



LSF Interactive recrute pour Blancheporte

Paris, le 16 novembre 2009 – Blancheporte, enseigne du groupe 3 Suisses, confie à LSF Interactive, agence-conseil intégrée de marketing en ligne, sa campagne d'acquisition de prospects, via la co-registration et la mise en place d'un jeu-concours. LSF accompagne Blancheporte dans son programme de fidélisation en déployant une mécanique efficace de PRM / CRM (*Prospect Relationship Management / Client Relationship Management*).

Sur le secteur très concurrentiel de la VPC, il s'avère particulièrement difficile de trouver de nouveaux prospects. La première vague de collecte en co-registration lancée en décembre dernier s'étant révélée probante en termes de réactivité des leads, LSF relance une nouvelle campagne, via DualOptin, son outil propriétaire de collecte naturelle d'opt-in qui s'appuie sur un puissant réseau privé de partenaires. LSF sélectionne des éditeurs en affinité avec l'univers du vériciste, et fournit ainsi à Blancheporte des contacts qualifiés qui présentent un taux de transformation intéressant. La campagne de co-registration se déroule en deux temps : collecte de l'opt-in puis traitement immédiat du prospect pour maximiser la transformation en clients.

LSF étend par ailleurs sa collaboration avec Blancheporte avec la mise en place d'un jeu-concours autour du voyage. Ce jeu a pour but de recruter des prospects, de requalifier la base existante et de dynamiser le trafic du site.

En combinant pour Blancheporte ces deux leviers, co-registration et jeu-concours, LSF assure le recrutement d'un nombre important de prospects, initie le tunnel de conversion en clients et qualifie les prospects existants.

A propos de LSF Interactive

LSF Interactive est une société leader intégrée de marketing en ligne présente en Europe, aux Etats-Unis et en Asie, et spécialisée dans la conquête et la fidélisation de visiteurs, membres, prospects ou acheteurs pour les sites internet de ses clients. Dotée de l'ensemble des expertises permettant de répondre aux problématiques e-marketing globales de ses clients, LSF les accompagne dans la conception et la réalisation de leurs stratégies et les aide à augmenter leurs revenus en ligne.

LSF permet à ses clients de collecter des leads qualifiés via la co-registration et l'affiliation, en s'appuyant sur un réseau international d'éditeurs sélectionnés pour la qualité de leur audience et surtout leur capacité à livrer plusieurs millions de leads par mois. A cela s'ajoute un savoir-faire complet en référencement naturel et payant, en animation de réseaux sociaux, en achat média, en création de newsletters, en développement et promotion de jeux-concours, et en enrichissement de leads. L'offre de LSF se complète d'une expertise eCRM (Customer Relationship Management) pour aider ses clients à exploiter efficacement leurs bases de membres, prospects et/ou clients via des actions de marketing relationnel.

LSF se distingue par son modèle de rémunération axé sur la performance qui permet de partager le risque publicitaire avec ses clients, et par un suivi personnalisé et rigoureux de chaque campagne.

LSF Interactive est une division du groupe LSF Network, créé en 1999, et connaît actuellement un fort développement mondial.

Pour en savoir plus : www.lsfinteractive.fr

Rejoignez LSF sur Twitter : twitter.com/lsparis

Pour plus d'information : Laure Sommervogel – Tél. : 01 58 05 29 42 – lsommervogel@lsfinteractive.com