



## ***Site e-commerce de proximité :***

### **Intermarché opte pour la co-registation selon LSF Interactive**

**Paris, le 26 juin 2008 – Lancée début 2007, DualOptin, la solution de « co-registation » de LSF Interactive, agence intégrée de marketing en ligne, a permis à Intermarché, le au groupe de grande distribution français, de développer sa base de données clients tout en les « géolocalisant ».**

L'enseigne Intermarché a lancé son concept de cybermarché en avril 2004 sous la forme d'un test auprès de 15 magasins. Le but était de vérifier la viabilité de ce service de e-commerce. Au vu des retours positifs, l'enseigne compte déjà plus de 120 points de vente e-commerce en mai 2008.

Face à la réussite de ses sites cybermarchands, Intermarché a souhaité développer son offre en « géolocalisant » son concept afin de proposer à ses clients de commander en ligne sur le site <http://www.intermarche.com/> et d'être livrés par le magasin le plus proche de chez eux : une offre positionnée « Prix Discount » et « Proximité ».

*« Recruter des prospects dans la zone de chalandise des points de vente qui proposent le concept de "picking" en magasin, tel était l'enjeu d'Intermarché. Grâce à notre solution unique de co-registation ciblée et localisée, DualOptin, nous avons pu mener ce challenge »,* précise Maxime Sarrade, Managing Director de LSF Interactive.

Après une phase de test portant sur le recrutement de nouveaux clients, Intermarché a choisi d'augmenter ses objectifs grâce à la solution de co-registation DualOptin de LSF Interactive, méthode de collecte de profils qualifiés (comprenant a minima une adresse e-mail « opt-in » – l'internaute ayant accepté de recevoir les offres d'Intermarché, et ce en fonction de sa zone d'habitation) à partir des pages d'enregistrement sur des sites Internet partenaires. Les contacts ainsi recrutés pour Intermarché correspondent aux zones de chalandise des points de vente e-commerce. Dès qu'un profil est recruté, il alimente la base de données de l'enseigne.

L'équipe de co-registation de LSF Interactive mène alors une stratégie de PRM (Prospect Relationship Management) pour inciter le prospect à commander en ligne.

*« Nous mesurons la qualité du lead par rapport au taux de désinscription »,* précise Jean-Michel Balaguer, Responsable Internet chez Intermarché. *« Ce taux est très faible pour les leads collectés par LSF Interactive. Au vu des ces résultats positifs, et après avoir testé plusieurs modèles de recrutement, et notamment de la location de fichier, nous avons finalement décidé de consacrer une partie de notre budget de recrutement sur la co-registation avec l'outil DualOptin de LSF Interactive. L'opération de recrutement menée via LSF Interactive nous a permis de recruter plus de leads de meilleure qualité. »*

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. Forte 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.

### **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](mailto:kblanc@pointvirgule.com)