**Headline Publishing se charge de la version 2.0 de dmix**

Le **secteur du marketing direct** est en pleine évolution et la **bdma** se doit de suivre les nouvelles tendances. Avec des séminaires, des task forces, des évènements et désormais également **un tout nouveau magazine**.

Après avoir consulté plusieurs agences de customer publishing, **bdma** a donné pour mission à **Headline Publishing** de relooker son magazine **dmix**. Un choix judicieux étant donné qu’Headline Publishing assure **la conception, la réalisation et le contenu de marques fortes telles qu’ Audi, GDF Suez, Toyota, SITA, Touring, Cofely Fabricom, Bosch et Umicore,** et remporte régulièrement des **prix** grâce à ces productions.

Avec ce ‘dmix version 2.0’, nous voulons exprimer un **renouveau**. Tant sur la forme que sur le fond.

Le look & feel du nouveau dmix **suit de près les tendances actuelles de l’univers du magazine** et propose un **petit extra inattendu**. Avec certains articles, le lecteur pourra directement consulter des vidéos illustratives sur smartphone ou tablette. **Print meets digital...**

Afin d’éviter un changement purement cosmétique, **le contenu** a également été **retravaillé**. Avec le nouveau dmix, nous voulons **séduire** et **conquérir** le lecteur en traduisant **l’expertise de bdma** en informations qui soient à la fois **pertinentes** et **agréables à lire**.

Déjà un avant-goût, en exclusivité, du contenu du numéro que les membres de bdma et les spécialistes en marketing et communication recevront bientôt dans leur boîte aux lettres :

* Don Peppers versus Steven Spittaels (McKinsey) à propos du **marketeer de demain**, avec un Don Peppers qui envisage les choses sur le plan des principes et un Steven Spittaels qui adopte un point de vue pratique et systématique. Une discussion passionnante, avec une issue inattendue.
* Henny van Gerwen (BBDO One to One) présente cinq cases intéressants issus des récents DMA ECHO Awards et parle des **cinq nouvelles tendances** **et d’un virage notable** **dans le domaine du direct marketing** qu’il a pu remarquer en tant que membre du jury à San Diego.
* Le dossier autour du e-commerce s’attarde sur les **quatre défis pour faire de notre pays le leader en matière de e-commerce**, avec des tips & tricks de Jan Huysmans (bol.com) et Peter Burin (Vente Exclusive).
* Ivan Vandermeersch (bdma) et Dominique Pissoort (Bisnode) donnent leur point de vue sur la **nouvelle législation européenne à l’époque de la domination croissante des réseaux sociaux en ligne et du e-commerce**.
* **Le papier comme arme secrète du e-commerce ?**Hans Smellinckx (Artoos) en dit plus et illustre ses propos par deux cas concrets.

Le premier numéro de dmix 2.0 sortira dans le courant du mois de décembre. Le magazine est publié 4 fois par an, avec un tirage de 5.500 exemplaires et contient 40 pages. Parmi les 4 numéros, un numéro spécial paraîtra et contiendra plus de pages.

**Headline Publishing**

Pour en savoir davantage sur Headline Publishing et les dernières tendances en matière de customer media, consultez [www.headlinepublishing.be](http://www.headlinepublishing.be)

Pour toute question spécifique, contactez Anne Thys au +32 3 260 08 30 ou via [anne.thys@headlinepublishing.be](mailto:anne.thys@headlinepublishing.be)