

Stratégies

Stratégies n°1509 10/7/2008

Les « best practices » de la presse pro

PRESSE. Partager les meilleures pratiques entre éditeurs et responsables commerciaux, tel était l'objectif des Focus Presse Pro 2008 organisés le 3 juillet dernier par l'Association pour la promotion de la presse professionnelle. Quatre initiatives commerciales ayant mobilisé plusieurs ressources médias ont notamment été présentées aux participants : un numéro spécial aux couleurs d'une marque ; un plan de métro avec adresses de restaurants-sorties sponsorisé par des annonceurs et encarté dans la publication ; une campagne cross-média print, Web et salon ; enfin, la fabrication du « journal télévisé » pour la remise d'un prix.

O.M.

En savoir + : www.presse-pro.com/index.htm