Comprendre votre classement et votre visibilité sur Glovo

Un guide complet sur le fonctionnement du système de classement de Glovo et comment augmenter la visibilité de votre restaurant.



2025

Ce guide explique le fonctionnement du système de classement de Glovo, ce que vous pouvez faire pour améliorer la position de votre restaurant, et comment des outils comme Glovo Ads peuvent vous aider à attirer plus d'attention et à recevoir plus de commandes.

L'objectif de ce système est de préserver l'équité des conditions d'accès à la visibilité sur sa plateforme, à garantir un traitement non discriminatoire pour l'ensemble de nos partenaires commerciaux et à assurer aux clients un accès à une offre diversifiée et fondée sur des critères transparents et objectifs.

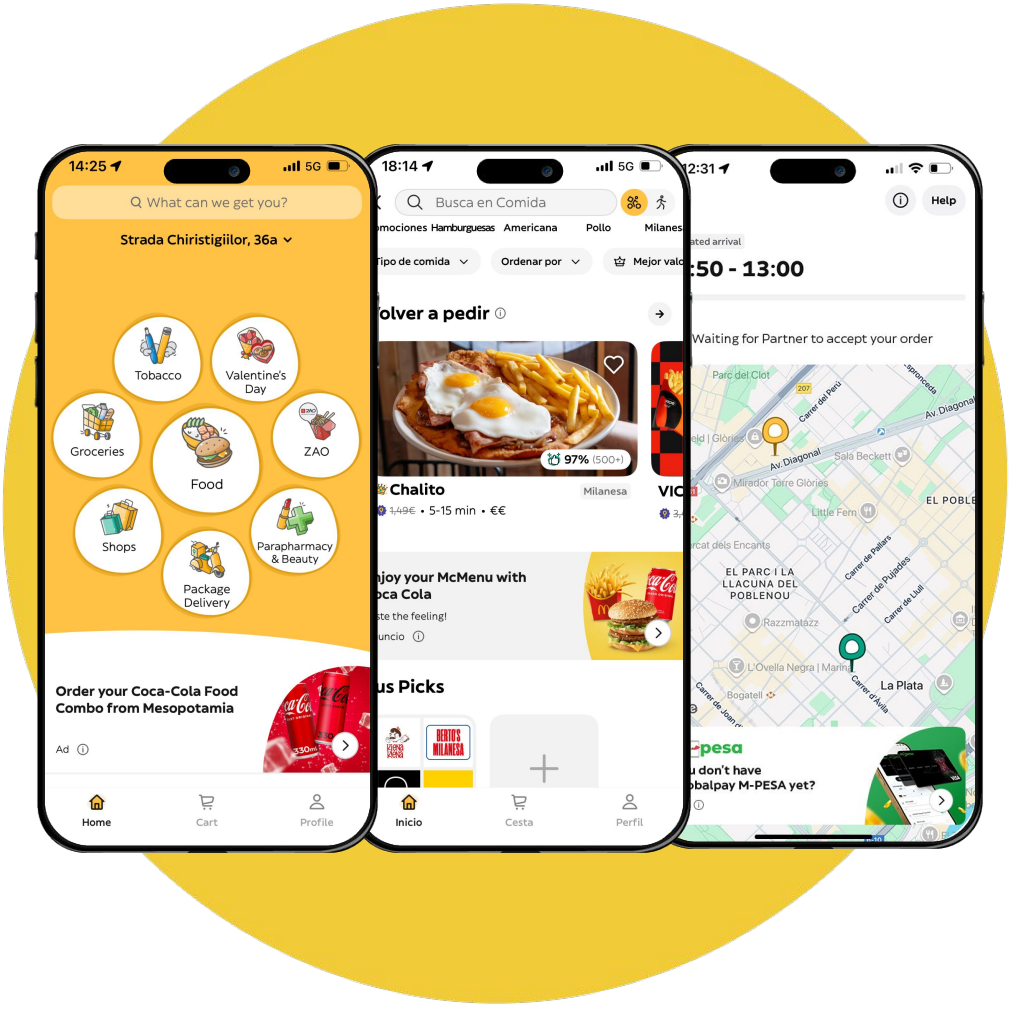
Au sommaire

✔️ **Fonctionnement du classement organique :** Découvrez comment Glovo décide automatiquement quels restaurants montrer aux utilisateurs et dans quel ordre.

✔️**Utiliser Glovo Ads pour booster la visibilité de votre restaurant :** Découvrez comment les publicités peuvent vous aider à atteindre plus de clients.

✔️**Mettre en place votre campagne publicitaire :** Un guide simple pour vous aider à créer et gérer vos propres campagnes publicitaires.

✔️**Mesurer votre succès :** Apprenez à suivre les performances de votre campagne publicitaire avec des indicateurs faciles à comprendre.



Fonctionnement du classement organique

Lorsqu'un client ouvre l'application Glovo, le système lui montre automatiquement les restaurants qu'il juge les plus pertinents pour ses besoins. Cela se fait via un système de classement conçu pour aider les clients à trouver rapidement ce qu'ils veulent, ce qui augmente vos chances de recevoir plus de commandes.

Voici comment cela fonctionne :

1️⃣ Sélection initiale.
Parmi tous les restaurants de la zone, le système sélectionne d'abord 150 restaurants les plus susceptibles de répondre aux besoins du client. Pour ce faire, il examine quelques facteurs tels que :

👉 **Popularité dans la ville :** La popularité de votre restaurant dans toute la ville.

👉 **Popularité dans la zone:** La popularité de votre restaurant dans la zone spécifique où se trouve le client.

👉 **Moment de la journée :** Si les gens commandent davantage dans votre restaurant à certaines heures comme le petit-déjeuner ou le déjeuner.

👉 **Nouveaux restaurants :** Si vous êtes nouveau. Le système prendra également en compte vos performances depuis votre arrivée.

💡 *Si vous avez plusieurs restaurants sur Glovo, le classement n'est pas basé sur une moyenne de leurs indicateurs, mais sur la* ***performance individuelle de chaque adresse éligible***.

2️⃣ Classement.

Une fois les 150 meilleurs restaurants choisis, le système les classe pour décider de l'ordre dans lequel elles apparaissent sur l'application. Plusieurs facteurs sont utilisés pour déterminer la position de votre restaurant, notamment :

👉 **eCVR (Taux de conversion effectif) :** Il s'agit d'une prédiction de la probabilité qu'un client commande chez vous en fonction de son comportement passé.

👉 **Votre performance :** ce score analyse vos notes, le traitement des commandes et les temps d'attente, ainsi que la fréquence à laquelle vous avez annulé des commandes au cours des 90 derniers jours.

👉 **Distance :** La proximité de votre restaurant par rapport au client.

👉 **Votre commission :** Le pourcentage que Glovo prélève sur chaque vente. Le taux de commission est déterminé pour chaque établissement en fonction de critères objectifs notamment le volume des commandes généré via la plateforme Glovo, la notoriété de la marque, etc... *(cela aide à déterminer la visibilité mais n'est pas le seul facteur).*

Dans la section suivante, nous détaillerons les deux premiers facteurs qui affectent votre classement organique, car ils peuvent être les plus difficiles à comprendre.

Qu'est-ce qui affecte votre classement organique ?

eCVR (Taux de conversion effectif) Considérez l'eCVR comme un «score de probabilité». Il utilise le comportement du client pour prédire la probabilité qu'il commande chez vous. Plus votre eCVR est élevé, meilleures sont vos chances d'être mieux classé !

Il examine trois facteurs clés :

1️⃣ **Comportement de l'utilisateur**
Cela inclut des éléments tels que :

✔️ La fréquence à laquelle l'utilisateur commande sur Glovo.

✔️ Le nombre de fois où il a consulté votre restaurant.

✔️ Les types de cuisine qu'il apprécie *(diversité culinaire).*

✔️ Le montant qu'il dépense généralement par commande.

💡 Toutes ces informations aident le système à comprendre ce que l'utilisateur est susceptible de commander ensuite.

2️⃣ **Informations sur la restaurant**
La performance de votre restaurant joue également un rôle important. Le système examine :

✔️ Les notes de votre restaurant données par les clients.

✔️ Le nombre de commandes que votre restaurant a reçues.

✔️Le nombre de fois où votre restaurant a été consulté.

✔️ La variété des produits que vous proposez sur votre menu.

💡 Plus votre restaurant est populaire et bien notée, plus vous avez de chances d'être mieux classé.

3️⃣ **Contexte de la commande**
Enfin, le contexte de la commande est pris en compte :

✔️ **Emplacement :** Où se trouve l'utilisateur et où se situe votre restaurant.

✔️ **Moment de la journée :** S'il s'agit de l'heure du petit-déjeuner, du déjeuner ou du dîner.

✔️ **Jour de la semaine :** Jour ouvrable ou week-end.

✔️**Appareil** : Si l'utilisateur est sur un téléphone mobile ou un autre appareil.

💡 Tous ces facteurs aident le système à prédire la probabilité qu'un utilisateur passe une commande dans votre restaurant à ce moment précis.

La combinaison de ces trois facteurs **(utilisateur, restaurant et contexte)** permet de créer un score **eCVR** personnalisé. Ce score prédit la probabilité qu'un client commande dans votre restaurant, ce qui en fait un facteur clé dans le classement de votre restaurant sur l'application.

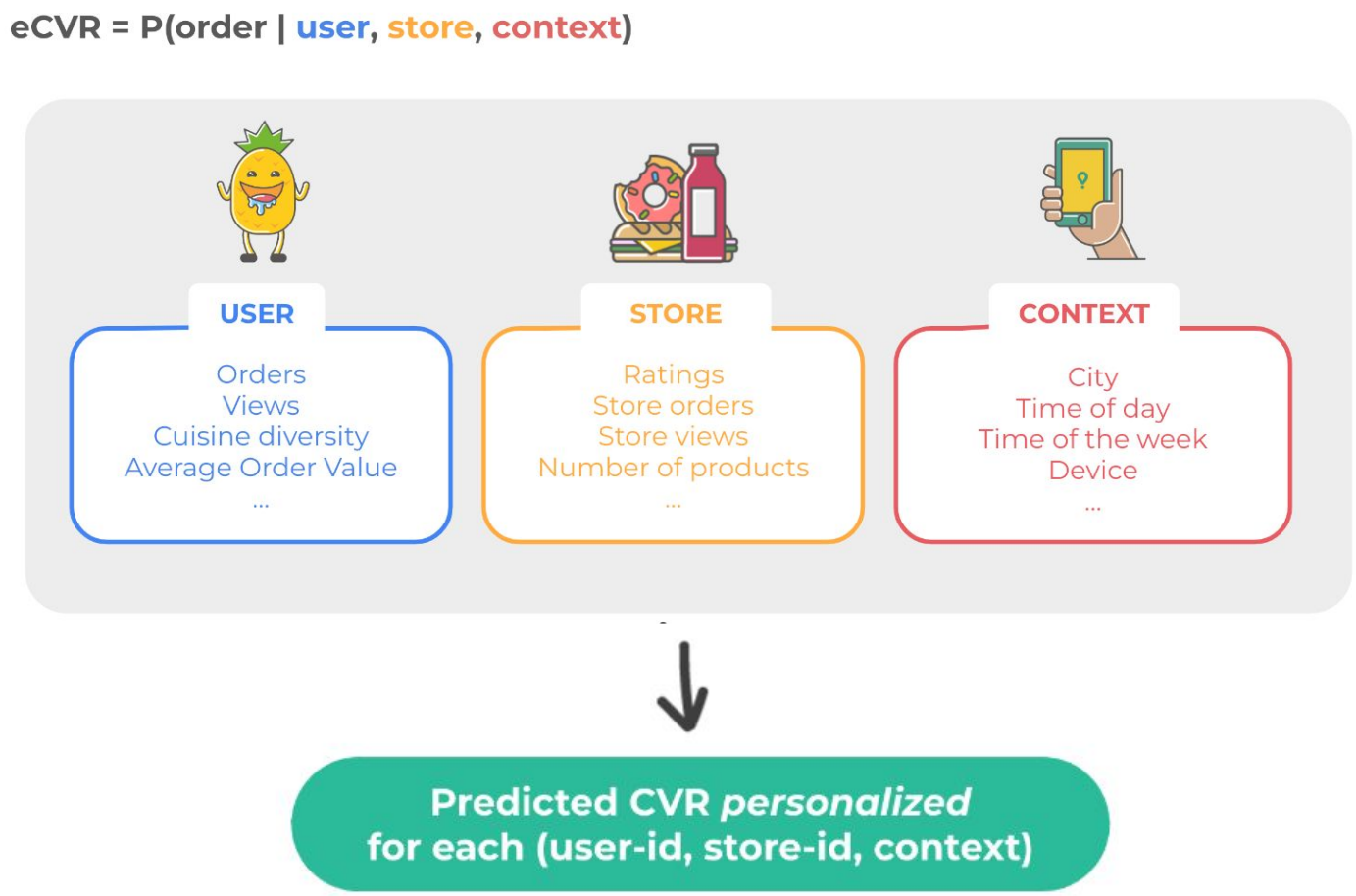
Enfin, l'un des aspects les plus importants :

Le modèle eCVR fonctionne en **temps réel**, ce qui signifie qu'il fait des prédictions sur la probabilité qu'un client commande dans votre restaurant quasi instantanément lorsqu'il interagit avec l'application.

🚀 Dans 95 % des cas, le système prédit la probabilité qu'un utilisateur commande dans votre restaurant en **50 millisecondes** (soit 0,05 seconde). C'est ultra-rapide !

En d'autres termes, le système fonctionne si rapidement qu'au moment où un client navigue sur l'application, il a déjà fait une prédiction personnalisée sur sa probabilité decommander dans votre restaurant, aidant ainsi l'application à lui montrer les meilleures options dès son ouverture.

Cette rapidité contribue à maintenir une expérience fluide et réactive, garantissant que les clients voient instantanément les restaurants les plus pertinents, ce qui augmente vos chances de recevoir plus de commandes.



Score de performance du partenaire

Ce score montre la performance de votre restaurant. Il est basé sur trois facteurs principaux au cours des 90 derniers jours :

✅ **Notes :** Comment les clients évaluent votre restaurant.

✅ **Temps d'attente :** La rapidité de vos livraisons.

✅ **Annulations :** La fréquence à laquelle vous annulez des commandes.

Plus vous avez un meilleur score, plus vous aurez un meilleur classement.

🧾 À quoi cela ressemble en pratique

Le tableau ci-dessous est un exemple simplifié montrant comment la formule de classement fonctionne pour 5 restaurants :

Position organique	Partenaire	eCVR	Performance Partenaire	Facteur de Distance	Commission Partenaire	Score Final
4	1	0.3	0.1	0.9	0.2	**0.135**
3	2	0.9	0.5	0.1	0.15	**0.6**
5	3	0.6	0.1	0.2	0.3	**0.12**
2	4	0.5	0.2	0.3	0.2	**0.6**
1	5	0.7	0.9	0.4	0.3	**4.2**

Note: Nous appliquons différentes pondérations à chaque facteur, mais l'objectif est toujours d'offrir la meilleure expérience aux clients et de vous aider à générer plus de commandes.

Ce que cela signifie :

✅ Le **partenaire 5** a le score final le plus élevé (4,2), il apparaît **donc** en premier dans l'application. Il a de bonnes performances sur tous les facteurs, en particulier la Performance Partenaire et l'eCVR

✅ Le **partenaire 3**, avec un faible score de 0,12, **est moins bien classé (5ème)** car même s'il a un eCVR correct, sa Performance Partenaire et son Facteur de Distance sont faibles.

💡 Le score est simplement le résultat de la multiplication des quatre facteurs, en tenant compte de la pondération de chacun.

En résumé, ce tableau aide à visualiser comment chaque facteur (eCVR, Performance Partenaire, distance et commission) contribue au classement final, et pourquoi il est important de travailler sur des éléments tels que: **vos notes, votre temps de préparation, le nombre de commandes que vous recevez, le nombre de fois où votre restaurant est consulté, la variété des produits que vous proposez** et la **fréquence à laquelle vous avez annulé des commandes** au cours des 90 derniers jours.

Booster votre visibilité avec Glovo Ads

Si vous souhaitez augmenter rapidement la visibilité de votre restaurant, vous pouvez utiliser **Glovo Ads,** un outil pour attirer plus d'attention sur l'application.

💡 Le système intègre automatiquement les boutiques sponsorisées et organiques dans leurs emplacements respectifs pré-alloués — les articles sponsorisés occupent les positions publicitaires désignées, tandis que les articles organiques remplissent les créneaux restants —, ce qui donne la liste ordonnée finale présentée aux clients.

💡 Bien que l'utilisation de publicités soit facultative, cela peut être un excellent moyen de vous démarquer, surtout si vous êtes nouveau ou si vous lancez une promotion par exemple.

Pourquoi devriez-vous utiliser Glovo Ads ?

✅ **Augmenter l'exposition :** Les publicités peuvent aider votre restaurant à se faire remarquer, surtout si vous êtes nouveau ou si vous avez des offres spéciales.

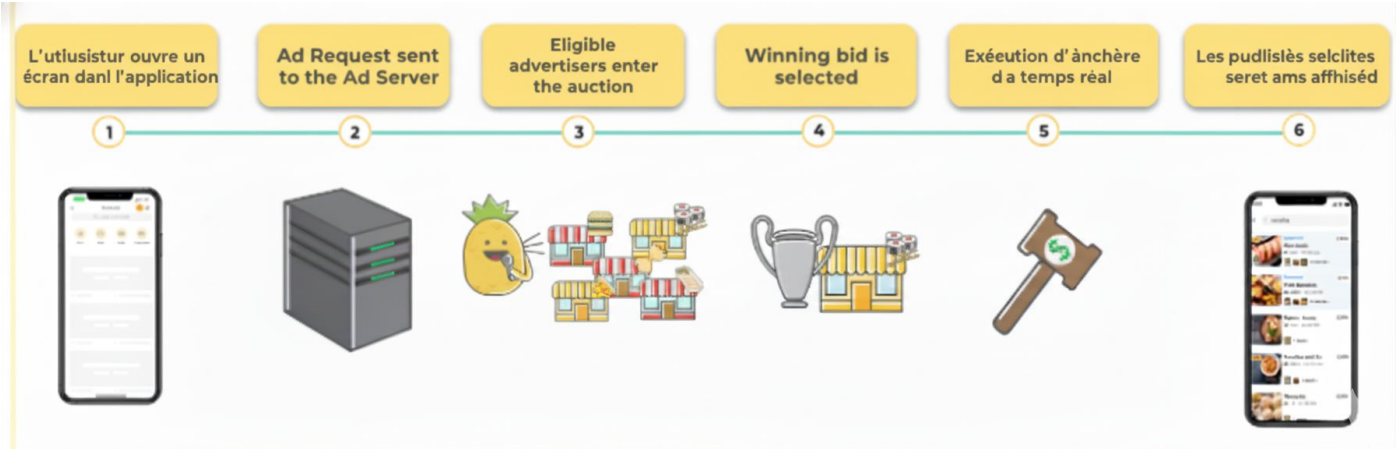
✅ **Améliorer la pertinence :** Les publicités aident votre restaurant à apparaître plus haut dans les résultats de recherche, atteignant des clients qui ne vous auraient peut-être pas trouvé autrement.

✅ **Croître plus rapidement :** Les publicités sont un moyen d'investir dans la croissance future de votre restaurant en obtenant plus de commandes.

Comment fonctionne Glovo Ads : Le système d'enchères

Glovo utilise un **système d'enchères** pour décider quel restaurant apparaîtra dans les premières positions lorsqu'un client recherche quelque chose.

Voici comment cela fonctionne :



1️⃣ Le client navigue sur l'application Glovo
Le processus commence lorsqu'un client ouvre l'application Glovo et commence à chercher de la nourriture. Il peut s'agir de la recherche de restaurants, de catégories d'aliments ou d'articles de menu spécifiques.

2️⃣ Requête publicitaire envoyée à Glovo
Une fois que l'utilisateur interagit avec l'application, une requête publicitaire est envoyée à la plateforme publicitaire de Glovo. C'est là que le système rassemble toutes les opportunités publicitaires possibles.

3️⃣ Les restaurants entrent dans l'enchère
Le système vérifie quels restaurants *(annonceurs)* sont éligibles pour l'emplacement publicitaire. Il prend en compte des facteurs tels que l'emplacement, la pertinence et d'autres conditions, comme expliqué dans la section sur le fonctionnement du classement organique.

4️⃣ L'enchère gagnante est sélectionnée
Une fois que tous les restaurants éligibles sont dans l'enchère, le système évalue les offres *(combien chaque* restaurant *est prêt à payer)* et sélectionne celle qui l'emporte. L'enchère est basée sur le montant que le restaurant est prêt à dépenser pour montrer sa publicité à ce client spécifique.

5️⃣ L'enchère se déroule en temps réel
Cette enchère se déroule en temps réel, ce qui signifie qu'elle est ultra-rapide *(quelques millisecondes !)* pour que le client voie les meilleures options instantanément lorsqu'il ouvre l'application.

6️⃣ Votre publicité est montrée au client
La **publicité gagnante** est alors montrée à l'utilisateur. Le placement publicitaire est stratégique, garantissant qu'il est affiché à un endroit qui donne à votre restaurant la meilleure visibilité, que ce soit en haut de la recherche ou dans une section bien en vue.

Comment les publicités sont affichées : S'assurer que vous êtes vu

Le système de Glovo garantit que votre publicité est affichée aux meilleurs endroits pour attirer les clients. L'enchère se déroule en **temps réel** chaque fois qu'un client ouvre l'application, garantissant que la publicité de votre restaurant apparaît à des endroits où elle attirera le plus d'attention, comme en haut des résultats de recherche ou dans d'autres zones clés de l'application.

Voici comment cela fonctionne :

1️⃣ Qui peut participer à l'enchère ?

L'enchère commence avec tous les partenaires éligibles, ceux qui sont actifs, disponibles et dans la zone de livraison du client. Le système publicitaire de Glovo ne considère que les restaurants pertinents pour l'emplacement de ce client particulier.

2️⃣ Score de pertinence et de qualité

Glovo calcule la probabilité qu'un client clique sur votre publicité et passe une commande. Ce score est basé sur des éléments tels que :

👉 Les notes de votre restaurant

👉 La rapidité et la qualité de la livraison

👉 Les prix du menu

👉 Les préférences du client, comme les types de cuisine qu'il commande habituellement.

Plus votre score de pertinence est élevé, plus votre restaurant est susceptible d'être présenté aux clients intéressés par ce que vous proposez.

3️⃣ Votre enchère (CPC, Coût Par Clic)

Le **CPC** (Coût Par Clic) est le montant que vous êtes prêt à payer lorsqu'un client clique sur votre publicité. Le système Glovo ajuste automatiquement votre enchère pour s'assurer que vous obtenez le plus de clics et de commandes pour votre budget au cours du mois. Votre enchère est utilisée pour concourir pour un emplacement, mais elle est équilibrée avec votre performance et la concurrence.

Le système s'assure que votre enchère correspond à votre budget tout en gardant les choses équitables pour tout le monde.

4️⃣ Score gagnant - Comment le placement publicitaire est décidé

La position finale de la publicité est basée sur un **score gagnant**, qui est une combinaison de votre **score de pertinence** et de votre **enchère**. La formule est simple :

Score Gagnant restaurant = **Score de partinence** restaurant * **Enchère (CPC)** restaurant

Plus votre score est élevé, plus vous avez de chances d'obtenir un emplacement de choix dans l'application.

Voici un exemple visuel :

Ad placement ranking position	Vendor	Bid	x	Relevance Score	=	Winning score
1	a	5 MAD	x	1	=	**5**
2	b	7.5 MAD	x	0.5	=	3.75
3	c	10 MAD	x	0.25	=	2.5

Winning score

Dans cet exemple :

✅ Le partenaire **A** a une enchère plus basse *(5 MAD)*, mais un score de pertinence parfait (1). Son score gagnant = **5**, il remporte donc le meilleur emplacement.

✅ Le partenaire **B** enchérit plus *(7,5 MAD)* mais a un score de pertinence plus faible (0,5). Son score gagnant = **3,75**.

✅ Le partenaire **C** à l'enchère la plus élevée *(10 MAD)* mais le score de pertinence le plus bas (0,25). Son score gagnant = **2,5**.

💡 Comme vous pouvez le voir, il ne s'agit pas seulement de payer le plus cher. Un restaurant avec une forte expérience client et une enchère intelligente peut apparaître dans les premières positions. Cela garantit l'équité et encourage les restaurants à fournir le meilleur service possible.

Le prix que vous payez pour chaque clic est déterminé par la concurrence entre les restaurants, ce qui signifie que vous payez un prix juste basé sur votre enchère et la performance de votre restaurant.

Garanties de fair-play : Tout le monde a une chance équitable

Glovo a intégré des garde-fous pour s'assurer que le système publicitaire reste **juste** et **durable** pour tous les partenaires, quelle que soit leur taille. Voici comment :

✔️ Limite de coût par clic (Plafond CPC)

Glovo fixe un **prix maximum** qui peut être facturé à un partenaire par clic. Cette limite est basée sur la **valeur moyenne des commandes** (AOV) de votre marché, ce qui aide à prévenir les dépenses excessives. Elle garantit que les restaurants de toutes tailles, grandes ou petites, peuvent concourir sans dépasser leur budget.

✔️ Pas d'exclusion du système

La plateforme publicitaire de Glovo est conçue pour aider les restaurants à croître, et non pour donner un avantage déloyal aux grands restaurants. Même si vous choisissez de ne pas faire de publicité, vous pouvez toujours améliorer votre classement organique et **développer votre activité en offrant une excellente cuisine et une expérience client exceptionnelle**. Ce sont les principaux facteurs qui mènent à une croissance durable à long terme.

Gérer votre campagne publicitaire : Un guide simple

1️⃣ Mettre en place votre campagne

Vous pouvez configurer et gérer votre campagne directement dans la section **“Publicité”** du **Portail Manager**. Si vous rencontrez des problèmes, vous pouvez toujours contacter votre responsable de compte ou notre équipe de support.

2️⃣ Définir votre budget

Les publicités fonctionnent avec un budget mensuel qui se renouvelle automatiquement. Vous n'êtes facturé que pour les clics que vous recevez, et votre budget est utilisé efficacement pour vous offrir une exposition maximale.

3️⃣ Gérer votre campagne active

Vous pouvez mettre en pause, ajuster ou arrêter votre publicité à tout moment. Vous ne serez facturé que pour les clics que vous avez reçus pendant que la campagne était active.

4️⃣ Suivre vos performances

Après le lancement, vous pouvez voir les performances de votre publicité dans la section **“Publicité”** de votre Portail Manager. Les principaux indicateurs à surveiller sont :

✔️ **Clics:** Le nombre de personnes qui ont cliqué sur votre publicité.

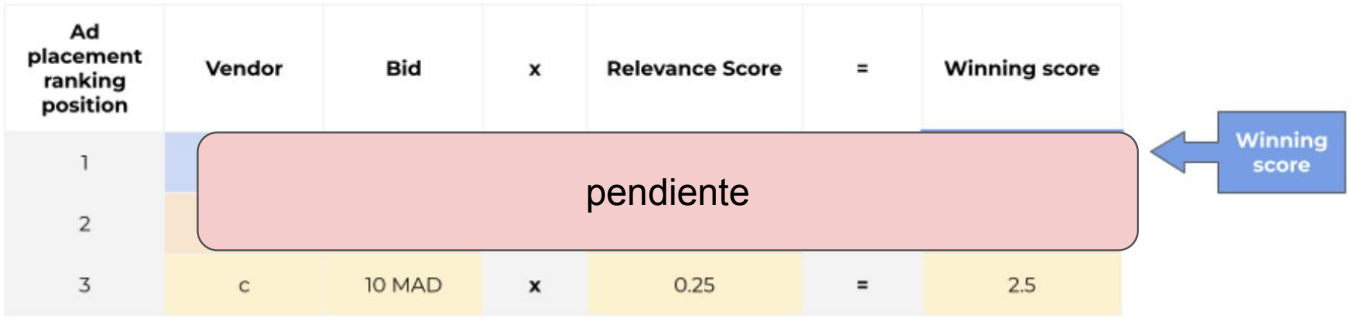
✔️ **Commandes:** Le nombre de commandes provenant de ces clics.

✔️ **Taux de conversion clic-commande :** Le pourcentage de clics qui se sont transformés en commandes.

✔️**Ventes :** Le montant d'argent que vous avez gagné grâce aux commandes.

✔️ **Retour sur investissement publicitaire :** Le montant d'argent que vous avez gagné par rapport à ce que vous avez dépensé en publicités.

💡 Veuillez noter que certaines données sont mises à jour une fois par jour avec un délai de 24 heures. D'autres informations, telles que les informations sur les clients et le statut de votre campagne, sont accessibles dans cette section.



Conclusion

Vous n'êtes pas obligé d'utiliser Glovo Ads pour développer votre restaurant, mais c'est un excellent outil si vous voulez accélérer votre visibilité. Que vous fassiez de la publicité ou non, se concentrer sur l'offre d'une excellente cuisine et d'un service exceptionnel est la clé pour améliorer votre **classement organique**. Plus vous améliorez votre performance, plus vous avez de chances d'être mieux classé sur l'application !

Rappelez-vous, que vous choisissiez les publicités ou que vous vous concentriez sur l'amélioration de votre service, une **excellente expérience client** sera toujours le meilleur moyen de développer votre activité sur Glovo.