



# Boostez vos performances marketing grâce à vos distributeurs partenaires

Comment transformer vos partenaires de distribution en puissants leviers de visibilité, d'acquisition client et de croissance du chiffre d'affaires pour vos cartes cadeaux.

## **À mesure que votre programme de cartes cadeaux atteint sa phase de maturité, une question stratégique clé se pose : comment amplifier sa portée et son impact ?**

Dans un contexte où chaque point de contact compte, les distributeurs tiers – qu’il s’agisse de plateformes d’avantages salariés comme Edenred, Swile, Illicado, ou d’acteurs de la fidélisation et de la motivation – ne sont plus de simples canaux de distribution.

Ce sont de véritables écosystèmes d’audience, capables de placer votre carte cadeau – et votre marque – devant des milliers de consommateurs hautement ciblés, à des moments d’attention maximale.

Trop souvent perçus comme des canaux passifs, ces partenaires offrent en réalité des outils marketing puissants et structurés, activables à la performance pour booster vos ventes, accroître votre visibilité de marque et soutenir vos objectifs d’acquisition et de rétention client.

Ce document vous aidera à repenser votre stratégie de distribution comme un véritable levier de croissance marketing, et à identifier des actions concrètes pour activer des opportunités à fort ROI grâce à ces partenaires.

# Checklist de démarrage

## 1. Définir des objectifs clairs

Avant de lancer une activation, alignez vos campagnes sur une intention stratégique précise :

- Notoriété de la marque
- Volume de ventes
- Acquisition de clients

Vos objectifs détermineront le format, le budget et les indicateurs de succès de vos campagnes.

## 2. Tester sur le long-terme

Une campagne unique et ponctuelle n'est pas un véritable test.

Planifiez une stratégie d'activation sur au moins six mois, auprès d'au minimum deux distributeurs.

L'objectif : observer, comparer, itérer et construire une logique d'optimisation continue.

## 3. Sélectionner les bons partenaires

Critères clés à prendre en compte :

- Volume vs audience ciblée : combinez des distributeurs grand public avec des plateformes de niche
- Qualité des outils marketing et des activations qu'ils proposent
- Pertinence de leur profil client final
- Coût estimé et ROI de vos campagnes
- Capacité à fournir un reporting concret et basé sur les données
- Priorisez les partenaires capables de promouvoir activement votre offre – et non simplement de la référencer dans leur catalogue.

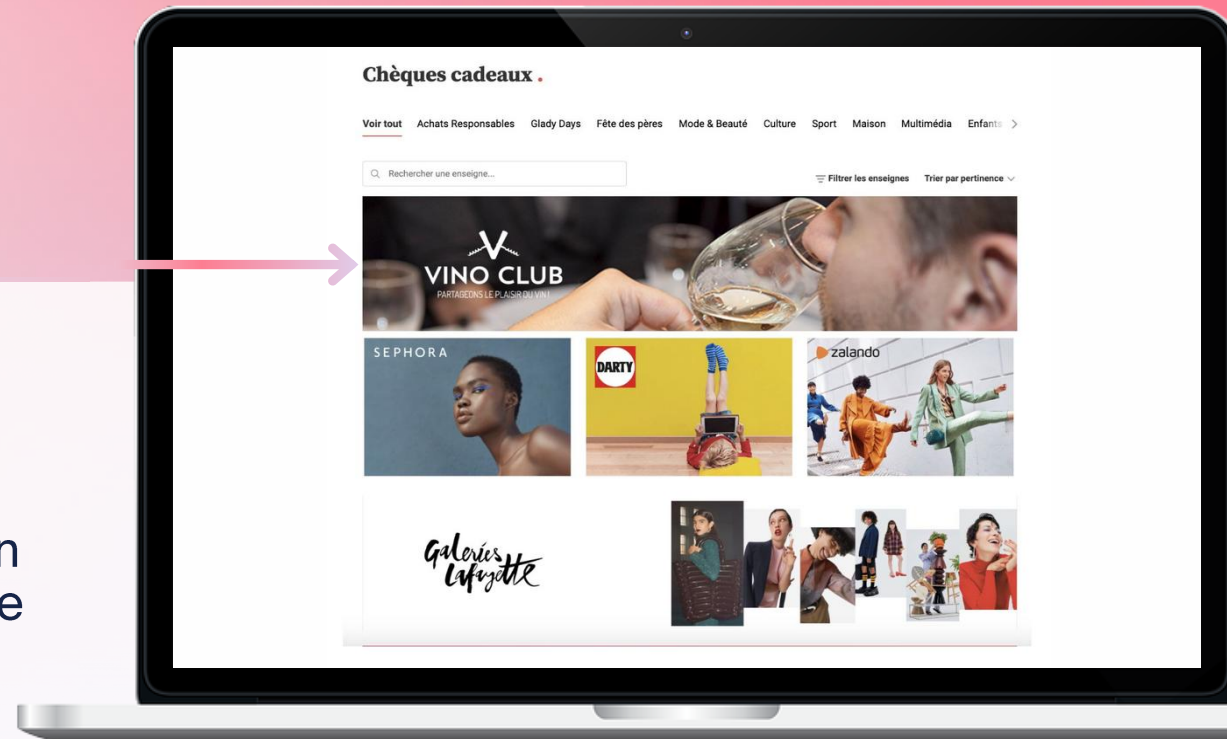
# **Les différents types de support marketing**

## Bannière premium en Home Page

### L'emplacement le plus visible et stratégique.

Votre marque est en tête de page de la home, visible dès la connexion, avant toute autre offre. Un format pensé pour capter l'attention au moment de plus forte intention d'achat.

- **Objectif** : Maximiser visibilité & ventes
- **Quand** : Temps forts (Noël, Black Friday) ou lancement produit
- **Conseil** : Message clair + visuel immersif aux couleurs de votre marque
- **Impact** : Visibilité forte, accélération des conversions
- **Coût** : Élevé (2000 et 4000€ HT pour 7J)\*



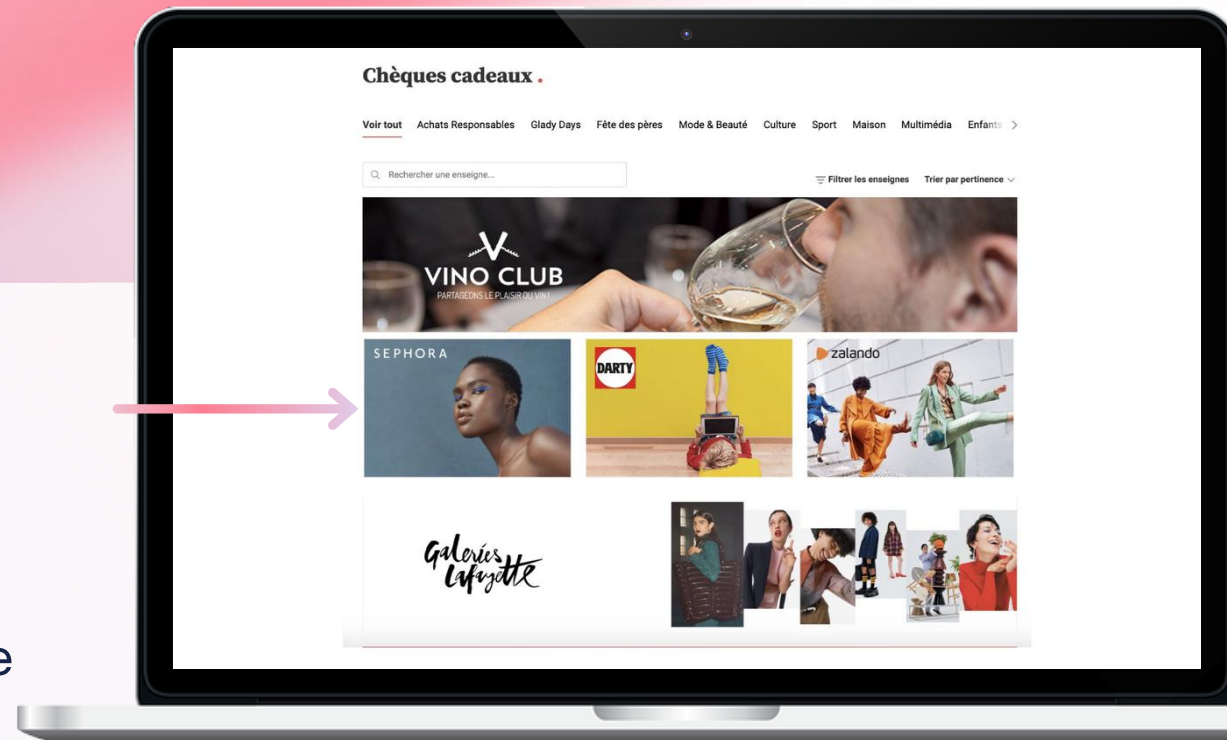
\* Prix approximatif - dépend de la date de diffusion, du partenaire, etc.

## Position premium en Homepage (plot)

### Votre carte cadeau au sommet du catalogue.

La carte est mise en avant dans la première ligne des encarts de la page d'accueil, au cœur du flux naturel de navigation. Un emplacement à fort potentiel de clics, idéal pour booster la découverte et le taux de transformation.

- **Objectif** : Renforcer le référencement et la visibilité, capter les premiers scrolls
- **Quand** : Pour maximiser la performance produit en période clé
- **Conseil** : Travailler le visuel pour inciter à l'ouverture
- **Impact** : Hausse du taux de clics et de conversion sur la carte cadeau
- **Coût** : Assez élevé (1000 – 3000€ HT pour 7J)\*



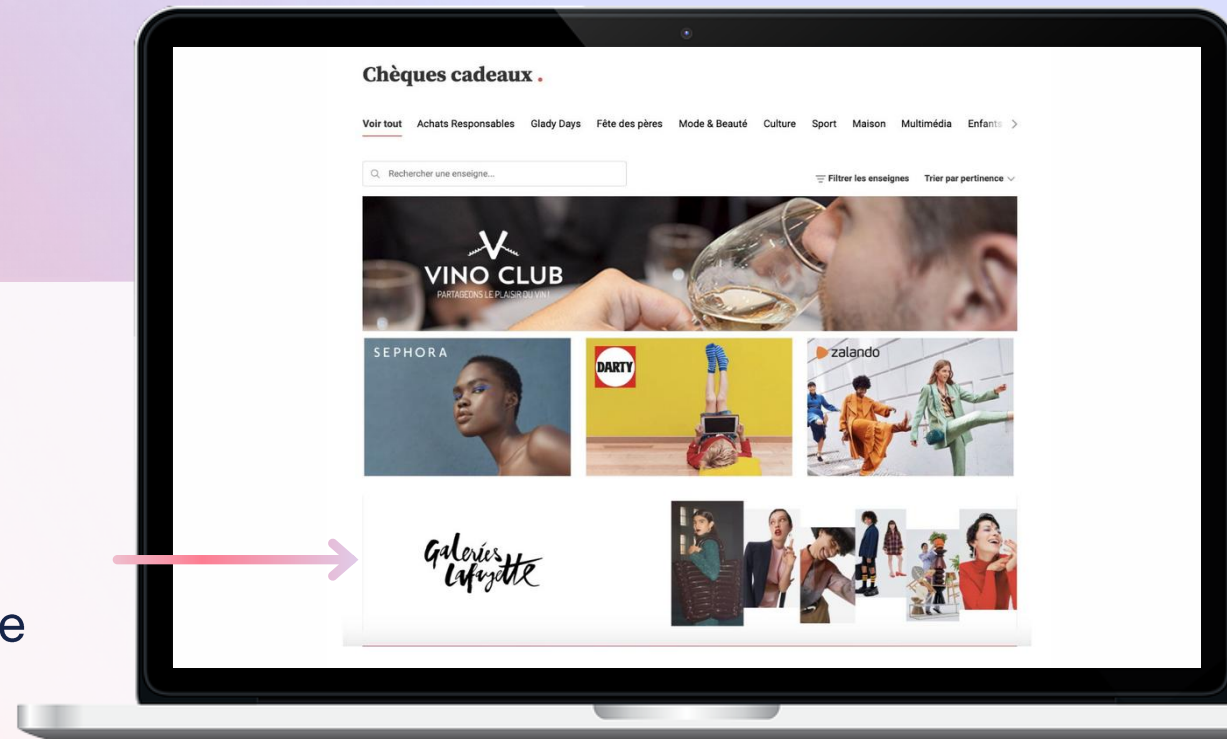
\* Prix approximatif - dépend de la date de diffusion, du partenaire, etc.

## Expansion de logo en Homepage

### Renforcez la présence de votre marque dès l'entrée en catalogue.

Votre logo et visuel apparaissent en bannière au-dessus de la ligne de flottaison. Un dispositif puissant pour ancrer votre marque dans l'esprit de l'utilisateur dès les premiers instants de navigation.

- **Objectif** : Maximiser visibilité & ventes
- **Quand** : Temps forts (Noël, Black Friday) ou lancement produit
- **Conseil** : Visuels immersifs aux couleurs de votre marque
- **Impact** : Visibilité forte, accélération des conversions
- **Coût** : Assez Élevé (1000 – 3000€ HT pour 7J)\*

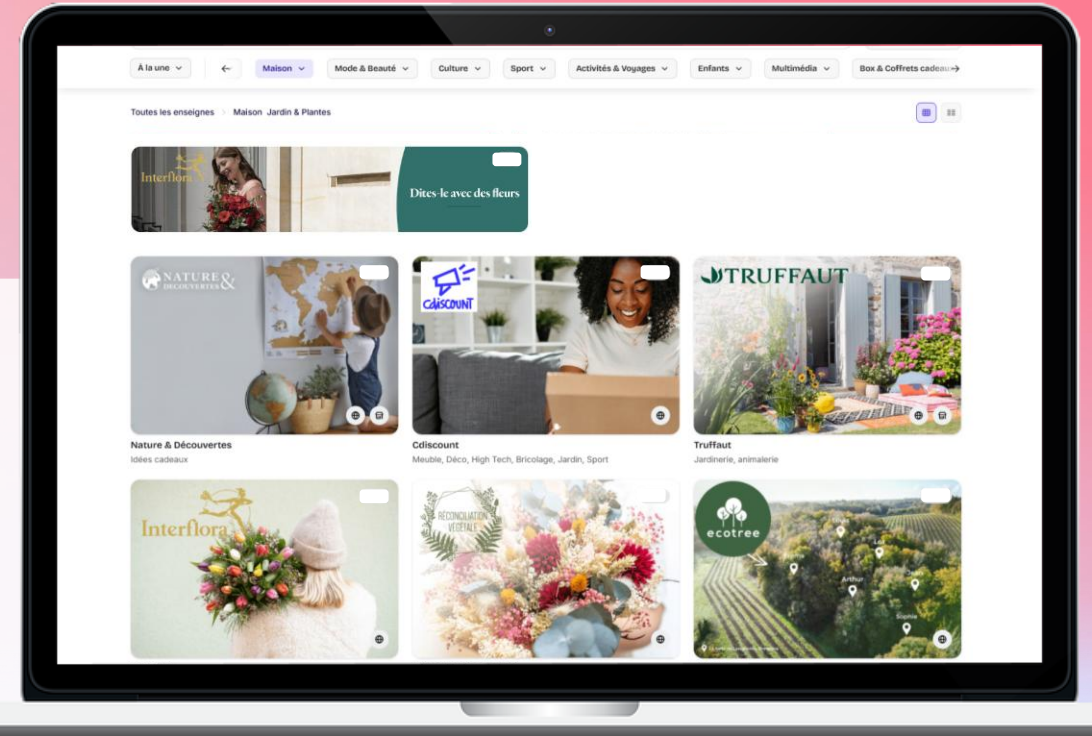


\* Prix approximatif - dépend de la date de diffusion, du partenaire, etc.

# Bannière dans les catégories thématiques du catalogue

**Touchez une audience à forte intention d'achat.**  
Votre bannière s'affiche en tête des pages de catégories thématiques (ex : Fête des Mères, Sport, Bien-être...), à un moment où l'utilisateur affiche une intention claire.

- **Objectif** : Générer des ventes ciblées sur des audiences qualifiées
- **Quand** : Temps forts calendaires ou activations sectorielles
- **Conseil** : Adapter le visuel et l'offre au contexte de la catégorie
- **Impact** : Très bonne visibilité + conversions auprès d'une cible engagée
- **Coût** : Modéré à élevé selon la catégorie et la saisonnalité (1000 – 2000€ pour 7J) \*

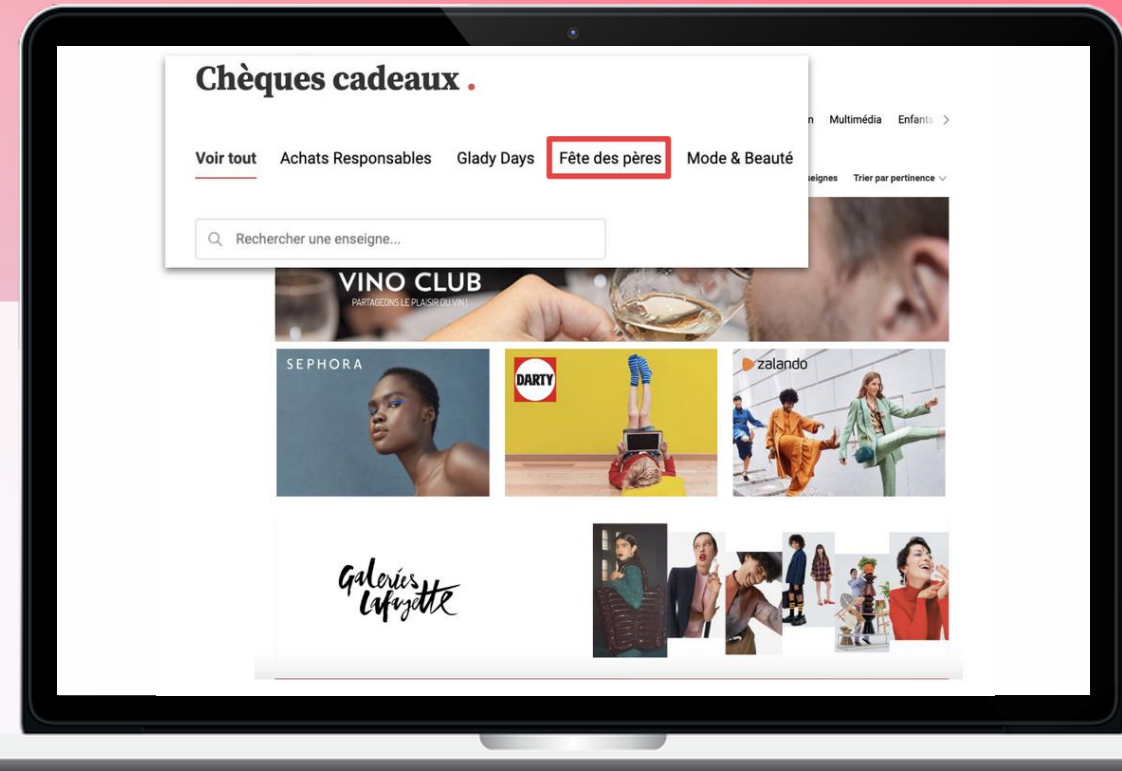


\* Prix approximatif - dépend de la date de diffusion, du partenaire, etc.

# Ranking/plot dans les catégories thématiques du catalogue

**Gagnez en visibilité sur des espaces stratégiques.** Votre offre est remontée dans les résultats de recherche et dans des pages clés (ex : « Bons plans », « Noël », catégories affinitaires...), augmentant votre exposition auprès d'utilisateurs en phase d'achat.

- **Objectif :** Maximiser la visibilité dans les recherches et les verticales thématiques
- **Quand :** Temps forts commerciaux ou ciblage de segments produits
- **Conseil :** Coupler le boost avec une offre ou une accroche attractive
- **Impact :** Visibilité renforcée, ventes incrémentales avec un coût optimisé
- **Coût :** Abordable – excellent levier de performance vs bannières (1500 – 2200€ HT pour 7J)\*



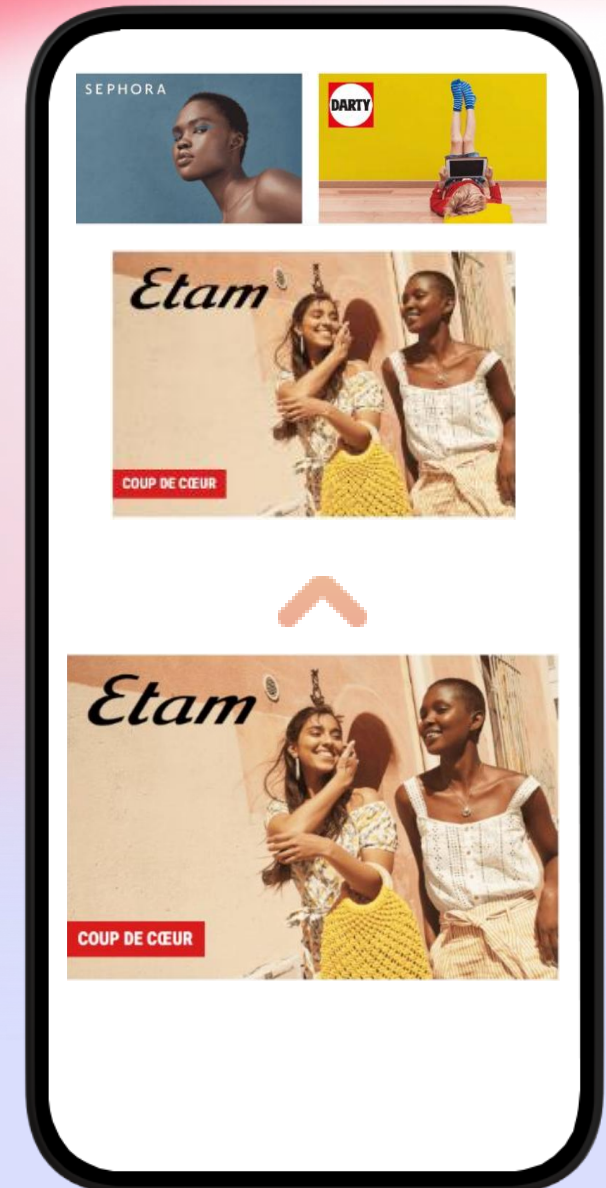
\* Prix approximatif - dépend de la date de diffusion, du partenaire, etc.

# Labels

## Captez l'attention en un clin d'œil.

Un label est apposé sur votre visuel produit pour attirer l'œil dans le flux de navigation. Vous pouvez choisir votre mot-clé (ex : "Offre spéciale", "Nouveauté") et permettre aux utilisateurs de filtrer par ce label spécifique.

- **Objectif** : Augmenter les ventes par des mises en avant visuelles répétées
- **Quand** : Offres promotionnelles, lancements, présence continue en catalogue
- **Conseil** : Utiliser un wording clair, aligné à votre promesse marketing
- **Impact** : Renforce la mémorisation de la marque, stimule les actes d'achat
- **Coût** : Abordable – excellent pour maintenir une visibilité régulière (300 – 600€ HT)\*



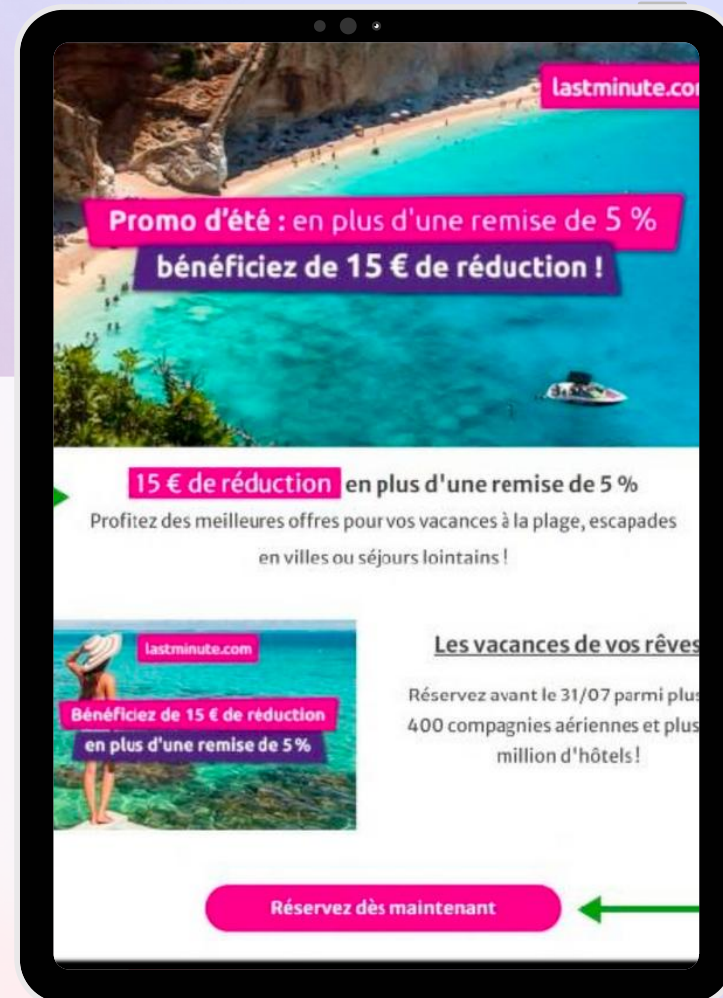
\* Prix approximatif - dépend de la date de diffusion, du partenaire, etc.

## Newsletter dédiée

### Votre marque directement dans la boîte mail des utilisateurs.

Un email entièrement dédié à votre marque, envoyé à des segments ultra-ciblés (ex : acheteurs de votre catégorie ou affinitaires à votre offre).

- **Objectif** : Développer l'acquisition et renforcer la notoriété
- **Quand** : Lancement de nouveautés, temps forts, mise en avant d'un concept différenciant
- **Conseil** : Travailler un contenu clair, orienté univers de marque, avec un CTA fort
- **Impact** : Forte exposition de marque, création d'intérêt et génération de trafic ciblé
- **Coût** : Élevé – à privilégier pour des campagnes stratégiques (2800 – 4600€ HT)\*



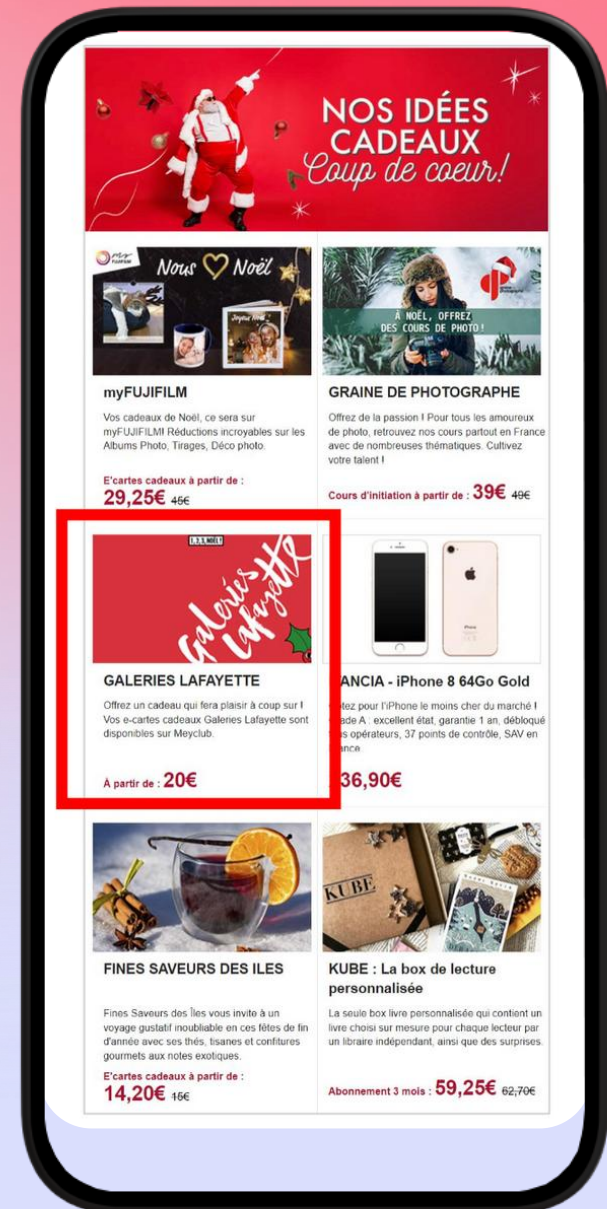
\* Prix approximatif - dépend de la date de diffusion, du partenaire, et de la base de diffusion (full base, segmentée, etc.) etc.

# Newsletter multi-partenaires

**Bénéficiez d'une visibilité qualifiée à coût optimisé.**

Votre offre est intégrée dans une campagne email groupée, aux côtés d'autres marques, adressée autour d'occasions spécifiques (ex : Noël, rentrée, événements sectoriels).

- **Objectif** : Générer des ventes et de la visibilité à moindre coût
- **Quand** : Temps forts partagés ou campagnes thématiques
- **Conseil** : Miser sur un message simple et un visuel accrocheur pour se démarquer dans l'email
- **Impact** : Bonne visibilité, trafic additionnel avec un investissement maîtrisé
- **Coût** : Abordable – excellent pour maximiser le ROI sur des campagnes collectives (800 – 1500€ HT)



\* Prix approximatif - dépend de la date de diffusion, du partenaire, et de la base de diffusion (full base, segmentée, etc.) etc.

# Push notifications via applications mobiles

## Touchez instantanément des utilisateurs connectés.

Un message direct envoyé via l'application mobile pour promouvoir votre offre à une audience engagée, au moment le plus opportun.

- **Objectif** : Stimuler l'achat avec des promotions ciblées en temps réel
- **Quand** : Temps forts, offres flash ou activations spécifiques à votre audience
- **Conseil** : Utiliser un message court, personnalisé et orienté action (call-to-action immédiat)
- **Impact** : Très fort taux d'ouverture et d'engagement, surtout si l'audience est en affinité avec votre marque
- **Coût** : Variable – selon ciblage et volumétrie d'envoi

# Jeux-concours

## Créez du lien et engagez.

Un dispositif ludique qui invite les utilisateurs à se connecter, interagir et découvrir votre marque en tentant de gagner des cartes cadeaux.

- **Objectif** : Générer du trafic, créer un premier contact et développer l'engagement
- **Quand** : Lancement de campagne marketing, activation, temps forts commerciaux
- **Conseil** : Faciliter la participation et valoriser votre univers de marque dans la mécanique du jeu
- **Impact** : Fort taux de participation, génération d'audience qualifiée et amorce de relation client
- **Coût** : Modéré – selon ampleur du dispositif et dotations



# Augmentation de la commission sur une période donnée

## Dynamisez la promotion de votre offre.

En augmentant temporairement la commission versée aux distributeurs, vous incitez ces derniers à mettre en avant votre carte cadeau de façon prioritaire.

- **Objectif** : Stimuler la promotion et accélérer les ventes sur une période clé
- **Quand** : Temps forts commerciaux, lancement de la carte cadeau sur un canal ou besoin de boost rapide
- **Conseil** : Proposer une commission attractive pour maximiser l'effet levier
- **Impact** : Hausse rapide de la visibilité et des ventes, à condition d'un alignement distributeur
- **Coût** : Dépendant du niveau de commission consenti – à calibrer selon l'enjeu commercial

## Store screens (Cash to web)

**Exposez votre marque directement en point de vente.**

Diffusion d'images ou vidéos promotionnelles sur des écrans disposés dans les points de vente de proximité partenaires, au plus près des utilisateurs finaux.

- **Objectif** : Renforcer la notoriété et stimuler l'achat en magasin de proximité
- **Quand** : Tout au long de l'année
- **Conseil** : Miser sur un visuel clair et impactant adapté au format écran et au contexte retail
- **Impact** : Visibilité immédiate auprès d'une audience active en situation d'achat
- **Coût** : Variable – selon durée, localisation et volume de diffusion



# Exemples de campagnes marketing

*au sein des distributeurs*

# Exemples de campagnes marketing

Maturité	Objectif	Action immédiate
Lancement ou 1ère année	Gagner en visibilité	Newsletter multi-partenaire ou bannière homepage + commission temporaire
Croissance	Booster les ventes	Boost référencement + push mobile + bannière thématique + commission temporaire
Maturité	Piloter et optimiser	Campagnes récurrentes + A/B tests visuels + mesure du ROI
Campagne internationale	Étendre la portée & mutualiser les efforts	Campagne internationale coordonnée sur plusieurs pays via distributeurs locaux Centralisation des visuels & adaptation locale par marché Analyse comparative des performances par zone
Campagne de notoriété	Renforcer la présence de marque ou lancement d'une nouvelle gamme de produit	Bannière premium en home page Newsletter dédiée 100 % marque Jeux-concours pour créer de la préférence de marque Plot top categories différentes

# Exemple d'une campagne internationale sur 6 mois

Jun	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 newsletters</li> <li>• 1 banner</li> <li>• 1 homepage push (plot)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 newsletters multi</li> <li>• 8 premium rankings</li> <li>• 1 Banner</li> <li>• 6 homepage push (plot)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 newsletters multi</li> <li>• 3 homepage push (plot)</li> <li>• 4 top category</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 newsletters</li> <li>• 3 banners</li> <li>• 7 top categories</li> <li>• 2 homepage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 newsletter</li> <li>• 1 homepage banner</li> <li>• 1 pop-up</li> <li>• 2 premium ranking</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 11 Newsletters multi</li> <li>• 5 Homepage</li> <li>• 8 Top category</li> <li>• 5 Banner + pop-ups &amp; social media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 11 Newsletters multi</li> <li>• 7 Homepage</li> <li>• 8 Top category</li> <li>• 4 Banner + pop-ups &amp; social media</li> </ul>

13 partenaires concernés

6 pays

Actions de juin à décembre

Budget 100K€HT

Sur juin à août -- entre +100 % et +125 % de volume de ventes vs Y-1

Grâce à des actions combinées de dispositifs marketing (visuels + emailing)

# Exemple d'une campagne de croissance sur Noël 2024

Novembre	Décembre
<ul style="list-style-type: none"><li>• Banner Homepage x2</li><li>• Newsletter multi partenaire</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Logo élargi</li><li>• Banner Homepage x1</li><li>• Premium position</li><li>• Ranking Christmas category</li></ul>

2 partenaires concernés

Marché FR

Actions de novembre à décembre

Budget 10K€

92% de volume de ventes vs Y-1

# Exemple campagne Fête des mères

Mai	Juin
<ul style="list-style-type: none"><li>• Logo élargi</li><li>• Ranking amélioré</li><li>• Newsletter multipartenaires (x2)</li><li>• Bloc aspirationnel</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bloc aspirationnel</li></ul>

**Nombre de partenaires : 3**

**Timeline : mai/juin**

**Durée des promotions : entre 2 semaines et 1 mois**

**Budget : 6K via boost de commission**

**Dans un contexte de concurrence accrue, vos distributeurs tiers ne doivent plus être vus comme de simples canaux, mais comme des accélérateurs stratégiques de croissance pour votre programme cartes cadeaux.**

Pour maximiser l'impact :

- Planifiez vos activations sur le long terme pour construire une dynamique de croissance continue.
- Capitalisez sur vos temps forts en orchestrant des campagnes ciblées aux moments de plus forte intention d'achat.
- Travaillez votre carte cadeau comme un levier business global : paiement, acquisition, fidélisation et engagement client.
- Choisissez des partenaires capables d'activer efficacement votre marque, et pilotez vos actions avec un focus clair sur le ROI.
- La carte cadeau est une "currency" de marque : bien pilotée, elle devient un moteur de chiffre d'affaires, de notoriété et de fidélisation.