‘Cora is de hart en ziel van Mora’

08-06-2007 00:00

Het Nederlandse reclamelandschap is vergeven van de typetjes. Harry van Albert Heijn, Jochem van de Rabobank en sinds kort weer Cora van Mora. Volgens Tijn Bresser, retail- en marketingdirecteur van Ad van Geloven (eigenaar van Mora), sluit iedereen Cora van Mora in het hart: “Cora is de hart en ziel van Mora”, aldus de Bresser. Maar heeft een reclamecampagne met dergelijke personages ook echt het beoogde effect? Lees er meer over in de nieuwste editie van RetailTrends.

Een jaar- of proefabonnement op RetailTrends? Klik hier.