

#CPA_Affiliation

« GoVoyages, Meetic, Spartoo : 3 acteurs majeurs du e-commerce vous présentent leur stratégie d'affiliation à un niveau européen »

Mme Camille RIVIERE - MEETIC

M. Frédéric PILLOUD – GO VOYAGES

M. Aymeric MOSER - SPARTOO

M. Amaury Delloye – CPA



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

Qui sommes-nous ?

Le CPA regroupe les 8 principaux acteurs du marché :



Représentant + de 95% du marché de l'affiliation en France



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

Le rôle du CPA

- Promouvoir et analyser l'activité de plateforme d'affiliation
- Promouvoir la communication et l'échange d'informations
- Promouvoir l'affiliation comme un vecteur de développement du e-commerce et des activités en ligne
- Elaborer des règles communes



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

Quelques chiffres

Chaque jour, l'affiliation génère pour l'ensemble de ses annonceurs⁽¹⁾ :

- **29 millions de visites (+34% /S1 2010)**
- **123 000 prospects (+14% /S1 2010)**
- **71 000 ventes (+18% /S1 2010)**
- **6 450 000 € de CA (+14% /S1 2010)**

(1) Baromètre CPA du 1^{er} Semestre 2011 – A paraître

GoVoyages : Une affiliation paneuropéenne au service du ROI

> Sommaire

- 1 GoVoyages & Public-Idées : une Culture de la P!formance Partagée
 - 2 Une Stratégie Affiliation Paneuropéenne Maîtrisée
 - 3 Résultats : nos Conclusions & Best Practices

1

GoVoyages & Public-Idées

Une Culture de la Performance partagée

> Acteur 1 : GoVoyages – Leader du voyage en ligne

GoVoyages est le **spécialiste du vol** sec, charter ou régulier, sur plus de 1000 destinations dans le monde, en partenariat avec 500 compagnies.

Plus de **450 personnes** travaillent actuellement chez GoVoyages pour apporter un service optimal.

En 2010, GoVoyages à fait voyager plus de 2.6 millions de passagers.

GoVoyages est l'initiateur en Europe de la vente en ligne du “package dynamique” permettant d’assembler sur le net et en temps réel les prestations “vol + hôtel”.

→ En 2011, GoVoyages refond son site Internet et propose une nouvelle charte graphique. Cette nouvelle identité a été également déployée sur le canal affiliation.



GO VOYAGES

CHOIX, PRIX, SIMPLICITÉ



 **0 899 651 951** TTC
1,34€/min rapp + 0,14 TTC/min

[S'inscrire à la newsletter](#)
FAQ

 [Nous contacter](#)
Suivi de commande

 [Suivi de commande](#)
FAQ

ACCUEIL
VOL
SÉJOUR
VOL + HÔTEL
WEEK-END
HÔTEL
VOITURE
LOCATION
FRANCE
CROISIÈRE
THALASSO
COFFRETS CADEAUX
PROMOTION

Ajustez la taille du texte : A- A A+

TROUVER VOTRE VOYAGE

Vols
 Vols + Hotels
 Hôtels

Séjours
 Voitures
 Location

Rechercher un vol

Aller/retour Aller simple Multi destinations

Départ :

Destination :

Départ le : Sam.

Retour le : Sam.

Adulte(s) : Enfant(s) ? Bébé(s) ?
(+12 ans) : (+2 ans) :

Classe : Economique

NOS COUPS DE COEUR



**AOUTIENS
SAUTEZ SUR NOS PROMOS !**

JUSQU'A **-71%** GO »

A SAVOIR !

Turquie
Hôtel 5^e en tout compris
Dép le 25/07

626 €*

Egypte
EXCLU GO
Hôtel 5^e en tout compris! Dép en Juillet/Août.

774 €*

Grèce
Dép le 28/07
Hôtel 5^e en pension complète

626 €*

Circuit USA
EXCLU GO
12j/10n, Dép le 25/08

1760 €*

Donnez votre avis

Toutes nos promos



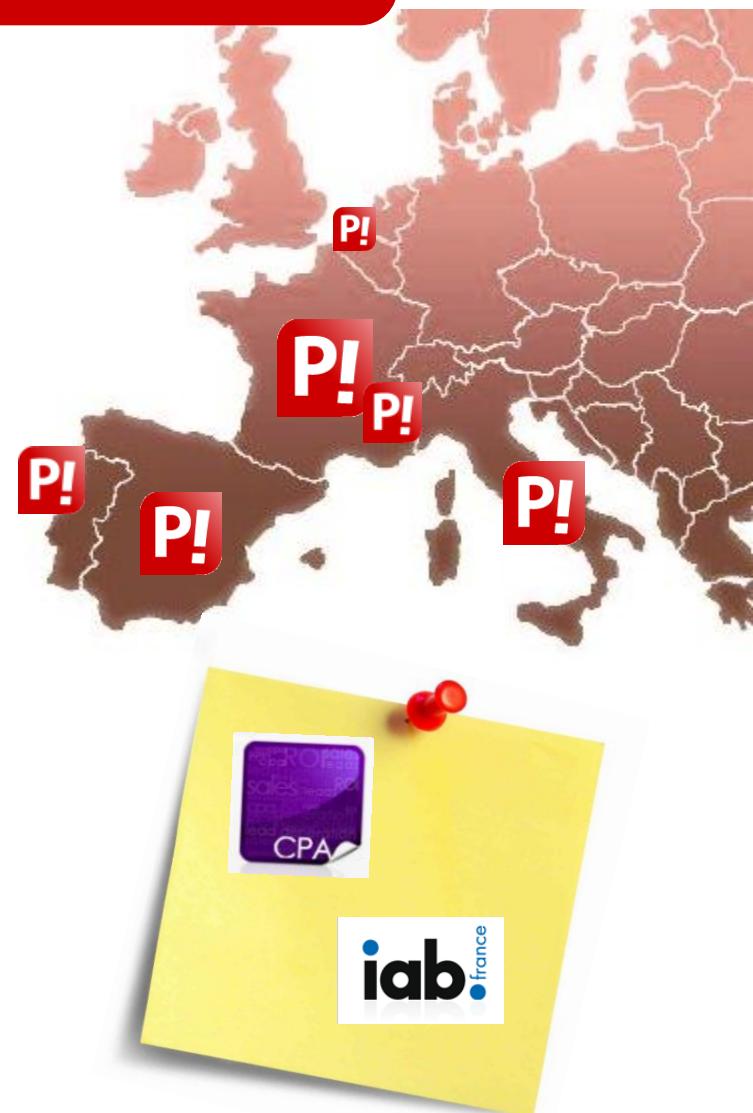
> Acteur 2 : Public-Idées – référent dans le domaine du Tourisme

Public-Idées est présent en France depuis le début de l'année 2005.

A travers ses plateformes **Italienne, Portugaise, Espagnole, Belge, Néerlandaise et Brésilienne** **Public-Idées** est capable de répondre aux besoins de marques paneuropéennes et Internationales. Ses équipes ont une connaissance des spécificités des marchés locaux pour une parfaite adéquation des résultats.

Public-Idées s'est affirmé dès sa création dans le secteur du voyage dont elle connaît les spécificités : son réseau puissant dans la cible lui confère le statut de leader dans ce domaine, positionnement valorisé via le rachat de Vacancéo / Webmastravel l'année dernière, afin de répondre continuellement aux besoins clients sur ce secteur.

Pour son positionnement phare sur le secteur du Voyage en ligne **GoVoyages** est un client historique de Public-Idées et lui fait confiance depuis 2007.





> Le choix de l'affiliation made in P!

→ Développer notre force de vente dans une optique ultra-ROIste à travers des nombreux partenariats CPA optimisés.

→ Se positionner de manière unilatérale sur les différents marchés européens (Italie, Espagne, Royaume-Uni, Portugal, Pays-Bas, Allemagne) grâce à des équipes dédiées, forces de proposition perpétuelles quant aux dispositifs de des différents programmes d'affiliation GoVoyages.

→ Bénéficier d'un accompagnement global quant à notre réflexion stratégique sur notre développement & fonction de notre positionnement sur les pays :

- Harmonisation des dispositifs de communication sur tous les marchés
 - Politique de diffusion éditeur propre à chaque pays (BR, CB, leviers)
 - Valorisation de modèles et opérations spécifiques sur certains marchés pour un dynamisme sur mesure : coregistration et jeu concours sur ES, lancement et communication spéciale sur les offres packagées pour la France, etc.
 - Rapprochement GoVoyages / eDreams / Opodo en réflexion dans l'objectif de performances maximisées sur les différentes campagnes actives chez Public-Idées.



2

Une Stratégie Affiliation Paneuropéenne Maîtrisée

> Des partenariats optimisés avec des comparateurs internationaux

- **API complète et fonctionnelle** disponible sur demande pour les comparateurs (sur l'ensemble de notre offre vols).
 - **Des outils spécifiques** partagés permettant la mise en place de modèles et de performances sur mesure : gestion des commissions et des cookies, gestion du cache et pricing, etc. Tout peut être défini spécifiquement pour chaque partenaire garant d'une rentabilité dans le cadre d'une relation win-win.
 - Les comparateurs internationaux bénéficient également d'interlocuteurs dédiés spécialistes Travel avec tout un suivi global de leur partenariat chez **Public-Idées** (pour des aspects tant techniques que performances).



The image shows a collage of travel search engine interfaces:

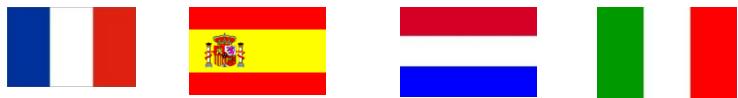
- Wego Travel Search:** A green header bar with tabs for Hotels, Flights (highlighted), Packages, Activities, Cars, Research, and Deals.
- Skyscanner:** Features the slogan "il Trova Voli". It includes fields for departure city ("da:" set to Italia), arrival city ("a:"), and destination ("inserisci il nome del paese, della città o dell'aeroporto").
- ViaVooz .COM:** Shows a flight information display board with "VIAVOOS .COM" and a pink piggy bank icon. It has a search bar for "checkfelix.com Meine Reisesuchmaschine".
- checkfelix.com:** A German travel search engine with tabs for Flüge, Hotels, Mietwagen, Pauschalreisen, Kreuzfahrten, and Dea. It includes flight type filters (Hin- & Rückflug, nur Hinflug, Gabelflüge), date selection for "Von" and "Nach", and passenger details for "Hinflug" and "Rückflug".

> Des intégrations contextualisées pour développer une long tail affiliés

→ **GoVoyages** propose directement en téléchargement sur Public-Idées les divers flux produits issues de nos autres segments de ventes hors API Vol : vol + hôtel, hôtels, séjours, location automobile.

Ces catalogues sont ensuite exploitables pour intégration ou sous forme de mini-boutiques contextualisables via la technologie 'AdFactory' de **Public-Idées**.

→ France, Espagne et Italie disposent également d'une solution de marque Blanche permettant aux plus petits affiliés de bénéficier d'une solution clé en mains pour l'intégration des produits GoVolo via l'interface Public-Idées.



The image shows a collage of various travel-related websites and banners. At the top left is the 'Pays-Monde.fr' website with a banner for 'ZÉ LITTORAL AQUITAINIE'. Next to it is a banner for 'TOUS LES PLAISIRS DE L'OCEAN... SONT EN AQUITAINE!' with a woman and child. Below these are several travel search engines and airline websites: 'azDreams.es' (with a banner 'Venga a descubrir azDreams!'), 'IBERIA.com' (with a banner 'los mejores precios de iberia'), 'impakkenenwegwezen.nl' (with a banner 'Venga a descubrir'), 'Il Mio Hotel.it' (with a banner 'Cerca il tuo volo + hotel'), and 'Barcelonair' (with a banner 'Hotel en attractiepark'). On the left side, there's a 'COMPARATEUR DE VOYAGES' section with a 'Comparateur de vols' button and a 'Comparer les 1656 offres' link. Below that is a 'SÉJOUR CLUB SKAN' section with a banner 'La Skanline la longe des chemins'. The overall theme is travel, tourism, and vacation packages.

 CHOIX, PRIX, SIMPLICITÉ		SIMPLEMENT MOINS CHER
	Hôtel Fleur d'Epée ****	Un site exceptionnel, des activités et animations pour tous, et le centre de Gosier à proximité... Un cocktail parfait pour des vacances idyllique... 1 877,00 € Plus d'infos sur cette offre ? sejour balneaire
	Hôtel Fleur d'Epée ***	Un site exceptionnel, des activités et animations pour tous, et le centre de Gosier à proximité... Un cocktail parfait pour des vacances idyllique... 1 855,00 € Plus d'infos sur cette offre ? sejour balneaire
	Lumières du Brésil	Salvador de Bahia, Rio, les chutes d'Iguazu, la forêt amazonienne, Brasilia... Un circuit très complet à la découverte des joyaux du Brésil 4 205,00 € Plus d'infos sur cette offre ? circuit accompagne
	Terre de Légendes	La Crète, un pays plus qu'une île... Elle a, selon la légende, caché Zeus enfant, abrité le fameux Minotaure et vu naître la plus ancienne civilisation... 938,00 € Plus d'infos sur cette offre ? circuit accompagne
	Club Costanza Beach ***	Bel hôtel club à l'architecture moderne et à la décoration arabo-andalouse, entouré de vignobles, palmiers et d'oliviers. 799,00 € Plus d'infos sur cette offre ? sejour balneaire
	La Grèce des Dieux et des héros	Le Parthénon, symbole de la puissance d'Athènes, Olympie, berceau des J.O, les Météores, joyaux de l'art byzantin et bien sûr, un peuple fier de... 893,00 € Plus d'infos sur cette offre ? circuit accompagne

> Maintenir l'attractivité des campagnes via une animation permanente

- Un planning d'animation mis en place en fonction des objectifs et caractéristiques de chaque marché

- Challenges sur le séjour pour la France avec incentives sur les ventes issues de mises en avant qualitatives.
 - Incentives basée sur les volumes générés ou à destination des nouveaux affiliés
 - Utilisation de bons de réduction sur les marchés européens avec diffusion maîtrisée.
 - Animation spécifique des programmes tous les 3 mois.

- Les animations commerciales propres à GoVoyages sont déployées sur les réseaux affiliés :

- Lancement de **Ventes Flash** régulières : séjours pour la France, vol + hôtels sur les autres pays européens. Apprécierées des affiliés, elles sont annoncées par newsletter et sont valorisées via des éléments de promotion dédiés.

- Communication régulière (tous les 15 jours) des tops produits séjours afin de fournir au réseau affilié le contenu nécessaire pour des mises en avant qualitatives.





3

Résultats : Nos Conclusions & Best Practices

> Résultats

- Sur le marché Français : Le chiffres d'affaires GoVoyages générés pour 2010 a été supérieur de 37% par rapport à celui de 2009. Le séjour, axe stratégique depuis fin 2009, enregistre une progression également de près de 37% sur ce premier semestre 2011 versus le dernier semestre 2010.

- Sur les marchés d'Europe du Sud : Espagne & Italie sont les deux principaux marchés européens derrière la France, avec des réseaux bien spécifiques. Le marché italien connaît la croissance la plus importante, avec près de 92% d'évolution du CA entre 2009 et 2010. Le marché **Portugais** ouvert fin 2008 enregistre quant à lui une croissance de plus de 61% sur cette même intervalle. Nous expérimentons également une phase de test en Retargeting avec Public-Idées pour appuyer les efforts de développement sur ce marché.

- Les **marchés allemand et néerlandais** sont plus récents en affiliation mais ils se sont rapidement développés pour atteindre à ce jour entre 250 et 300% de chiffres d'affaires en incrémental sur ce premier semestre 2011 versus le dernier semestre 2010. Avec les nouveaux partenaires activés sur ces marchés, nous comptons sur un déploiement bien plus fort dans les mois à venir.

> Best Practices



- ➔ « **Think global, act local** » : tout en prenant en compte l'affiliation dans sa dynamique et interactions globales, notre stratégie nous permet de nous adapter aux spécificités de chaque marché (activation de certains leviers, axes de développement) pour en optimiser le résultat
 - ➔ **Nous entretenons un dialogue constant** avec nos affiliés par l'intermédiaire de Public-Idées, et prenons en compte leur besoins pour un partenariat des plus efficace sur chaque marché.
 - ➔ **Nous déclinons toutes nos offres pour l'affiliation** et entretenons régulièrement **l'animation de nos campagnes via des dispositifs bien pensés** car adaptés à chaque période de l'année.
 - ➔ **Notre template de newsletter dédié nous permet d'être facilement identifiable** parmi les autres acteurs de l'affiliation et du voyage en ligne.
 - ➔ **L'utilisation d'une solution de double-tracking** permet de monitorer pleinement les différents canaux d'acquisition et de maîtriser les coûts.



Merci !



Salon E-Commerce 2011

Meetic vous présente sa stratégie d'affiliation
européenne

Camille Rivière
European Affiliate Coordinator



Introduction



Meetic

- Fondé en novembre **2001**
- **Leader européen** des rencontres en ligne dans plus de 20 pays
- Plusieurs dizaines de millions de profils enregistrés
- Meetic est coté depuis octobre 2005

L'affiliation chez Meetic

- L'affiliation : **20 à 50%** de l'acquisition de trafic online.
- **2002:** 1^{er} programme d'affiliation Meetic France
- **2006/2007:** développement et expansion européenne
- **2008/2009:** recrutement d'Affiliate Managers dans chacun des marchés clés

Un partenaire paneuropéen

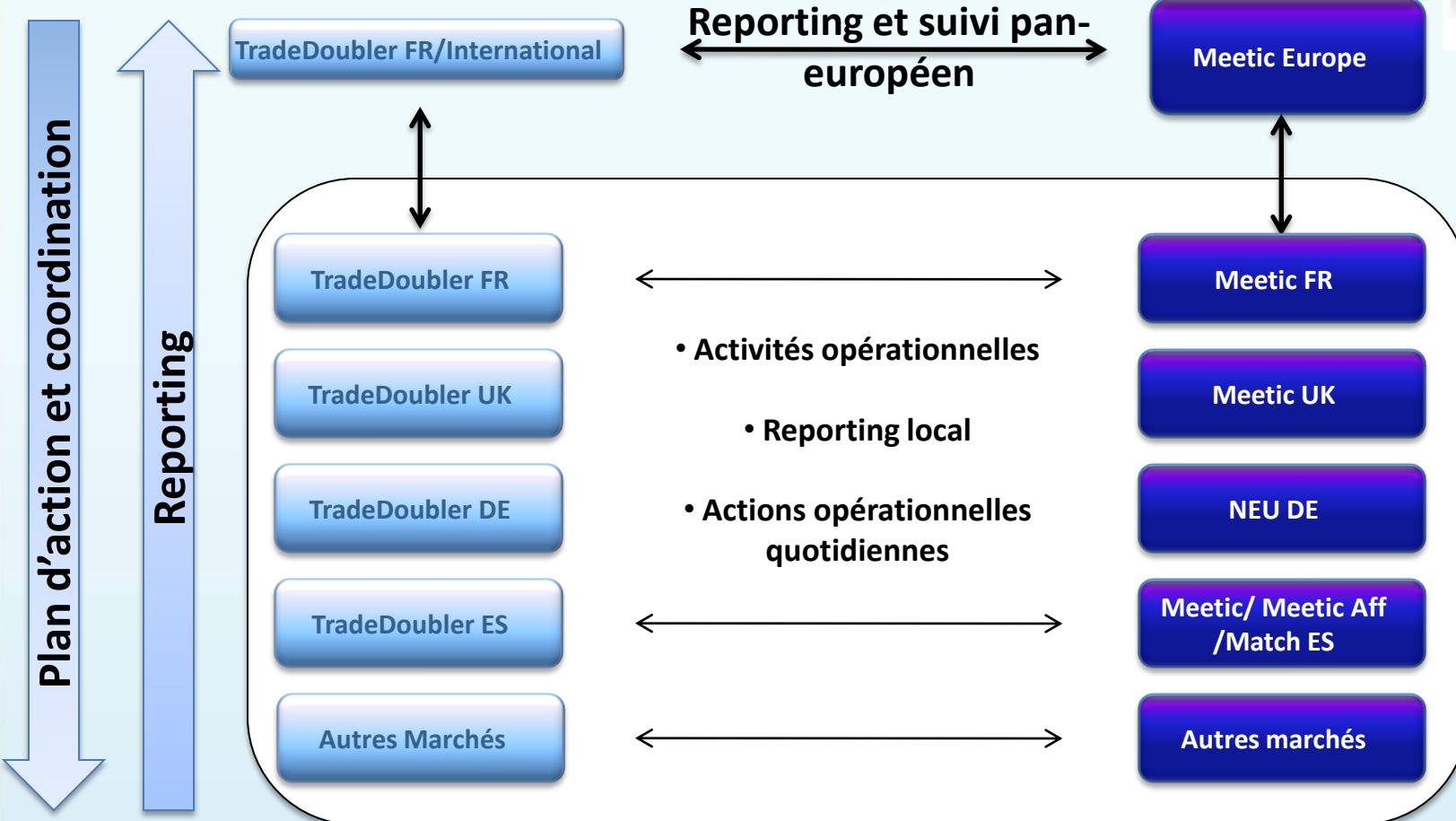
- Créé en 1999, aujourd'hui présent dans 18 pays
- 162M de visiteurs uniques à travers 13 marchés
- Un reach de 69%.
- 138 000 éditeurs représentant 14 millions de leads par mois
- 32 milliards d'impressions par mois
- Numéro 1 sur le marché européen



La stratégie d'affiliation européenne chez Meetic



1. La coordination (1/2)



1. La coordination (2/2)

Coordination International / Expertise locale

Au siège

Communication

Management

Orientation vers la croissance

Commercial

En local

Recrutement

Communication

Optimisation

Facturation

2. La communication

Différents leviers selon les marchés



Cashback/rewards



Keyword



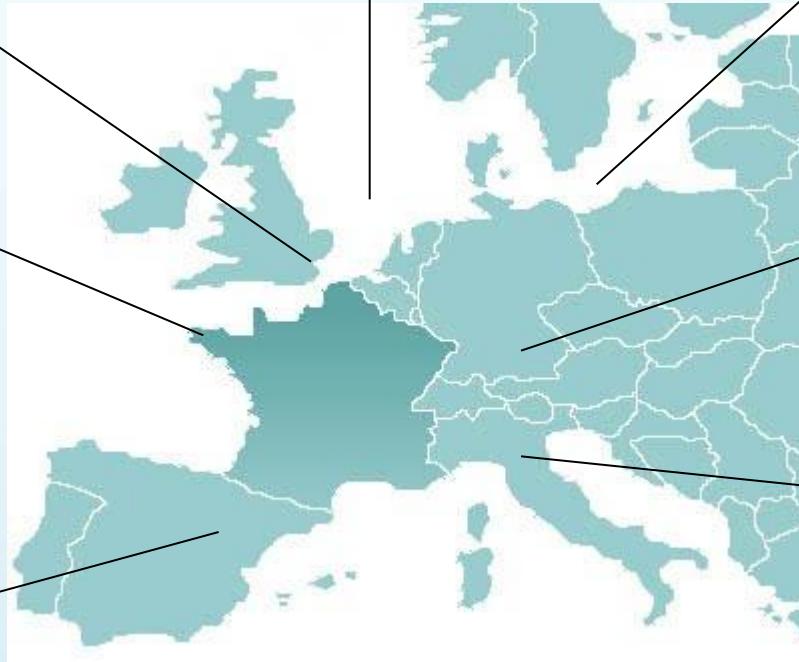
emailing



Sites de contenu



Réseaux sociaux



3. Le partage de connaissances

✓ Crédit de valeur ajoutée

✓ Partage d'expérience

✓ Crédit d'outils

✓ Expertise européenne

✓ Meilleures pratiques

✓ Plan d'action européen

✓ Synergies

✓ Déploiement éditeurs

✓ Relation internationale
avec les plateformes

Conclusion



Organisation européenne:

- Stratégie à long terme
- Communication
- Coordination
- Partage des connaissances
- Expertise locale/Europe
- Création de valeur ajoutée

Programme d'affiliation Europe = Success !

meetic

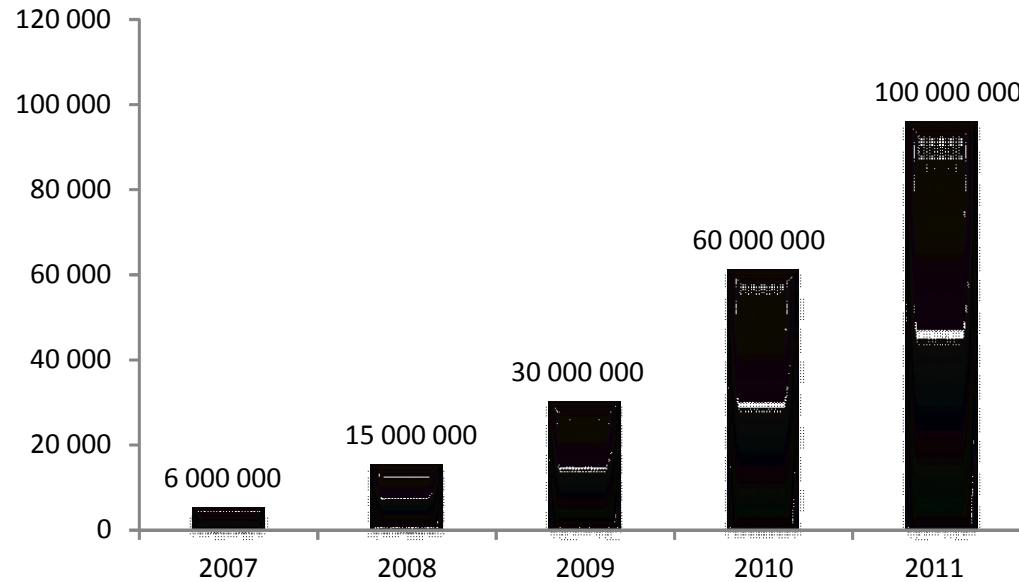
Merci !





Spartoo.com

Chiffre d'affaires



Création

- Avril 2006 : levée de 1.2 millions d'€
- Août 2006: ouverture de Spartoo.com avec 35 marques et 700 modèles

Développement

- Juillet 2007: 1.5 millions VU (ComScore)
- Octobre 2007: levée de 4.3 millions d'€ auprès de A Plus Finance et CM CIC
- Décembre 2007: 70 marques et 3000 modèles

Accélération

- Dec 2009 : levée de 12,3 millions d'€ auprès de HCP & Endeavour Vision
- 2010 : présence dans plus de 20 pays
- Top 15 des sites français à plus forte audience (FR)
- 2011 : 400 marques & 15 000 modèles

- Un canal au ROI maîtrisable
- Un canal à fort potentiel
- Un canal à forte valeur ajoutée

- Adaptation aux spécificités de chaque marché
 - En fonction des pratiques locales
 - En fonction de la concurrence
- Equipes dédiées chez Spartoo et chez nos plateformes
- Animation permanente des programmes

- Fort développement du business même à court terme
- Synergie entre les différents pays
- Négociations de deals paneuropéens