**OX Media i Obsessive - najgorętsza współpraca w social mediach!**

**Obsessive - marka produkującą bieliznę dla pewnych siebie kobiet i OX Media - agencja marketingowa i software house rozpoczynają gorącą współpracę. Agencja stworzyła dla marki strategię komunikacji opartą na wymagającym archetypie jestera, UGC - relację, w której użytkownicy tworzą content razem z marką oraz angażujące formaty, którą z pasją będzie wdrażać wraz z Obsessive w mediach społecznościowych zarówno w Polsce, jak i rynkach zagranicznych.**

Big Idea marki zawiera się w głównym haśle - #RazemLepiej, które ma zachęcić do przełamywania barier w związku, a komunikacyjnie umożliwia swobodne modyfikacje i żonglowanie przekazem w zależności od potrzeb brandu. Wizerunek marki oparty jest o archetyp Jestra łączący w sobie radość z życia, wspólnych przeżyć we dwoje, z figlarnością, bezpośredniością i przymrużeniem oka. Taki też Tone of Voice zyska brand, w którego DNA zakorzeniona zostanie dobra zabawa, pokonywanie barier i przełamywanie rutyny w związku. “Dobór odpowiedniego tonu przekazu i propozycja przemyślanej strategii dla naszych profili, która będzie miała realny wpływ na konwersję, był tym, na co zwracaliśmy uwagę w propozycjach agencji. Szukaliśmy kogoś, kto świetnie wczuje się w archetyp Jestera i odda jego charakter. Co nie jest prostym zadaniem w świetle postrzegania bielizny seksownej przez pryzmat kochanki. Ważnym wyznacznikiem były dla nas także propozycje Key Visual, które w tej realizacji świetnie spełniły swoją funkcję, jednocześnie intrygując, zwracając uwagę, jak i świetnie ukazują nasze produkty.” - mówi Natalia Front - Marketing Director Obsessive.

Stworzona przez OX Media strategia zakłada zgodnie z głównym hasłem #RazemLepiej współtworzenie komunikacji marki przez użytkowników. Uwzględniono zarówno współpracę z influencerami, jak i wykorzystywanie UGC odbiorców. Ważną częścią strategii jest wykorzystanie formatów i cykli, które mają za zadanie angażowanie i tworzenie więzi z użytkownikami, a także zbieranie opinii na temat produktów. Celem komunikacji jest stworzenie wizerunku love brand oraz zaangażowanej społeczności wokół marki.

Nowa strategia marki uzupełniona została o wyraz kreatywny w postaci Key Visual, oddający zmodyfikowany przekaz marki. Strategia komunikacji będzie realizowana przy współudziale agencji na kanałach społecznościowych marki - Facebook oraz Instagram.

 OX Media jest agencją marketingową łączącą w sobie kompetencje digital oraz software house. Specjalizuje się w projektowaniu strategii marki oraz strategii komunikacji, kampaniach SM, tworzeniu, kreatywnych stron www, platform komunikacji, dedykowanych landing page’y oraz interaktywnych wideo. Obsessive dołączył do takich klientów agencji jak Velvet, AmRest, Wonga, 2KC, Volkswagen, Nutricia (Danone), Oknoplast czy Jean Louis David.

