



Isabelle GIRE
Responsable de la
Communication Externe
www.apec.fr

Étude de cas client : Campagne de Branding



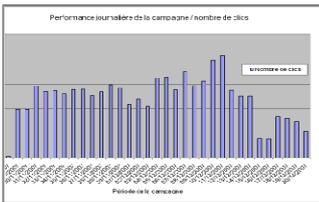
Chiffres clés de campagne

- 3 créations vidéos en parallèle (une par cible de communication)
- Diffusion sur 20 à 30 supports par campagne
- Exposition : 49 000 000 PAP sur deux vagues
- Visiteurs générés : 75 000
- Taux de unmute* / vidéo plays : 0.48 % (*mise 'on' du son sur une vidéo)

“

L'Apec cherchait une agence spécialisée pour la conseiller sur son média planning Internet. Une expertise média pour toucher ses 3 cibles : étudiants, JD et cadres en activité en achats médias. Nous apprécions les prestations de LSF Interactive et avons lancé depuis plusieurs campagnes avec eux.

”



La problématique

Dans le cadre du lancement d'une campagne TV à l'automne 2007, l'Apec a souhaité compléter son dispositif par la mise en œuvre d'une campagne de visibilité on-line.

Les objectifs de campagne on-line :

- Assurer de la visibilité à l'APEC,
- Faire un média planning de sites les plus en adéquation avec les cibles des cadres en activité, des jeunes diplômés et des étudiants.



La recommandation stratégique de LSF Interactive

Capter les cibles de communication de l'Apec par une approche mixant « Branding et Performance » en adoptant deux axes principaux de ciblage.

- Internautes « Captifs Actifs » aux opportunités professionnelles (sites de niche ultra ciblés),
- « Surfeurs Passifs » correspondants à la cible, captés sur les carrefours d'audience avec des temps forts à 100% de PDV sur une journée pour couvrir l'aspect Branding.

Une stratégie déployée sur deux vagues de campagne pour permettre une optimisation optimale des résultats et du budget.

“

La capacité de l'agence LSF Interactive à négocier et à optimiser à la fois nos campagnes et nos investissements est tout à fait appréciable. Leurs prestations correspondent parfaitement à nos attentes en termes de conseil et de résultats de campagne.

”



L'Apec retient LSF Interactive pour mener ses campagnes de Branding

La première vague de campagne a été lancée en octobre 2007. Depuis cette campagne test, l'Apec a renouvelé sa confiance à l'agence LSF Interactive sur deux autres campagnes.

LSF travaille main dans la main avec l'agence conseil en charge de la stratégie sur ce budget pour assurer à l'Apec une prestation à la fois percutante en termes de création et efficace dans son déploiement on-line.

« LSF Interactive a l'avantage d'être une agence qui lie "Proximité" et "Expertise". L'équipe a su répondre à nos besoins pour toucher des cibles pointues et diffuses sur Internet. Nous sommes satisfaits de leur approche Conseil et des optimisations qui sont réalisées sur nos campagnes », précise Isabelle Gire.

Interview réalisée par Nathalie Pottier, npottier@lsf-corp.com_ 17 juin 2008.



we deliver more results per campaign
www.lsfinteractive.com usa +1.650.616.3909 europe +33.1.5805.1158

LSF Interactive [a division of LSF Network Inc] provides integrated online marketing campaigns on a pay-only-for-results basis. This approach provides less risk and more results per campaign.

