

Wrocław, 17.02.2020 r.

Informacja prasowa

## **Agencja GetHero z Wrocławia podsumowuje działania zrealizowane dla branży beauty i fashion.**

**Paula Jagodzińska, Weronika Zalazinska, Zofia Kulewicz, Sitr0x, Agnieszka Grzelak i Qczaj - to tylko część twórców internetowych, którzy wzięli udział w kampaniach zrealizowanych przez agencję GetHero. Czas na podsumowanie akcji promocyjnych z udziałem znanych influencerów.**

Influencer to z definicji osoba, która wywiera wpływ na decyzję ludzi, z którymi nawiązała trwałe relacje. Twórcy internetowi dzięki mediom społecznościowym docierają do szerokiego grona odbiorców, a ich wiarygodność i zaufanie, które zbudowali wśród swoich fanów, wykorzystywane jest przez różne brandy, aby podnosić efekty sprzedażowe. *W ubiegłym roku nasz dział odpowiedzialny za obsługę klientów z branży lifestyle zrealizował kilka kampanii dla marek specjalizujących się w tym obszarze. Cieszymy się, że kolejne brandy doceniły siłę influencer marketingu i że to właśnie nasza agencja realizowała akcje promocyjne dla znanych marek związanych z branżą beauty, fashion oraz lifestyle - mówi Paweł Kowalczyk, wiceprezes agencji influencer marketingu GetHero.*

Skuteczność kampanii promocyjnej z udziałem twórców internetowych zależy przede wszystkim od przemyślanej strategii, która uwzględnia m.in. cele kampanii oraz sposób i czas promowania produktów oferowanych przez daną markę. *Brandy decydujące się na działania w ramach influencer marketingu muszą również pamiętać o wyborze odpowiednich twórców związanych z ich branżą. Przy realizacji akcji promocyjnych dla takich marek jak: More'moi, YES, Rossmann czy Oral-B (kampania współorganizowana z agencją Abstra), aby dotrzeć do atrakcyjnych grup docelowych, nawiązaliśmy współpracę ze znanymi twórcami, którzy nam to ułatwili. Wśród nich znaleźli się m.in. **Agnieszka Grzelak Sitr0x, Qczaj, Paula Jagodzińska, Weronika Zalazinska** oraz **Zofia Kulewicz** - mówi Martyna Groll, lider zespołu Beauty/fashion w agencji influencer marketingu GetHero.*

## Kampania marki YES

Przed świętami marka YES rozpoczęła kampanię reklamową, która miała na celu podniesienie świadomości o kolekcjach popularnej sieci jubilerskiej oraz zwrócenie uwagi na aktualne promocje w sklepach internetowych i stacjonarnych. Do udziału w promocji zostały zaproszone znane influencerki związane z branżą beauty i fashion. Wśród nich: [Paula Jagodzińska](#) (311 tys. obserwujących), [Weronika Zalazinska](#) (240 tys. obserwujących), [Zofia Kulewicz](#) (128 tys. subskrypcji), [CheersMyHeels](#) (65 tys. obserwujących), [Paulina Będźmirowska](#) (60 tys. obserwujących), **Martyna Armanowska** oraz **Karolina Nogal-Łuczyńska** znane jako [MarKa](#) (61,1 tys. subskrypcji). W ramach kampanii influencerki na swoich kanałach komunikacyjnych w świątecznych i sylwestrowych kreacjach w subtelny sposób prezentowały kolekcję znanej marki jubilerskiej.

W trakcie trwania akcji promocyjnej powstały **4 filmy na YouTube**, **6 wpisów na Instagramie** oraz **7 relacji na Insta Stories**. Pozwoliło to na wygenerowanie łącznie **blisko 460 tys. odsłon** oraz ponad **25 tys. polubień**. Największą popularnością w trakcie kampanii cieszył się materiał wideo Oliwii Bugały prowadzącej kanał **CheersMyHeels**, który został wyświetlony ponad **35 tys.** razy i otrzymał **950** polubień.

[https://www.youtube.com/watch?v=Wu59YSPrJRc&t=870s&ab\\_channel=CheersMyHeels](https://www.youtube.com/watch?v=Wu59YSPrJRc&t=870s&ab_channel=CheersMyHeels)

Natomiast na Instagramie największą popularnością cieszył się wpis Pauli Jagodzińskiej, który został wyświetlony ponad **100 tys. razy** i uzyskał **8310 polubień**.

(Album ze screenami wpisów na Instagramie)

1. <http://prntscr.com/qnz844>
2. <http://prntscr.com/qnz8ho>
3. <http://prntscr.com/qnz8wq>
4. <http://prntscr.com/qnz95r>
5. <http://prntscr.com/qnz9d9>

## **Kampania dla marki More'moi**

Do kampanii dla More'moi zostały zaangażowane influencerki, które za pomocą swoich kanałów komunikacyjnych wzmacniały wizerunek marki przy jednoczesnym promowaniu kolekcji jesień-zima 2019. Zaproszone do współpracy influencerki w składzie: [Paula Jagodzińska](#) (311 tys. obserwujących), [CheersMyHeels](#) (250 tys. subskrypcji), [Loveandgreatshoes](#) (156 tys. subskrypcji), [Edyta Filipiak](#) (107 obserwujących), [Agata Biernat](#) (74,8 tys. obserwujących), [Charlize Mystery](#) (66,6 tys. obserwujących), [MarKa](#) (60,1 tys. subskrypcji) oraz [Paulina Będźmirowska](#) (60 tys. obserwujących) w ramach kampanii opublikowały 3 filmy na YouTube, 4 wpisy na blogu, 6 odcinków showroom, 20 wpisów na Instagramie i 30 relacji na Insta Stories. Wszystkie te działania wygenerowały ponad **1,5 mln wyświetleń**. Na popularnym serwisie z filmami najwięcej wyświetleń i polubień uzyskał film na kanale **Loveandgreatshoes** prowadzonym przez **Justynę i Kasię**.

[https://www.youtube.com/watch?v=z-f3VqjHIMA&ab\\_channel=loveandgreatshoes](https://www.youtube.com/watch?v=z-f3VqjHIMA&ab_channel=loveandgreatshoes)

Natomiast na Instagramie najwięcej wyświetleń (prawie 210 tys.) i polubień (9200) wygenerował wpis dodany przez **Paulę Jagodzińską**.

(Album ze screenami wpisów na Instagramie)

1. <http://prntscr.com/quyen0>
2. <http://prntscr.com/quyhhy>
3. <http://prntscr.com/quyhpr>
4. <http://prntscr.com/quyhqw>
5. <http://prntscr.com/quyi3y>
6. <http://prntscr.com/quyibi>
7. <http://prntscr.com/quyii9>

## **Kampania marki Rossmann**

We wrześniu agencja GetHero odpowiadała za realizację kampanii z udziałem twórców internetowych w ramach cyklicznej akcji promocyjnej marki Rossmann. Zaangażowane w akcję influencerki informowały m.in. o nowych zasadach promocji

oraz zachęcały do udziału w niej. W przypadku tej kampanii po stronie GetHero było opracowanie koncepcji kreatywnej kampanii oraz dobór i koordynacja działań w ramach influencer marketingu. Do kampanii zostały zaproszone znane influencerki: [True Beauty is Internal](#) (1,05 mln subskrybcji), [Planeta Stylu](#) (318 tys. subskrybcji), [CheersMyHeels](#) (250 tys. subskrybcji), [Agasava](#) (124 tys. subskrybcji) oraz [MarKa](#) (60,1 tys. subskrybcji). W ramach działań promocyjnych gwiazdy internetu wzięły udział w **challenge'u**, który polegał na wykonaniu makijażu kosmetykami dostępnymi w popularnej drogerii. W trakcie kampanii influencerki opublikowały łącznie **5 filmów na YouTube**, **5 wpisów na Instagramie** oraz **5 relacji na Instagram Stories**. Wszystkie te działania pozwoliły wygenerować blisko **1 mln wyświetleń**. Na znanym serwisie z filmami największą popularnością cieszył się materiał opublikowany na kanale **Adrianny Kęпки** ([True Beauty is Internal](#)) - film został wyświetlony prawie **124 tys. razy** i otrzymał ponad **9 tys. polubień**.

<https://www.youtube.com/watch?v=9fAzXcM7Fal>

Jeśli chodzi o wpisy na Instagramie, tu również prym wiodła Adrianna Kęпка. Jej wpis został wyświetlony ponad **228 tys. razy** i uzyskał blisko **47 tys. polubień**.

(Album ze screenami wpisów na Instagramie)

1. <http://prntscr.com/qtwo2u>
2. <http://prntscr.com/qtwoqm>
3. <http://prntscr.com/qtwoo4>
4. <http://prntscr.com/qtwov8>

### **Kampania marki Oral-B**

W okresie przedświątecznym ze swoją akcją promocyjną wystartowała również marka Oral-B. W trakcie kampanii pięciu twórców internetowych: [Agnieszka Grzelak](#) (1,42 mln subskrybcji), [Sitr0x](#) (1,25 mln subskrybcji), [A co my tu mamy?](#) (772 tys. subskrybcji), [Qczaj](#) (462 tys. obserwujących), [Paula Jagodzińska](#) (311 tys. obserwujących) oraz [Adam „KnowsHow” Wiejak](#) (192 tys. obserwujących) prezentowało właściwości szczoteczek sonicznych, które mogły sprawdzić się jako prezent na święta. Dzięki działaniom zaangażowanych do promocji influencerów,

kampania w mediach społecznościowych została wyświetlona blisko **3 mln razy**. Najwięcej wyświetleń wygenerowały materiały opublikowane przez Agnieszkę Grzelak. Jej film na YouTube został wyświetlony prawie **168 tys. razy** i otrzymał **10 tys. polubień**.

<https://www.youtube.com/watch?v=Jt8mmDP3cWs&t=1s>

Wpis Agnieszki na Instagramie wyświetlony został blisko **234 tys.** razy, a polubiło go ponad **37 tys.** osób.

(Album ze screenami wpisów na Instagramie)

1. <http://prntscr.com/qtxo1d>
2. <http://prntscr.com/qtxobx>
3. <http://prntscr.com/qtxoi9>
4. <http://prntscr.com/qtxot5>
5. <http://prntscr.com/qtxp4x>

W ramach kampanii na kanałach twórców powstały **dwa wpisy na blogu, trzy filmy na YouTube, pięć wpisów na Instagramie i pięć relacji na Insta Stories**.

**GetHero współpracuje z ponad 100 twórcami internetowymi, którzy codziennie docierają do milionów odbiorców. Agencja zajmuje się realizacją kampanii za pośrednictwem platform takich jak: TikTok, YouTube i Instagram. GetHero może również pochwalić się bogatym portfolio stworzonych treści wideo.**