



Mont Roucoux choisit LSFinteractive comme source d'animation sur Facebook

Paris, le 27 juin 2012 - Suite à une compétition, depuis le mois d'avril, LSFinteractive gère la promotion sur les réseaux sociaux de l'eau minérale naturelle Mont Roucoux, par le biais d'une page Facebook et d'un jeu concours.

Jaillissant à mille mètres d'altitude dans les montagnes du Haut-Languedoc, l'Eau Mont Roucoux possède des qualités de pureté et d'équilibre qui en font une eau de choix pour les futures mamans et les jeunes enfants. Consciente de la présence de cette cible sur les réseaux sociaux, Mont Roucoux a fait appel à LSFinteractive pour mettre en place sa stratégie communautaire.

« Compte tenu de notre positionnement marketing "Mont Roucoux, l'Eau Minérale Naturelle des Mamans et de leurs Bébé", de notre retard pris sur les réseaux sociaux particulièrement adaptés pour communiquer avec la Tribu "Mont Roucoux" et de la taille de notre société indépendante, nous avons décidé de confier notre Community Management à LSFinteractive. En effet, cette structure répondait le mieux à nos contraintes budgétaires et structurelles pour combler notre retard en part d'audience auprès des internautes de notre cible », témoigne **Christelle Lacaze**, Directrice Marketing Associée, **Sté des Eaux de Mont Roucoux**.

Pour répondre à ce besoin, et s'adresser à la cible particulière des futures et jeunes mamans, LSFinteractive a fait le pari d'une ligne éditoriale très précise sur le compte Facebook de Mont Roucoux. L'ensemble des communications mises en place par les Community Managers de l'agence doit confirmer les bienfaits de l'eau Mont Roucoux pour les jeunes enfants, mais également rester ludique pour susciter l'intérêt et l'engagement des internautes.

« L'Eau Mont Roucoux est un produit dont la cible naturelle est la femme enceinte, la jeune maman et son bébé. Il est important que toutes nos actions de Community Management sur la page Facebook s'intègrent dans la ligne éditoriale en accord avec les attentes de la cible. Ainsi l'ensemble de nos animations gravite autour de la thématique de la famille et du bien-être des bébés. Et parce qu'on ne joue pas avec la santé des bébés, chaque information diffusée sur Facebook est contrôlée et validée par le client », ajoute **Jacques-Edouard Duffour**, responsable du département Réseaux Sociaux chez **LSFinteractive**.

La stratégie d'animation communautaire de LSFinteractive se veut ainsi attractive et utile pour les jeunes mamans, Mont Roucoux confirmant par ce biais son statut d'accompagnant des mamans et bébés, avant même leurs premiers pas !

En parallèle du Community Management, LSFinteractive travaille à la mise en place de mécaniques ludiques visant à recruter de nouveaux fans autour de la marque. La première, lancée après les Elections Présidentielles, proposait de voter pour le bébé de l'année et a permis d'atteindre 20 000 fans. D'autres applications sont en préparation pour permettre à Mont Roucoux de continuer à développer sa relation privilégiée auprès de ses fans.

A propos de Mont Roucoux

« Mont Roucoux, l'Eau Minérale Naturelle des Mamans et de leurs Bébéés » parce qu'elle est :

- **Minérale** (= constante en composition tout au long de l'année)
- **Naturelle** (= exempte de tout traitement chimique ou additif)
- **Très faiblement minéralisée** (= traite l'organisme, et notamment les reins et intestins, en douceur)
- **Très pauvre en sodium** (= convient aux régimes pauvres en sodium)
- **Très pauvre en calcium** (= non calcaire)
- **Très pauvre en sulfates** (= traite l'organisme en douceur)
- **Très faiblement nitratée** (= traite l'organisme en douceur)
- **Légèrement acide** (= pour une meilleure assimilation digestive)

En ce sens, elle est présente sur tous les supports « Puériculture » (les troussees d'asilage dont la Boite Rose, le coffret Sages-femmes, la presse de la petite enfance, les Salons Baby , les congrès médicaux liés à la Maternité, sur les écrans publicitaires des Maternelles, ...)

A propos de LSFinteractive

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 média en ligne et/ou de fidélisation. Le conseil en stratégie digitale détermine les voies et moyens pour maximiser le « Business Impact TM » 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, sans oublier le marketing sur le mobile. 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

Pour plus d'information : Laure Sommervogel, Chargée de Communication
Tél. : 01 76 21 46 66 – lsommervogel@lsfinteractive.com

Contact presse : Sandra Laberrenne – Meiji Communication
Tél. : 06 43 19 13 88 – slaberrenne@meiji-communication.com