



Design et actualisation : la valeur de la création publicitaire dans la réussite d’un programme d’affiliation

Le Collectif des Plateformes d’Affiliation (CPA) a mené au mois de novembre 2012 une grande enquête auprès de ses annonceurs et éditeurs partenaires afin de mieux connaître leurs pratiques et leurs attentes concernant le matériel publicitaire utilisé dans le cadre des opérations de marketing à la performance.

Les résultats de cette enquête montrent des éditeurs souvent critiques quant à la qualité du matériel généralement proposé : un éditeur sur deux juge « faible à très faible » la qualité du matériel publicitaire fourni par les annonceurs. Cela a un impact décisif sur la diffusion du programme : **81% d’entre eux affirment pouvoir être amenés à refuser de relayer un programme d’affiliation pour cette seule raison !** Ils soulignent notamment la nécessaire qualité du design (39%) suivie par l’attractivité de l’offre (37%) dans la réussite d’un programme.

Stéphane Landry, Directeur Marketing et Commercial de Caloga rappelle les enjeux d’un matériel de qualité et performant : *« Accorder l’importance qu’ils méritent aux éléments visuels constitue un double gisement de valeur ajoutée : tout d’abord en rendant beaucoup plus parlant le message de l’annonceur vers l’internaute, et ensuite en proposant aux affiliés des dispositifs plus efficaces et plus rentables pour eux. »*

D’autre part, 88% des éditeurs interrogés insistent sur la nécessité d’actualiser et renouveler le matériel publicitaire pour maintenir ou dynamiser les performances d’un programme d’affiliation. La fréquence optimale de renouvellement étant estimée à 3 semaines pour 49% des répondants, sachant que la fréquence observée, toujours selon eux, se situe autour de... 12 semaines et plus !

« Un visuel s’use rapidement, et les performances qu’il génère s’érodent en conséquence, et bien souvent nous continuons à relayer des créas que les internautes ont déjà vues et revues, ce qui pénalise directement les performances d’une campagne » conclut Eric Prigent, Fondateur de la Société Ividence.



Du côté des annonceurs, ceux –ci semblent unanimes et conscients de l’importance de la qualité des créations publicitaires pour le succès et la bonne diffusion de leur programme d’affiliation :

- 94% des annonceurs jugent la qualité du matériel publicitaire très importante pour le succès de leur programme d’affiliation
- 84% d’entre eux estiment que c’est un critère de sélection de leur programme par les éditeurs

Que le graphisme des créations soit réalisé en interne (59% des répondants) ou via une agence (24%), les annonceurs attendent analyse et conseils de la part de leur plateforme pour optimiser la performance de leur matériel promotionnel. Néanmoins, si les compétences graphiques sont nécessaires pour la réalisation des éléments, le prix reste le critère déterminant.

Interrogé dans le cadre de l’étude, Arnaud Donet, Responsable Marketing Online chez Yves Rocher commente à ce sujet : « *Nous avons longtemps considéré la réalisation de nos newsletters d’acquisition comme un élément de coûts, plutôt faibles et maîtrisés, mais c’est avant tout un puissant levier de performance* ».

Germain Bos, PDG de l’agence Creafeel qui a mené cette étude conjointement avec le CPA ajoute : « *Beaucoup d’annonceurs ont internalisé la réalisation de leur matériel publicitaire dans une logique de réduction de coûts, sans toujours mesurer l’impact de ces décisions sur leurs performances et donc... sur leurs réels coûts indirects* ».

Enfin, il apparaît également qu’une large majorité des annonceurs – 88% d’entre eux - souhaite bénéficier des conseils et de l’expertise de leur plateforme d’affiliation sur les optimisations à apporter à leur création publicitaire. La plateforme, au-delà d’être un outil technique, détient une véritable expertise qui doit être valorisée.

« *La qualité du matériel est un élément de succès déterminant dans un programme d’affiliation, les annonceurs le comprennent bien et se tournent logiquement vers l’expertise des plateformes pour les accompagner et les conseiller sur le sujet.* » conclut Amaury Delloye, Président du CPA.



A propos du Collectif des Plateformes d'Affiliation

Le Collectif des Plateformes d'Affiliation (CPA) a été créé en 2008. Ses principaux objectifs sont de promouvoir et d'analyser l'activité des plateformes d'affiliation, de défendre les intérêts et les droits collectifs et individuels de ses membres, et de préserver les règles déontologiques entre ses membres.

Les membres du CPA sont les principales plateformes d'affiliation françaises : affilinet, Commission Junction, Effiliation, NetAffiliation, Public-Idées, ReactivPub, Tradedoubler, Webgains, zanox.

Dans ses groupes de travail, le CPA accueille également des Membres Consultatifs : Arthur Media Group, AtoutMail, bon2reduction.com, Bons-de-Reduction.com, Caloga, Clashmedia, code-reduc.com, CodesPromotion.fr, DigitalKeys, Efficiency Network, Elixis, Eulerian Technologies, go-reduc.com, Hi-Media, Ividence, Kelpromo, nextdata, Plug'nPresse, radins.com, Rivieraweb RW, TMG Media Group Media, Wbusiness, Webedia, Webrivage.

Présidé par Amaury Delloye, Directeur Général de ValueClick France, le Collectif des Plateformes d'Affiliation a son siège social à Paris dans les locaux de ValueClick France.

A propos de Creafeel

Creafeel est une agence conseil spécialisée dans la création de formats publicitaires performants.

Creafeel accompagne ses clients à concevoir et à optimiser des supports publicitaires correspondant aux plus hauts standards de marché en termes d'efficacité, de qualité, et d'innovation.

Composée d'experts en marketing digital disposant de solides connaissances et d'une excellente compréhension des techniques d'acquisition et de fidélisation, Creafeel associe pour ses clients le meilleur des compétences créatives et techniques pour des performances publicitaires optimisées.

Fondée en 2011 par Germain Bos Creafeel compte parmi ses clients Alain Afflelou, Easyvoyage, Citroën, GDF, La Halle, La Poste, Yves Rocher

Pour de plus amples informations :

<http://www.CPA-France.org>

cleblond@cpa-france.org