

## LSFinteractive mixe acquisition et fidélisation pour créer le « Customer Engagement™ »

Paris, le 26 septembre 2012 - L'agence de marketing et communication sur internet LSFinteractive développe un nouveau concept : le « **Customer Engagement™** » et nomme **Antoine Ruff**, spécialiste de l'e-CRM (Customer Relationship Management), à la tête de son département d'acquisition et de fidélisation.

Le « Customer Engagement™ » consiste à **développer et valoriser la relation avec l'internaute, et ce, dès le premier contact !**

*« Construire une relation durable avec l'internaute se fait dès la collecte : exploiter toutes les informations obtenues sur un internaute, dès son recrutement, permet de lui présenter plus rapidement des offres pertinentes, donc efficaces, et de favoriser son engagement vis-à-vis de la marque.*

*Cet engagement se traduira dans l'immédiat par une meilleure rentabilité des clients, et dans la durée par une loyauté accrue (fidélisation, recommandation, ...). Le Customer Engagement™ vise ainsi à allonger la durée de vie du client, et à augmenter sa valeur au cours de celle-ci », explique **Antoine Ruff**, Customer Engagement Director.*

Le concept de « Customer Engagement™ » impose une réflexion préparatoire approfondie avant de lancer la collecte de contacts, qu'il s'agisse d'opt-ins, de fans ou de simples visiteurs. **Avec cette logique, la façon dont les contacts se nouent, les outils et plateformes impliqués, les premiers messages diffusés prennent toute leur importance.** En fonction de ces paramètres, le potentiel et la valeur de chaque contact sont différents et doivent être pris en compte lors des opérations e-CRM.

Le « Customer Engagement™ » implique également une analyse complète du comportement de l'internaute au cours de son cycle de vie. Avec cette analyse, on sait comment toucher celui-ci au mieux, sur quelle plateforme (stratégie multicanale), avec quel message et comment réagir à toute action de sa part. **La marque qui maîtrise cette analyse peut ainsi favoriser une relation fortement personnalisée avec son client, et augmenter en conséquence la valeur de celui-ci.**

*« Cette enchaînement d'actions peut se traduire sur tous les business existant aujourd'hui sur internet. Pour un voyageur, c'est pouvoir identifier dès l'inscription par quelle offre un internaute a été attiré, sur quel canal il aura le plus de chance d'être touché et à quel moment de son parcours lui présenter des offres complémentaires. But ultime, c'est également savoir enfin quand et comment solliciter son avis en fin de séjour pour en faire un véritable ambassadeur ! », illustre **Antoine Ruff**.*



Pour incarner ce concept de « Customer Engagement™ », LSFinteractive a recruté Antoine Ruff. Antoine démarre sa carrière en 2003 chez VirginMega.fr en tant que Chef de projet webmarketing. En 2007 il intègre Nextdata, filiale du groupe Lagardère, au poste de Consultant e-CRM puis il est nommé Directeur e-CRM début 2009. En juillet 2012 Antoine rejoint LSFinteractive en tant que Directeur Associé. Pour adapter l'organisation interne à la démarche « Customer Engagement™ », Antoine a réuni en une seule et même *Business Unit* le pôle en charge de la collecte de contacts qualifiés (notamment via la plateforme de co-registation DualOptin) d'une part, et le pôle e-CRM d'autre part. Ainsi, la collecte d'internautes qualifiés et la recherche permanente de la satisfaction client dans le cadre d'un programme e-CRM personnalisé forment un ensemble

riche de sens. Le « Customer Engagement™ » permet de fait de **répondre aux objectifs business quantitatifs et qualitatifs des clients.**

## **A propos de LSFinteractive**

LSFinteractive est une agence de marketing et de communication sur internet qui accompagne ses clients, non seulement pour développer leur image, leur trafic et leurs revenus en ligne, mais aussi pour constituer et mieux valoriser leur capital prospects et clients. Ainsi, à partir d'une réflexion de stratégie digitale réalisée par des équipes spécialisées dans le marché du client, LSFinteractive décline sur les différents supports digitaux des programmes de référencement naturel, d'achats média (display, opérations spéciales, affiliation, e-mailing, liens sponsorisés, ad-exchanges, campagnes sur les réseaux sociaux, mobile, tablettes et télévisions connectées, ...) et de « Customer Engagement<sup>TM</sup> », regroupant acquisition et e-CRM.

Aujourd'hui implanté aux Etats-Unis (San Francisco, San Diego, Chicago, Philadelphie et Saint Louis), en Serbie (Belgrade) et en France (Paris, avec une cinquantaine de collaborateurs), le groupe GearyLSF compte plus de 200 collaborateurs.

Pour en savoir plus : [www.lsfinteractive.fr](http://www.lsfinteractive.fr) — [www.gearylsf.com](http://www.gearylsf.com)

Suivez notre actualité sur [www.twitter.com/LSFparis](https://www.twitter.com/LSFparis)

Contact LSF : **Laure Sommervogel, Chargée de Communication**  
Tél. : 01 76 21 46 66 – [lsommervogel@lsfinteractive.com](mailto:lsommervogel@lsfinteractive.com)

Contact presse : **Sandra Laberenne – Meiji Communication**  
Tél. : 06 43 19 13 88 – [slaberenne@meiji-communication.com](mailto:slaberenne@meiji-communication.com)