

Wrocław, 10.11.2020 r.

Informacja prasowa

Naruciak, DisStream i wielu innych polskich influencerów weźmie udział w kampanii AliExpress z okazji Dnia Singla

Adam “Naruciak” Zimmermann i Norbert “DisStream” Gierczak wraz z czternastoma innymi polskimi influencerami wezmą udział w najnowszej kampanii AliExpress w Polsce. Z okazji przypadającego na 11 listopada Dnia Singla polscy twórcy internetowi będą promowali m.in. nowe funkcjonalności aplikacji mobilnej. Za koordynację działań promocyjnych dla chińskiego serwisu sprzedażowego odpowiada agencja GetHero.

W najnowszej kampanii AliExpress w Polsce weźmie udział aż szesnastu polskich twórców internetowych. Akcja promocyjna zostanie zorganizowana z okazji Dnia Singla, który wypada 11 listopada. W ramach promocji **Adam “Naruciak” Zimmermann, Norbert “DisStream” Gierczak, Marta “Murcix” Błocha, Kamil “Pocziwy Krzychu” Chwastek** i kilku innych polskich influencerów będzie promować m.in. nowe funkcjonalności, które AliExpress wprowadziło do swojej aplikacji mobilnej oraz samego serwisu. Chodzi m.in., o angażujące gry, w których użytkownicy mogą zdobyć dodatkowe rabaty na zakupy. W ramach promocji twórcy internetowi podzielą się również ze swoimi fanami specjalnymi kodami rabatowymi.

Bardzo cieszymy się z tego, że tak duża marka, jak AliExpress obdarzyła nas swoim zaufaniem. Dokonując selekcji influencerów, kierowaliśmy się zarówno różnorodnością treści, chęcią dotarcia do atrakcyjnych grup odbiorców, jak i pomysłami samych twórców. Wspólnie z influencerami, których zaprosiliśmy do udziału w tym projekcie, chcemy w jak najlepszy sposób opowiedzieć historię marki AliExpress i zachęcić Polaków do odwiedzenia platformy z okazji Dnia Singla - mówi
Marek Myślicki, Strategic Partnerships Director w agencji GetHero.

Kampania realizowana dla AliExpress przez agencję GetHero wystartuje w **środę 11 listopada** i swoim zasięgiem obejmie kanały twórców na YouTube, jak i ich profile na Instagramie.

Influencerzy są świetnym kanałem komunikacji AliExpress z naszymi klientami. Koncentrując się na temacie rozrywki na naszym serwisie i aplikacji, a także stale ulepszając usługi logistyczne, wierzymy, że wyprzedzimy oczekiwania naszych klientów i dostarczymy więcej wartości lokalnej społeczności - mówi Haiwen Chen, Content Partnership Manager w AliExpress.

Agencja GetHero przy realizacji kampanii dla AliExpress odpowiada m.in. za dobór influencerów, koordynację produkcji i emisji materiałów na wszystkich platformach oraz dodatkowe działania promocyjne.