

Samplia y las mil caras de una pop-up urbana en la Gran Vía madrileña

Cuándo se habla de marketing experiencial, y de la manera de conectar con el consumidor, se tiene que hablar de Samplia. La empresa se posiciona como el referente con el que cuentan cientos de marcas para crear vínculos con sus clientes y para conquistar a nuevos consumidores. Una reciente campaña de la marca Clinique, en el local de Samplia en la Gran Vía madrileña, ha llevado el marketing experiencial a otro nivel: un pop-up elegante y divertido que ha tenido además mucha difusión en las redes sociales

Una cola en el pop-up de Samplia de la calle Gran Vía 46, puede que se convierta en algo habitual. La empresa, pionera en sampling experiencial, no deja de sorprender. Son cada vez más las marcas que apuestan por este espacio para su lanzamiento, dejando una huella memorable en los consumidores. Tal ha sido el caso de la reciente campaña de Clinique, una marca reconocida mundialmente por sus productos de belleza y cuidado de la piel, que atrajo a una multitud de entusiastas del "beauty" y el "lifestyle", llegando a formar largas colas fuera del espacio, mientras los visitantes esperaban con ansias para entrar y disfrutar de la experiencia única que se les ofrecía.

Clinique presentaba su innovadora base de maquillaje "Even Better", la cual los consumidores tenían la oportunidad de probar en la pop-up y descubrir su efecto transformador. Pero no solo eso, los asistentes podían disfrutar de una experiencia 360 para los sentidos, donde era posible disfrutar de helados gratis, participar en un emocionante sorteo a través de una máquina de premios o capturar los mejores momentos en el fotomatón.

El ambiente en el espacio de Samplia en Gran Vía estaba cargado de energía, con música y una atmósfera acogedora que invitaba a los asistentes a sumergirse en la experiencia. Además, y como valor añadido de la acción, por la pop-up pasaron reconocidos influencers de Instagram y TikTok, quienes compartieron sus experiencias con sus seguidores, aumentando la repercusión en redes sociales.

Para agregar aún más emoción al evento, también era posible encontrar bailarines realizando coreografías dentro del pop-up, creando un ambiente dinámico como complemento perfecto a la experiencia de belleza.

Quizás estemos frente a un nuevo modelo de publicidad, ese que lleva la experiencia a un nivel superior y aprovecha al máximo todos los recursos para interactuar con las personas, ya sea a pie de calle, o por las redes sociales, creando una oportunidad única para conectar directamente con los consumidores, conocer sus opiniones sobre los productos y en algunos casos, como este más reciente de Clinique, poder entrar al pop-up de Samplia con una sonrisa, y salir con la misma sonrisa, pero con mucha mejor cara. De esos pequeños detalles se compone la felicidad. Y esa felicidad, es gratis, y viene de la mano de Samplia.

Samplia es una empresa líder en el campo del marketing promocional con expertise en la distribución inteligente de muestras a través de su app Samplia, que ya cuenta con una comunidad de más de 1.7 millones de consumidores dispuestos a probar, evaluar y opinar sobre los productos de sus clientes. Gracias a su innovadora plataforma y su amplia base de usuarios, se ha posicionado como la empresa número uno en el sector de Sampling Inteligente.

La empresa española tiene presencia en varios países de Europa y América. Entre los servicios que ofrece a las marcas se incluyen las Máquinas Samplia (que fueron las primeras máquinas de sampling del mundo), los exclusivos locales Samplia Experience para crear pop-up stores en ubicaciones premium y Experiencias de Marca 360, las cabeceras de góndola SampliaGO! en líneas de caja de los mejores Carrefour, Micro y Macro Eventos, Sampling especializado en retailers o Roadshows.

El objetivo de todas las campañas de Samplia siempre es realizar samplings medidos y digitalizados, conseguir más de 12 millones de impactos visuales al mes, obtener feedback del 85% de los probadores y presentarlos en estudios de mercado cuantitativos y aumentar significativamente las ventas y la recompra de los productos promocionados. Descubrir más sobre Samplia en www.samplia.com

Datos de contacto:

Rafael Vázquez
Samplia Comunicación
658808784

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Imágen y sonido](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [Consumo](#) [Belleza](#) [Sostenibilidad](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>