



## LSFinteractive recrute Laurence Riva au poste d'Associate Director, Online Campaigns



*Paris, le 16 février 2011* – LSFinteractive, agence conseil de marketing et communication en ligne, annonce la nomination de Laurence Riva, 32 ans, au poste d'Associate Director, Online Campaigns.

Laurence prend la direction du département Online Campaigns, issu du regroupement des pôles Affiliation et Co-registration. 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-registration. Laurence succède à Charles Bourasset qui dirigeait le pôle Affiliation et qui continue à assurer pour LSFinteractive des missions en tant que consultant, et à Xavier Pellerin qui dirigeait le pôle Co-registration avant de quitter LSFinteractive pour développer ses propres activités.

Laurence apporte à LSFinteractive une expertise de sept années dans le domaine du marketing digital. Elle débute sa carrière en septembre 2003 chez Carat Interactive (Isobar / Aegis Media) en tant que Chef de Projet eBusiness. En janvier 2006 elle intègre le groupe Nextedia, devenu depuis NextIdea, en tant que Chef de Groupe Affiliation. Un an après elle est promue Directrice Performance Marketing puis en novembre 2009 Directrice Expertise Audience. Laurence détient un Master en Marketing Communication et Stratégie Commerciale obtenu en 2003 à l'INSEEC Paris.

---

### A propos de LSF Interactive

LSFinteractive est une agence conseil en 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-registration, 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](http://www.lsfinteractive.fr) – Rejoignez LSF sur Twitter : [twitter.com/lsfparis](https://twitter.com/lsfparis)

**Pour plus d'information** : Laure Sommervogel, Chargée de Communication  
Tél. : 01 58 05 29 42 – [lsommervogel@lsfinteractive.com](mailto:lsommervogel@lsfinteractive.com)

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