

LSFe-tourisme publie une étude sur la communication digitale des Palaces français

Paris, le 1^{er} septembre 2011 – LSFe-tourisme, division dédiée aux métiers du voyage et du tourisme de LSFinteractive, s'est penchée sur les modes et moyens de communication des hôtels d'exception. Les résultats de cette étude "*Palaces numériques, quelle communication digitale pour les établissements haut de gamme ?*" sont publiés aujourd'hui.

Début 2011, le Secrétariat d'Etat au Tourisme a voulu promouvoir l'excellence à la française en publiant la première liste des établissements français estampillés "Palace". Les hôtels promus à ce titre sont parmi les plus grandes enseignes de France et répondent à des critères bien précis en termes de prestation et d'accueil des voyageurs.

Mais qu'en est-il du pendant numérique de ces établissements ? Comment le Meurice, le Cheval Blanc ou le Plaza Athénée traduisent-ils ce label d'exception sur Internet ? S'agit-il de mettre en avant une expérience atypique, une somme de services, ou de proposer aux futurs clients des options pratiques ? Et à l'heure où les sites d'intermédiation sont encore les rois du Net, les Palaces tiennent-ils bien leur réputation auprès des internautes ?

LSFe-tourisme dresse un premier portrait des "Palaces numériques" et tente de définir ce qu'est aujourd'hui la norme de communication de ces hôtels d'exception sur les médias numériques.

Etude disponible gratuitement :

<http://www.lsfetourisme.com/2011/08/29/palaces-numerique-quelle-communication-digitale-pour-les-etablissements-haut-de-gamme/>

A propos de LSFe-tourisme

LSFe-tourisme est la division dédiée aux métiers du voyage et du tourisme de LSFinteractive, agence de marketing et de communication sur internet. Forte de plusieurs années d'expérience dans l'accompagnement de grandes marques et d'acteurs institutionnels dans leurs stratégies digitales, LSFe-tourisme constitue un interlocuteur unique et spécialisé dans la conception des stratégies numériques, vers plus de performances et de résultats.

A propos de LSF Interactive

LSFinteractive est une agence conseil en marketing et communication sur internet qui a pour objectif d'aider ses clients à renforcer leur image, leur notoriété, leur trafic et/ou leurs revenus en ligne. A partir d'une réflexion de stratégie digitale, LSFinteractive décline des programmes d'achats media en ligne et/ou de fidélisation. Le **conseil en stratégie digitale** détermine les voies et moyens pour maximiser le « Business ImpactTM » des campagnes en ligne et leur retour sur investissement, les indicateurs de performance (KPI) étant préalablement définis. L'**achat média en ligne** met en œuvre la stratégie digitale en visant à générer de la visibilité, de l'audience qualifiée, des inscrits, des membres et/ou des ventes via notamment le display, l'affiliation, la co-registation, les réseaux sociaux, mais aussi le référencement naturel et payant sur les moteurs de recherche. La **fidélisation** est assurée d'une part via la connaissance et l'animation des bases de prospects et/ou clients (e-CRM), et d'autre part via la conception, la mise en place et la gestion de programmes de fidélité au travers de LSFloyalty, filiale de LSFinteractive. Aujourd'hui implanté aux Etats-Unis (San Francisco, San Diego, Chicago et Philadelphie), en Serbie (Belgrade) et en France (Paris), le groupe LSFinteractive compte cent dix collaborateurs.

Pour en savoir plus : www.lsfinteractive.fr – www.lsfetourisme.fr
Rejoignez LSF sur Twitter : twitter.com/lsfparis – twitter.com/lsfetourisme

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

Contact presse : Sandra Laberrenne – Meiji Communication
Tél. : 06 43 19 13 88 – slaberrenne@meiji-communication.com