



## **Site e-commerce :**

### **Tape à l'Oeil retient LSF Interactive avec DualOptin**

**Paris, le 4 décembre 2008 – Lancée début 2007, DualOptin, la solution de collecte naturelle d'opt-in de LSF Interactive, agence intégrée de marketing en ligne, a permis à la chaîne de magasins de vêtements pour enfants Tape à l'Oeil (Groupe Mulliez) de développer sa base de données clients pour son site e-commerce [www.t-a-o.com](http://www.t-a-o.com).**

Tape à l'Oeil, l'enseigne de vêtements « fun and fashion » destinés aux 0-12 ans, filiale du groupe français Mulliez, a lancé en février 2007 son portail e-commerce dans le cadre d'une stratégie de distribution multicanal.

Loin d'être une simple vitrine on-line des activités en magasin, le site [www.t-a-o.com](http://www.t-a-o.com) a pour ambition de contribuer de façon significative à l'augmentation du chiffre d'affaires global de l'enseigne grâce à un site marchand performant.

*« L'objectif du site marchand est de servir et d'assurer le relais on-line dans le but de valoriser les opérations commerciales des magasins tout en rendant accessible la mode des 0-12 ans, notamment auprès de la cible féminine »,* explique Maxime Sarrade, Managing Director de LSF Interactive.

LSF Interactive fournit à Tape à l'Oeil, via son outil de collecte naturelle d'opt-in dénommé DualOptin, des profils 100 % opt-in (collecte de profils qualifiés comprenant a minima une adresse e-mail « opt-in » – c'est-à-dire qui accepte de recevoir une information) à partir des pages d'enregistrement sur des sites internet partenaires qui alimentent directement la base de données de l'annonceur. Ces profils sont alors retravaillés directement par l'équipe e-commerce de Tape à l'Oeil à la fréquence d'un e-mail par semaine.

Cette action s'inscrit donc dans une approche ROI (return on investment) de la part de Tape à l'Oeil. Les actions de PRM (prospect relationship management) menées alternent entre offres commerciales et e-mails d'informations générales afin d'optimiser la relation avec le prospect ainsi collecté.

*« A ce jour plus de 60 000 profils opt-in ont été collectés grâce à LSF Interactive, »* précise Frédéric Deconinck, Directeur des Activités Internet de Tape à l'Oeil, *« permettant ainsi d'accroître notre base de manière qualitative. Nous mixons différents leviers, et notre outil d'analyse comportementale croisé aux statistiques d'envoi d'e-mailing nous permet de constater que la collecte naturelle d'opt-in est l'un des leviers qui fonctionne le mieux. »*

LSF Interactive a développé en France sa solution propriétaire dénommée DualOptin. L'équipe DualOptin, dirigée par Xavier Pellerin, a bâti un système entièrement automatisé pour gérer la collecte, le dé-doublonnage et l'envoi des profils en temps réel. L'interface de DualOptin, accessible en ligne, permet la mise en place et la gestion des offres de collecte naturelle d'opt-in en quelques clics. Fort d'un réseau de plus de 200 éditeurs partenaires, DualOptin sert les campagnes de plus de 200 clients. L'accent a été mis dès le départ sur la qualité des éditeurs et le mode de collecte entièrement naturel (sans incentive : cadeaux, points ou autres), ce qui permet aujourd'hui à DualOptin de traiter et de livrer environ un million de profils par mois à l'ensemble de ses clients depuis le début de l'année 2008. Ce volume positionne LSF Interactive comme l'acteur leader en France sur le marché de la collecte naturelle d'opt-in.

#### **A propos de LSF Interactive**

LSF Interactive est une agence intégrée de marketing interactif qui met en œuvre tous les leviers internet (référencement naturel, référencement payant, animation de réseaux sociaux, display, e-mailing et affiliation) pour fournir à ses clients des contacts qualifiés (visiteurs, leads, acheteurs) et augmenter leurs revenus en ligne.

LSF Interactive propose un modèle bien spécifique qui permet de partager le risque publicitaire avec ses clients en leur offrant une solution unique de paiement à la performance. LSF Interactive s'appuie notamment sur un réseau international de partenaires affiliés de plus de 300 éditeurs sélectionnés pour la qualité de leur audience, sur des compétences pointues dans le search (référencement gratuit et payant) et dans l'animation de réseaux sociaux, sur un savoir-faire en achat média (e-mails et bannières), sur la plateforme DualOptin leader en Europe pour la collecte naturelle d'opt-in, et sur une expertise en développement et promotion de jeux-concours.

LSF Interactive élabore des campagnes en ligne intégrées pour les plus grandes marques, et travaille aussi bien en direct avec les annonceurs qu'avec leurs agences.

LSF Interactive est une division du groupe LSF Network, créé en 1999 et implanté à San Francisco et Boston (USA), à Paris (France) et à Hyderabad (Inde).

Pour en savoir plus : [www.lsfinteractive.fr](http://www.lsfinteractive.fr)

## **Pour plus d'informations**

### **Point Virgule Relations Presse**

Karine Blanc / Sandra Laberenne

9, avenue de Clichy

Tél. : 01 73 79 50 65

Mob. : 06 26 93 71 80

[kblanc@pointvirgule.com](mailto:kblanc@pointvirgule.com)