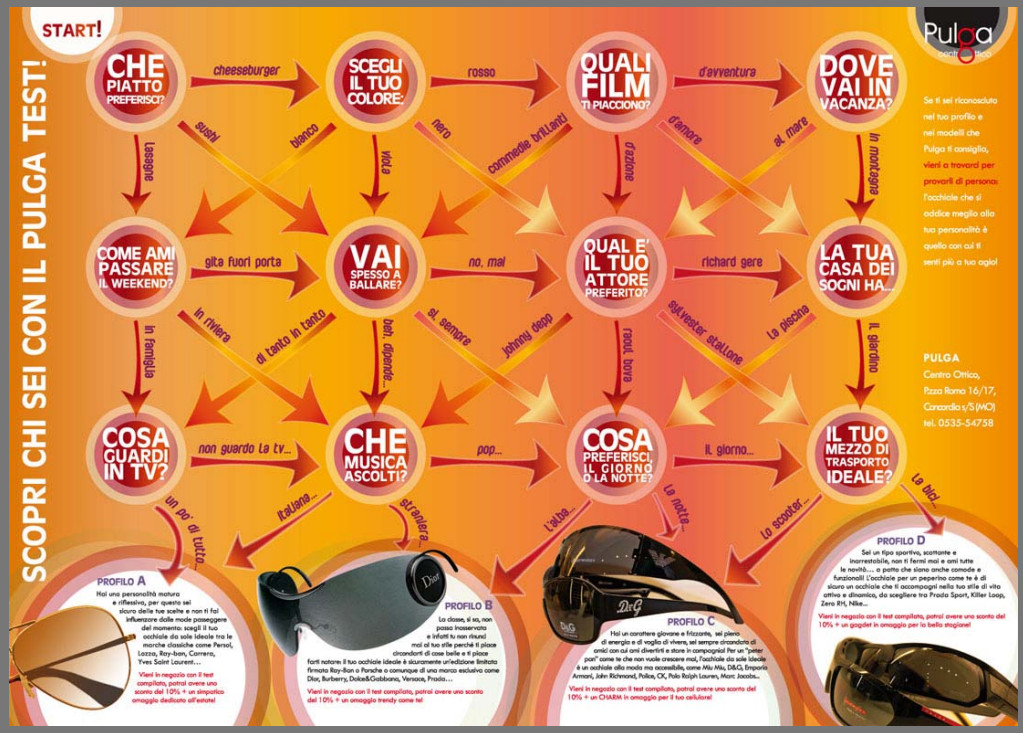
Below the line: Direct Mailing

Cliente: Ottica Pulga



oggetto: direct mailing geolocalizzato

anno: Giugno 2008

target: privati selezionati

distribuzione: ca. **1.500** cartoline nominali spedite e consegnate “door-to-door”

mercato: solo provincia Nord di Modena

obiettivo: coinvolgere il target, promuovere il traffico in-store e fare posizionamento, implementando la relazione di fiducia, conoscenza e intimacy del cliente finale con l’azienda, grazie al gioco del TEST personalizzato.

Progetto cartotecnico e sviluppo: