

## Ponad 14 000 osób odwiedziło pierwszy pop-up store SHEIN w Warszawie!

Ostatnie dni to wyjątkowy czas dla marki SHEIN. Pierwszy w Polsce tymczasowy sklep tego globalnego producenta przyciągnął prawdziwe tłumy. Przez 5 dni gościł ponad 14 000 entuzjastów mody, którzy mieli niepowtarzalną okazję dotknąć, sprawdzić i przymierzyć najgorętsze hity z asortymentu SHEIN.

Co najchętniej kupowali Polacy? Kosmetyki! Szeroka gama produktów kolorowych oraz akcesoriów makijażowych od SHEGLAM, szczególnie przypadła do gustu klientom. Bestsellerami okazały się rozświetlacz SHEGLAM Lunar Glow w kolorze metalicznego srebra, róż w płynie w neutralnych odcieniach i nawilżające błyszczki do ust o soczystych, owocowych zapachach. Czyli produkty, które pozwolą stworzyć idealne letnie makijaże – od delikatnego *make up no make up* po romantyczne, wieczorne rozświetlenie. Klienci nie przeszli obojętnie także obok akcesoriów domowych. Stylowe dodatki, takie jak finezyjne świeczniki w stylu scandi czy kolorowe organizery do domu szybko zniknęły z półek. Te wybory pokazują, że Polacy cenią sobie funkcjonalność połączoną z estetyką, a produkty SHEIN doskonale wpisywały się w ich oczekiwania. Trzecią najczęściej wybraną przez klientów pop-up store kategorią były ubrania wieczorowe. Eleganckie sukienki typu mała czarna oraz crop-topy wykończone cekinami okazały się prawdziwymi hitami, które na pewno idealnie sprawdzą się na letnich imprezach.

To nie wszystko! Oprócz najnowszych kolekcji SHEIN, ogromnym zainteresowaniem cieszyły się atrakcje czekające na gości. Najpopularniejszą okazała się stacja skanowania kolorów, gdzie po przeprowadzeniu analizy kolorystycznej, można było przetestować, które odcienie będą najodpowiedniejsze przy tworzeniu letnich stylizacji. Następnie profesjonalni wizażyści proponowali klientkom letnie makijaże inspirowane najnowszymi trendami, udzielając jednocześnie cennych porad.

Prawdziwą wisienką na torcie był wystrój sklepowy. Design pop-up store SHEIN, z motywem przewodnim #BloomwithSHEIN i #BloomInDreams, zachwyił kwiatowymi dekoracjami i pastelowymi kolorami. Ta specjalnie zaaranżowana przestrzeń pozwoliła gościom oderwać się od zgiełku miasta oraz zainspirować się najnowszymi modowymi trendami.

*- Ponad 14 000 gości w pop-up store SHEIN to dla nas prawdziwy sukces, ale i zobowiązanie. Sympatia polskich konsumentów motywuje nas do dalszego rozwijania się i dostarczania produktów spełniających ich oczekiwania – mówi Marion Bouchut, Dyrektorka komunikacji na rynek europejski w SHEIN. – Po sukcesie warszawskiej lokalizacji, marka planuje odwiedzić inne miasta Polski. O kolejnych otwarciach pop-up store SHEIN będziemy informowali na bieżąco – dodaje.*

#SHEINWarsaw #MeetSHEIN #SHEINWarsaw #MeetSHEIN

**O SHEIN:**

SHEIN to globalny sprzedawca internetowy zajmujący się modą i stylem życia, którego celem jest umożliwienie wszystkim korzystania z piękna mody. Wykorzystujemy technologię produkcji na żądanie, aby połączyć dostawców z naszym sprawnym łańcuchem dostaw, zmniejszając straty magazynowe i umożliwiając nam dostarczanie różnorodnych produktów w przystępnych cenach do klientów na całym świecie. Z naszych biur na całym świecie docieramy do klientów w ponad 150 krajach. Aby dowiedzieć się więcej o firmie SHEIN, odwiedź stronę <http://www.SHEIN.com>