Informacja prasowa

Warszawa, 5 października 2021

**Nestlé wybiera agencje do influencer marketingu**

**Pięć agencji zostało wybranych do obsługi Nestlé w zakresie influencer marketingu.**

*Szacuje się, że rynek influencer marketingu osiągnie w 2022 roku wartość 15 mld dolarów[[1]](#footnote-1) – pokazuje to, jak istotny jest to obszar w kontekście pozycjonowania marek i budowania relacji z konsumentami –* **podkreśla Beata Dziwulska, menedżer ds. rozwoju mediów w Nestlé Polska i dodaje** *– Prowadząc przetarg nie tylko wybraliśmy partnerów przyszłych kampanii, ale również ustandaryzowaliśmy zasady współpracy w tym obszarze oraz stworzyliśmy ujednolicone metody raportowania. Takie kompleksowe podejście z pewnością pozwoli nam zwiększyć efektywność realizowanych działań.*

W procesie przetargowym wybranych zostało pięć agencji, które trafiły na listę preferowanych partnerów do realizacji kampanii w zakresie influencer marketingu dla marek Nestlé w Polsce. Przy wyborze pod uwagę wzięte zostały: odpowiedzi na pytania zadane w briefie, propozycja działań dla jednej z marek Nestlé, doświadczenie i wiedza agencji oraz koszty współpracy.

Wybrane agencje to: BrandBuddies, BrandLift, LifeTube, LiquidThread oraz Tears of Joy (agencje zostały wymienione w kolejności alfabetycznej).

**O Nestlé**

Nestlé w Polsce jest wiodącą firmą w obszarze żywienia z portfolio blisko 1600 produktów i prawie 70 marek, w tym m.in.: NESCAFĒ, WINIARY, GERBER, PRINCESSA, KIT KAT, LION, NESQUIK, NAŁĘCZOWIANKA oraz PURINA. Nestlé działa na polskim rynku od 1993 roku. Firma zatrudnia aktualnie 5500 pracowników w 8 lokalizacjach.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Kontakt: |  | |  | |  |
| Edyta Iroko | | Tel.: +48 600 204 870 | | [edyta.iroko@pl.nestle.com](mailto:edyta.iroko@pl.nestle.com) | |
| Joanna Szpatowicz | | Tel.: +48 600 204 159 | | [joanna.szpatowicz@pl.nestle.com](mailto:joanna.szpatowicz@pl.nestle.com) | |

1. The State of Influencer Marketing 2021: Benchmark report, Influencer Marketing Hub Influencer Marketing evolves, Thedrum.com [↑](#footnote-ref-1)