LORSQUE LA PERFORMANCE MÈNE À LA PANNE DE SERVEUR

Dans cette vidéo, Lucas Oechslin et Marco Tessaro, les fondateurs de la boucherie en ligne LUMA, nous racontent ce que leur campagne cross-média du printemps dernier leur a apporté. Des bénéfices sur le long terme: la campagne n'a pas seulement permis d'accroître la notoriété de la marque, mais a aussi donné d'excellents résultats en termes de performance - et ce, au beau milieu du premier confinement dû au coronavirus.

Les sous-titres peuvent être activés avec les commandes en bas à droite dans la vidéo.