

Il programma di  
affiliazione di **Maison  
de Parfum** raggiunge  
un **ROAS di 3.2 volte  
maggiore** grazie al  
supporto di Magilla,  
madtech company



## Situazione

### Mancanza di dati di performance per ogni singolo partner e delle metriche della campagna

---

Dal 2006, Maison de Parfum è diventato uno dei punti di riferimento principali per gli amanti della profumeria artistica e di nicchia, che cercano solo prodotti di alta cosmesi dei brand più ricercati. La fondatrice del marchio, Marta, ha collaborato con sua sorella Matilde per offrire una gamma vasta ed esclusiva di profumi di nicchia e prodotti di bellezza lussuosi e altissima qualità.

Per far crescere la sua presenza online e raggiungere i mercati globali, Maison de Parfum ha collaborato con Magilla, madtech company, un'agenzia di marketing specializzata in Performance marketing. Uno degli obiettivi del brand è stato mantenere bassi i costi di acquisizione dei clienti (CAC) offrendo ai partner affiliati un modello di compensazione a costo per azione (CPA).

Tuttavia, Maison de Parfum non aveva strumenti per gestire un programma di Affiliazione dove poter ricercare partner ed affiliati, monitorare le performance e le metriche delle campagne; questa necessità ha portato il brand a ricercare una piattaforma che permettesse di monitorare il proprio programma di affiliazione, analizzare le performance e definire strategie di crescita basate sui dati.

Gli obiettivi di Maison de Parfum includono:

- Incrementare la rete di partner reclutando nuovi affiliati e content partner
- Semplificare la gestione delle partnership
- Accedere a report avanzati
- Espandersi in mercati esteri oltre l'Italia
- Migliorare i sistemi di attribuzione per premiare i partner in modo efficiente

## Informazioni

### Maison de Parfum

---

La boutique Maison de Parfum, fondata nel 2006 a San Lazzaro di Savena, ha rapidamente guadagnato riconoscimento a livello internazionale nel mondo della profumeria di nicchia. La sua fondatrice, Marta, ha lavorato per creare un paradiso di fragranze ricercate, mentre sua sorella Matilde si è concentrata in modo particolare in tutto ciò che riguarda skin care e make up.

Maison de Parfum cura una selezione premium di profumi e prodotti di bellezza scelti con cura da Marta. L'attenzione del brand alle tendenze e alle innovazioni garantisce un servizio di prim'ordine per la sua clientela.

## Informazioni

### Magilla, madtech company

---

Magilla, madtech company, con sede a Bologna, è partner di Maison de Parfum dal 2018. Magilla, madtech company, opera su base pay-per-performance, favorendo così la collaborazione e massimizzare sia le prestazioni che i benefici economici. Per migliorare l'e-commerce di Maison de Parfum, Magilla impiega efficacemente le sue risorse con un approccio basato sui dati.



## Soluzione

### Utilizzare una piattaforma di gestione delle partnership per prendere decisioni basate sui dati

Per far crescere il programma di affiliazione di Maison de Parfum, Magilla ha scelto la piattaforma di gestione delle partnership di impact.com. Gli strumenti di gestione di impact.com, la personalizzazione e la capacità di ottenere analisi in tempo reale sulle performance dei partner sono stati fattori decisivi. Queste analisi hanno permesso al brand di prendere decisioni basate sui dati.

L'obiettivo iniziale era di far crescere la rete di affiliati e aprirsi a nuove countries. Maison de Parfum ha sfruttato le funzionalità di Marketplace e Discovery di impact.com per cercare nuovi partner a livello internazionale. Il brand inoltre mirava a migliorare la consapevolezza del marchio e le vendite estere stabilendo partnership locali nelle nuove regioni, mantenendo al contempo la redditività.

“

*L'integrazione della piattaforma di partnership di impact.com ha aumentato significativamente le nostre prestazioni nel marketing di affiliazione. Da allora abbiamo aumentato le nostre entrate, ottimizzato i nostri investimenti pubblicitari ed espanso le nostre partnership in nuovi mercati all'interno del nostro pubblico di riferimento.*

**Giulio Stocco**

Magilla, madtech company,  
Consulente Ecommerce per  
Maison de Parfum



## Soluzione (continua)

Utilizzare una piattaforma di gestione delle partnership per prendere decisioni basate sui dati

---

Una volta trovati i match ideali, il brand ha inviato proposte e contratti personalizzati tramite la piattaforma impact.com. Maison de Parfum ha apprezzato gli accordi trasparenti e flessibili che hanno favorito relazioni forti e durature con i nuovi partner affiliati.

Maison de Parfum ha utilizzato il reporting avanzato di impact.com per analizzare le performance dei partner, identificare le aree di miglioramento e aumentare il ritorno sull'investimento (ROI) del marketing di affiliazione.

**Queste funzionalità hanno permesso al team di costruire un programma in crescita e abbandonare strategie o partner poco performanti.**

## Soluzione (continua)

Utilizzare una piattaforma di gestione delle partnership per prendere decisioni basate sui dati

---

I sistemi avanzati di attribuzione erano cruciali per Maison de Parfum per analizzare accuratamente l'impatto di ciascun canale su conversioni e vendite. Utilizzando impact.com, il brand è riuscito a:

- Tracciare il contributo di ogni partner lungo il percorso di acquisto del cliente
- Migliorare l'efficacia delle campagne
- Ottimizzare gli investimenti di marketing
- Massimizzare il ROI
- La trasparenza del customer journey ha permesso un giusto riconoscimento dei partner, favorendo partnership forti e collaborative.

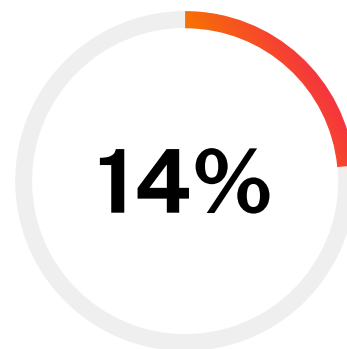


## Risultato

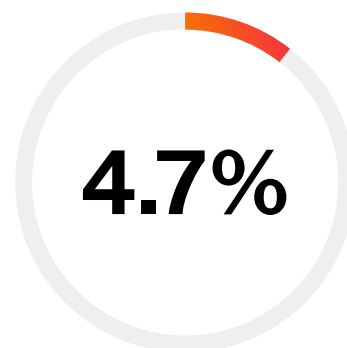
Raddoppiato il numero di partner affiliati attivi ed espansione nei mercati esteri

Maison de Parfum e Magilla hanno trovato le funzionalità di impact.com perfette per il monitoraggio e l'analisi dei dati, che era il loro obiettivo principale. Dall'implementazione della piattaforma di impact.com, Magilla ha aiutato Maison de Parfum a espandere le sue vendite a livello internazionale.

Dopo la migrazione a impact.com, Maison de Parfum ha aumentato il suo fatturato mensile, contribuendo al 14% del fatturato totale dell'azienda. Il brand ha anche raggiunto un tasso di conversione del 4.7% nel loro canale di affiliazione. Con l'accesso al marketplace di impact.com e alle capacità di filtraggio degli affiliati, Maison de Parfum ha raddoppiato i suoi partner affiliati attivi in solo un trimestre dell'anno finanziario. Infine, il marchio ha visto un impressionante ritorno sull'investimento (ROAS) di 3,2 volte maggiore.



contribuendo al 14% del fatturato totale dell'azienda



conversione del 4.7% nel loro canale di affiliazione



ritorno sull'investimento (ROAS) di 3,2 volte maggiore