15.10.2024

**Rozmowa z Konradem Jezierskim z Komfortu, czyli jak kampania „Satysfakcja” zmienia oblicze reklamy?**

**W czerwcu br. sieć sklepów Komfort zaskoczyła rynek reklamowy wyjątkową platformą komunikacyjną „Satysfakcja”, która wywołała poruszenie w mediach społecznościowych. Kampania szybko stała się tematem licznych dyskusji, nawiązujących również do tego, co właściwie kryje się za jej kulisami? O backstage’u jej powstania, celach, zastosowanych technologiach i strategii opowiedział Konrad Jezierski, Członek Zarządu i OmniSales Director marki Komfort, w wywiadzie dla Spider's Web.**

**„*Pokazaliśmy alternatywę dla klasycznego nagrywania i poszliśmy trochę w przeciwnym kierunku, niż sugerują domy produkcyjne czy agencje kreatywne*”** –zdradza Konrad Jezierski, opisując, w jaki sposób marka połączyła sztuczną inteligencję z silnikiem Unreal Engine, znanym głównie z branży gier wideo. Komfort stworzył tym samym kampanię, która łamie utarte schematy tradycyjnych reklam konsumenckich. W rozmowie Jezierski podkreślił, że zastosowanie tych technologii umożliwiło realizację elementów, które w tradycyjnej produkcji byłyby trudne do osiągnięcia lub znacznie bardziej kosztowne.

„*Problem tradycyjnej reklamy oraz formatu nagrywania w postaci studia i planowania zdjęć polega na tym, że po wyjściu ze studia nie ma miejsca na poprawki. To, co zostało nagrane, trzeba wykorzystać. W przypadku wybranej przez nas formy, można to poprawiać cały czas*” – tłumaczy. Dzięki Unreal Engine powstało 9 dynamicznych spotów reklamowych, osadzonych w 16 różnych scenografiach, a do produkcji użyto aż 12 narzędzi sztucznej inteligencji.

**Dyskusja wokół kampanii - komentarz Komfortu**

„*Na pewno wywołaliśmy lawinę komentarzy - i to jest ok. Ta reklama miała polaryzować. Wiedzieliśmy, że będzie polaryzować, więc zależało nam na tym, aby nie przechodzić obok niej obojętnie, tylko żeby była zapamiętywalna i aby Komfort, który przez lata stał się nieco przykurzoną marką, nie mówiącą o sobie w mediach szeroko zasięgowych, wrócił i powiedział: 'Tak, jesteśmy. Tak, jesteśmy ekspertem w kategorii łazienka, podłoga, drzwi i kuchnie.*” – mówi Jezierski. Strategia ta okazała się skuteczna – kampania zainicjowała wiele dyskusji, a Komfort ponownie zwrócił na siebie uwagę jako istotny konkurent w swojej branży.

„Satysfakcja” zyskała znaczące zainteresowanie zarówno ze strony odbiorców, jak i ekspertów z dziedziny reklamy. Spoty promocyjne, ze względu na swoją intensywność, mogą wzbudzać różne reakcje, jednak liczne pozytywne komentarze w mediach społecznościowych świadczą o ich szerokim zasięgu i atrakcyjności. Odbiorcy docenili innowacyjne podejście marki, które zdecydowanie wyróżnia ją na tle konkurencji.

Jak wynika z rozmowy na łamach Spider’s Web, połączenie niekonwencjonalnych pomysłów i nowatorskich rozwiązań pozwoliło Komfortowi stworzyć kampanię, która nie tylko przyciąga uwagę, ale także na długo zapada w pamięć.

Pełny wywiad z Konradem Jezierskim, w którym zdradza więcej szczegółów o kulisach powstawania kampanii, można obejrzeć na kanale Spider's Web na YouTube pod linkiem: <https://www.youtube.com/watch?v=OFATr8w5q2w>.

**\*\*\***

**Sklepy Komfort S.A.**

Sklepy Komfort S.A. to wiodąca marka w branży wyposażenia wnętrz, która od ponad 30 lat jest obecna w Polsce. W swojej ofercie posiada wszystko, co potrzebne do kompleksowego urządzenia łazienki, wykończenia podłóg, wyboru drzwi oraz zaprojektowania kuchni i innych domowych wnętrz. To profesjonalne usługi i produkty od renomowanych producentów. Firma stawia na innowacyjność i nowoczesność, dbając na każdym kroku o satysfakcję swoich klientów w każdym z ponad 160 salonów stacjonarnych i w sklepie internetowym komfort.pl.