

Wrocław, 16.12. 2020 r.

Informacja prasowa

Znani twórcy internetowi w nowej kampanii InPost

Pocziwy Krzychu, Magda Bereda, Gimper, Ania Wendzikowska i Kaja Soboń to tylko część influencerów, którzy uczestniczyli w kampanii InPost z okazji postawienia 10 000 Paczkomatów w Polsce. Twórcy zachęcali internautów w mediach społecznościowych do udziału w konkursach. Promocji towarzyszyła również akcja charytatywna. Za koordynowanie działań w ramach kampanii i dobór influencerów odpowiadała agencja GetHero.

Firma InPost postawiła dziesięcioletni paczkomat, który został ulokowany w stolicy Dolnego Śląska. Wydarzeniu towarzyszyła kampania, w której udział wzięli popularni twórcy internetowi w składzie: [Pocziwy Krzychu](#) (1,3 mln obserwujących), [Magda Bereda](#) (864 tys.), [Gimper](#) (524 tys.), [Ania Wendzikowska](#) (456 tys.), [Kaja Soboń](#) (366 tys.), [Paula Jagodzińska](#) (342 tys.), [Agata Es](#) (214 tys.), [Ania Bardowska](#) (202 tys.), [Oliwia Szymańska](#) (95,7 tys.) i [Bracia](#) (24,5 tys.). W ramach współpracy **trwającej od 7 do 14 grudnia** influencerzy na swoich kanałach organizowali konkursy, w których internauci mogli wygrać upominki kojarzące się z danym twórcą. Kampanii towarzyszyła również **akcja charytatywna**, w ramach której z okazji postawienia dziesięcioletniego Paczkomatu, InPost przekaze najnowsze konsole Xbox Series X wraz z grą Just Dance 2021 10 domom dziecka wskazanym przez twórców, którzy wzięli udział w kampanii.

Akcja z udziałem influencerów miała na celu rozprzestrzenienie informacji o dziesięcioletnim Paczkomacie, który 6 grudnia stanął we Wrocławiu. To dwa razy więcej niż placówek Poczty Polskiej, dlatego warto podkreślić tę liczbę. Twórcy współpracujący przy kampanii, oprócz organizowania konkursów w komunikacji na swoich kanałach, podkreślali sukces firmy InPost oraz najważniejsze zalety Paczkomatów: nowoczesność, wygodę użytkowania i bezpieczeństwo – zarówno dla nas, jak i dla środowiska. Kampanii towarzyszyła również akcja charytatywna, w której razem z firmą InPost wywołaliśmy uśmiechy na twarzach dzieci z domów dziecka, obdarowując je cennymi

prezentami - mówi Agata Węcowska, Team Leader i Senior Project Manager w GetHero.

Za koordynowanie działań podczas kampanii oraz wybór influencerów odpowiadała agencja GetHero specjalizująca się w influencer marketingu.