

S o m m a i r e

<i>Introduction</i>	1
<i>À qui s'adresse ce livre</i>	3
<i>Ce que vous allez apprendre dans ce livre</i>	5

Partie 1

Comprendre l'affiliation

1. Qu'est-ce que l'affiliation ?	9
Définition	9
Un modèle tourné vers la performance	12
2. L'histoire de l'affiliation	15
Un procédé qui a déjà fait ses preuves	15
Amazon, premier programme d'affiliation ?	16
Une invention à mettre au crédit d'un autre secteur	16
Les premiers programmes d'affiliation d'e-commerce dès 1994	17
Un défi technique	18
Les débuts du développement	18
En France dès le début des années 2000	18
Devenu incontournable dans l'e-commerce	19
Un marché de plusieurs milliards de dollars	19

VI L'AFFILIATION

Un domaine qui continue de se développer	21
3. L'affiliation, côté affilié	23
L'importance de la vision d'ensemble	23
Différents types d'affiliés	24
Une manière différente de fonctionner	25
Multiplier les commissions	25
Des peurs et des idées reçues	26

Partie 2

Les prérequis avant de démarrer

4. Identifier le contexte du secteur	31
Les modèles de paiement	31
Les différentes possibilités d'affiliation	38
Les différents types d'affiliés	41
Réfléchir comme un affilié	55
Plateforme d'affiliation et affiliation directe	56
Les plateformes d'affiliation généralistes	57
5. Acquérir le bon état d'esprit	69
Une relation gagnant/gagnant	69
Respectez vos affiliés	70
La règle des 80/20 en affiliation	71
L'illusion du nombre	73
6. Revoir les forces en présence	75
L'affiliation n'est pas une solution miracle	75
La nécessité d'une base solide	76
Une stratégie webmarketing efficace et complète	77
Un bon taux de conversion et un travail d'optimisation	78
Être ambitieux et assurer le développement de l'activité	80
Conclusion	81

*Partie 3***Établir des fondements solides
pour son programme d'affiliation**

7. Analyse stratégique et veille concurrentielle	85
Analyse stratégique	85
Veille concurrentielle	90
8. Définir les objectifs et la stratégie du programme	95
Définir l'objectif et le modèle de rémunération du programme	95
Prévoir le budget de votre programme d'affiliation	100
Ancrer votre programme dans votre stratégie webmarketing	104
9. Choisir sa solution d'affiliation	109
Plateforme d'affiliation ou affiliation directe	109
Comment choisir sa plateforme d'affiliation	115
Comment choisir sa solution d'affiliation directe	119
10. Définir les règles de fonctionnement de son programme	121
Choisir les types d'affiliés admis et définir les pratiques interdites	121
Établir la grille de rémunérations et les options de paiement	134
Définir la politique des cookies	143
Conclusion	147

*Partie 4***Démarrer son programme d'affiliation**

11. La mise en place du programme	151
Comment configurer son programme	151
Définir la durée de validation des conversions	153

VIII L’AFFILIATION

Rédiger le contrat d’affiliation et la charte des bonnes pratiques	155
Tester le programme avant son lancement	157
12. Préparer le terrain pour ses affiliés	159
Créer les outils de promotion	159
Créer un espace et des ressources dédiés pour les affiliés	183
13. Recruter l’armée d’affiliés	187
Rédiger les textes de présentation de son programme	188
Faire la promotion de son programme d’affiliation	193
Démarcher les affiliés	197
La validation des affiliés	203
Conclusion	204

Partie 5

Administrer, gérer et animer votre programme d’affiliation

14. L’animation de votre programme d’affiliation	207
Définir sa politique en matière d’animation du programme	207
Proposer régulièrement des nouveautés	210
Comment organiser des challenges efficaces pour booster ses affiliés	216
Relancer les affiliés inactifs	220
15. Bichonner les affiliés	223
Développer une relation de qualité avec ses affiliés	223
Apporter appui et expertise à ses affiliés	228
16. Administrer votre programme au quotidien	235
La gestion quotidienne du programme	235
Prendre en charge la gestion des paiements	238
Comment prévenir et éviter les fraudes	239
Conclusion	242

*Partie 6***Analyser, suivre et optimiser
votre programme d'affiliation**

17. Reporting et analyse du programme	245
Organiser le suivi des affiliés	245
Suivi et reporting des résultats	247
Analyse des performances	250
18. Optimisation et gestion avancée du programme	253
Optimisation des dispositifs d'affiliation	253
Gestion et analyse avancées	260
<i>Les cinq erreurs les plus fréquentes des annonceurs en affiliation</i>	265
<i>Glossaire</i>	271
<i>Remerciements</i>	277