**Gdy promocje pachną pumpkin spice latte –   
niuviu i Babasierzuca z unikalną linią kosmetyków „Pumpkin Time”**

**Marka niuviu z portfolio Vis Plantis połączyła siły z Babasierzuca – twórczyniami stojącymi za jednym z największych w Polsce kont na Instagramie o tematyce zakupowo – promocyjnej. Efektem tej współpracy jest sezonowa linia kosmetyków pielęgnacyjnych „Pumpkin Time”, stworzona wraz z duetem, który choć nie pokazuje twarzy na swoich kanałach – udowadnia, że autentyczna relacja z odbiorcami nie wymaga ujawniania wizerunku.**

Celem projektu było wprowadzenie na polski rynek pierwszych szeroko dostępnych, przystępnych cenowo i wysokiej jakości produktów pielęgnacyjnych o zapachach inspirowanych dynią. W skład kolekcji Pumpkin Time wchodzą dwie kategorie: kosmetyki do włosów o zapachu Pumpkin Spice Latte oraz produkty do ciała z serii Pumpkin Pie – nawiązujące aromatem do jesiennych wypieków.

Seria Pumpkin Time powstała we współpracy z ambasadorkami, których autentyczne zaangażowanie towarzyszyło zarówno procesowi tworzenia kosmetyków, jak i ich promocji. Kampanię wspierają działania w mediach społecznościowych, m.in. konkurs na profilu Babasierzuca, który jako pierwsze tego typu działanie na koncie osiągnął ponad 200 tys. organicznych wyświetleń. Dodatkowo, influencerki przeprowadziły lokalną akcję w jednym z krakowskich centrów handlowych, podczas której osobiście rozdawały dedykowane gazetki produktowe z dołączonymi kosmetykami „Pumpkin Time”. Była to inicjatywa skierowana do społeczności z kanału nadawczego ambasadorek, zrealizowana w duchu charakterystycznej komunikacji Babasierzuca, gdzie regularnie prezentowane są promocje i wyjątkowe okazje.

*– Współpraca z Babasierzuca to efekt niemal dwuletnich, konsekwentnie budowanych relacji. Od początku łączyły nas wspólne wartości – autentyczność, zaangażowanie i świeże spojrzenie na świat beauty. Ta więź i wzajemne zaufanie naturalnie doprowadziły nas do stworzenia wspólnej kolekcji, która od początku do końca była wynikiem partnerskiej wymiany wiedzy i doświadczeń. Każdy etap – od konceptu, przez zapachy i design opakowań, aż po finalną formułę – był przemyślany i dopracowany z dbałością o każdy detal. Sukces Pumpkin Time pokazuje, że w dzisiejszym świecie beauty to właśnie szczerość, autentyczność i prawdziwe relacje mają największą moc –* mówi Agnieszka Stanisławska, Marketing Manager Vis Plantis.

Ambasadorki uczestniczyły w całym procesie produkcyjnym serii, a ich aktywność i zaufanie odbiorców przełożyły się na spójną komunikację wokół produktów, co było widać już przy premierze: pierwsza rolka na Instagramie promująca linię „Pumpkin Time” w ciągu 5 minut osiągnęła około 20 tys. wyświetleń, a od momentu pojawienia się serii w sklepach, społeczność szybko zaczęła wysyłać twórczyniom wiadomości o wyprzedanych produktach i zachwycających zapachach, potwierdzając realny wpływ duetu na decyzje zakupowe odbiorców.

– *Chciałyśmy pokazać, że autentyczność nie musi oznaczać pokazywania twarzy. Dla nas liczy się relacja ze społecznością i to, że możemy wspólnie tworzyć coś wyjątkowego. „Pumpkin Time” to dowód, że marki są gotowe zaufać twórcom na nowych zasadach* – mówi duet Babasierzuca.

Współpraca niuviu i Babasierzuca to przykład nowego trendu w influencer marketingu, w którym o wartości ambasadora decyduje nie rozpoznawalność twarzy, lecz zaufanie i autentyczne zaangażowanie społeczności.

**Kontakt dla mediów**

Biuro prasowe Vis Plantis

Emilia Potocka

e-mail: [e.potocka@synertime.pl](mailto:e.potocka@synertime.pl)

tel: 668 132 416