



LSF Interactive assure le référencement payant de PayPal sur une base de paiement à la performance

Paris, le 16 décembre 2008 – LSF Interactive, agence intégrée de marketing en ligne spécialisée dans la conquête de trafic qualifié, accompagne PayPal dans sa stratégie SEM (Search Engine Marketing ou référencement payant / liens sponsorisés) sur la France depuis août 2008, avec pour objectif principal de faire baisser son coût d'acquisition de clients. LSF applique un système unique de rémunération 100 % à la performance : PayPal ne prend aucun risque et s'assure un bon ROI.

PayPal, filiale du groupe eBay spécialisée dans les solutions de paiement sur Internet, permet aux entreprises ou aux particuliers d'envoyer et de recevoir des paiements en ligne de manière pratique et sécurisée. PayPal utilise tous les leviers internet pour recruter des clients, dont le SEM. Depuis août 2008, les campagnes SEM, qui jusqu'alors étaient gérées par PayPal en interne, ont été confiées à l'agence LSF Interactive.

Le principal enjeu de PayPal vise à augmenter le recrutement de clients tout en faisant baisser le coût d'acquisition de plus de 30 %. « Pour recruter un maximum de clients et atteindre cet objectif, notre équipe SEM a complètement restructuré le compte de PayPal. Nous avons optimisé la campagne au quotidien avec un travail précis et une intervention manuelle sur les mots clés, les annonces et les URL », explique Siham Karim, Directrice du département SEM de LSF Interactive.

Agence intégrée axée sur la performance, LSF Interactive a par ailleurs proposé à PayPal un système unique de rémunération. Deux variables conditionnent sa rémunération : le volume et le coût d'acquisition. « Contrairement à une rémunération classique basée sur un pourcentage fixe, ce modèle 100 % à la performance permet à PayPal de ne prendre aucun risque et de se garantir un bon ROI (Return On Investment) grâce à la maîtrise de son coût d'acquisition », précise Philippe Lourenço, qui dirige chez LSF le pôle Business Development.

LSF Interactive séduit de plus en plus d'annonceurs en indexant directement sa rémunération sur sa capacité à livrer les volumes attendus à un coût d'acquisition défini à l'avance.

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 : <http://www.lsfinteractive.fr>

Pour plus d'informations

Point Virgule Relations Presse

Karine Blanc / Sandra Laberene – Tél. : 01 73 79 50 65 – Mob. : 06 26 93 71 80 – kblanc@pointvirgule.com