

Harbingers wspiera międzynarodowy rozwój kampanii reklamowych Smart Line Furniture 24 oraz NadaUp

Agencja digital marketingowa Harbingers od maja współpracuje z SLF24 – Smart Line Furniture 24, polskim producentem mebli tapicerowanych, rozwijającym sprzedaż online w Europie oraz NadaUp, projektem wellbeingowym skoncentrowanym na regeneracji, jakości snu oraz codziennym komforcie organizmu.

Agencja odpowiada za prowadzenie kampanii reklamowych na rynkach międzynarodowych. Celem działań jest wsparcie dalszego skalowania sprzedaży, zwiększanie efektywności kampanii oraz wzmacnianie obecności marki poza Polską. SLF24 to producent mebli tapicerowanych, w którego ofercie znajdują się m.in. sofy, narożniki, fotele, łóżka, krzesła, pufy i meble ogrodowe. Marka łączy polskie zaplecze produkcyjne z modelem sprzedaży online, obsługując klientów indywidualnych oraz segment B2B. Jak podaje firma, jej sklepy internetowe działają w 7 krajach Europy, a w ciągu 10 lat SLF24 dostarczyło produkty do 200 tys. klientów. Marka NadaUp wykorzystuje technologię Mammoth Medical Grade™, opartą na badaniach dotyczących redukcji nacisku, termoregulacji oraz poprawy komfortu regeneracji.

Współpraca z Harbingers rozpoczęła się w maju 2026 roku. Zakres działań obejmuje prowadzenie kampanii reklamowych wspierających sprzedaż SLF24 i NadaUp na rynkach międzynarodowych. Projekt koncentruje się na rozwoju działań paid, lepszym wykorzystaniu potencjału kampanii oraz budowaniu skutecznego modelu pozyskiwania klientów poza rynkiem polskim.

– SLF24 oraz rozwijana przez nich nowa marka NadaUp to firma z mocnym zapleczem operacyjnym i doświadczeniem w sprzedaży online, dlatego w tym projekcie skupiamy się na tym, jak wykorzystać kampanie reklamowe do dalszego rozwoju na rynkach zagranicznych. Nie chodzi wyłącznie o zwiększanie zasięgu, ale o budowanie działań, które wspierają sprzedaż w konkretnych krajach, uwzględniają specyfikę kategorii home & living i pomagają skalować biznes poza Polską – mówi Dawid Małkowski, Business Growth Expert w Harbingers.

– SLF24 i NadaUp rozwija sprzedaż zarówno w Polsce, jak i na rynkach zagranicznych. Jako producent chcemy docierać do klientów, którzy szukają jakości, wygody i rozwiązań dopasowanych do swoich wnętrz. Coraz mocniej rozwijamy również obszar związany z wellbeingiem, regeneracją oraz wpływem komfortu na codzienne funkcjonowanie organizmu. Widzimy rosnącą świadomość klientów w zakresie jakości snu, ergonomii i regeneracji, dlatego marka NadaUp staje się ważnym elementem naszego rozwoju międzynarodowego – **mówi Marek Tybura, CEO w SLF24.**

Działania realizowane przez Harbingers mają wspierać SLF24 i NadaUp w docieraniu do klientów zainteresowanych wyposażeniem wnętrz, komfortem codziennego użytkowania oraz funkcjonalnymi rozwiązaniami do domu. Kategoria mebli online wymaga od kampanii reklamowych połączenia inspiracyjnego charakteru komunikacji z precyzyjnym prowadzeniem użytkownika do zakupu. Dlatego ważnym elementem współpracy jest testowanie, optymalizacja i rozwijanie kampanii w sposób dopasowany do różnych etapów decyzji zakupowej.