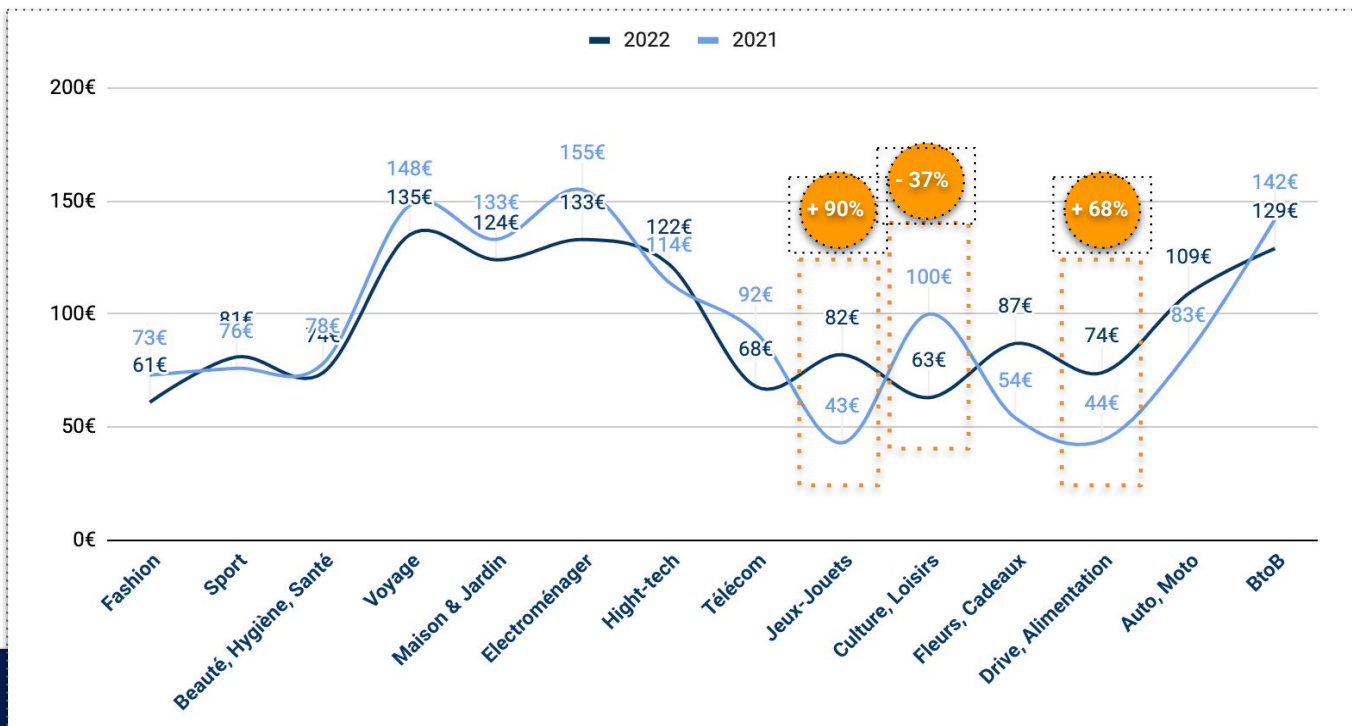
Global **+29%**



Données baromètre multi-secteurs

Évolution du Panier Moyen

Global **+0,52%**



Les secteurs qui enregistrent les plus fortes hausses

1



Jeux, Jouets

- ★ La France devient le **2nd marché** en Europe
- ★ **+56%** de CA annonceurs vs 2020
- ★ Panier moyen qui double à 82€

2



Drive Alimentation

- ★ L'e-commerce = **10% des ventes GMS** en 2023
- ★ **+44%** de CA annonceur vs 2020
- ★ Panier moyen qui passe à **73€** (+61%)

3



Fleurs Cadeaux

- ★ Les ventes sur mobile explosent : **+175%**
- ★ **+63%** de CA annonceur vs 2020
- ★ Panier moyen qui passe à **87€** (+62%)

②

Focus
Levier Codes & Promotions :
toujours plus vertueux

50%

30%

20%

L'engagement Qualité du Levier Codes & Promotions

Notre objectif : valoriser la Qualité du Levier Bon de Réduction

Comment : grâce à un travail concerté des acteurs du CPA,

- fédérés autour d'une Charte des Bonnes pratiques Bons de Réduction
- appuyée par une vraie représentativité du marché Affiliation

→ L'ensemble des Plateformes Affiliation opérant en France

→ 25 éditeurs signataires (soit 95% du marché FR)



Objectifs de la Charte CPA - Bons de Réduction

#1 TRAFIC DE QUALITÉ

**#2 RÈGLES DE DIFFUSION
STRICTES**

#3 ÉTHIQUE

**#4 RESPECT DES
ANNONCEURS**

**GARANTIR AUX ANNONCEURS ET AUX
CONSOMMATEURS UN LEVIER DE QUALITÉ**

Le contrôle Qualité des Editeurs Bons de Réductions

Un contrôle qualité permanent avec le tiers de confiance Eufonie

- près de 16 000 tests effectués au cours du second semestre 2021 !
- sont notamment contrôlés :
 - l'exactitude des offres (dates de validité et exhaustivité des conditions)
 - le respect de la propriété du contenu exclusif et original
 - une expérience utilisateur exempt de pratiques trompeuses
 - le respect des politiques d'achat de mots clefs



Nouvelle étape 2022

- Création d'un **Label de Qualité** pour les sites éditeurs les plus vertueux, décerné par les Plateformes Affiliation.

Les LABELLISÉS 2022

- **11 sites** obtiennent la labellisation en Janvier 2022
- Le label est attribué tous les 6 mois, pour une durée d'une année

Ceci permet :

- Bénéfices clients finaux: contenu plus éthique / vertueux
- Embarquer de nouveaux annonceurs : soit découverte du levier, soit y reviennent

Les Plateformes et les annonceurs sont particulièrement enclin à travailler avec ces acteurs labellisés qui sont les plus vertueux & efficaces.



bonplan.akenini.com

codespromo.lefigaro.fr

monbon.fr

codamia.com

dealabs.com

poulpeo.com

codepromo.lequipe.fr

groupon.fr

vouchercloud.fr

codepromo.20minutes.fr

ma-reduc.com

Retour d'expériences Charte BR



Annonceur Voyage



Editeur Shopping & Promos



Plateforme Affiliation



Activer le levier BR afin de retrouver la valeur client



Contexte : Une part significative du volume des réservations passe par des marketplaces de réservation de billets en lignes tels que  **Direct Ferries**



Problématique : Comment récupérer cette perte de valeur et de connaissance clients ?

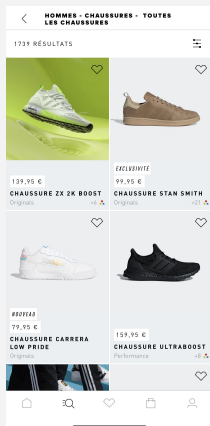


Solution : Mise en place d'une stratégie coupons + Cashback afin de reconquérir les clients de la marque et de capitaliser sur des actions marketing CRM.

Crédibilité renforcée pour la valeur ajoutée du levier Bon de Réduction



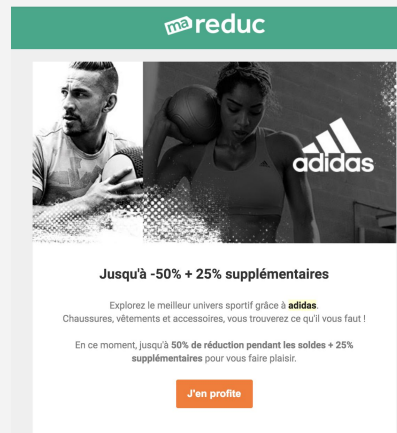
Implémentation du tracking sur site & application



Création de codes exclusifs



Transparence sur les conditions d'usage



Respect des droits PPC

Annonce - www.ma-reduc.com/code-promo/sport -
Code Promo Jusqu'à 50% - 25% sur articles non remisés
Bénéficiez de 25% sur les produits non remisés et de 15% sup sur l'app sur les remisés!
Bénéficiez des meilleures Réductions sur tout le site avec nos Codes Promo ! +20 000 Codes disponibles. 10 ans d'existence. Mise à jour quotidienne. Jeux et concours ma-reduc.
[Codes promos](#) - [Deals 2020](#)

Collaboration des annonceurs avec des éditeurs vertueux

Respect de la propriété du contenu exclusif et original

Expérience utilisateur exempt de pratiques trompeuses

Respect des politiques d'achat de mots clefs

Retour d'Expérience Plateforme Affiliation

Le choix évident du levier BR de qualité



Julien TOURNIER

Head of Publisher & influence Development Group

3

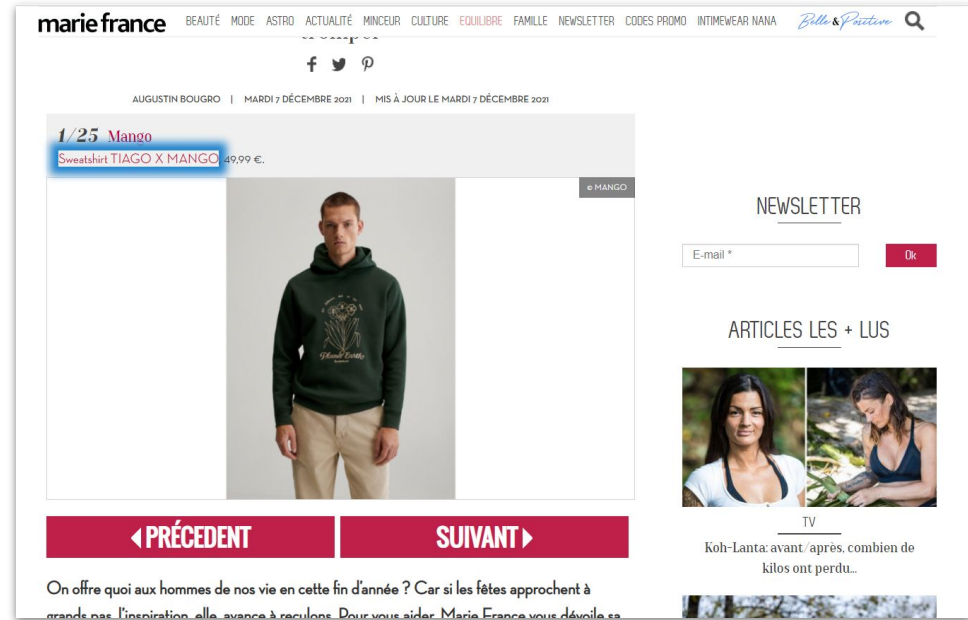
Focus Content to Commerce: quoi de neuf ?

Pourquoi autant de succès ?

🎯 Consommation toujours plus digitale

🎯 Besoin d'inspiration

🎯 Comparaison : guide d'achat



Annonceurs: Investissements +60% depuis 2019



Crédibilité et confiance

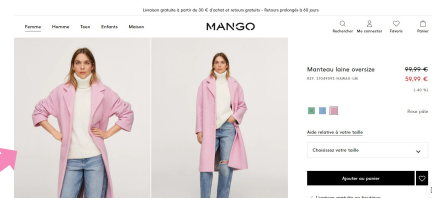
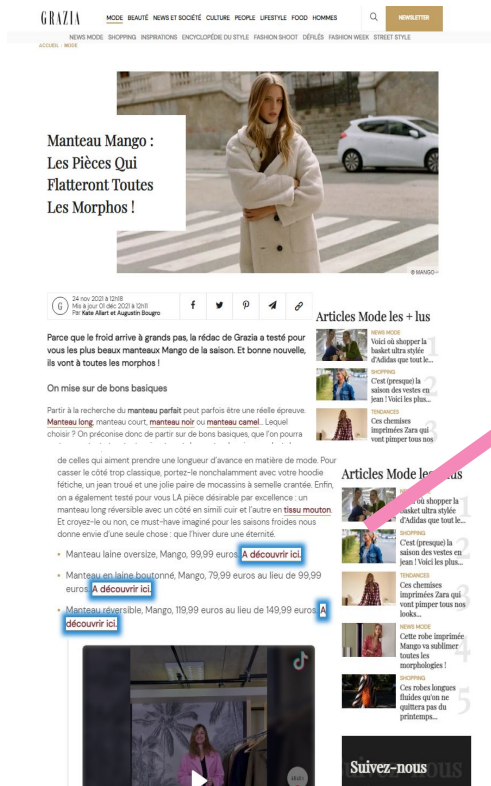


SEO



Nouvelles cibles

DOUBLE ENJEU
NOTORIÉTÉ / PERFORMANCE





“..en intégrant pleinement le content to commerce dans nos dispositifs nous avons permis à nos partenaires de recruter une **nouvelle catégorie d’acheteurs: les internautes qui cherchent LE produit avant de trouver LA meilleure offre**”



“Dans le contexte actuel, les consommateurs ils sont à la recherche d'idées et de conseils pour les guider dans la décoration et l'aménagement de leur maison. Nous publions du **contenu "Content commerce" qui conduit nos lecteurs de l'inspiration à l'action**”



“Notre stratégie Content a su **apporter son aide aux internautes qui s'interrogent** sur les nombreux moyens de mobilités durant la crise sanitaire. Ca nous a permis de doper les ventes auprès de nos partenaires”

Nouvelle tendance : Live Stream Shopping



Présence d'influenceurs



Vente en directe



Accompagnement dans le parcours d'achat



Interaction en temps réel avec les animateurs

Shopping L'Oréal
Professionnel X
Grazia Avec Flora
Coquerel Et Fabien
Giambona !

L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS

GRAZIA



G 03 fév 2021 à 10h20
Mis à jour 18 fév 2021 à 10h45
Par - Grazia -



Pour la première fois sur Grazia, un live shopping avec L'Oréal Professionnel. Retrouvez Flora Coquerel, Fabien Giambona et Magali Bertin pour découvrir le dernier Steampod.



Bénéficiez vite de 10% de réduction pour l'achat de votre pack Steampod + 2 produits offerts avec le code FLORA2021

Pour lisser ses cheveux, faire des boucles glamour ou des wavy, vous pouvez compter sur le Steampod, le lisseur vapeur de L'Oréal Professionnel. Pourquoi ? Car la vapeur va former une protection entre le cheveu et les plaques pour des mises en forme qui vont moins abîmer la chevelure.

Articles Beauté les + lus



FORME ET MINCEUR
Selon une étude très sérieuse, consommer ce type de thé...



FORME ET MINCEUR
Voici 7 aliments à supprimer pour perdre jusqu'à 13 kilos...



SOINS VISAGE ET CORPS
Rides du lion : comment s'en débarrasser en trois leçons (et...)...



FORME ET MINCEUR
Chrono-nutrition : cette astuce minceur pour maigrir...



FORME ET MINCEUR
Régime clean express : comment adopter cette méthode qui...

Suivez-nous

EMAIL

Témoignage de :

AR/FACTORY
Audience & Revenu



« Guide shopping » chez les éditeurs

Nouvelle rubrique autour de 2 axes

1. Contenus chauds type bons plans, offre commerciale...
2. Contenus froids type guide d'achat, sélection de produits...



Annonces & tendances

- Secteurs en force : high tech, telco, abonnement TV...
 - Secteurs en mouvement en 2022 : mode – beauté - maison
 - Secteurs difficiles à date : voyages
- >> A noter : arrivée en force du DTC en complément des marchands et marketplace



Pourquoi ça marche ?

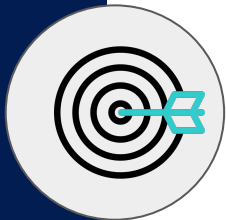
2 KPI clés :

- CTR : un bon CTR est situé autour de 15% à 20%
- Taux de transformation : un bon taux est situé autour de 2% à 4%



4

Focus Technique Opportunités & Challenges



Enjeux & Opportunités Server to Server Tracking



Enjeux & Opportunités App to App Tracking

Retour d'Expérience APP to APP TRACKING



X4

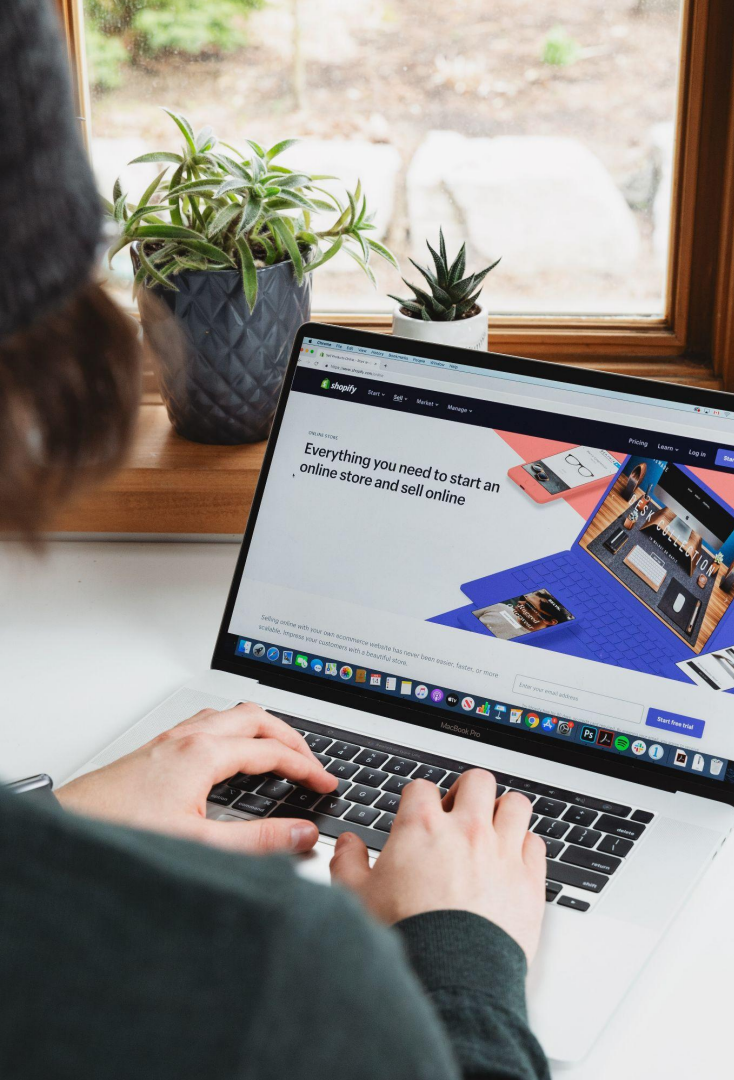
Un taux de conversion mobile **inférieur à 5% avant** l'implémentation du tracking application. Un **taux moyen de 13,5%** depuis l'implémentation.

+10%

L'AOV enregistré sur l'application est nettement supérieur à celui que nous notons sur le site.

+30%

du CA de l'application est généré par de nouveaux clients. Un KPI d'autant plus intéressant qu'un "utilisateur application" (du fait de la simplicité d'usage) sera plus enclin à convertir plusieurs fois.



Ces dernières années le Tracking s'est complexifié pour plusieurs raisons:

1. Les restrictions sur l'utilisation des cookies tiers par les navigateurs
2. La montée en puissance du monde applicatif et du web mobile en général
3. La législation (cookie consent)

Dans ce contexte il est difficile d'obtenir la transparence nécessaire à la mise en place de relations de confiance entre les parties.

Conséquences

- moins de ventes légitimes trackées,
- baisse de la rentabilité éditeurs,
- difficulté à monitorer la performance pour les annonceurs,
- surpondération des affiliés finisseurs,
- perte d'attractivité d'un programme d'affiliation

Opportunités

- Implémenter le tracking S2S pour contourner le blocage des cookies tiers
- Accélérer le tracking In App côté Annonceur pour avoir une visibilité complète du parcours utilisateur et valoriser le trafic éditeurs à sa juste valeur
- Agir sur le conseil en collecte du consentement auprès des annonceurs



Les bénéfices du Tracking server-to-server



La configuration du tracking mobile est plus robuste et plus facile à intégrer avec des technos tiers.



Protection contre les tactiques de "black-hat" basées sur les cookies



Atténue la menace de l'Intelligent Tracking Prevention (ITP) de Safari, qui évolue constamment. Plus d'autres variantes de Chrome et Firefox



Le Tracking n'est pas interrompu si l'utilisateur ferme la page de confirmation de commande avant l'appel des Tags des plateformes

Anticiper "demain" avec le tracking APP to APP

Les solutions applicatives sont de plus en plus nombreuses à l'image du **volume de trafic présent sur le mobile**.



Manque à gagner pour les éditeurs



Mauvaise attribution côté annonceur



L'importance du tracking in-app

Conséquences d'une absence de tracking in-app

Attractivité

Les éditeurs prioriseront les annonceurs équipés afin de ne pas manquer les commissions dues.

Perte d'attractivité d'un programme

Expérience

Expérience utilisateur incohérente; les clients sont emmenés sur le m-site même s'ils ont l'application

Efficacité

Les annonceurs n'ont pas une vue d'ensemble complète des données de navigation de leurs clients

Rentabilité

Les annonceurs génèrent moins de revenus car ils n'ont pas accès aux conversions sur l'application qui ont un panier moyen généralement plus élevé

+25% de ventes et de commissions éditeurs en moyenne par programme lorsque le Tracking App est activé





**Téléchargez vos exemplaires des
baromètres de l'affiliation et du
lead sur le site du CPA**

www.cpa-france.org

Questions / Réponses

A close-up photograph of a person's hand pointing at the screen of a silver laptop. The hand is wearing a black wristband. Another hand is visible on the laptop's trackpad. The background is blurred, showing what appears to be a desk and some office equipment. The entire image has a dark blue overlay, and the text 'Questions / Réponses' is written in large white letters across the center.