

JSME HRDÉ PENNY

10.9.2023 - | PENNY MARKET

PENNY spustilo novou kampaň HRDĚ HEZKY ČESKY. Cílem kampaně je posílit povědomí o odpovědném chování společnosti k přírodě, okolí i zaměstnancům.

Základem nové kampaně je představení aktivit na poli společenské odpovědnosti. „Penny se vždy snaží chovat jako dobrý soused. Dlouhodobě tedy podporujeme prostředí, ve kterém žijeme. Máme řadu aktivit, jejichž prostřednictvím se staráme o svět okolo nás, ať už je to pěstování včel, sázení stromů nebo úklid našeho okolí. Podporujeme rodiny s dětmi, seniory, spolupracujeme s potravinovými bankami. Pro nás je důležité tyto věci skutečně dělat, a ne o nich jen mluvit. Na druhou stranu, řada lidí třeba netuší, co vše ve skutečnosti v Penny děláme, a protože jsme na to hrdí, rozhodli jsme se připravit novou kampaň, kde s nimi budeme tyto naše hodnoty sdílet,“ popisuje Vít Vojtěch, vedoucí strategického marketingu PENNY Česká republika.

Základem kampaně jsou čtyři televizní spoty: starost o přírodu, spolupráce s Českou obcí sokolskou, péče o aktivní život pro seniory a poděkování zaměstnancům PENNY. Focení a natáčení proběhlo na začátku srpna v ateliéru v pražských Vysočanech a na prodejně PENNY v Praze Štěrboholech. „Na billboardech i v televizi vystupují skuteční zaměstnanci PENNY, s nimiž se naši zákazníci mohou každý den setkávat na našich prodejnách. O tom, že nejen dělají dobře svoji práci, ale že mají i herecký talent, svědčí i pochvaly od fotografa i režiséra našich nových spotů,“ zdůrazňuje autenticitu kampaně Vít Vojtěch.

Součástí kampaně je i podpora PENNY jako dobrého zaměstnavatele. „Nejlepší doporučení je vždy osobní doporučení. Víme, jak jsou u nás lidé hrdí na to, že jsou součástí našeho týmu. Máme více než 400 prodejen po celé zemi a pro nás je to jedna velká rodina. Ano, v dobrém i zlém, tak to v rodinách chodí. Máme na našich prodejnách i případy, kdy u nás skutečně pracují takřka celé rodiny. A my jsme naopak hrdí na to, že takové zaměstnance máme. Jsme hrdí na to, že jsme PENNY. Proto jsme se rozhodli se tím, a nestydím se to říci, zkrátka pochlubit,“ říká k této části kampaně zaměřené na employer branding Michal Batelka, vedoucí HR oddělení PENNY. „Ačkoliv to pro mě nebylo poprvé, protože jsem fotila už předchozí kampaň PENNY, měla jsem trému. Mám ji pokaždé, nejsem žádná modelka ani herečka,“ říká Denisa Jelínková, zástupce vedoucí prodejny PENNY v Kladně, která začínala jako brigádnice v Unhošti a stala se tváří náborové kampaně už před dvěma roky. „Na druhou stranu, i při téhle akci se ukazuje, jaký jsme tým, a že zvládneme i to, co není běžnou součástí naší práce. A jsem, samozřejmě, hrdá na to, že můžu reprezentovat všechny zaměstnance. Navíc tým, který s námi na těchto kampaních pracuje nás vždy dokáže na to, co nás čeká a co od nás očekává, připravit. Mají s námi trpělivost, dokáží nás uvolnit, a je to vlastně zábava.“

Novou kampaň připravilo PENNY pro televize, on-line a sociální média, tisk, instore i kina. Na sociálních sítích odstartovala v neděli 3. září. Televizní diváci nové spoty poprvé viděli v pondělí 4. září.

NÁZEV KAMPANĚ: HEZKY ČESKY HRDĚ

Kreativní agentura: Hullabaloo

Account director: Adéla Hýsková (Hullabaloo)

Copywriter: Vít Vojtěch

Režie: Ruy Okamura

Produkční agentura: Heroes
Mediální agentura: PHD Media
PR Agentura: CCL CONFERENCE

VIDEO PŘÍRODA: <https://youtu.be/lQLsSmBc00E>

<https://www.penny.cz/mediaweb/press-release/tz-jsme-hrde-penny>