22 lipca 2022 r.

Marka do włosów zachęca do wirtualnego eksperymentowania z kolorem

**Wakacyjna kampania marki Schwarzkopf LIVE**

**Po zeszłorocznym sukcesie viralowej kampanii *„#matchmyhairchallenge*” LIVE i got2b na TikToku, 23 czerwca 2022 wystartowała kolejna akcja tej samej marki, należącej do Henkel Polska, pod hasłem „*Wybierz swój letni nastrój z LIVE”.* Dzięki możliwości wypróbowania filtra, stworzonego na potrzeby wakacyjnej kampanii z TikTokiem, konsumenci mogą zobaczyć, jak będą wyglądać w nietypowych kolorach włosów. Podobny efekt można również wypróbować, skanując kod QR umieszczony na opakowaniach farb do włosów marki LIVE.**

Lato to czas wakacji, festiwali i nieco luźniejszego podejścia do stylizacji pod kątem zarówno ubrań, jak i włosów. Dzięki najnowszej kampanii Schwarzkopf LIVE, użytkownicy popularniej platformy TikTok mają możliwość wirtualnego poeksperymentowania z kolorem swoich włosów. Przygotowany specjalny filtr umożliwia im przetestowanie pięciu wariantów kolorystycznych, które wyrażają jednocześnie jeden z konkretnych nastrojów: *Festival Mood, Beach Mood, House Party Mood, Date Night Mood oraz Picnic Mood*. W akcję zaangażowali się znani influencerzy: [Adrianna Skon](https://www.tiktok.com/%40adriannaskon/video/7111999494320852229?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7094183774037018117), [Marlena Sojka](https://www.tiktok.com/%40marlenasojka/video/7112073689776033030?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7094183774037018117), [Viciia](https://www.tiktok.com/%40tu_viciia/video/7111697945753390341?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7094183774037018117) oraz [Dominik Rupiński](https://www.tiktok.com/%40dominikrupinski/video/7111650923780279558?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7094183774037018117), których łączna liczba followersów to ponad 15mln.

Niezależnie od TikToka, podobny efekt konsumenci mogą uzyskać, skanując kody QR, umieszczone na opakowaniach produktów do koloryzacji marki LIVE. Przekierowuje on na stronę marki Schwarzkopf, na której konsument ma możliwość wypróbowania wybranego wariantu kolorystycznego. Dzięki temu każdy będzie mógł zobaczyć efekty koloryzacji, jeszcze przed dokonaniem zakupu.

- *Bardzo się cieszę, że nasza akcja, po raz kolejny spotkała się z tak dużym entuzjazmem ze strony konsumentów. Cel tegorocznej kampanii obejmował promocję naszych szalonych kolorów LIVE’a poprzez możliwość wyboru nastroju dopasowanego do odcienia farby. Zależało nam, by to zrobić, zapewniając jednocześnie odbiorcom dobrą zabawę. Taki rodzaj zaangażowania oraz wykorzystanie znanych influencerów przynosi najlepsze efekty, o czym świadczą pierwsze efekty kampanii. W ciągu zaledwie sześciu dni od swojego startu akcja mogła pochwalić się ponad 1 300 opublikowanymi filmikami, powstałymi przy użyciu dedykowanego filtra.* – mówi Gracjan Duda, Brand Manager działu Beauty Care, Henkel Polska.

**O firmie Henkel**

Henkel jest firmą globalną, o zrównoważonej i różnorodnej ofercie produktów i usług. Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies (dział klejów budowlanych i konsumenckich oraz technologii dla przemysłu) jest światowym liderem rynku klejów. Działy Laundry & Home Care (środków piorących i czystości) oraz Beauty Care (kosmetyków) zajmują wiodące pozycje na wielu rynkach świata i w wielu grupach asortymentowych. Firma, założona w 1876, działa i odnosi sukcesy od ponad 140 lat. W 2021 roku Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie około 20 mld. Firma zatrudnia na całym świecie ponad 53 tysiące pracowników, tworzących zaangażowany i zróżnicowany zespół, o silnej kulturze korporacyjnej, wspólnym systemie wartości i dążeniu do kreowania trwałej wartości. Jako uznany lider zrównoważonego rozwoju Henkel zajmuje czołowe miejsca w wielu międzynarodowych indeksach i rankingach. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Więcej informacji na [www.henkel.com](http://www.henkel.com/) oraz [www.henkel.pl](file:///%5C%5Cdemon%5CCorporate%26amp%3BFinance%5CKlienci%5CHenkel%5CRELACJE%20Z%20MEDIAMI%5CInformacje%20prasowe%5C2020%5CIP%20-%20W%20drodze%20do%20pracy_nab%C3%B3r%20do%20programu%5Cwww.henkel.pl)

Materiały graficzne są dostępne na stronie: [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

**Kontakt dla mediów:**

Dorota Strosznajder Magdalena Bryksa-Szymańczak

Henkel Polska Sp. z o.o. Solski Communications

tel: (022) 565 66 65 tel: (022) 24 28 642

dorota.strosznajder@henkel.com mszymanczak@solskipr.pl