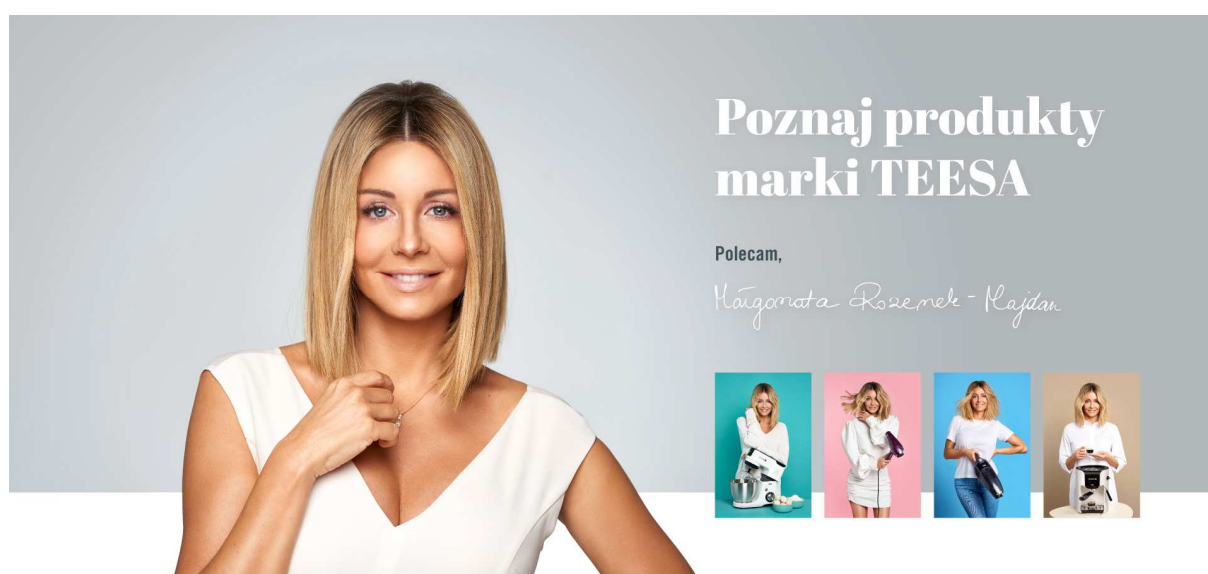


Marka Teesa, oferująca produkty małego AGD, rozpoczyna szerokie działania promocyjne

1 lipca startuje kampania marketingowa marki Teesa, specjalizującej się w produkcji urządzeń małego AGD. Zaplanowane działania mają na celu zwiększenie rozpoznawalności marki i oferowanych przez nią produktów oraz wzbudzenie zainteresowania i zaufania odbiorców. Twarzą marki Teesa została Małgorzata Rozenek-Majdan.



Teesa, to dostępna na rynku od 2014 roku marka, oferująca w przystępnych cenach wysokiej jakości produkty z segmentu małego AGD, które pomagają nie tylko zadbać o wygląd i porządek w domu, ale także zaserwować domownikom lub gościom najbardziej wyszukane potrawy. W portfolio marki znajdują się też produkty z kategorii beauty, jak lokówki i prostownice, a także inne przydatne w domu urządzenia - żelazka parowe, ekspresy do kawy, wieloczynnościowe roboty kuchenne oraz wyciskarki i blendery, które umożliwiają szybkie przygotowanie świeżych soków i koktajli z owoców i warzyw.

W związku ze znacznym rozwojem portfolio w ostatnim czasie, na rok 2019 zaplanowana została kampania reklamowa, której celem jest poszerzenie świadomości marki wśród klientów. Do współpracy zaproszono Małgorzatę Rozenek-Majdan, która została ambasadorką marki Teesa.

Jest mi niezmiernie miło reprezentować markę, która jest w stanie zaoferować kobietom produkty, których jakość i funkcjonalność sprostają wszelkim oczekiwaniom, a jednocześnie ich cena nie zrujnuje domowego budżetu – mówi o współpracy Małgorzata Rozenek-Majdan.



Głównym elementem kampanii reklamowej marki Teesa jest telewizyjny spot reklamowy, wyprodukowany przez Design Studio firmy Lechpol Electronics, w którym głos ambasadorki marki opowiada o dniu z życia kobiety. W materiale twórcy zwracają uwagę, że każda kobieta niezależnie od tego czym się zajmuje potrzebuje produktów dopasowanych do swojego stylu życia. Takie produkty znajdzie ona w portfolio marki Teesa.

[Zobacz spot reklamowy marki Teesa](#)

Trwająca kampania reklamowa obejmuje 30 s. spoty emitowane w TVP 2, TVN, TVN Style oraz HGTV, których zakupem zajął się dom mediowy Mediapol. W działaniach promocyjnych położono także silny nacisk na akcje w punktach sprzedaży oraz w Internecie. Aktywności reklamowe w sieci będą opierać się na Facebooku i Instagramie oraz kanale YouTube. Dodatkowym elementem promocji marki Teesa jest też zaplanowana na drugą połowę roku kampania billboardowa na ok. 150 nośnikach w całej Polsce. Działania PR-owe koordynowane są wewnętrznie.

Więcej informacji udziela:

Anna Malitka-Babik, PR Manager Teesa

(25) 685 00 75, 0 609 161 169, media@teesa.pl

Biuro prasowe marki Teesa - media.teesa.pl