



LSF Interactive accompagne Bruno Saint Hilaire pour ses campagnes on-line

Paris, le 14 octobre 2008 – Pour accompagner le lancement de son nouveau concept de marque et accroître sa notoriété sur le web, Bruno Saint Hilaire a confié début septembre la gestion de ses campagnes internet à LSF Interactive, agence intégrée de marketing en ligne spécialisée dans la conquête de trafic qualifié : en un mois le nombre de visites sur le nouveau site de Bruno Saint Hilaire a été multiplié par vingt.

Bruno Saint Hilaire, acteur majeur sur le marché spécialisé du prêt-à-porter auprès de la cible senior et pionnier dans le vêtement dit « intelligent » et « innovant », change d'image de marque avec sa campagne Forever Young orchestrée par June Twenty First. Pour relayer son nouveau positionnement, Bruno Saint Hilaire a confié à LSF Interactive la gestion de ses campagnes on-line.

L'un des principaux enjeux de Bruno Saint Hilaire est sa visibilité sur internet :

« *Nous intervenons dans le cadre d'un repositionnement d'image et de la création d'un nouvel univers de marque pour Bruno Saint Hilaire* », explique Charles-Édouard Rougé, Directeur du Service Clients de LSF Interactive, qui ajoute : « *Il s'agit donc de donner à la marque, sur la durée, une visibilité maximale sur le web et de développer sa notoriété.* »

LSF Interactive gère aujourd'hui pour Bruno Saint Hilaire différents leviers d'acquisition de trafic tels que le SEM (Search Engine Marketing, ou référencement payant), le SEO (Search Engine Optimisation, ou référencement naturel), et l'OMB (Online Media Buying) : campagnes d'affichage via des bannières vidéo, et campagnes d'affiliation avec un jeu-concours. En plus des actions d'acquisition de trafic, LSF Interactive accompagne Bruno Saint Hilaire dans sa stratégie de déploiement sur internet.

LSF Interactive travaille en partenariat avec June Twenty First, l'agence de conseil en communication de Bruno Saint Hilaire qui a aussi assuré la création du site.

Les opérations mises en place par LSF Interactive visent à diriger l'internaute vers le nouveau site de Bruno Saint Hilaire : **www.foreveryoung.fr** – Des vêtements intelligents et élégants conçus pour être libre. Charles-Édouard précise : « *Les campagnes sont relayées sur des sites portails à forte audience, tels Radio France, Le Figaro, ou encore L'Équipe.* »

« *En confiant notre budget web-marketing à LSF Interactive, nous avons bénéficié des expertises pointues d'une agence intégrée. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : dès le premier mois, le nombre de visites sur notre site a été multiplié par vingt* », se réjouit Valérie Latge-Prion, Directrice Marketing de Bruno Saint Hilaire.

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, qui travaille aussi bien en direct avec les annonceurs qu'avec leurs agences, 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. LSF Interactive s'appuie notamment sur un réseau international de partenaires affiliés de plus de 300 éditeurs sélectionnés pour la qualité de leur audience, sur des compétences pointues dans le search (référencement gratuit et payant), sur un savoir-faire en achat média (e-mails et bannières), sur la plateforme DualOptin leader en Europe pour la collecte naturelle d'opt-in, et sur une expertise en développement et promotion de jeux-concours.

Pour en savoir plus : **<http://www.lsfinteractive.fr>**

Pour plus d'informations

Point Virgule Relations Presse

Karine Blanc / Sandra Laberrenne – Tél. : 01 73 79 50 65 - Mob. : 06 26 93 71 80 – **kblanc@pointvirgule.com**