



kunde | vdz

Mailing zu Cross-Media Effizienz

►► Für die Cross-Media Sektion des VdZ (Verband Deutscher Zeitschriftenverleger) entwickelte KMF ein Mailing, um Marketing-Entscheider davon zu überzeugen, vermehrt auf Online-Marketing zu

setzen. Mit Hilfe von drei prägnanten Cross-Media Case-Studies der Partner Wrigleys, Fuji und Rimmel wurden schnell eingängige Fakten transportiert. Die jeweiligen Zugaben erhöhten die

Wirkung des Mailings und der Botschaften. Der Traffic auf der Crossmedia-Site des VdZ konnte signifikant gesteigert werden.