

## **LSF Interactive nomme Nicolas Oyarbide à la tête de son département eCRM**



**Paris, le 15 mars 2010 – LSF Interactive, agence-conseil intégrée de marketing en ligne, annonce la nomination de Nicolas Oyarbide au poste de Directeur du département eCRM. Nicolas intègre LSF après avoir travaillé six ans chez SFR.**

Le pôle eCRM nouvellement créé au sein de LSF met en œuvre l'ensemble des techniques de CRM (*Customer Relationship Management*) appliquées au web-marketing, pour aider les clients de l'agence à extraire le plus de valeur de la clientèle de leurs sites. Nicolas Oyarbide, 30 ans, prend la direction de cette nouvelle entité ; il s'agit d'une création de poste.

Diplômé de l'Ecole Supérieure de Commerce de Paris (ESCP-EAP) en 2003, Nicolas intègre la société SFR en 2004 en tant que Chef de marché Marketing relationnel / Stratégie de fidélisation. Il est ensuite nommé Chef de Produit CRM Internet Mobile en 2007, fonction qu'il exerce jusqu'à son arrivée chez LSF.

*« En rejoignant LSF, j'ai intégré une équipe dont l'expertise internet n'est plus à prouver, et qui a compris l'importance de la fidélisation. Nous partageons l'ambition de construire un pôle eCRM performant. De plus, LSF est une structure solide, à taille humaine, ce que je recherchais, »* indique Nicolas.

*« L'offre eCRM vient compléter la palette des expertises de LSF de manière à nous faire passer d'un marketing de la performance limité à la conquête à un marketing de la performance piloté par la fidélisation. Nicolas nous apporte une expérience solide du marketing relationnel et de la fidélisation qui va significativement contribuer à notre développement, »* ajoute Maxime Sarrade, Directeur Général LSF Interactive.

---

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

LSF Interactive est une agence-conseil de marketing en ligne 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 ses plateformes propriétaires DualOptin et Adrenalead fortes d'un réseau international d'éditeurs sélectionnés pour la qualité de leur audience et surtout capables de livrer plusieurs millions de leads par mois. A cela s'ajoute un savoir-faire en achat média, en création de newsletters, en développement et promotion de jeux-concours, et en enrichissement de leads.

LSF dispose en parallèle de compétences pointues dans le search, via le référencement naturel et payant, et dans l'animation de réseaux sociaux.

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 implanté à San Francisco (USA), à Paris (France) et à Hyderabad (Inde), et connaît actuellement un fort développement sur l'Europe.

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

Rejoignez LSF sur Twitter : [twitter.com/lsfparis](https://twitter.com/lsfparis)

**Pour plus d'information** : Laure Sommervogel, Chargée de Communication – Tél. : 01 58 05 29 42 – [lsommervogel@lsfinteractive.com](mailto:lsommervogel@lsfinteractive.com)

**Contact presse** : Sandra Laberrenne – Meiji Communication  
Tél. : (06) 43 19 13 88 – [slaberrenne@meiji-communication.com](mailto:slaberrenne@meiji-communication.com)