



Clash-Media étend son activité européenne et ouvre un bureau en France

- **Cédric Stucki, nommé directeur général, pilotera les opérations françaises**
- **Le leadership international de Clash-Media permet aux entreprises françaises d'accéder à des leads qualifiés émanant de toute l'Europe et des Etats-Unis**
- **Image en haute résolution disponible [ici](#)**

Paris, le 9 février 2009 – Afin d'étendre ses activités en Europe, [Clash-Media](#), l'un des plus grands spécialistes européens du marketing en ligne, vient d'ouvrir un nouveau bureau à Paris et en a nommé directeur général l'un des spécialistes du secteur, Cédric Stucki.

Cédric sera chargé de développer l'offre de Clash-Media en matière de marketing en ligne à destination des entreprises françaises qui, pour la première fois, pourront bénéficier de leads hautement qualifiés en provenance des marchés français, mais aussi européen et américain. L'approche originale de la génération de prospects en ligne (Online Lead Generation, OLG) de Clash-Media permettra aux annonceurs de l'Hexagone d'augmenter de manière spectaculaire leurs taux de conversion.

Cédric Stucki apporte à Clash-Media sa connaissance approfondie du marketing direct et digital, ainsi que sa grande expérience du lancement et de la gestion de structures. Avant de rejoindre Clash-Media, Cédric était directeur général d'Adconion France, l'un des plus importants réseaux de communication interactive, où il était en charge de la supervision de tous les aspects commerciaux, opérationnels et relatifs au développement de l'activité française de la société. Auparavant, Cédric fut directeur commercial d'Adlead, spécialiste français de l'acquisition de prospects et clients en ligne, et de MIVA France (NASDAQ: MIVA), une entreprise qui, sous sa houlette, est devenue l'un des acteurs clefs de son secteur en France.

«Le marché français reste encore attaché au marketing direct 'off-line',» explique Cédric Stucki, directeur général de Clash-Media France. «Cependant, les entreprises commencent à réaliser les avantages que peut leur apporter – en termes de leads pertinents et qualifiés – une méthode de génération de prospects en ligne bien ciblée. La génération de prospects en ligne est l'une des techniques les plus fructueuse, l'une de celles dont le rapport coût/efficacité est le plus intéressant, au sein du mix marketing interactif, d'autant que la nouvelle implantation parisienne de Clash-Media permettra aux entreprises françaises de générer des leads commerciaux directs issus des marchés européen, britannique et nord-américain.»

«Il y a une urgence croissante pour les entreprises françaises, européennes et internationales, en particulier au vu des conditions économiques difficiles auxquelles nous sommes confrontés, d'atteindre leurs clients cibles,» ajoute Simon Wajcenberg, PDG de Clash-Media.

«Nous pouvons offrir aux entreprises françaises des prospects de qualité en France, de même que la possibilité d'accroître leurs activités en générant des leads venant d'Europe et des Etats-Unis.»

L'acquisition de prospects en ligne par Clash-Media: principes de fonctionnement

Les clients de Clash-Media peuvent opter pour un modèle au «coût par lead» (CPL) pour les prospects uniques, ce qui signifie que si l'entreprise a déjà obtenu un contact via une autre source, elle peut le dédupliquer. Cette souplesse permet aux entreprises de contrôler à tout moment le nombre de leads souhaité ainsi que leur budget marketing – un point crucial lorsqu'il s'agit de gérer une campagne marketing intégrée. Clash-Media conçoit des campagnes spécifiques à chaque client puis les prend en charge sur son réseau «leads & data» (Lead and Data Network), lequel comprend plus de 500 sites web et sites éditeurs incluant MSN, Tiscali et MySpace. Clash-Media fait alors appel à une technologie de pointe pour vérifier et nettoyer les profils qui peuvent être automatiquement et directement livrés à l'annonceur pour un suivi rapide.

A propos de Clash-Media:

Clash-Media, l'un des leaders mondiaux de l'acquisition de données marketing basée sur la performance, fait partie des pionniers des nouvelles techniques de génération proactive de leads en ligne. Son puissant réseau de génération de leads connecte les annonceurs aux consommateurs pour produire des leads qualifiés (c'est-à-dire décidés à participer), avec profil détaillé de leurs intérêts, en phase avec les spécifications exactes des annonceurs.

Clash-Media, créé en 2006, livre aujourd'hui près de cinq millions de leads qualifiés chaque mois pour des clients répartis tout autour du globe, dont Whiskas, Toyota, Cheapflights et AXA. Clash-Media possède actuellement des bureaux à Londres, New York, Copenhague, Munich et Paris, et planifie de s'étendre en Espagne et en Italie, puis en région Asie-Pacifique.

De plus amples informations sont disponibles sur www.clash-media.com

Manuela Whittaker

IBA – RP pour Clash-Media

Tél: +44(0)1780 721 433

E-mail: mwhittaker@iba-europe.com

Cédric Stucki

Clash-Media, France

Tél.: +33 (0)1 56 03 67 36

E-mail: cedric.stucki@clash-media.com