

Jiří Langmajer pokračuje ve spolupráci se skupinou MOL, jako šerif představil soutěž o palivové karty i novinku ve Fresh Corneru

22.11.2024 - Klára Pirochová | MOL Česká republika

Skupina MOL pokračuje ve spolupráci s populárním hercem Jiřím Langmajerem, který se letos objevil ve dvou paralelních letních kampaních na sociálních sítích.

Na profilech MOL se zaměřil na letní soutěž o palivové karty, zatímco na profilu Fresh Corner lákal zákazníky na letní speciál - perníkové latté.

„V kampaních, jako je ta s Jiřím Langmajerem, se vždy snažíme přinést něco neobvyklého, co diváky pobaví a překvapí. Pozitivní ohlas ale předčil naše očekávání. Spokojenost s touto spoluprací je na obou stranách. S Jirkou jsme se stali přátelé a těším se, jak v tomto spojení budeme pokračovat v dalším roce,“ říká **Tomáš Trč** z oddělení korporátní komunikace společnosti MOL.

Dlouhodobá spolupráce s Jiřím Langmajerem pro MOL a FreshCorner trvá již dva roky a byl v ní představen jako šerif kvality kávy a kvalitního paliva. Spolupráce má za cíl podporu větších kampaní a zefektivnit komunikaci na sociálních sítích.

V každém z celkově 11 krátkých spotů se vyskytuje decentní humor, který je spojován s postavami Jiřího Langmajera, tak jak jsou známy v jeho televizních, ale i divadelních vystoupeních. Cílem však nebylo vytvoření imaginární postavy šerifa, ale podtrhnout osobnost Jiřího Langmajera stylizováním do prostředí westernu, ať už kloboukem, který je pro šerifa signifikantní, nebo třeba příjezdem na čerpací stanici na koni a posazení do houpacího křesla, které je známé právě z filmů z divokého západu.

Všech 11 videí se stalo nedílnou součástí kampaně značek MOL a Fresh Corner. Sedm z nich bylo publikováno na profilu Fresh Corner, čtyři na profilu MOL. Nejúspěšnějším videem z hlediska zhlédnutí bylo „Latté nebo shot“, které nasbíralo úctyhodných 275 000 zhlédnutí. Co se týče interakce s publikem, největší úspěch zaznamenalo video „Šerif z Fresh Corneru se vrací“. Tento příspěvek, kde Jiří Langmajer přijíždí na koni zpět do Fresh Corneru, získal 261 000 zhlédnutí, téměř 4 000 likes a přes 150 komentářů.

Letos se komunikace zaměřila na sociálních sítích na letní soutěž v aplikaci MOL Move. Šerif Langmajer se objevil na korbě amerického pick-upu ve stylovém klobouku a letním oblečení, doprovázen želvou Moli, která svým vzezřením bavila diváky a ukazoval jednoduchost herní mechaniky a řadu výher, která soutěž poskytovala.

Kampaně oslovila široké spektrum zákazníků, kteří pravidelně využívají čerpací stanice a ocení kvalitní občerstvení na cestách. Příspěvek s kupony na palivové karty zasáhl téměř 150 000 uživatelů. Na profilu Fresh Corner si vedla nejlépe videa s perníkovým latté, která překonala 200 000 zhlédnutí a získala nejvyšší výkon napříč celou kampaní. Tato videa si získala pozornost dynamickým začátkem a efektivním představením produktu, čímž se stala klíčovým tahákem kampaně.

„V rámci dlouhodobé spolupráce s Jiřím Langmajerem rádi využíváme netradičních prvků, přitažených za vlasy, které by divák běžně na čerpací stanici nečekal. Historicky to byl například

kůň, na kterém šerif Langmajer přijel k Fresh Corneru. Předmětem komunikace v této kampani byla letní soutěž, v rámci které se rozdávalo denně 7 karet a my okamžitě vycítili příležitost – sekundovat bude želva! A co by to bylo za léto bez bazénku na americkém pick-upu?” dodává **Lucie Nováková** z agentury WMC Grey.

Letní kampaň MOL s Jiřím Langmajerem ukázala, že spojení charismatického šerifa s netradičními prvky a lákavými výhrami dokáže zákazníky oslovit i pobavit. Kombinace westernového stylu, humoru a soutěže pomohla MOL i Fresh Corneru posílit image značky jako spolehlivého partnera na cestách. Kampaň byla pozitivně přijata a potvrdila, že odlehčený přístup funguje i v segmentu čerpacích stanic.

Ještě letos se zákazníci a fanoušci značky MOL mohou těšit na další videa s Jiřím Langmajerem v roli šerifa. V rámci zimní kampaně uvidí dvě videa zaměřená na zimní palivovou soutěž o atraktivní ceny, včetně palivových karet. V dalších videích se po boku Langmajera představí i influencer Jan Strach.

„Videa jsou již v přípravě a brzy se objeví na našich platformách. Těšíme se, jak toto spojení bude vnímáno našimi zákazníky a fanoušky obou protagonistů,” dodává Trč.

MOL Česká republika, s. r. o.

S 302 čerpacími stanicemi je dnes druhým největším provozovatelem sítě čerpacích stanic na českém trhu. Silnou pozici zastává MOL také v oblasti velkoobchodu, kde patří k vedoucím obchodním společnostem v oblasti distribuce a prodeje motorových paliv a maziv. Ambicí Skupiny MOL v ČR je stát se první volbou pro zákazníky jak v maloobchodě, tak v oblasti velkoobchodu.
www.molcesko.cz

Kontakt pro média

Klára Pirochová
E-mail: klara.pirochova@knktr.cz
Telefon: 732 801 881

<https://molcesko.cz/cz/o-nas/media/novinky/jiri-langmajer-pokracuje-ve-spolupraci-se-skupinou-mol-ja-ko-serif-predstavil-soutez-o-palivove-karty-i-novinku-ve-fresh-corneru>