



DOSSIER DE PRESSE 2016

Le groupe Effinity présente son nouveau service :

SELLDORADO

Le réseau de partenaires qui augmente aussitôt le chiffre d'affaires des e-commerçants !



SOMMAIRE

LE CONTEXTE	P.1
NOTRE OBJECTIF	P.2
SELLDORADO	P.3
NOTRE ATOUT	P.4
LA TECHNOLOGIE	P.8
NOTRE SOUHAIT	P.8
A PROPOS D'EFFINITY	P.9
L'ÉQUIPE SELLDORADO	P.10

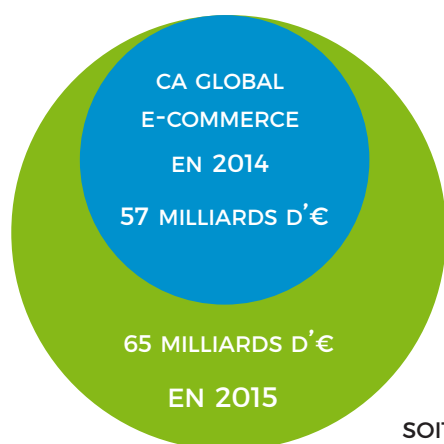
NOTRE CONTEXTE : RÉPONDRE À UNE DEMANDE CROISSANTE

Aujourd'hui, en France, il existe près de 190 000 sites marchands dont la moitié réalise moins de 100 commandes par an. Au total, 95 % de ces sites ne génèrent pas plus de 3000 ventes annuelles.

Ces e-commerçants sont freinés dans leur développement faute d'un accès simple à des leviers leur permettant de bénéficier d'une meilleure visibilité et de toucher un public plus large. Essentiellement par manque de compétences, de temps et de moyens.

Pourtant, il existe des leviers simples que les sites e-marchands peuvent utiliser pour développer leur chiffre d'affaires et leur trafic tels que les codes de réduction, le cashback, les liens sponsorisés, les comparateurs, etc. L'expérience montre que le recours à ces leviers permet une augmentation de 15 à 20 % du chiffre d'affaires.

L'E-COMMERCE EN FRANCE EN RÉSUMÉ



SOIT + 14 % EN UN AN
DEPUIS 2006 : + 675 %



NOMBRE DE SITES E-COMMERCE EN FRANCE

2006 : 22 900

FIN 2015 : 160 000

FIN DU 1^{ER} TRIMESTRE 2016 : 190 000

PARTS DE MARCHÉ EN FONCTION DE LA TAILLE DU SITE (EN 2015)

SEULEMENT 0,6 % DES SITES E-COMMERCE RÉALISENT PLUS DE 10 MILLIONS D'€ DE CA ET CONTRIBUE À 61 % DE L'ENSEMBLE DU CA DU SECTEUR.

4,3 % DES SITES GÉNÈRENT ENTRE 1 ET 10 MILLIONS D'€ DE CA ET CONTRIBUE À 24 % DU CA DU SECTEUR.

95,1 % DES SITES GÉNÈRENT MOINS D'1 MILLION D'€ DE CA ET CONTRIBUE À 15 % DU CA DU SECTEUR.

SOIT 39,65 MILLIARDS D'€

SOIT 15,6 MILLIARDS D'€

SOIT 9,75 MILLIARDS D'€

61 %

24 %

15 %

RÉPARTITION DES 65 MILLIARDS D'€

NOTRE OBJECTIF : OFFRIR DES OPPORTUNITÉS AUX PETITS E-COMMERÇANTS

Il est facile de créer son site marchand, mais beaucoup moins de développer son chiffre d'affaires.

C'est dans cette optique que Selldorado a été créé, avec la volonté de mettre à disposition des petits e-commerçants des outils pour développer leur activité avec une qualité de service identique à celle dont bénéficient les grands sites marchands.



Selldorado est un service novateur dont le développement est soutenu par la Banque Publique d'Investissement (BPI) et la région Nouvelle-Aquitaine grâce à des investissements à hauteur de 800 000 €.



Pour François Deltour, PDG du groupe Effinity à l'initiative du service Selldorado : « Selldorado revient à l'un des mythes fondateurs d'Internet, à savoir de permettre à chaque petit producteur, chaque petit fabricant, de diffuser ses produits à travers le monde. Si les grands e-commerçants sont richement dotés en outils pour se développer, les petits, eux, ne disposent bien souvent que de Google. Selldorado leur permet de bénéficier du savoir-faire d'Effinity dans l'accompagnement des grands e-commerçants en accédant à un niveau et une qualité de services identiques ».

SELLDORADO : UNE OFFRE ADAPTÉE, SIMPLE, ET SANS CONTRAINTE

Selldorado s'adresse aux petits e-commerçants souhaitant développer leur activité, leur trafic et leur chiffre d'affaires.

Pour cela, Selldorado s'adapte aux besoins des e-commerçants, avec une plateforme automatisée en ligne, accessible à tout moment, et une équipe d'experts disponibles en cas de besoin.

Selldorado permet, grâce à un réseau de partenaires premium, la diffusion des éléments commerciaux des e-marchands vers une audience de plus de 10 millions de visiteurs par mois, afin d'attirer de nouveaux clients et de les fidéliser.

Pour faciliter l'accès au service, les e-commerçants n'ont aucun frais fixe ou abonnement à payer. Seule une commission de 12% est prélevée sur le chiffre d'affaires engendré par le réseau. Selldorado a donc l'ambition de proposer un service simple, facile d'accès et efficace. Le service est sans engagement, c'est-à-dire que les e-marchands peuvent se désinscrire en quelques clics.

COMMENT FONCTIONNE SELLDORADO ?



1

Je suis e-commerçant, je cherche à développer mon chiffre d'affaires.

Je m'inscris en quelques secondes sur Selldorado.

Je crédite du budget qui me servira à lancer mes campagnes auprès des partenaires Selldorado.

Selldorado déduit de ce budget les commissions lorsque mes partenaires génèrent du chiffre d'affaires pour mon site.

2



3

Je peux suivre mes résultats en permanence sur mon compte personnel.

Grâce à ces données, je peux améliorer ma stratégie et offrir de nouvelles offres pertinentes à mes partenaires pour attirer de nouveaux clients



4

Je peux à tout moment gérer simplement mon budget, administrer mes campagnes et mes éléments promotionnels.



NOTRE ATOUT : DES PARTENAIRES FORTS ET DIVERSIFIÉS

Le service repose sur un réseau fort, totalisant plus de 10 millions de visiteurs uniques par mois, composé d'acteurs reconnus dans leur domaine.

Nos partenaires pour les codes de réduction :

Les sites de bons de réductions permettent la diffusion des codes et offres promotionnelles des e-commerçants pour toucher de nouveaux clients.



Fondée en 2004, ma-reduc.com, site du groupe Retailmenot, est la 1ère communauté de codes promo et bons plans en France. Le site compte 3 millions d'abonnés et 4.5 millions de visites par mois. Le groupe Retailmenot est actuellement le leader mondial du marché des coupons de réduction.



Cuponation représente un ensemble de plateformes permettant à ses utilisateurs d'économiser sur chacun de leurs achats en ligne. Cuponation est présent dans 24 pays à travers le monde, et est spécialisée dans la création de plateformes d'avantage pour des sites média, tels que l'Express ou le Monde en France.



Radins.com, filiale du groupe M6 Web, propose depuis 15 ans, des infos pratiques et des bons plans à des millions d'internautes.

Notre partenaire pour les liens sponsorisés :

Les liens sponsorisés sont généralement affichés sur le haut des moteurs de recherche comme Google ou Bing. Ils se différencient par une étiquette ou une couleur indiquant qu'il s'agit d'annonces commerciales.



JWWEB est spécialisé depuis 12 ans en e-marketing orienté performance : Google AdWords, Google Shopping, Bing Ads, Facebook Ads.

Une équipe de plus de 40 collaborateurs certifiés et expérimentés accompagnent leurs clients de toutes tailles et secteurs.

Nos partenaires pour le cashback :

Le cashback est un type de promotion commerciale spécifique à l'e-commerce qui permet aux internautes de bénéficier d'une réduction sur leur achat sous forme de remboursement d'une petite partie de leur panier.



iGraal, leader français du cashback et des réductions internet, totalise tous les mois plus de 200 000 achats chez 2500 e-commerçants en France, fort d'une croissance de 50% par an et d'un million de membres.



Créée en 2000, eBuyClub est le portail de bons plans incontournable en France. Avec plus de 4000 partenaires, eBuyClub est le seul acteur proposant des offres de cashback sur le web et en magasin.



CFC Services, filiale du groupe Société Générale, crée et anime des programmes de fidélité pour des grandes entreprises et des organisations professionnelles qui invitent leurs clients à bénéficier d'avantages sur leurs achats en ligne.



Capital Koala permet à ses membres d'épargner pour l'avenir de leurs enfants, en plaçant le revenu du cashback sur un compte épargne, avec pour objectif principal de préparer le financement de leurs études supérieures.

Le e-commerçant peut donc s'appuyer sur ces partenaires qui lui étaient jusqu'alors inaccessibles. Ces derniers diffusent les offres promotionnelles sur leur propre site ou grâce à leur technologie, ce qui permet au e-marchand de toucher une nouvelle audience.

NOS PARTENAIRES TÉMOIGNENT



Anne-Marie Schwab

Managing director du groupe RetailMeNot - mareduc.com

« La consommation en France a énormément changé. Il faut savoir que 4 consommateurs français sur 5 pensent qu'acheter un produit sans promotion revient à le payer trop cher, et il en veut à la marque ou à l'enseigne qui ne lui propose pas une réduction.

Par ailleurs, un Français sur 2 a déjà abandonné un achat parce qu'il n'a pas trouvé de code de promotion au moment où il est sur la page panier, c'est-à-dire au moment où il va concrétiser son achat. Dans ce cadre, MaReduc peut proposer aux e-commerçants de maximiser leur chiffre d'affaires, de plusieurs manières : d'abord en leur ramenant plus de trafic - nous avons 4,5 millions de visiteurs uniques par mois sur notre site-. Ces visiteurs auront donc une visibilité sur l'offre du e-commerçant et pourront se diriger vers son site.

Nous pouvons aussi permettre de réduire l'abandon de panier car mareduc.com propose de mettre tous les codes promotionnels du e-marchand, tous ses bons plans sur notre site. Ces offres promotionnelles permettent un taux de conversion plus élevé. »



Alexandre Delatour

Directeur commercial France de Cuponation

« Les offres proposées aux e-marchands se traduisent par de la visibilité sur nos sites, qui bénéficient d'une très forte audience : 2 millions de personnes se connectent au site chaque mois pour bénéficier d'une offre. Cela permet donc une mise en avant des e-commerçants. Le mécanisme du code promo est très simple : copier quelques caractères sur le panier d'achat sur le site du e-commerçant. Les bénéfices côté e-marchand, sont, notamment, de pouvoir acquérir de nouveaux clients

C'est fondamental de jouer sur l'aspect prix pour attirer des gens, leur faire tester de nouvelles offres. Ce système de code promo permet d'augmenter le panier moyen, éviter un taux d'abandon qui soit trop important car on se rend compte que sans code promo, beaucoup de consommateurs abandonnent leur panier d'achat à la dernière minute. »

NOS PARTENAIRES TÉMOIGNENT



Gilles Nectoux

Fondateur et PDG du groupe Plebicom - eBuyclub.com

« Pour les consommateurs, nous proposons des systèmes de bons de réduction, cashback, codes promos. Côté site marchand, nous proposons de générer du trafic et des ventes grâce à un système de marketing à la performance.

Le cashback est très simple pour le consommateur : il s'inscrit sur le site www.ebuyclub.com, il achète sur un des sites marchands partenaires. Dans un premier temps il paye l'intégralité du prix, puis il va se faire rembourser sur une cagnotte Ebuyclub, jusqu'à 25% du prix payé.

Les bénéfices pour le marchand résident dans le marketing à la performance, c'est-à-dire que le marchand ne va payer que s'il y a des ventes effectives, il n'y a donc aucun risque d'utilisation. Quant au cashback, il représente une motivation pour le consommateur qui va être poussé à acheter plus, faire des paniers moyens plus importants et à revenir plus souvent sur le site marchand.

La valeur du client généré par un site de cashback est plus importante. Pour le site marchand, deux avantages : ne payer que lorsqu'il y a eu des ventes et récupérer des clients à forte valeur. »



Jonathan Vidor

Fondateur et PDG de JVWeb

« JVWeb propose la gestion des liens sponsorisés aux e-commerçants. Cela consiste à la gestion du programme Google Adwords.

Pour les internautes, cela permet une réponse précise à ce qu'il cherche. Pour un e-commerçant le fait d'être présent sur les liens sponsorisés est très important puisque Google est la première source de trafic, tous leviers confondus.

Souvent, les sites choisissent beaucoup de mots-clés mais peu sont efficaces, c'est donc une perte d'argent. Avec notre expertise, nous permettons aux e-commerçants d'avoir une stratégie Google Adwords pertinente »

NOTRE TECHNOLOGIE : SIMPLE D'ACCÈS, MÊME POUR UN NOVICE

Afin de pouvoir suivre les ventes réalisées et les comptabiliser, les e-commerçants n'ont qu'un traceur de vente (pixel de tracking) à installer sur leur site. Son intégration est très simple.



Selldorado a également mis en place un partenariat avec Prestashop, la plateforme de création de site e-commerce la plus utilisée en France.

Les e-commerçants peuvent ainsi télécharger gratuitement le module Selldorado, disponible sur market place Addons de Prestashop, et aussi intégrer nativement sur leur back office Prestashop.

Il permet d'installer sans intervention technique le traceur de ventes et leur permet d'accéder encore plus simplement au service Selldorado.

NOTRE SOUHAIT : AIDER LES PETITS E-COMMERÇANTS À TRAVERS LE MONDE

Grâce à la présence du groupe Effinity en Espagne et en Italie, ainsi qu'à son expertise dans ces pays, le service Selldorado sera prochainement lancé sur ces deux marchés dans un premier temps. A terme, le groupe Effinity souhaite développer Selldorado dans le plus grand nombre de pays possibles.

La plupart des partenaires Selldorado sont également présents en Espagne et Italie. Les commerçants français pourront donc profiter pleinement des mêmes offres en France et à l'étranger, si ces derniers sont déjà présents sur ces marchés. Cela leur donnera l'opportunité d'une expansion à l'international jusqu'alors difficile.

Cela répond à la volonté de permettre aux petits e-commerçants de diffuser leurs produits « partout dans le monde », mais également de permettre aux e-commerçants d'autres pays d'accéder facilement au marché français.

A PROPOS D'EFFINITY, ET DE NOS 17 ANS D'EXPÉRIENCE



Effinity est un groupe spécialiste de l'acquisition digitale, créé en 1999.

Convaincu que les approches trop mécanistes favorisent la concentration du pouvoir et l'uniformisation des annonceurs, Effinity s'emploie à accompagner et personnaliser la stratégie globale d'acquisition des marques grâce à des solutions élégantes et pertinentes associant technologies propres, savoir faire et réseaux de prescripteurs. Avec pour ambition de redonner le pouvoir aux marques dans leur stratégie d'acquisition.

Effinity compte plus de 70 experts, est présent dans 5 pays à travers le monde (France, Allemagne, Espagne, Italie et Brésil) et a réalisé en 2015 un chiffre d'affaires de 20 millions d'euros.

POUR FINIR : REJOIGNEZ-NOUS !

Découvrez Selldorado sur son site www.selldorado.com pour en apprendre plus sur notre nouveau service innovant. Consultez notre blog, mais également suivez-nous sur les réseaux sociaux. Beaucoup de vidéos sont d'ailleurs présentes sur notre chaîne Youtube.



@Selldoradofr



@Selldoradofr



Selldorado



Selldorado



Selldorado
Paris

NOTRE ÉQUIPE SELLDORADO

Relations presse

contact@selldorado.com



Elodie Robin

Directrice des opérations

elodie.robin@selldorado.com

01 40 18 78 32



Jean-Sébastien Coblence

Responsable commercial

jean-sebastien@selldorado.com

01 40 18 73 96