



Selectiva amplia la linea Pink Sugar con la nuova fragranza Lollipop e sceglie MAGNETO per il lancio della campagna su TikTok

Milano, 9 Maggio 2023 – **Selectiva**, beauty company italiana, da oltre 20 anni è leader di mercato nel segmento gourmand con un portfolio iconico di brands presenti nelle categorie detergenza, idratazione e fragranze. In occasione del lancio della nuova fragranza **Lollipop**, che andrà ad arricchire l'offerta **Pink Sugar**, ha scelto di farsi supportare da **Magneto**, la **TikTok Agency del gruppo di comunicazione integrata Next14**, per realizzare un lancio ad hoc su TikTok.

Dall'8 al 14 Maggio, la nuova fragranza verrà presentata attraverso dei contenuti dedicati al mood che Lollipop vuole rappresentare, con l'obiettivo di **accorciare il funnel, ampliare e diversificare il target su tutta la linea Pink Sugar**.

L'obiettivo principale della campagna è **accrescere l'awareness del brand** con un focus sulla nuova fragranza, per attrarre nuovi segmenti di pubblico ed **incrementare le conversioni** su tutto il catalogo attraverso una strategia elaborata in un'ottica di **social commerce**. TikTok è infatti considerata **la nuova frontiera del beauty marketing**, dal momento che è in grado di veicolare prodotti e tendenze in modo estremamente efficace, diffondendo nuove abitudini di consumo a partire dai target più giovani.

*“TikTok è senza dubbio potente, coinvolgente e accattivante, e la decisione di inserirlo nella comunicazione di questo lancio di importanza strategica per Selectiva si rivela vincente”, commenta **Giorgia Lazzari, Project Manager di Magneto**. “La strategia di approccio che Magneto ha messo a punto è volta a massimizzare l'impatto che TikTok può generare sul brand ma soprattutto sul business dando un effort importante in termini di vendite soprattutto in una logica di social commerce, portando traffico al loro brand store su Amazon. **TikTok infatti sta cambiando le abitudini di consumo dei giovani italiani: molti utenti della piattaforma affermano di aver scoperto nuovi prodotti o servizi tramite TikTok, e di averli poi acquistati. Sulla base dei risultati ottenuti dalle campagne pianificate per molti nostri Clienti, posso affermare che pianificare su TikTok in un'ottica di social commerce, proprio perché accorcia il processo di acquisto, sta dando riscontri molto interessanti soprattutto sui target giovani, con grande soddisfazione dei nostri Clienti”.***

Per **Selectiva**, che con **Lollipop** della linea **Pink Sugar** parla ad un pubblico femminile più adulto, consapevole e sofisticato con una fragranza contemporanea e disruptive, **Magneto** ha impostato una campagna TikTok che sfrutta il grande potenziale in termini di profilazione che la piattaforma offre, in modo da raggiungere con precisione e puntualità il suo pubblico. Un target difficilmente raggiungibile con altri mezzi di comunicazione, che invece su TikTok è molto più ricettivo e propenso ad entrare in relazione con i brands soprattutto quando c'è un elemento di novità e scoperta.



Il format fluido e naturale di TikTok permette alle nuove generazioni di approcciarsi a prodotti di consumo in modo semplice e genuino, privo delle barriere dell'advertising tradizionale.

Contatti

Next14

Chiara Bardello, chiara.bardello@next14.com, +39 342 7478221

Comin & Partners

Giovanni Gazzoli, giovanni.gazzoli@cominandpartners.com, +39 334 3616514

About Next14, Connect / Engage / Convert

Next14 è uno dei principali gruppi italiani indipendenti nell'ambito della comunicazione integrata, leader nelle marketing technologies. Grazie ad una piattaforma tecnologica proprietaria e ad un approccio innovativo nell'offerta di servizi integrati, Next14 affianca i propri clienti in ogni esigenza di comunicazione e marketing attraverso strategie flessibili, contenuti rilevanti e una distribuzione media rigorosamente basata sui dati.