

Google™

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

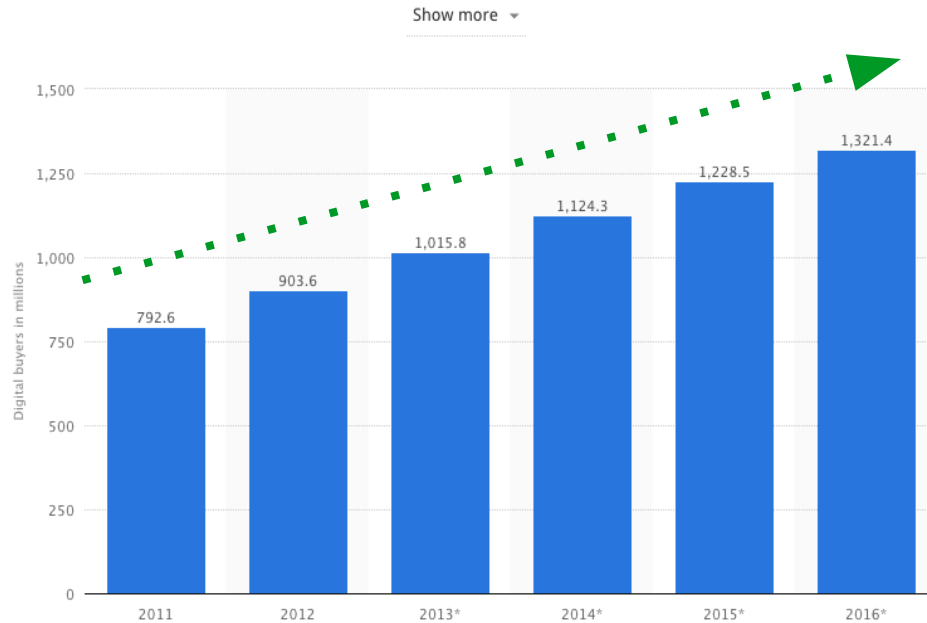
Combien de sites E-commerce sont lancés par jour dans le monde?



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

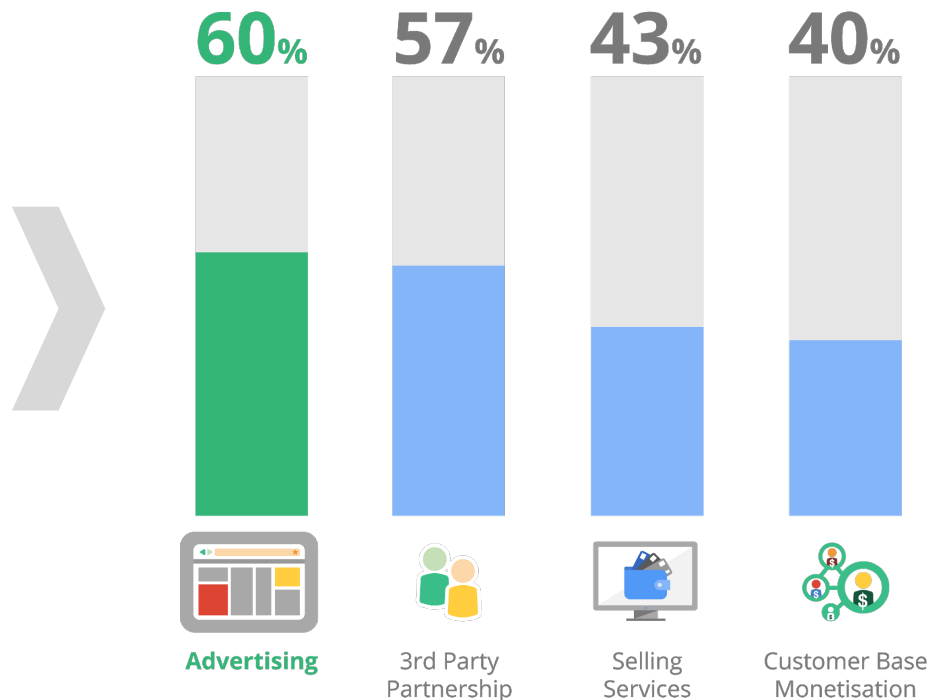
dont **63%** des sites E-commerce
leaders dans le monde

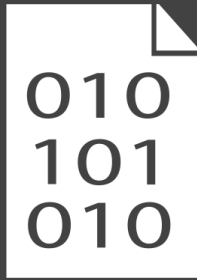


Mais la diversification est déjà en marche...

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

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

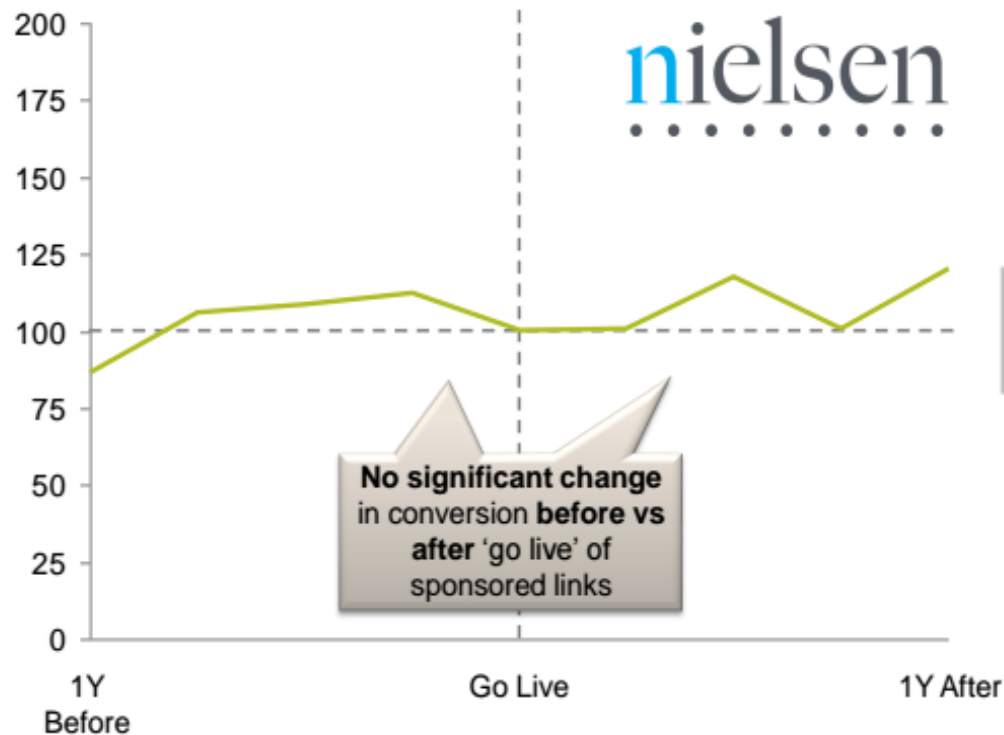




Idées reçues sur la monétisation en ligne

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 ?

 zero impact

...sur le taux de conversion

Idée reçue n°2:

Seuls les pure-players
peuvent développer la
monétisation

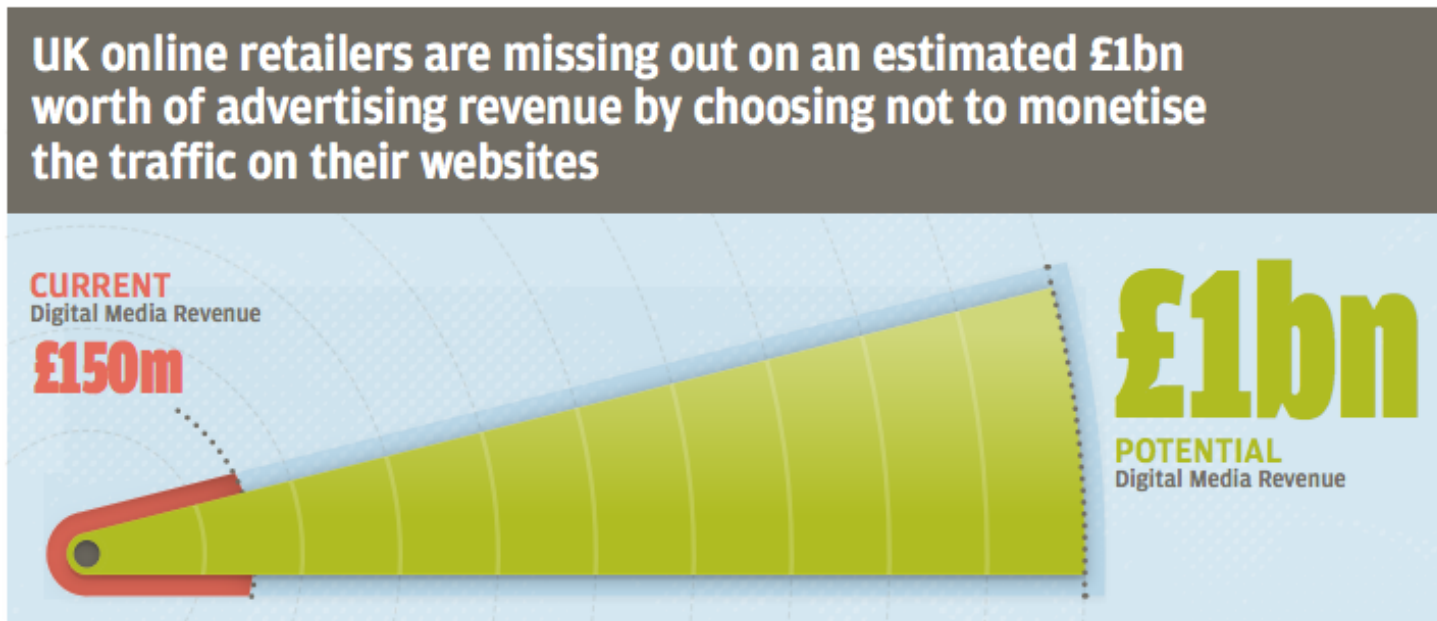
Selon vous, sur les 10 plus grands distributeurs américains, combien ont adopté la monétisation publicitaire?



Et en France et au UK?



Un fort potentiel de revenu sous-exploité...



*source OC&C

Idée reçue n°3:

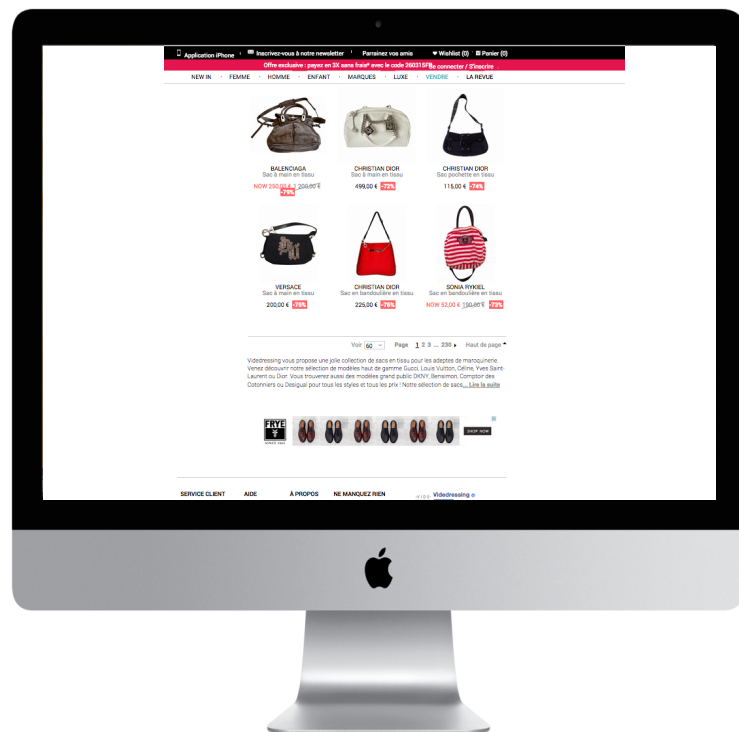
La monétisation va dénaturer
mon site



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



Publicité et data représentaient moins de 2% des revenus EU en 2013.



Notre Heritage

Le Moteur de changement

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



Vitesse de croisière

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

Evangelisation 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

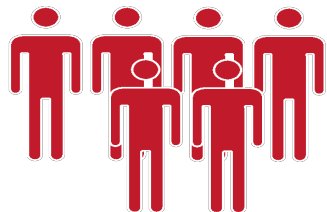


- Native ad's sur les applications mobiles
- Continuer à construire l'équipe
- Faire levier sur la dimension portfolio du Groupe.
- Data Management Platform - Une plate-forme de gestion de données dédiée
- Audience Extension



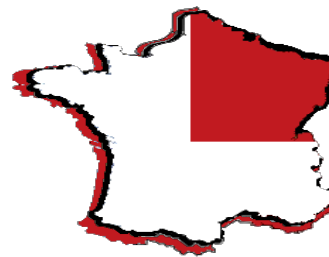


PriceMinister ≠ Prime Minister

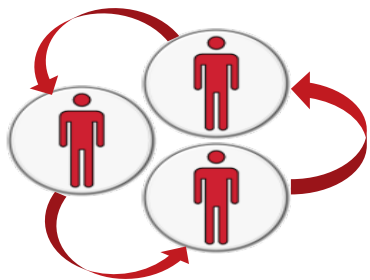


+20M
de
membres
en France

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 généré par la monétisation de son audience

R Plusieurs types de partenariats :

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

Google AdSense | **kelkoo** Liens Sponsorisés

spb Assurances Affinitaires

R Une approche scientifique avec A/B Testing



R RPM global site comme métrique principale

