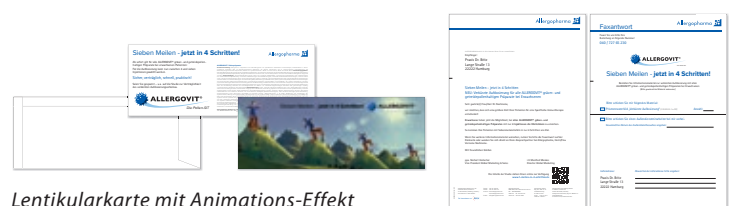


Direct Mailing Kampagne für Allergopharma/Merck



Allergopharma ist eines der führenden Unternehmen für die allergenspezifische Immuntherapie (AIT) und gehört zur Merck-Gruppe. FUSE entwickelte eine **bundesweite Vermarktungsstrategie** für die verkürzte Aufdosierung eines erfolgreich gegen Pollenallergie eingesetzten Allergoids. Statt bisher sieben sind nur noch vier Injektionen zur Höchstdosis nötig.



Lentikularkarte mit Animations-Effekt

Begleitet vom Slogan „Sieben Meilen – jetzt in 4 Schritten!“ bildet das an den Mythos von den Siebenmeilenstiefeln angelehnte Key-Visual die Grundlage der an **Allergologen** gerichteten **vierstufigen** Direct Mailing Kampagne.

Eine Lentikularkarte mit Animations-Effekt erzeugte im ersten Schritt Neugier. Im zweiten Schreiben befand sich die neue Dosierkarte zur praktischen Verwendung. Im dritten Schritt erhielt der Arzt eine Zusammenfassungen von Studien. Das vierte, aufklappbare Anschreiben zeigte Screenshots der Microsite. Ein QR-Code führt zum Onepager.



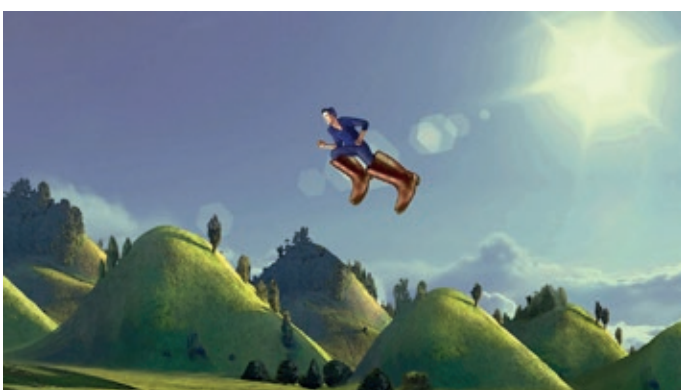
Dosierkarte zur Verwendung in der Praxis

Die Microsite ist zur Präsentation auf Messen auch offline verfügbar. Flankiert wird der **Messeauftritt** von mit dem Key-Visual bedruckten Roll-Ups, Pappbechern und Give-Aways.

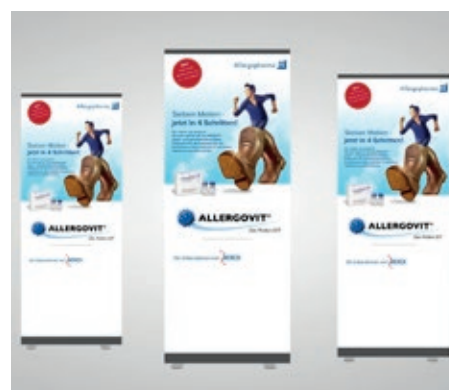
Die gesamte Kampagne „Sieben Meilen – jetzt in 4 Schritten!“ trägt der Tatsache Rechnung, dass der eine Teil der Allergologen für **digitale** Medien zugänglich ist, ein anderer Teil es jedoch bevorzugt, **analog** angesprochen zu werden. Letztere können die umfassenden Inhalte der Microsite daher zusätzlich in einer Print Broschüre zur Hand nehmen.



Vorstellung der Microsite mit allen Informationen



Key-Visual der Kampagne „Siebenmeilenstiefel“



Roll-Ups für den Messeauftritt



Duftbäumchen