

Sephora embellit ses partenariats et triple ses revenus grâce à impact.com



Situation

Un besoin de repenser le recrutement des partenaires

Entreprise fondée en France en 1970, Sephora a voulu dépasser la simple vente de cosmétiques à un public cible restreint. Avec l'ambition de construire une communauté mondiale dans le domaine de la beauté, l'enseigne propose des marques de produits de soin de la peau et de cosmétiques de qualité, ainsi qu'un conseil spécialisé en magasin et des guides d'utilisation des produits.

Les performances de l'équipe marketing de Sephora reposaient sur le référencement payant, les promotions sur les réseaux sociaux et un canal d'affiliation fragmenté entre plusieurs pays et régions. L'équipe perdait du temps et des ressources à cause d'un manque de personnalisation, d'un système de paiement confus et d'un chevauchement entre les affiliés. Des données en silo et réparties entre les différents chargés de compte brouillaient la vue d'ensemble.

Sephora avait besoin d'une Partner Management Platform pour unifier et centraliser ses campagnes. La marque avait conscience que son équipe devait améliorer ses relations actuelles avec ses affiliés et amener de nouveaux partenariats. Alors que son réseau d'affiliation et sa communauté dans le domaine de la beauté grandissaient, Sephora a dû faire face à quatre défis spécifiques :



Situation initiale (suite)

Un besoin de repenser le recrutement des partenaires

- 1. Trouver de nouvelles manières de **gérer ses partenaires à travers différentes régions.****
L'équipe avait besoin pour cela d'outils de tracking et de reporting robustes pour optimiser les performances globales de ses partenaires et les réunir sur une seule plateforme.
- 2. Optimiser le **processus de recrutement des partenaires.**** Toucher des audiences locales ou de niche favoriserait la croissance et la réussite au niveau régional.
Cependant, le programme d'affiliation de Sephora rendait difficiles la communication directe ou l'identification de partenariats non traditionnels. L'équipe ne pouvait s'appuyer que sur la recherche manuelle ou sa connaissance du marché pour identifier et recruter de nouveaux partenaires.
- 3. Rechercher le meilleur moyen de **contractualiser avec ses partenaires.**** Le processus de création de contrat étant géré par le partenaire, l'équipe ne pouvait ni le modifier, ni le contrôler.
Impossible de gérer efficacement les contrats sans transparence ni possibilité de personnalisation.
- 4. Optimiser les performances du programme – en particulier à travers plusieurs régions et partenaires – via un tracking et un reporting plus clairs et consolidés.**
Sans outils de **reporting approfondi**, l'équipe de Sephora n'avait accès qu'à des métriques de base, comme les clics et le revenu.

À propos

Sephora

Sephora est un concept visionnaire français de vente au détail de produits de beauté, fondé en 1970 par Dominique Mandonnaud. L'environnement de vente libre unique de Sephora accueille un nombre croissant de marques classiques et émergentes – en plus de son propre label – à travers un large éventail de catégories de produits. On peut y retrouver les soins de la peau, le maquillage, le parfum, les soins du corps et des cheveux. Aujourd'hui, Sephora est un acteur mondial renommé dans le secteur de la beauté.

Propriété de LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, Sephora est pionnière dans le secteur de la beauté. La marque a obtenu ce statut grâce à son assortiment de produits de prestige, ses services d'expertise impartiale, un environnement de shopping interactif, un esprit disruptif et une innovation continue.

Sephora possède environ 1 900 magasins dans 29 pays à travers le monde.





Solution

Sephora se refait une beauté grâce à la Partner Management Platform d'impact.com

En se tournant vers impact.com, Sephora a trouvé la plateforme idéale pour ses partenariats. En rassemblant tous ses partenaires et affiliés sur une seule plateforme, l'enseigne a bâti des fondations solides et un workflow cohérent. Grâce aux conseils de l'équipe d'experts et aux solutions logicielles d'impact.com, Sephora a pu se concentrer sur son objectif principal :

Gérer ses partenaires à travers plusieurs régions

La Partner Management Plateform d'impact.com a fourni à Sephora une vue d'ensemble de ses partenariats à travers plusieurs pays et régions. De plus, elle a aidé la marque à optimiser des processus auparavant manuels, comme l'approbation des partenaires et la mise en place des contrats, lui économisant du temps et des ressources. Elle lui a fourni également le moyen de tracker et partager efficacement les performances de ses partenaires... Et ouvert des opportunités pour divers types de partenariats, sans nécessité de gestion ou de supervision distinctes.

Solution (suite)

Sephora se refait une beauté grâce à la Partner Management Platform d'impact.com

Recrutement des partenaires

L'équipe de marketing à la performance de Sephora a élargi son éventail de partenaires grâce au portail de découverte d'impact.com. Les outils de communication intégrés comme la possibilité de contacter ses partenaires directement via leur profil a permis à l'équipe d'accélérer le processus de recrutement.

La plateforme d'impact.com simplifie ces étapes puisqu'il n'est plus utile de recourir à des outils séparés.

Les options de recherche de la plateforme ont aidé Sephora à recruter des affiliés non traditionnels, ce qui lui a permis de créer un éventail diversifié d'influenceurs, d'affiliés et de créateurs de contenu.

En élargissant son panel de partenaires à différents groupes sociaux et démographiques, Sephora est entrée en contact avec davantage de clients potentiels que lors de ses tentatives précédentes.

Contrats avec les partenaires

Après avoir rejoint impact.com, l'équipe de Sephora a pu personnaliser et affiner les contrats avec chacun de ses partenaires. Les outils de gestion de contrats flexibles ont aidé Sephora à tirer le meilleur parti de chaque partenariat en trouvant les meilleures options possibles pour les deux parties, comme les contrats au niveau des SKU et l'offre d'un ordre d'insertion (OI) personnalisé pour chaque partenaire.

Sephora a également optimisé le processus pour les contrats à durée déterminée, ce qui a facilité les promotions saisonnières ou à court terme.

Solution (suite)

Sephora se refait une beauté grâce à la Partner Management Platform d'impact.com

Une gestion des contrats rapide et flexible a permis à l'équipe de prendre des décisions intuitives, de tester des stratégies marketing innovantes et de se tenir à jour des nouvelles tendances.

Reporting détaillé

Avant de travailler avec impact.com, Sephora avait du mal à tracker son exposition et avait besoin de métriques plus détaillées de la part de tous ses partenaires. Les outils de reporting de la plateforme d'impact.com ont fourni à l'équipe des rapports et des données détaillés pour optimiser les performances de leurs partenaires et de segments spécifiques. Des rapports client granulaires ont permis d'orienter et d'optimiser les objectifs de Sephora : identifier les partenaires et les codes SKU les plus rentables. Grâce à impact.com, l'équipe de Sephora a pu se concentrer sur ses partenaires les plus performants et mieux cibler ses efforts. Il est devenu plus facile pour elle d'acquérir des clients et de collaborer avec ses partenaires.



Résultats

Diversifier ses partenariats grâce à impact.com

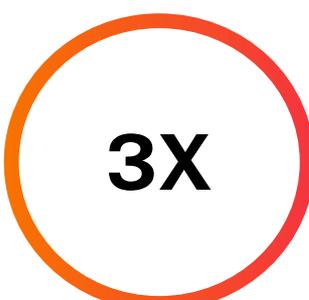
Après avoir renforcé sa gestion des partenariats sur la plateforme d'impact.com, Sephora a économisé beaucoup de temps et d'argent. Son équipe a eu accès à de nouvelles marketplaces, a accéléré le recrutement de partenaires, a amélioré la gestion des contrats et pleinement bénéficié des logiciels d'automatisation et de reporting d'impact.com.

Après avoir rejoint impact.com, Sephora a développé son partenariat avec [Shopback](#) (un site de fidélité) et augmenté ses revenus en améliorant ses taux d'engagement et son audience dans plusieurs marchés. Sephora a également utilisé les outils de reporting d'impact.com pour optimiser avec succès les performances de son partenaire [Unidays](#) (un portail de réductions pour les étudiants), ce qui lui a permis d'améliorer ses résultats sur la cible étudiants et de s'étendre à d'autres marchés.



7,4 M\$

de revenus
générés par 293
partenaires



3X

croissance des
revenus après
avoir rejoint
impact.com



101%

de croissance du
nombre de
partenaires après
avoir rejoint
impact.com

Résultats (suite)

Diversifier ses partenariats grâce à [impact.com](https://www.impact.com)

L'équipe de Sephora s'appuie sur les outils d'automatisation et de support d'impact.com pour entrer en contact avec davantage de partenaires de contenu et d'influenceurs – au lieu de se limiter à des affiliés traditionnels.

Alors que le modèle des partenariats est en vogue, [impact.com](https://www.impact.com) constitue désormais un socle pour le recrutement et la collaboration avec les partenaires.

En savoir plus sur [la partner management platform d'impact.com](https://www.impact.com).

