

## **Brubeck, lider w dziedzinie odzieży termoaktywnej, nawiązał współpracę z agencją Harbingers**

Brubeck, uznany lider na polskim rynku odzieży termoaktywnej, współpracuje z agencją marketingową Harbingers. Ta synergia łączy innowacyjność i doświadczenie obu firm, co ma na celu dalsze umacnianie pozycji Brubeck na rynku oraz optymalizację ich działań marketingowych.

Brubeck, znany z wysokiej jakości produktów, które zapewniają komfort i wydajność w ekstremalnych warunkach, od lat cieszy się uznaniem wśród klientów poszukujących odzieży termoaktywnej. Współpraca z Harbingers, która rozpoczęła się już kilka miesięcy temu, obejmuje szeroki zakres działań, w tym Analitykę, Performance SEO, SEM oraz Content Marketing.

Głównym celem tej współpracy jest optymalizacja i zwiększenie efektywności działań Performance. Harbingers, wykorzystując swoje doświadczenie i podejście, ma za zadanie nie tylko zwiększyć widoczność marki Brubeck w internecie, ale również przyczynić się do wzrostu sprzedaży i zasięgu marki.

*Jesteśmy niezwykle podekscytowani współpracą z Brubeck. To marka, która przez lata wypracowała sobie pozycję lidera w branży odzieży termoaktywnej, a teraz, dzięki naszym wspólnym działaniom, będziemy mogli jeszcze bardziej rozwinąć jej potencjał na rynku. Nasze doświadczenie w zakresie Performance Marketingu połączone z innowacyjnością Brubeck, stworzy idealne warunki do osiągnięcia wyznaczonych celów –* **komentuje Michał Stadler – Senior Sales Executive w Harbingers.**

Z kolei przedstawiciel Brubeck wyraża swoje zadowolenie z tej współpracy: *Już od samego początku naszej współpracy byliśmy pod wrażeniem tego, jak Harbingers słucha naszych potrzeb i dynamicznie reaguje, jednocześnie dostosowując działania do bieżących potrzeb rynku. Partner ma świetne podejście do kreowania innowacyjnych strategii marketingowych, które idealnie współgrają z naszymi celami i wartościami jako marki. Warto podkreślić, że ta współpraca to nie tylko zaangażowanie i relacje, ale także profesjonalizm i umiejętność skutecznego dostarczania oczekiwanych przez markę rezultatów –* **mówi Weronika Ośródek, kierownik ds. marketingu i e-commerce w Brubeck.**