



MediaMarkt przy okazji premiery najnowszej serii smartfonów Samsung Galaxy S26 stawia na nowoczesną komunikację i szeroko zakrojoną współpracę z influencerami. W kampanię zaangażowani zostali twórcy aktywni w różnych obszarach – od beauty, przez lifestyle i podróże, aż po sport i wyzwania fizyczne. Ich rolą jest nie tylko prezentacja nowych urządzeń, ale przede wszystkim pokazanie, dlaczego warto kupić premierowego smartfona właśnie w MediaMarkt – zwłaszcza w trwającym obecnie okresie presale.

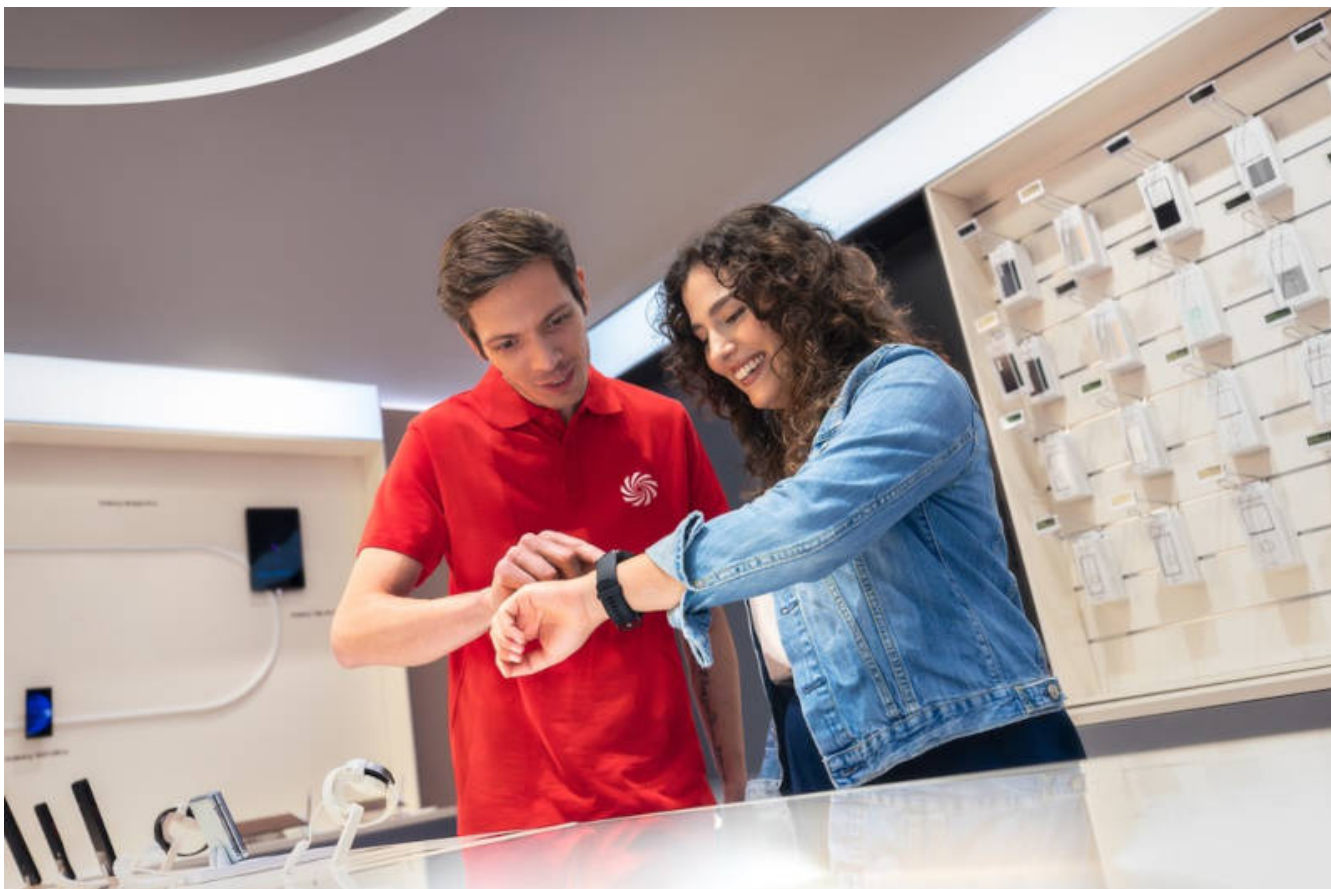
Różnorodna grupa twórców – dotarcie do różnych pokoleń

Do współpracy zaproszono twórców, którzy cieszą się zaufaniem swoich społeczności i reprezentują różne grupy odbiorców:

- Maxineczka – jedna z najbardziej rozpoznawalnych influencerów beauty
- Patryk Lach – twórca sportowo-gamingowy
- Marcelina Waniek – reprezentantka pokolenia Gen Z
- Katarzyna Zawistowska – podróżniczka
- Mateusz Świerczyński – twórca koncentrujący się na nowoczesnym stylu życia
- Wojciech Sobierajski – sportsman, znany z ekstremalnych wyzwań sportowych,

Influencerzy na swoich profilach w social media publikują materiały zachęcające do zakupu premierowego smartfona w MediaMarkt, jednocześnie podkreślając kluczowe benefity, z których klienci mogą skorzystać w okresie

przedsprzedaży.



Presale w MediaMarkt – najważniejsze benefity dla klientów

Premiera Samsung Galaxy S26 w MediaMarkt jest połączona ze specjalną ofertą przedsprzedażową. W ramach okresu Presale, trwającego od 25.02, godz. 19:00 do 10.03, klienci mogą skorzystać z dodatkowych korzyści:

1. Oszczędność nawet do 1200 zł przy zakupie zestawu

Przy zakupie jednego z premierowych modeli smartfona Samsung Galaxy S26 wraz z jednym z urządzeń:

- zegarek Samsung (watch),
- słuchawki Samsung (buds),
- tablet Samsung, klient może zaoszczędzić nawet do 1200 zł.

MediaMarkt, jak i w treściach publikowanych przez influencerów.

2. Atrakcyjne finansowanie – 30 rat 0%, RRSO 0%

Przy zakupie nowego modelu Samsung Galaxy S26, lub nowych premierowych słuchawek Samsung Buds, klienci mogą skorzystać z korzystnej oferty ratalnej: 30 rat 0% z RRSO 0%.

Dzięki temu zakup topowego urządzenia staje się bardziej dostępny finansowo, bez dodatkowych kosztów związanych z oprocentowaniem.

3. Darmowa usługa naklejenia folii ochronnej

Do nowych modeli Samsung Galaxy S26 MediaMarkt oferuje możliwość skorzystania z bezpłatnej usługi naklejenia folii ochronnej na ekran.

To dodatkowa wartość dla klientów, którzy chcą od razu zabezpieczyć swój smartfon i mieć pewność profesjonalnej aplikacji ochrony ekranu.



Benefity od marki Samsung

Oprócz korzyści przygotowanych przez MediaMarkt, klienci mogą liczyć również na dodatkowe benefity pochodzące bezpośrednio od marki Samsung:

1. Wyższa pamięć w niższej cenie – oszczędność nawet 900 zł

W ramach promocji możliwe jest uzyskanie modelu z wyższą pamięcią w niższej cenie, co może przełożyć się na oszczędność nawet do 900 zł.

2. Program odkupu – zwrot nawet do 2000 zł

Klient może oddać swój obecny smartfon i zyskać w ramach programu odkupu nawet do 2000 zł zwrotu. To rozwiązanie szczególnie atrakcyjne dla osób, które regularnie wymieniają urządzenia na nowsze i chcą w maksymalnym stopniu obniżyć koszt zakupu nowego Galaxy S26.

Pierwsza tak szeroko zakrojona współpraca influencerska

Projekt ten jest pierwszą tak szeroko zakrojoną współpracą z influencerami w ramach premiery produktu w MediaMarkt, realizowaną we współpracy z agencją Stor9 i Generation9.

To właśnie Generation9 odpowiadała za dobór i rekomendacje odpowiednich twórców, dopasowując ich profile do grup docelowych marki oraz celów komunikacyjnych kampanii.

Dzięki temu MediaMarkt:

- wzmacnia swój wizerunek jako marki nowoczesnej,
- pokazuje, że aktywnie odpowiada na potrzeby młodszych pokoleń,
- wykorzystuje nowoczesne formy przekazu, jakimi są social media i treści tworzone przez influencerów.

W stronę długofalowych partnerstw

MediaMarkt wyraża nadzieję, że tego typu szerokie, strategiczne współprace influencerskie będą kontynuowane przy kolejnych projektach i premierach produktowych. Liczymy, że dzięki nim marka będzie postrzegana jako jeszcze bardziej innowacyjna, bliska klientom i obecna tam, gdzie są dzisiejsi konsumenci – w świecie mediów społecznościowych i nowoczesnych technologii.

MediaMarkt Polska

[press box](#)