Głuchowo, 29.11.2022 r.

**W GLS przesyłki w Black Friday dostarczał kurier-ninja**

**W tym roku z okazji Black Friday firma kurierska GLS Poland przygotowała wyjątkową kampanię budującą świadomość swojej marki wśród konsumentów e-commerce. W jej ramach, kurier zyskał nowe oblicze i stał się kurierem-ninja. Niezawodnie, szybko i zwinnie dostarczającym zakupy upolowane w ten doskonale wszystkim znany czarny piątek.**

*Na co dzień kurier, w Black Friday ninja* – takie hasło towarzyszy kampanii. Jej głównym elementem jest specjalnie przygotowany spot, w którym obserwujemy jak kurier ninja dostarcza paczkę małemu chłopcu. Zgodnie ze swoją misją GLS dostarcza coś więcej niż przesyłki, dlatego dzięki przesyłce z zabawkowym mieczem chłopiec również staje się ninja, a na jego twarzy pojawia się szczery uśmiech.

Kampania została zrealizowana przy współpracy z agencją reklamową Rebell Studio, która odpowiedzialna była za scenariusz i produkcję spotu oraz zakup mediów. Działania zostały również wsparte poprzez publikacje na profilach GLS Poland na Facebooku, Instagramie oraz platformie LinkedIn.

– *W GLS wiemy, że paczki, które dostarczamy, niosą za sobą emocje. To właśnie chcieliśmy pokazać w naszym spocie. Każdego dnia staramy się jeszcze efektywniej i szybciej dostarczać przesyłki naszych klientów. Nasi kurierzy niczym ninja robią co w ich mocy, by niezawodnie doręczyć wszystkie paczki. Szczególnie w tak gorącym okresie, jakim jest Black Friday. Praca przy produkcji spotu dostarczyła nam dużo satysfakcji, co mamy nadzieję, udało się Państwu w tych kilku sekundach przekazać* – mówi Małgorzata Markowska, promotion & communication manager GLS Poland.

– *Praca kurierów potrafi być wymagająca. Nieraz towarzyszy jej wiele logistycznych wyzwań, ale jest też źródłem ogromnej satysfakcji. Kurierzy dostarczają oczekiwane, wymarzone, wyczekane przesyłki. Czasem poekscytowani odbiorcy zapominają się i już przy nich z pasją otwierają paczki, sprawiając, że są oni częścią tej chwili. I tak, w naszej historii, mały chłopiec z ekscytacją wyjmuje zamówiony miecz z tuby i robi pokaz ninja ruchów. Ku jego zaskoczeniu kurier wyciąga z kieszeni opaskę i w mgnieniu oka zamienia się w kuriera-ninję. Chłopiec z zachwytu nieruchomieje. Ma swojego nowego bohatera! Praca przy tym projekcie była dla nas też niezłym wyzwaniem czasowym, ale tak jak dla kurierów GLS, tak i dla Rebell Studio nie ma rzeczy niemożliwych. Efekt sami oceńcie* – mówi Ela Martin, strategy director & partner Rebell Studio.

Materiał GLS do obejrzenia tu: [GLS NINJA Black Friday - YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=jHPi3NjnMvA)

**Po więcej informacji zapraszamy na stronę** [gls-group.com](https://gls-group.eu/) **lub do kontaktu:**

Małgorzata Markowska, GLS Poland

E-mail: malgorzata.markowska@gls-poland.com

Telefon: +48 695 354 791

Adriana Kondratowicz, PR Expert

E-mail: akondratowicz@prexpert.com.pl

Telefon: + 48 502 332 358

**O Grupie GLS**

Grupa GLS jest jednym z największych niezależnych dostawców usług kurierskich w Europie, z rozwiniętą aktywną obecnością w prawie wszystkich krajach kontynentu. W ramach sieci spółek zależnych, działa również w Kanadzie i na Zachodnim Wybrzeżu USA. Każdego dnia pozwala to GLS sprawnie dostarczać klientom i społecznościom miliony paczek i związanych z nimi historii. Swoją siecią GLS zarządza proaktywnie – rynki, na których działa, łączy w sposób elastyczny i zwinny, reagując na ich szybkie zmiany i dynamikę. Firma jest dumna z tego, że zapewnia swoim klientom wysokiej jakości usługi w ponad 40 krajach. Sieć GLS składa się z ponad 120 centrów dystrybucyjnych, ponad 1,6 tys. filii, 37 tys. pojazdów odpowiadających za ostatni etap dostawy i 4,5 tys. samochodów liniowych. Gwarantuje to doskonałą elastyczność i zwiększony zasięg działania. W latach 2021/22 Grupa GLS wygenerowała rekordowe przychody w wysokości 5 miliardów euro, dostarczając 870 milionów paczek na wszystkich obsługiwanych rynkach. Więcej informacji na stronie [gls-group.com](https://gls-group.eu/).