

PLNEO PŘICHÁZÍ S NOVÝM KOMUNIKAČNÍM KONCEPTEM. KAMPAŇ JEDNODUŠE OTEVÍRÁ NOVOU ÉRU ZNAČKY

20.8.2025 - Václav Junek | Crest Communications

Kreativní podobu konceptu připravila agentura Hullabaloo pod vedením Executive Creative Directora Vítězslava Štrobla, režie spotů se pod taktovkou produkce Punk Film ujal Markus Krug, známý z projektů Kazmovy One Man Show nebo reality show Zrádci. Hlavní tváří a hlasem PLNEO v reklamách se stává herec Miroslav Hrabě, který ztvárňuje prodavače PLNEO. Kampaň odstartovala v polovině srpna a postupně se objeví ve všech hlavních komunikačních kanálech - od televize přes outdoor až po sociální sítě, rádio a prodejny, a to jak v Česku, tak na Slovensku.

„Pro nás je to zlomový moment. Chceme, aby lidé přestali vnímat PLNEO jen jako obchod s ledničkami a pračkami. Jsme tu pro ně jako odborníci, kteří pomáhají s výběrem, radí srozumitelně a nehledají důvody, proč něco nejde. Nový komunikační koncept nám umožňuje tohle všechno říct naplno - a s nadsázkou,“ říká Dominik Dolejš, ředitel marketingu PLNEO ČR, který na kampani pracoval společně se svým týmem a s týmem Jany Zedníkové, ředitelky marketingu PLNEO SR.

Dva světy, jedna jednoduchá volba

Spoty kampaně se odehrávají ve dvou kontrastních prostředích. Prvním je anonymní, chladný a technologicky komplikovaný „obchod jinde“, kde se zákazník potýká s nejasnými pravidly, neochotou nebo matoucími podmínkami nákupu. Druhým je prodejna PLNEO, kde všechno běží hladce a jednoduše - díky přístupu personálu, který poradí, vysvětlí a pomůže s nákupem.

„Od začátku jsme se s klientem shodli na tom, že platformu „Jednoduše“ potřebujeme nejdříve etablovat - a nejlépe právě na kontrastu. Vycházeli jsme z reálných dat o tom, co lidem při nákupech nejvíc vadí, a chtěli ukázat, že to jde i jinak. Právě proto jsme příběh postavili na nedokonalém a zbytečně komplikovaném světě fiktivní konkurence. A protože jsme chtěli divákům zahlceným hardsellem dopřát silný a zapamatovatelný zážitek, vsadili jsme na storytelling a humor,“ říká Vítězslav Štrobl.

„Fiktivní „obchod jinde“ vznikl zcela od nuly na zelené louce - od architektonického návrhu až po grafické detaily. Každá rekvizita byla pečlivě obrandována tak, aby působila jako prostředí fiktivní konkurence - od zaměstnaneckých kartiček až po obrazovky počítačů. „Šlo to do maximálního detailu a bylo to velmi pracné, v podstatě jsme vytvořili design pro úplně novou firmu,“ popisuje přípravu producent Jiří Beránek z produkce Punk Film.

Hlavními postavami jsou zaměstnanci PLNEO, kteří zákazníky doslova zachraňují z patových situací. S úsměvem, věcně a lidsky. Spoty pracují s humorem a stylizací, ale vycházejí z reálných zkušeností zákazníků, které značka nashírala v rámci rozsáhlého výzkumu.

„Každý, kdo někdy zažil neosobní nebo zmatený nákup elektroniky, ten kontrast pochopí. Náš cíl byl ukázat, že to jde i jinak - a s nadhledem a humorem, který lidi na reklamách baví,“ dodává Markus Krug.

„Jednoduše“ není jednorázová kampaň, ale základní linka nové éry značky PLNEO, kterou

momentálně zahajuje první vlna kampaně. Další budou komunikovány postupně v následujících měsících napříč médii a formáty.

Václav Junek, Crest Communications a.s., +420 602 464 128m, vaclav.junek@crestcom.cz

<https://www.crestcom.cz/cz/tiskova-zprava?id=5734>