

Aedgency propose un guide vidéo pour aider les annonceurs à adopter le mode CPA

2 février 2010 – Aedgency, spécialiste du marketing à la performance, annonce la disponibilité de son tout dernier guide vidéo pour les professionnels du marketing en ligne. Sven Hezel, directeur Media Buy chez Aedgency, y explique comment passer du mode CPM (Coût Par Mille) au mode CPA (Coût par Action).

Cette vidéo fournit des conseils aux annonceurs désireux d'adopter la méthode de taux de conversion la plus avantageuse pour des campagnes aux cibles très spécifiques, comme le téléchargement d'une brochure ou un acte d'achat particulier. Le CPA est convenu au préalable avec le partenaire. Ce mode de tarification est donc tout à fait transparent pour les annonceurs et leur permet de réaliser des prévisions en temps réel. Voici les deux principales recommandations émises par Sven Hezel pour tirer efficacement parti du modèle CPA :

- 1) 1) Les professionnels du marketing doivent se fixer un budget et définir clairement la date de fin de leurs campagnes. Un budget initial variera entre 1 500 et 3 000 €. A la fin de la campagne, il conviendra d'évaluer l'efficacité des positionnements pour déterminer s'il est judicieux de prolonger la campagne ou de l'actualiser.
- 2) 2) L'optimisation est la clé du succès d'une campagne. Les annonceurs doivent surveiller la performance de leurs campagnes en permanence et l'adapter au besoin. Ils peuvent avoir à adapter la cible ou à tester de nouvelles bannières, de nouvelles pages d'accueil ou encore un nouveau positionnement. Si les produits et positionnements s'avèrent inefficaces, ils doivent se résoudre à mettre fin à la campagne et tester une autre stratégie.

Selon Sylvie Stankovic, directrice de la publicité chez Aedgency : « Cette stratégie permet d'accroître le trafic d'un site Web et donc le taux de conversion des visites, ce qui augmente par conséquent le retour sur investissement. Sans compter que le mode CPA libère du temps pour les annonceurs, qu'ils peuvent consacrer à leurs prochaines campagnes. »

Pour savoir comment adopter le mode de rémunération CPA, consultez l'intégralité de la vidéo sur la chaîne YouTube d'Aedgency à l'adresse suivante : <http://www.youtube.com/aedgency> (sous-titrage disponible en 5 langues).

A propos d'Aedgency

Basé à Barcelone, Aedgency est un spécialiste paneuropéen du marketing à la performance qui exploite ses canaux de communication privilégiés pour relier les marques aux consommateurs online.

Fondée en 2004, Aedgency n'a cessé depuis de se développer, couvrant actuellement cinq marchés européens. Sa mission : augmenter les taux de conversion de ses annonceurs et monétiser les sites de ses réseaux d'affiliés et d'éditeurs web indépendants.

Aedgency offre aux marques la possibilité d'accéder à des millions de consommateurs online dans toute l'Europe. Ses propres outils d'analyse utilisent la segmentation contextuelle et comportementale afin de cibler exactement l'utilisateur final à travers le ou les canaux de communication les plus pertinents et optimiser ainsi les résultats.

Pour en savoir plus sur la suite de produits intégrés d'Aedgency, rendez-vous sur le site www.aedgency.com/fr

Pour plus d'information, contactez notre service presse :

Agathe Boyé

AxiCom

T : + 33 1 56 02 68 27

E : agathe@axicom-france.com