

„Vánoce, jaké si přeji” - společnost Pepco představila svou první vánoční image kampaň

17.12.2024 - | PROTEXT

Vánoční rivalita, která spojuje

První obrazová vánoční kampaň společnosti Pepco se zaměřuje na příběh dvou dospělých sester, které s nadšením a kreativitou připravují Vánoce ve svých rodinných domech a každá k nim přidává svůj osobitý styl. Jejich nevinná rivalita končí výměnou dárků, které se dotknou srdce a připomenou nám, co vlastně znamená být si blízcí. Kampaň zdůrazňuje, že v tomto výjimečném období je nejdůležitější být v klidu sám se sebou a se svými nejmilejšími.

„Chtěli jsme vytvořit příběh, který na jedné straně představí krásu rodinných vztahů a na straně druhé umožní každému, aby se s hrdiny sžil a vypěstoval si vlastní postoj k výzdobě domova a trávení času se svými blízkými. Vánoce jsou obdobím, kdy je třeba oslavovat to, na čem skutečně záleží,” říká Agnieszka Olejniczak, marketingová ředitelka společnosti Pepco.

Univerzální hodnoty a autenticita v duchu hesla „Vánoce, jaké si přeji”.

Koncept reklamy vychází ze spotřebitelského průzkumu provedeného agenturami Y&Lovers a Minds & Roses na několika evropských trzích, kde Pepco působí. Podle něho zákazníci řetězce hledají značky, které nejen rozumí jejich každodenním potřebám, ale také je inspirují k vytváření krásných vzpomínek. Celých 87 % respondentů, kteří se projektu zúčastnili, zdůraznilo význam vztahů a rodinných okamžiků jako klíčový aspekt Vánoc. Silné emoce podle nich budují i takové drobné detaily, jako jsou **dárky od srdce**, okamžiky radosti a spontánnost.

Pepco: malé potěšení, velká rozmanitost

Kampaň zdůrazňuje roli Pepco jako značky, která pomáhá vytvářet jedinečné okamžiky tím, že nabízí rozmanitý sortiment zboží. Od dekoračních předmětů přes oblečení až po drobné doplňky, které vykouzlí úsměv na tváři každému. Claim „Vánoce, jaké si přeji” odráží poslání značky, která nabízí produkty umožňující celé rodině projevit svůj styl a zkrášlit svůj prostor.

„Naše kampaň ukazuje, že Pepco je víc než jen nakupování. Je o vytváření nezapomenutelných okamžiků. Chceme, aby každý, kdo navštíví naše prodejny, v nich našel něco, co mu zpříjemní Vánoce,” dodává Agnieszka Olejniczak.

Premiéra a distribuce kampaně

Spot Vánoce, jaké si přeji. S Pepco! si můžete prohlédnout na YouTube, v televizi a na sociálních sítích. Kromě toho je na webových stránkách společnosti Pepco a na vybraných streamovacích platformách jako je SoundCloud. K dispozici je také audiokniha „Sestry - Vánoční příběh”, kterou napsala Magdalena Witkiewiczová, spisovatelka a autorka několika románů pro dospělé i děti. Čte ji Kateřina Peřinová. Textovou verzi si můžete stáhnout ve formátu ePub a PDF ze stránky <https://pepco.cz/kolekce/sestry/>. Najdete tam také tematický kvíz a tipy na dárky. Pepco **vánoční spot** je víc než jen reklama. Je to zamyšlení nad tím, že rozdíly nás nemusí rozdělovat.

Spot a kampaň připravila agentura DDB Warszawa.

Skupina Pepco

Skupina Pepco byla založena v roce 2015 a tvoří ji silné maloobchodní řetězce Pepco, Dealz a Poundland, které spolupracují s globálním dodavatelem PGS. V současné době má skupina Pepco více než 5 000 prodejen ve 20 zemích a zaměstnává cca 47 000 zaměstnanců.

Pepco

Pepco, tzv. value retailer, je nejrychleji rostoucím evropským maloobchodním řetězcem, který nabízí oblečení pro celou rodinu a domácí potřeby za velmi atraktivní ceny. Po téměř 20 letech nepřetržitého rozvoje navštěvují prodejny Pepco zákazníci, kteří měsíčně uskuteční 30 milionů transakcí. Společnost se sídlem v Poznani nyní zaměstnává více než 31 000 zaměstnanců v 18 zemích Evropy a má více než 3800 prodejen.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/vanoce-jake-si-preji-spolecnost-pepco-predstavila-svou-prvni-vanocni-image-kampan/2610010>