**Lisek.App startuje z kampanią wizerunkową pod hasłem „Nowy gatunek sklepu”**

**Warszawa, 09.03.2023 - Lider polskiego q-commerce promuje usługę szybkich dostaw i szeroki asortyment ponad 2 200 produktów łącząc poczucie humoru z sytuacjami z życia codziennego. Komunikacja pod hasłem „Nowy gatunek sklepu” ma za zadanie podkreślić, że Lisek to sklep inny niż wszystkie sklepy tradycyjne i podmioty z rynku e-grocery.**

Pierwszy polski start-up w branży q-commerce w nowej kampanii mówi o szerokim wyborze produktów i szybkości dostaw. **Komunikacja Lisek.App to połączenie humoru z racjonalnością**. Przekaz kampanii „Nowy gatunek sklepu” jest prosty i praktyczny – niezależnie od okoliczności składania zamówienia Lisek niezawodnie przybywa z zakupami nawet w 10 minut. Marka poprzez groteskowe i abstrakcyjne, choć z życia wzięte sytuacje pokazuje, co wnosi Lisek.App w codzienne życie klientów **– wygodę, świeżość produktów i pewność szybkiej dostawy.**

Lisek.App w nowej platformie nie daje recepty na udane życie, związek czy zdany egzamin. **Lisek zwyczajnie wyciąga pomocną dłoń, dostarczając zakupy, dzięki czemu oszczędza czas wszystkich, którzy wybierają to najwygodniejsze rozwiązanie.** W nowych formatach promowanych w kampanii online marka opowiada o bohaterach, którym przytrafiają się różne historie, a Lisek dostarcza im pasujące lub niepasujące do nich produkty**. W ten sposób Lisek promuje różne kategorie produktowe m.in: warzywa, owoce, pieczywo, dania gotowe czy mięso.**

- Lisek.App to sklep, w którym można zrobić codzienne zakupy i dostać je pod drzwi w kilkanaście minut. Nie jest to usługa awaryjna dla wybranych tylko nowa forma robienia zakupów. **Wierzymy, że to zakupy przyszłości.** Chcemy o tym opowiadać w sposób nowoczesny i zgodny z odważnym charakterem marki. **Stąd wybór bezpretensjonalnych i pełnych humoru pomysłów wpisujących się w aktualne trendy i dostosowanych do kanałów komunikacji**, **z których korzysta nasza grupa docelowa** - mówi **Justyna Sztengreber, dyrektor marketingu Lisek.App**

W ramach kampanii powstały spoty wideo oraz formaty statyczne. Kampania obejmuje działania digital, vod oraz kanały social mediów: Facebook, Instagram, Tik-Toku YouTube, Twitch. **Za koncepcje kreatywną kampanii odpowiada Agencja Huta 19 im. Joachima Fersengelda.** Zakupem mediów zajmują się agencje: **Patoagencja** oraz **Rozgłos**. Marka współpracuje również na stałe z serwisem **Donald.pl** odpowiedzialnym za przygotowywanie na potrzeby współpracy treści w social mediach takich jak **pasty internetowe** i **memy**, które są stałym elementem komunikacji Liska.

**Lisek.App jest aktualnie największym podmiotem branży q-commerce w Polsce.** Aplikacja Liska została pobrana już ponad 650 000 razy na telefony z systemami Android i iOS. **W 2022 roku sklep dostarczył 1 milion zamówień**. Zakupy z Liska można zamówić przez aplikację [Lisek.App](https://go.onelink.me/ttWn/ccb251f3) lub stronę [sklep.lisek.app](https://sklep.lisek.app/).

**Lisek.App został założony przez Marka Kośnika i Michała Krowińskiego.** Działa w Warszawie, Krakowie, Poznaniu, Gdańsku, Gdyni, Sopocie, Łodzi, Katowicach, Piasecznie, Ząbkach, Markach i we Wrocławiu.