

KOMUNIKAT PRASOWY

PAULINA KRUPIŃSKA AMBASADORKĄ MARKI DOUGLAS COLLECTION

Warszawa, 10 czerwiec 2024: Paulina Krupińska, znana dziennikarka i modelka została pierwszą polską Ambasadorką marki Douglas Collection. Kampania pod hasłem „Jak Ty to robisz?” z udziałem modelki, która wystartuje już 11 czerwca br., promować będzie szeroką ofertę produktów do makijażu.

„Zaprosiliśmy Paulinę Krupińską do współpracy, ponieważ jej świetny styl, autentyczność i wizerunek idealnie pasują do naszej marki. Paulina inspirowała Polki, bez budowania dystansu, wygląda świetnie mimo napiętego grafiku, i przepięknie prezentuje się w każdym stylu i makijażu. To kobieta, która w każdej roli życiowej pozostaje autentyczna, co sprawia, że Polki ją uwielbiają – jest to wartość bliska naszej marce. Pragniemy inspirować Polki do wyrażania siebie poprzez makijaż. Kiedy patrzymy na Paulinę, zadajemy sobie pytanie, jak ona to robi, że zawsze wygląda pięknie i naturalnie.” - mówi Kasia Mauduit, dyrektorka marketingu Douglas PL & CEE.

„Propozycję pozostania Ambasadorką makijażu Douglas Collection przyjęłam z ogromną radością” – przyznaje Paulina Krupińska. „Jak wiele kobiet uwielbiam bawić się makijażem i eksperymentować ze swoim wizerunkiem. Na planach telewizyjnych często podglądam triki makijażowe wizażystek. Wiele z nich w swoich kosmetyczkach posiada właśnie produkty marki Douglas Collection. Od momentu, gdy zostałam ambasadorką, testuję jeszcze więcej produktów i odkrywam swoje nowe must - have. Cenię je za ich uniwersalność, wysoką jakość, a jednocześnie przystępność. Pozwalają mi wykreować wiele looków – od romantycznego, przez codzienny oraz po nieco mocniejszy - wieczorowy.” - mówi Paulina Krupińska.

Makijaż Douglas Collection to aż kilkaset produktów dostępnych wyłącznie w perfumeriach Douglas i na Douglas.pl. Marka regularnie wprowadza nowe produkty podążając za aktualnymi trendami, aktualizuje formuły zgodnie z najnowszymi osiągnięciami technologii i w duchu zrównoważonego rozwoju.

„Produkty Douglas Collection czerpią inspirację z najnowszych trendów beauty, które jako retailer dostrzegamy jako jedni z pierwszych na największych światowych rynkach. Doskonale rozumiemy, co kochają nasze klientki, i potrafimy szybko reagować na zmieniające się trendy. Kierując się filozofią, że piękno jest prawem, a nie przywilejem dla nielicznych, tworzymy niezawodne produkty, które spełniają oczekiwania naszych konsumentek. Oferujemy je w przystępnych cenach, aby każda z nich mogła znaleźć w Douglas swoje premium kosmetyki na każdą okazję.” - mówi Kasia Mauduit, dyrektorka marketingu Douglas PL & CEE.

Kampania 'JAK TY TO ROBISZ?'

Kampania pod hasłem „JAK TY TO ROBISZ?” opiera się na dobrze znanym pytaniu, którego używamy, gdy chcemy kogoś docenić, ale także poznać jego sekret urody. Wzbudza dyskusję i zachęca, aby podzielić się „swoimi sekretami”. Przybliżyła to markę do konsumentek i ich języka, tworząc platformę „o mnie”.

DOUGLAS

„Celem naszej najnowszej kampanii jest zachęcenie konsumentek do dialogu z marką. Nie istnieje bowiem jedna, dobra odpowiedź na pytanie – JAK TY TO ROBISZ?. Chcemy sprowokować je do podpatrywania trików naszych Make-Up Artists, sekretów Pauliny, ale również dzielenia się swoimi wyjątkowymi sposobami na dbanie o siebie i poznać ich „beauty hacki”. Przy tak szerokim asortymencie jak Douglas Collection, możliwości są nieograniczone. Dlatego w ramach kampanii na social mediach powstaną tutoriale makijażowe, zaś na festiwalach muzycznych już kolejny rok specjalne strefy Douglas, gdzie można spotkać i umalować się u naszych makijażystów. W ten sposób marka pragnie pokazać, jak za pomocą produktów Douglas Collection można poznać najróżniejsze sposoby na podkreślenie swojego piękna i wyrażenie siebie.” – dodaje Kasia Mauduit, dyrektorka marketingu Douglas PL & CEE.

Kampania startuje 11 czerwca br. i zakłada widoczność w perfumeriach w całym kraju oraz na kanałach social media Douglas. Kilka dni później pojawi się również na nośnikach OOH w polskich miastach oraz w prasie. W ramach kampanii przygotowany został dedykowany spot, który będzie emitowany w serwisie Youtube oraz kanałach własnych Douglas. W ramach kampanii planowane są także działania obejmujące digital i influencer marketing.

Ponadto w kolejnych tygodniach i miesiącach prowadzona będzie komunikacja w mediach społecznościowych – zarówno na kanałach marki, jak i Ambasadorki.

Za koncepcję strategiczno-kreatywną, nawiązanie i koordynowanie współpracy z Pauliną Krupińską, realizację kampanii na OOH i social media odpowiada agencja Saatchi & Saatchi, planowanie i zakup mediów prowadzi Wavemaker.

Zdjęcia do kampanii wykonał Marcin Tyszka oraz reprezentująca go agencja Backstage PR, która wyprodukowała kampanię.

O DOUGLAS Group:

Grupa DOUGLAS, ze swoimi markami DOUGLAS, NOCIBÉ, parfumdreams i Niche Beauty, jest liderem na europejskim rynku beauty, oferując kompleksowe doświadczenia zakupowe przez kanały online oraz offline. DOUGLAS Group inspirowa klientów do odkrywania i podkreślania piękna, oferując unikalny asortyment online i w około 1850 sklepach. Dzięki niezrównanemu rozmiarowi i dostępności do klientów, DOUGLAS Group jest partnerem z wyboru dla marek i oferuje najwyższej jakości asortyment marek selektywnych i ekskluzywnych, a także własnych marek korporacyjnych. Asortyment obejmuje zapachy, kosmetyki kolorowe, pielęgnację skóry, pielęgnację włosów, akcesoria, a także usługi kosmetyczne. Wzmocnienie skutecznego pozycjonowania omnichannel przy jednoczesnym konsekwentnym rozwijaniu najwyższej jakości obsługi klienta jest sercem strategii Grupy DOUGLAS "Let it Bloom - DOUGLAS 2026". Zwycięski model biznesowy opiera się na wielokanałowej ofercie Grupy, wiodących markach i możliwościach w zakresie danych. W roku obrotowym 2022/23 Grupa DOUGLAS wygenerowała sprzedaż (netto) w wysokości 4,1 mld euro i zatrudniała około 18 000 osób w całej Europie.

KONTAKT DLA MEDIÓW

Marlena Skolimowska

Tel.: 506 180 961

E-mail. m.skolimowska@douglas.pl