

Kunde:
Schering Pharma GmbH

Branche:
Pharma

Thema:
Produkteinführung

Briefing:
Konzeption einer mehrstufigen Direktmarketing-
kampagne zur Einführung und Bekanntmachung
des neuen Produkts in der Hauptzielgruppe Ärzte

Objekt:
Direktmarketing,
Brief und Folder

Zeitraum:
2006

Streuung:
Österreichweit,
alle Gynäkologen und teilw. Allgemeinmediziner

Begleitmaßnahmen:
Gewinnspiel über Außendienst

Werbung



Spielend Lernen ist nicht nur etwas für Kinder – vor allem, wenn ganz bestimmte Wirkstoffe kommuniziert werden sollen. Dass die Mediziner darüber hinaus auch noch etwas gewinnen konnten, machte die Kampagne noch effektiver.

