

## **Blogerki w tajemniczej kampanii Rimmel, stworzonej przez Digital Kingdom**

**Zuzanna Kołodziejczyk, Berry Malinowska, VIVA-A-VIVA i Julia Wieniawa wzięły udział w akcji wprowadzającej na rynek nową maskarę Rimmel Scandaleyes Reloaded. Jako tajne agentki zaliczały kolejne misje rozgrywające się równolegle w digitalu i w świecie rzeczywistym. Kampania w innowacyjny sposób połączyła ze sobą najpopularniejsze wśród grupy docelowej kanały: Facebook, Instagram, YouTube oraz Instagram Stories.**

Akcja nawiązywała do spotu Rimmel, w którym występowała Cara Delevingne. Na potrzeby projektu Rimmel wysłał swoim agentkom sekretną walizkę, której nie mogły otworzyć. Każda z nich dostała zadania, w które musiała zaangażować swoich fanów. Aby zaliczyć wszystkie misje i zdobyć kolejne cyfry kodu potrzebnego do odblokowania walizki, dziewczyny musiały wyjść z domu i szukać wskazówek w Warszawie. Za sprawą Instagram Stories odbiorcy mogli na bieżąco śledzić ich postępy. Finalnie agentki dotarły do studia nagraniowego, w którym udało im się otworzyć walizki. Znalazły w nich nową maskarę Rimmel Scandaleyes Reloaded.

Kody zdobyte przez dziewczyny upoważniały fanów do odebrania darmowego tuszu do rzęs. Sto dwadzieścia maskar Rimmel Scandaleyes Reloaded rozeszło się w 5 minut od ich publikacji.

*Każdy z nas zna słynny tekst o tym, że lubimy te piosenki które już znamy. Stąd pomysł na unowocześnienie i przeniesienie do świata wirtualnego znanej wszystkim gry w podchody. Dzięki temu udało nam się stworzyć kampanię, która zaangażowała zarówno influencerów jak i grupę docelową. Efekty przerosły nasze najśmielsze oczekiwania - mówi Joanna Gerlée Head of Creative w Digital Kingdom.*

Akcja odbiła się szerokim echem w mediach społecznościowych. Filmy wyświetlane były 720 000 razy, a po maskary zgłosiło się ponad 2066 osób.

Digital Kingdom udowodniło, że właściwy przekaz, dostarczający angażującej rozrywki i dobre połączenie mediów społecznościowych zapewnia dotarcie do młodych konsumentów.

Case study kampanii: <https://www.youtube.com/watch?v=52n--lhhpJU>

Agencja współpracuje z marką Rimmel od 2014 r.

#### O Digital Kingdom

[Digital Kingdom](#) to agencja strategiczno-kreatywna, której sercem jest digital. Pracujący tam eksperci rozumieją, że przyszłością nowoczesnej komunikacji marketingowej jest tworzenie angażujących i wartościowych dla użytkownika treści. Digital Kingdom działa we wszystkich obszarach marketingu m.in.: TV, mobile, event, direct, ambient, outdoor, radio, POS czy social media. Agencja planuje, tworzy i wdraża platformy komunikacji dla największych marek w Polsce i za granicą m.in.: Rimmel, Hortex, Malibu, CAT, Betsson, Betsafe, Czwórka Polskie Radio, Mobile Vikings czy PAYBACK. Więcej informacji: [www.digitalkingdom.pl](http://www.digitalkingdom.pl) lub [facebook.com/digitalkingdompl](https://facebook.com/digitalkingdompl).

#### Kontakt dla mediów:

Agnieszka Urbańska

Tel.: 502 323 877

Mail: [a.urbanska@digitalkingdom.pl](mailto:a.urbanska@digitalkingdom.pl)