



**LSF Interactive conforte sa position
de leader en « co-registation »
avec sa solution DualOptin**



Paris, le 13 mai 2008 – Lancée début 2007, DualOptin, la solution de « co-registation » de LSF Interactive, agence intégrée de marketing en ligne, connaît une très forte croissance et une forte pénétration auprès des clients et des éditeurs.

La « co-registation » est une méthode de collecte de profils qualifiés (comprenant a minima une adresse e-mail « opt-in » – c'est-à-dire qui accepte de recevoir une information) à partir des pages d'enregistrement sur des sites internet partenaires.

Conçue en 2006 à partir de techniques déjà déployées par LSF aux États-Unis, LSF Interactive a développé en France sa solution propriétaire dénommée DualOptin. L'équipe DualOptin, dirigée par Xavier Pellerin, a bâti un système entièrement automatisé pour gérer la collecte, le dé-doublonnage et l'envoi des profils en temps réels. L'interface de DualOptin, accessible en ligne, permet la mise en place et la gestion des offres de « co-registation » en quelques clics. Fort d'un réseau de 200 éditeurs partenaires, LSF Interactive sert les campagnes de plus de 200 clients. L'accent a été mis dès le départ sur la qualité des éditeurs et le mode de collecte entièrement naturel (sans incentive : cadeaux, points ou autres), ce qui permet aujourd'hui à LSF Interactive de traiter et de livrer environ un million de profils par mois à l'ensemble de ses clients depuis le début de l'année 2008.

La qualité des profils recrutés et la puissance de frappe de cet outil séduisent les clients dont plus de 60 % ont recommandé parmi ceux qui ont travaillé pour la première fois avec LSF Interactive en 2008. Les annonceurs se constituent ainsi des bases de données de profils qualitativement sélectionnés et 100 % opt-in, à partir desquels peuvent être déployées, par LSF ou par le client lui-même, les techniques de CRM et/ou de PRM (Prospect Relationship Management).

Les clients servis par DualOptin couvrent tous les secteurs d'activité, avec une importance particulière sur les voyageurs, le secteur de la vente privée, et plus généralement l'e-commerce, avec des noms prestigieux comme Intermarché, Barclay's, XL Voyages, Chateauonline, Pixmania, Peugeot.

LSF Interactive élabore des campagnes de marketing en ligne pour ses clients en actionnant tous les leviers du web, sur une base de paiement à la performance, et gère des campagnes pour Le Figaro, France 24, mais aussi Ipsos et Clarins, MMA ou Arval. Parmi les leviers utilisés, DualOptin est une solution innovante dont le poids dans le chiffre d'affaires de LSF Interactive est passé de zéro au début de l'année 2007 à environ 30 % en 2008 alors que l'activité globale de LSF Interactive dans le même temps a doublé.

Ce faisant, LSF Interactive a, sur ce marché de la « co-registation », acquis une position de leader qu'elle entend fortifier significativement dans les mois à venir. Des initiatives en ce sens seront prochainement annoncées.

A propos de LSF Interactive

LSF Interactive est une division du groupe LSF Network, créé en 1999. Installée dans la Silicon Valley, à Paris et à Hyderabad (Inde), LSF Interactive élabore des campagnes en ligne intégrées pour les plus grandes marques. Le groupe travaille directement avec les annonceurs et leurs agences et fournit à ses clients des contacts qualifiés (visiteurs, leads, clients) sur une base de paiement à la performance via l'ensemble des principaux canaux de distribution internet qui incluent notamment un réseau partenaire affilié de plus de 200 éditeurs sélectionnés pour la qualité de leur audience, et des compétences pointues dans le search et l'e-mail et les autres leviers disponibles sur internet.
Pour en savoir plus : <http://www.lsfinteractive.fr>

Pour plus d'informations

Point Virgule Relations Presse
Karine Blanc / Sandra Laberrenne
9, avenue de Clichy
Tél. : 01 73 79 50 65
Mob. : 06 26 93 71 80
kblanc@pointvirgule.com