



LSFinteractive crée une filiale : LSFloyalty

Paris, le 21 mars 2011 – L'agence de marketing et communication sur internet, LSFinteractive, annonce la création d'une filiale, LSFloyalty, spécialisée dans la conception, la mise en place et la gestion de programmes de fidélisation.

A partir d'une réflexion de stratégie digitale, LSFinteractive décline des programmes d'achats média en ligne (via notamment le display, l'affiliation, la co-registation, les réseaux sociaux, mais aussi le référencement naturel et payant sur les moteurs de recherche) et des programmes de fidélisation via l'e-CRM (Customer Relationship Management). Avec la création de LSFloyalty, l'agence enrichit ses solutions de fidélisation.

Intégrée au groupe LSFinteractive fin 2010, LSFloyalty se spécialise dans le conseil, l'accompagnement et le développement de programmes de fidélisation et d'animation de réseaux permettant de valoriser et de récompenser la fidélité de clients, collaborateurs ou partenaires, et s'appuyant, le cas échéant, sur des cartes réelles ou virtuelles de toute nature (plastiques, dématérialisées, crédit et bancaires).

Quatre directeurs associés à la tête de LSFloyalty combinent leur expérience professionnelle pour jouer chacun un rôle bien précis dans l'entreprise : Marketing, Relationnel, Monétique, Développement.

« Ensemble, nous sommes capables de mixer le savoir-faire d'une banque et la puissance d'une marque, pour créer une carte bancaire affinitaire ou co-brandée », indique Aurore Vast, directrice associée de LSFloyalty, qui ajoute : *« Forts de notre expérience en fidélisation on-line et off-line, nous avons choisi de nous associer à LSFinteractive pour activer une évidente synergie entre nos activités. »*

« L'intégration de LSFloyalty au sein de LSFinteractive nous permet de diversifier et d'élargir l'offre de fidélisation que nous proposons à nos clients. LSFloyalty nous apporte par ailleurs un portefeuille de clients et prospects auxquels nous pouvons proposer nos services de web-marketing. C'est une association dont le potentiel s'avère déjà très constructif pour nos clients », précise Maxime Sarrade, directeur général de LSFinteractive et président de LSFloyalty.

A propos de LSF Interactive

LSFinteractive est une agence de marketing et de 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 média 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 fidélisation 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/lspfparis

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