



LSFinteractive étoffe ses équipes Online Campaigns et Search

Paris, le 14 mars 2011 – LSFinteractive, agence de marketing et communication sur internet, annonce la nomination de Aurélie Halama et de Stéphanie Dessailly.



Aurélie Halama, 27 ans, rejoint au sein de LSFinteractive l'équipe **Online Campaigns** dirigée par Laurence Riva, au poste de **Senior Account Manager**. Il s'agit d'une création de poste. Le département Online Campaigns gère l'ensemble des campagnes médias en ligne (hors Search), qui comprennent notamment les campagnes d'affiliation et les campagnes à la performance, les campagnes display, les jeux-concours et la co-registation.

Aurélie vient de chez **Netbooster** où elle était Consultante Marketing à la performance depuis 2006, après avoir travaillé un an chez **Fnac Direct** en tant qu'Assistante marketing direct.

Aurélie détient un Master Marketing et Commerce obtenu en 2009 à l'ESGCI-Paris.

Stéphanie Dessailly, 27 ans, intègre LSFinteractive au poste d'**Account Manager, Search & SMO**. Il s'agit d'une création de poste. Le pôle Search & SMO, dirigé par Charlotte Huger, gère les problématiques de Search Engine Marketing (SEM), d'une part en Search Engine Advertising (SEA) ou référencement payant, d'autre part en Search Engine Optimization (SEO) ou référencement naturel, et couvre également le Social Media Optimization (SMO) ou référencement sur les médias sociaux.

Stéphanie travaillait auparavant chez **Havas Digital** depuis 2008 en tant que Chargée Média Senior Search & Performance.

Stéphanie détient un Master 1 Marketing option Conseil Marketing obtenu en 2006 à l'Ecole de management Léonard de Vinci (Paris) et un Master 2 Management et Affaires Internationales de l'European Business School (Paris) et du Manhattan Institute of Management (New York) obtenu en 2007.



A propos de LSF Interactive

LSFinteractive est une agence de 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 Impact™ » 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 – Rejoignez LSF sur Twitter : twitter.com/lsfparis

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