

Hoe print digitaal versterkt, en andersom

03-04-2013 07:25

Dolly van den Akker is uitgever van het Fashion & Beauty portfolio bij Sanoma Media. Zij heeft als taak print, digitaal en tv bij elkaar te brengen. Een uitdagende opdracht. Voor haar is het echter vanzelfsprekend dat een merk crossmediaal is en dat print de digitale uitingen (incl. tv) kan versterken, maar volgens Dolly van den Akker werkt het ook andersom: digitaal wordt versterkt door print. Hoe dit in de praktijk werkt laat ze zien aan de hand van onder meer de Fashionweek.

Meer horen van Dolly en de andere 24 sprekers? Meld u dan nu aan: www.inctformatie.nl