



# Maximisez la valeur de chaque visite

**Marie Meyerie**, Strategic Partner Manager - Online Partnerships Group

**Erwann Thebault**, Business Development Manager - Online Partnerships Group





# Le paysage E-commerce en 2015

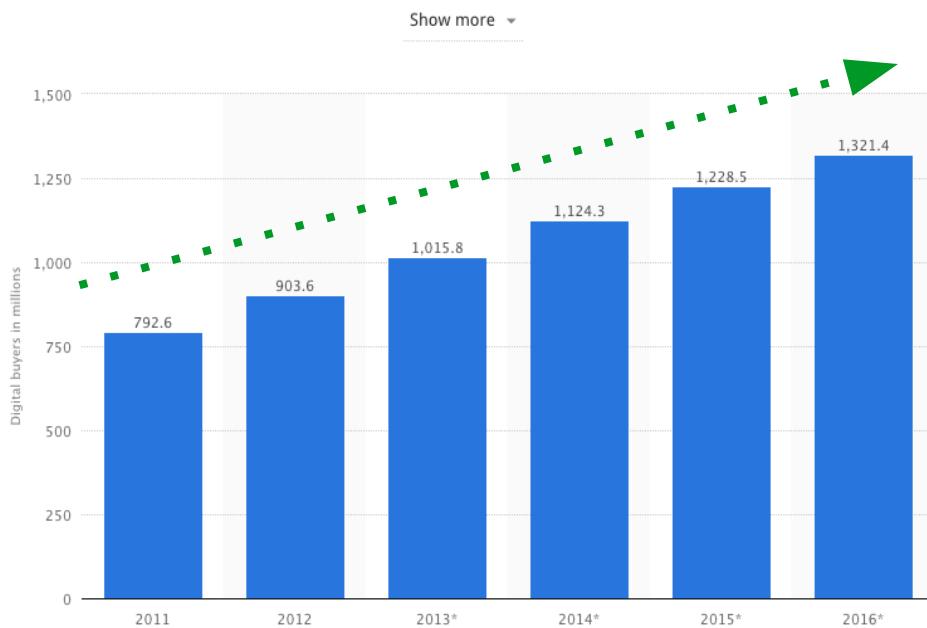
# Combien de sites E-commerce sont lancés par jour dans le monde?



# Quel est le taux de conversion moyen pour un E-commerçant français sur desktop?



# Nombre de “digital buyers” dans le monde ?





# Key takeaways

Le monde du commerce en ligne présente des opportunités...

- Une **demande** croissante et une évolution des modes de consommation
- L'intégration du **mobile** dans la réflexion d'achat

... mais également de + en + de défis:

- Un environnement de plus en plus **concurrentiel**
- Une offre **de plus en plus large** pour l'internaute/mobinaute

d'où un besoin de **différentiation** et de **diversification**

# Mais la diversification est déjà en marche...

**57%** des sites E-commerce ont  
une stratégie de diversification

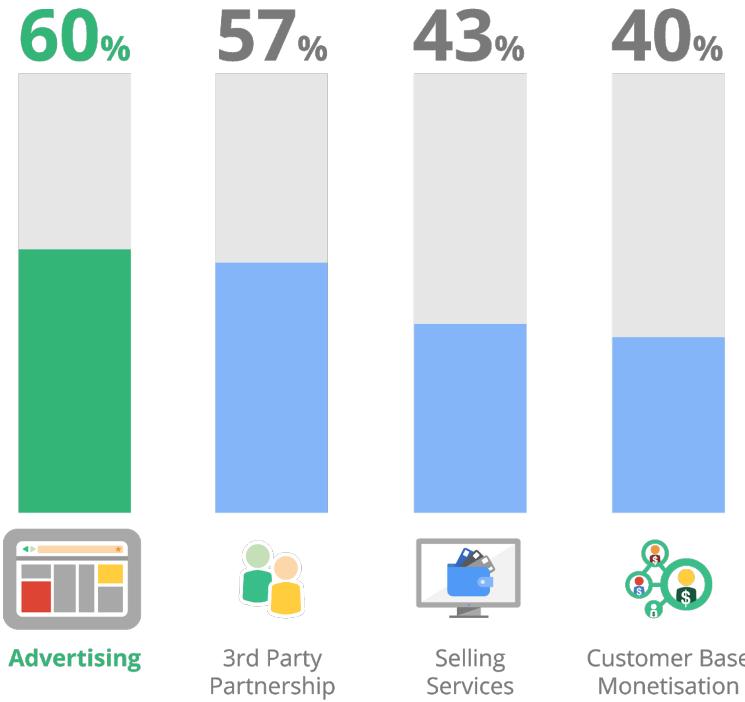
dont **63%** des sites E-commerce  
leaders dans le monde

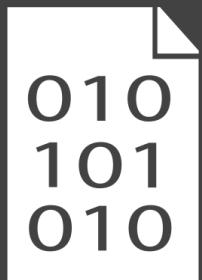


# Mais la diversification est déjà en marche...

**57%** des sites E-commerce ont une stratégie de diversification

dont **63%** des sites E-commerce leaders dans le monde

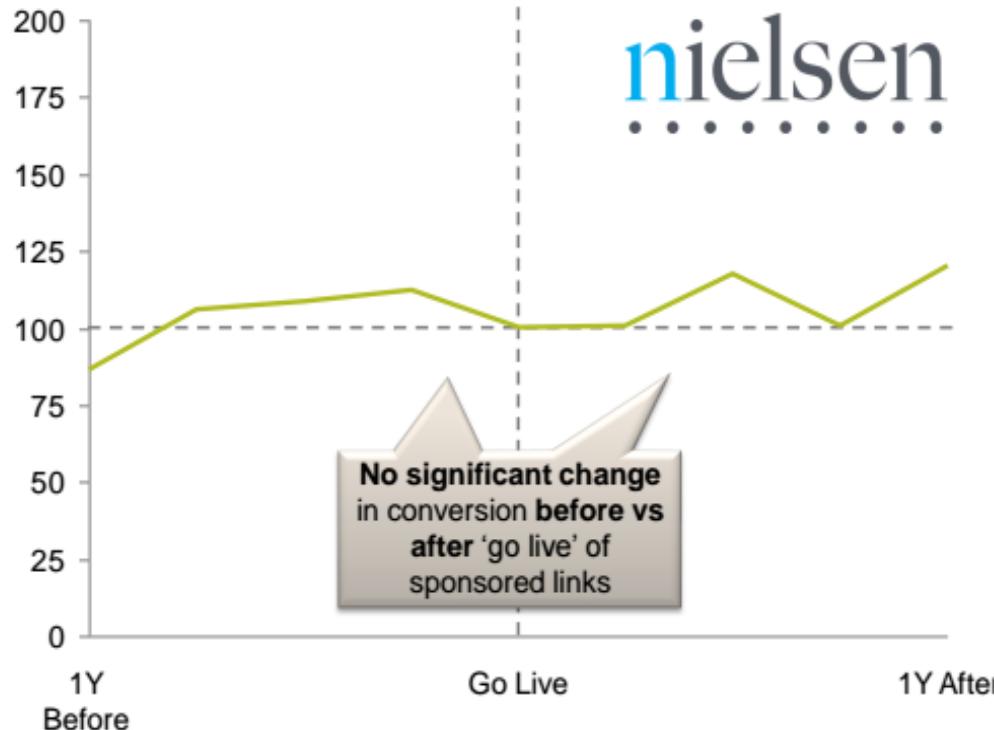




Idées reçues sur la  
monétisation en  
ligne

Idée reçue n°1:  
la monétisation cannibalise  
mes ventes

Test effectué par le cabinet OC&C entre 2013 et 2014



Implémentation de liens sponsorisés sur les pages d'un panel d'e-retailers aux US.

Résultat ?



...sur le taux de conversion

Idée reçue n°2:  
Seuls les pure-players  
peuvent développer la  
monétisation

Selon vous, sur les 10 plus grands distributeurs américains, combien ont adopté la monétisation publicitaire?

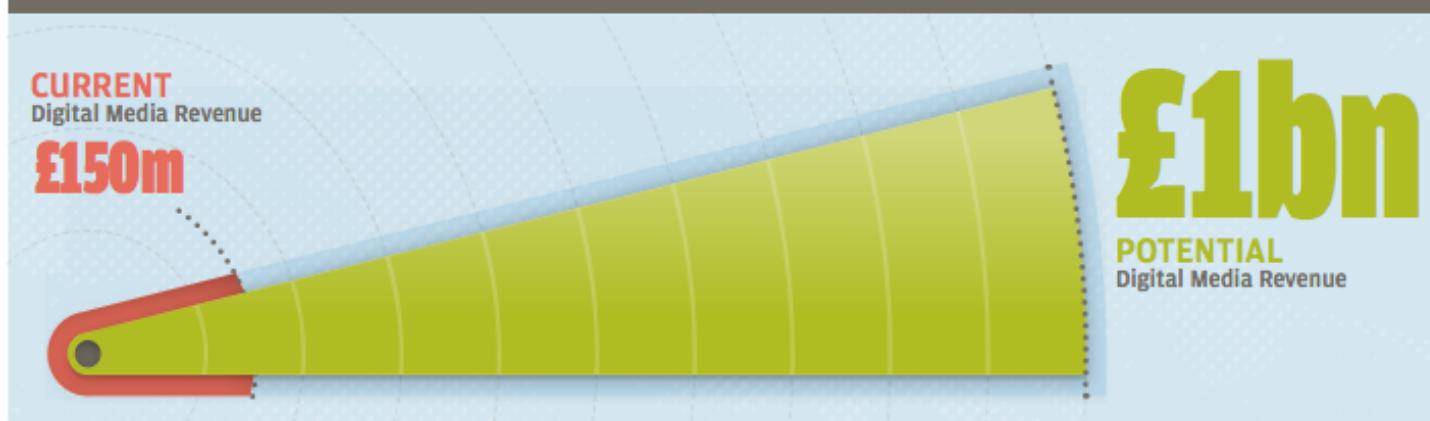


# Et en France et au UK?



# Un fort potentiel de revenu sous-exploité...

**UK online retailers are missing out on an estimated £1bn worth of advertising revenue by choosing not to monetise the traffic on their websites**



\*source OC&C

Idée reçue n°3:  
La monétisation va dénaturer  
mon site

Google™



## Une intégration premium **sur-mesure**

- La grande diversité des formats disponibles (texte, rich media, cross-device, vidéo...)
- Une customisation de plus en plus avancée
- Contrôle de la diffusion (blocages des concurrents, certaines verticales, revue des annonces)

...



Idée reçue n°4:  
la monétisation est un  
processus complexe

## De l'opportunité à l'action: un processus **simple**

- Réflexion stratégique: tendances de l'industrie, identification et quantification des opportunités - Think internationally !
- Faîtes-vous aider de sociétés tierces spécialisées
- N'hésitez pas à réaliser des tests afin de mieux appréhender l'opportunité (test sur IP's étrangères, sites satellites etc.)



## Table ronde:

- Alistair Shrimpton - Meetic/Match.com  
European Director of Development
- Matthew Moore - Priceminister/Rakuten  
Director, Business Development



## Notre Heritage

## Le Moteur de changement

- **Externalisation aux régies – stratégie de maintenance**
- **Inventaire publicitaire – faible visibilité/performance**
  - Synergies avec les entreprises portfolio du Match Group.
  - Évolution du modèle économique
- **Formats publicitaires – non IAB**
  - First party data / mobile
- **Organisationnelles – travailler en silos**
- **Data – gérée par les partenaires externes.**

# Vitesse de croisière

**Internalisation complète de notre activité.  
Ad Serving, trafficking, exploitation...**

**Evangélisation des équipes du produit et du comité de direction particulièrement sur les formats de l'inventaire et sur la visibilité.**

**Lancer des formats publicité plus intrusifs pour les membres ayant une faible propension à payer.**

**Connecté aux principaux acteurs SSP's en Europe.**

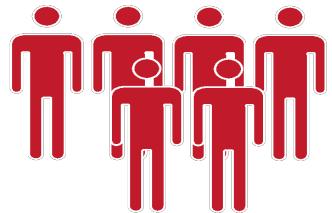
**Amélioration des paramètres de ciblage pour le targeting.**

# Accélération



- Native ad's sur les applications mobiles
- Continuer à construire l'équipe
- Faire levier sur la dimension portfolio du Groupe.
- Data Management Platform - Une plate-forme de gestion de données dédiée
- Audience Extension





+20M  
de  
membres  
en France

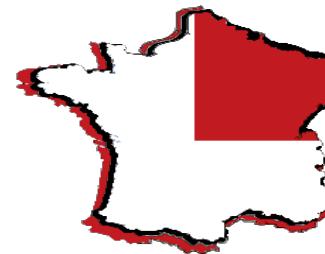
# PriceMinister

≠

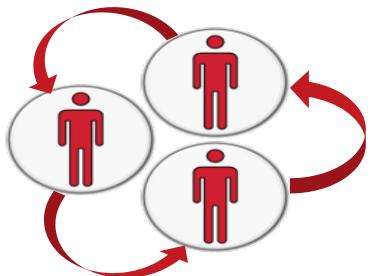
# Prime Minister



10M  
de visiteurs  
uniques /  
mois



1/3  
des e-acheteurs  
Français



30.000  
transactions / jour

230  
employés à Paris



5000  
Vendeurs professionnels

Des millions  
d'article  
s

## Une plateforme d'activités internationales

Le Groupe Rakuten accélère sa croissance à l'étranger en absorbant le savoir-faire de chaque pays et en développant une synergie au sein d'une plateforme de gestion globale.



# La Monétisation chez PriceMinister-Rakuten

Plus de 10% de la marge brut de PriceMinister est générée par la monétisation de son audience

**R**

Plusieurs types de partenariats :

**3W|Régie** | **3W|Adex**  
1ère place de marché 100% E-commerce

Display

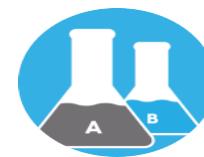
**Google AdSense** | **kelkoo** Liens Sponsorisés

**spb**

Assurances Affinitaires

**R**

Une approche scientifique avec  
A/B Testing



**R**

RPM global site comme métrique principale

