



Site e-commerce :

Piscine Center surfe avec LSF Interactive

Paris, le 23 septembre 2008 – Pour conforter sa position de leader sur un marché saisonnier et concurrentiel, Piscine Center a choisi LSF Interactive, agence intégrée de marketing en ligne, pour l'aider à accroître ses ventes sur son site.

Depuis plus de 20 ans, Piscine Center commercialise des piscines et leurs accessoires. L'enseigne est le leader de son secteur sur Internet. Le site de Piscine Center, www.piscine-center.net, dispose d'une plateforme de ventes en ligne et réalise 90 % du chiffre d'affaires de la société.

Au début de l'année 2008, afin de maintenir son avance sur la concurrence et de conforter sa position dominante sur Google tout en optimisant le CPC (coût par clic) moyen et en augmentant le volume des ventes, Piscine Center a choisi LSF Interactive pour l'accompagner dans sa stratégie SEM (search engine marketing ou référencement payant).

« Pour capter un maximum de prospects, notre équipe SEM a complètement restructuré le compte de Piscine Center. Nous avons optimisé la campagne au quotidien, avec un travail précis et une intervention manuelle sur les mots clés, les annonces et les URL », explique Maxime Sarrade, Managing Director de LSF Interactive.

« En confiant notre budget de liens sponsorisés à LSF Interactive, nous avons vu les ventes on-line augmenter de 30 % en moins d'un an », se réjouit Eric Boton, PDG de Piscine Center. *« Aujourd'hui notre ROI (return on investment) sur ce levier est de 6 : soit 6 € de CA généré pour 1 € investi ! »*

Piscine Center dispose d'un accès aux statistiques de campagne via un Extranet. Un reporting sur-mesure a été conçu par LSF Interactive pour permettre à Piscine Center de suivre en temps réel les indicateurs clés de l'activité e-commerce : le volume des ventes, le montant du panier, le numéro des commandes, ...

Dès la reprise du compte, LSF Interactive a appliqué une stratégie Long Tail en augmentant le nombre de mots clés, ce qui a permis de diviser par deux le CPC moyen sur l'ensemble de la campagne. La campagne, qui est optimisée quotidiennement, compte plus de 13 000 mots clés. LSF a également implémenté une protection contre les clics frauduleux via un système de détection des adresses IP.

« Grâce au tracking mis en place par LSF Interactive, nous pouvons suivre toutes les étapes du processus de commande. LSF nous adresse au quotidien le bilan des actions et des performances réalisées sur le site, avec des propositions d'optimisation. Nous identifions ainsi au jour le jour les mots clés les plus efficaces pour déclencher l'acte d'achat sur notre site », précise Eric Boton.

Aujourd'hui, le niveau de qualité (Quality Score) atteint sur la campagne Piscine Center est noté comme « Excellent » par Google.

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 co-registration, 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 Laberenne

9, avenue de Clichy

Tél. : 01 73 79 50 65

Mob. : 06 26 93 71 80

[**kblanc@pointvirgule.com**](mailto:kblanc@pointvirgule.com)