

TradeDoublor ou la maîtrise de l'affiliation

L'entreprise qui vend en ligne a besoin de bénéficier d'une forte visibilité si elle souhaite faire venir le visiteur sur son site. Pour cela, il existe quatre grandes lignes d'actions qui peuvent être menées en ligne : le référencement sur les outils de recherche, la publicité, les liens sponsorisés et l'affiliation.

Longtemps dévalorisée, l'affiliation a souffert d'une approche parfois gadget, voire d'abus en tous sens qui ont éloigné l'outil des moyens professionnels de promouvoir un produit ou un service en ligne. Pourtant, parmi les outils marketing originaux offerts par Internet, l'affiliation reste l'un des plus performants. Créé en Suède en 1999, profitable depuis 2002, TradeDoublor est le premier acteur européen de ce marché. Sa plate-forme est présente dans 16 pays européens, et représente un potentiel de 380 millions de visiteurs uniques. Des chiffres qui laissent rêveur, d'autant que ses programmes d'affiliation ont représenté en 2003 plus de 400 millions d'euros de chiffre d'affaires, est intéressé plus de 4,2 millions de prospects. **L'affiliation enfin mûre !** Le marché de l'affiliation semble mûr, au point que des entreprises aussi importantes qu'Apple ou Dell misent désormais sur ce système. Les rares plates-formes d'affiliation qui ont su résister à la crise Internet disposent aujourd'hui d'un réseau de distributeurs, les affiliés, des sites divers – des professionnels aux particuliers, des portails aux sites d'information – qui peuvent selon leurs objectifs piocher dans les offres de programmes pour trouver une source de revenus. Le principe en est simple : l'entreprise qui fait appel à l'affiliation dispose d'un accès à un réseau sur lequel elle va pouvoir s'afficher, et des outils nécessaires pour mettre en place et suivre son projet. L'affilié qui adhère un programme affiche les supports qui lui sont proposés sur son site. Un système de cookies rémanent permet de suivre l'origine visiteur, afin de prendre en compte dans le temps l'affilié. Ce dernier est rémunéré soit au clic, ce qui le met à proximité du système des liens sponsorisés, soit d'une manière beaucoup plus efficace forfaitairement à l'achat, voire au pourcentage sur le chiffre d'affaires réalisé par le visiteur. **Un outil marketing efficace** Aujourd'hui, l'affiliation n'est plus un gadget pour les entreprises qui la pratiquent, et elle peut représenter jusqu'à 25 % du chiffre d'affaires réalisé en ligne. En contrepartie, elle nécessite l'adoption d'outils professionnels fournis par les éditeurs, comme les technologies de tracking, ainsi qu'une approche marketing véritablement optimisée. Longtemps dévalorisée, l'affiliation retrouve ses lettres de noblesse grâce à la démarche professionnelle et déontologique adoptée par les rares survivants des premiers acteurs de ce marché. La technologie des plates-formes a évolué, permettant un suivi des programmes et une valorisation des opérations. Les offres proposées par ces programmes sont attractives, et respectent le réseau, attiré par une technologie qui lui garantit le sérieux des opérateurs. L'affiliation en effet est un générateur de trafic qualifié, mais pour un coût d'acquisition du client qui peut sembler parfois élevé. Sauf qu'au sein des affiliés, on peut trouver d'une part des stakhanovistes des liens qui vont chercher à multiplier sur leurs sites des moyens d'être rémunéré au visiteur qu'ils renvoient ! Par contre, on trouve de plus en plus de sites Web valorisants – des pages Web d'information faisant figure de tête de communautés par exemple ? qui proposent un vrai contenu sérieux et de qualité à leurs visiteurs, et qui relaient efficacement les offres des entreprises et permettent une véritable qualification des trafics générés. **Une approche 'win/win/win'** Pour être efficace, la démarche d'affiliation doit donc se construire sur le modèle *'win/win/win'*, c'est-à-dire que tout le monde sur le réseau doit y trouver son compte. L'entreprise

qui reçoit un trafic qualifié le rémunère, l'affilié rémunéré sur la qualité du trafic qu'il génère, l'auteur du programme d'affiliation rémunéré sur la qualité de la relation entre l'entreprise et son réseau d'affiliés. C'est ici que TradeDoublé a su prendre sa place de leader européen. La société dispose de technologies de tracking brevetées, mais aussi d'une approche marketing qui accompagne ses clients dans une démarche active de création d'outils de merchandising en ligne, comme les minis boutiques, qui vont permettre de valoriser les offres, et de vendre ! Ce rôle de conseil est aujourd'hui essentiel pour que les entreprises qui souhaitent pratiquer l'affiliation intègrent dans leur démarche les techniques qui vont leur permettre de rentabiliser leur investissement. En amont, TradeDoublé accompagne les projets des entreprises. En aval, il propose à son réseau de 30.000 affiliés en France des programmes qui se veulent valorisants, et participe au retour à la confiance sur l'affiliation.