

DATART spouští nový kreativní koncept. V hlavní roli se objeví zákazníci se svými každodenními elektro zážitky

5.11.2024 - | HP TRONIC Zlín

DATART představuje nový komunikační koncept, který posouvá vnímání značky směrem k hlubšímu propojení se zákazníky.

Ve spolupráci s agenturou Havas se značka vydává cestou, která více reflektuje každodenní zážitky a potřeby spotřebitelů. Nový přístup se odklání od dřívějších futuristických vizí a zaměřuje se na reálný život, čímž DATART potvrzuje svou roli spolehlivého partnera pro každého, kdo hledá nejen špičkové produkty, ale především služby, které zjednodušují život. Tváří nové kampaně se stal komik Lukáš Pavlásek.

Maloobchodní prodejce elektroniky DATART vstupuje do nejdůležitější části roku se zbrusu novým komunikačním konceptem. Oproti předchozím kampaním, kterým dominoval samotný prodejce, se do popředí nově dostává zákazník a jeho zkušenosti s produkty a službami prodejce. Přináší tak větší autenticitu a zviditelňuje praktické výhody, které DATART poskytuje. Tváří kampaně se stal populární komik Lukáš Pavlásek, jehož jedinečný humor do kampaně vnáší dynamiku a lidský rozměr.

Jak zdůrazňuje ředitelka marketingové komunikace DATARTu Lenka Mastešová, nový koncept odráží změnu ve strategii firmy: „Naším cílem je reflektovat to, co je pro naše zákazníky nejdůležitější – jejich každodenní potřeby a zážitky. Chceme ukázat, že naše služby jsou nejen rychlé a spolehlivé, ale zároveň dokážou přinést radost do každého dne. Lukáš Pavlásek je pro nás proto ideální volbou. Jeho humor oslovuje široké spektrum zákazníků a je srozumitelný napříč generacemi.“

Reálné situace, skuteční zákazníci

Nové televizní spoty ilustrují, jak snadné může být řešení běžných situací s pomocí DATARTu. Ať už jde o vynesení spotřebiče do bytu, expresní vyzvednutí zboží do 30 minut, pohodlné doručení do výdejních boxů nebo řešení vánočních dárků. DATART je vždy připraven s rychlým a snadným řešením. Prodejce elektroniky tímto způsobem zdůrazňuje, že jsou jeho služby navrženy tak, aby zákazníkům zjednodušovaly život.

Volba Lukáše Pavlásky jakožto tváře celé kampaně nebyla náhodná. DATART si od tohoto kroku slibuje osvěžení značky. „Koncept kampaně jsme od začátku navrhovali s Lukášem Pavláskem v hlavní roli. Jeho osobitý styl a výraz dávají kampani potřebný humor, který bude u diváků a divaček vytvářet pozitivní asociace ke značce Datart,“

vysvětluje Petr Čech, z dua kreativních ředitelů Havasu.

Výjimečné natáčení, špičková produkce

Natáčení kampaně probíhalo na několika klíčových lokacích v Praze, včetně prodejny DATART v

Edenu, a zahrnovalo také sofistikovanou postprodukci s využitím moderní 3D animace. „Bylo to naše dosud nejnáročnější natáčení. Výsledný produkt však dokonale odráží úsilí a nadšení celého týmu v čele se skvělým režisérem Ondřejem Trojanem,“ říká **Veronika Stodůlková, brand manažerka DATART.**

Široká kampaň s dlouhodobým dopadem

Nová kampaň bude spuštěna 1. října. Viditelná bude napříč různými médii – od televizních obrazovek, přes online, rádio a outdoorovou reklamu až po celopolepy dopravních prostředků. „Tento koncept je tak flexibilní, že nám umožňuje pružně reagovat na jakékoli zadání od klienta. Naším cílem bylo přinést značce Datart efektivní komunikační platformu, která dokáže obsáhnout její široké portfolio služeb, bude výrazná

a divákům dá důvod těšit se na každý nový spot a nabídku.“ dodává **Jakub Kolářík, z dua kreativních ředitelů Havasu.**

DATART tak opět potvrzuje svou roli inovativního lídra na trhu s elektronikou, který staví na pevných základech odbornosti a zároveň s lehkostí a nadhledem přináší radost svým zákazníkům.

<https://www.datart.cz/novinky/tiskove-zpravy/datart-spousti-novy-kreativni-koncept>