**PLANEO přichází s novým komunikačním konceptem. Kampaň Jednoduše otevírá novou éru značky**

20. srpna 2025

**Síť obchodů s elektronikou a dalším zbožím PLANEO představuje nový komunikační koncept s názvem Jednoduše, kterým vstupuje do zcela nové fáze své marketingové identity. Namísto čistě produktové komunikace se PLANEO nově profiluje jako značka s lidskou tváří – vstřícná, odborná a srozumitelná.**

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 PLANEO v reklamách se stává herec Miroslav Hrabě, který ztvárňuje prodavače PLANEO. 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 PLANEO 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 PLANEO ČR, který na kampani pracoval společně se svým týmem a s týmem Jany Zedníkové, ředitelky marketingu PLANEO 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 PLANEO, 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 přípravy producent Jiří Beránek z produkce Punk Film.

Hlavními postavami jsou zaměstnanci PLANEO, 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 nasbírala 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 PLANEO, kterou momentálně zahajuje první vlna kampaně. Další budou komunikovány postupně v následujících měsících napříč médii a formáty.

Václav Junek

Crest Communications a.s.

+420 602 464 128

[vaclav.junek@crestcom.cz](mailto:vaclav.junek@crestcom.cz)