Hearst Create valt in prijzen tijdens Grand Prix Content Marketing

28-11-2019 13:27



Contentmarketingbureau Hearst Create, onderdeel van Hearst Magazines, heeft tijdens de Grand Prix Content Marketing 2019 de Bekroning Beste Cover ontvangen voor KLM's in-flight magazine Holland Herald. De Grand Prix zijn dé prijzen voor contentmarketing in Nederland en België.

Hearst Create won voor KLM's in-flight magazine Holland Herald een bekroning in de categorie Creatie voor Beste Cover.
Alexandra de Jong, Content Director Hearst Create: "De eerste klap is een daalder waard, zonder pakkende cover wordt je magazine niet geopend en verlies je je audience. Binnen het DNA van Holland Herald proberen wij dan ook zoveel te verrassen, prikkelen en verleiden als mogelijk. Elke maand op weer een andere manier. We zien de Bekroning voor Beste Cover door de vakjury als een enorme stimulans voor ons team, dat dagelijks bezig is met het creëren van content van de allerhoogste kwaliteit."

Naast de Bekroning voor Beste Cover was Hearst Create tijdens de Grand Prix Content Marketing met Holland Herald tevens genomineerd voor een bekroning in de categorie Beste Fotografie en verdiende Flying Dutchman een nominatie in de categorie Beste Magazine.

KLM Merk van het Jaar
KLM werd tijdens de Grand Prix Content Marketing verkozen tot Merk van het Jaar vanwege haar sterke en innovatieve content op alle kanalen. Hearst Create is vereerd aan dit succes bij te mogen dragen met Flying Dutchman, Holland Herald en Holland Herald Junior.

Holland Herald

Holland Herald is het in-flight magazine van KLM, dat Hearst Create sinds 2014 voor hen maakt. De 2,9 miljoen passagiers die elke maand aan boord stappen van een KLM-toestel, vinden in hun stoelzak een sophisticated magazine vol reisinspiratie, interviews, lifestyle en kunst. Een eigentijdse afwisseling van lekker lezen, praktische reistips en wegdromen bij de mooiste bestemmingen. Holland-herald.com

David Huijzer