**„Když chceš dům, chceš HELUZ,“ říká nová kampaň českého výrobce cihel**

**HELUZ spouští novou kampaň s názvem Chci HELUZ. Staví na jednoduché, avšak silné kreativě. Očima zákazníků formuluje typická přání spojená se stavbou domu. K vlastnímu bydlení se totiž váže celá řada snů o tom, co bude konečně „jinak“ a „lépe“. HELUZ přichází jako odpověď.**

DOLNÍ BUKOVSKO – „Chci dům, kde protopím jen pár kaček,“ či „Chci dům pro svoji rodinu,“ jsou jen některé z tematických linií nové kampaně společnosti HELUZ. Celkem jich je šest a akcentují témata jako zdraví, ekonomický provoz či výdrž domu. „Víme, jaká přání lidé ve spojitosti s domy mají,“ říká Eliška Smolová, marketingová ředitelka ve společnosti HELUZ. „Máme k dispozici výzkumy, které jasně ukazují, co je pro stavebníky prioritou. Na nich jsme postavili komunikaci. Je prostá ve svém provedení, ale o to silněji sdělení podává,“ doplňuje Smolová.

Záměrem kampaně je oslovit lidi, kteří se rozhodli pro vlastní bydlení a nyní hledají vhodné řešení. Podle Smolové je důležité trvat na svých prioritách a nenechat se strhnout zdánlivě nejrychlejší či nejlevnější nabídkou. „Ústí to v situace, kdy například máte v domě tepelné mosty, nebo jiné chyby v konstrukci a lepíte to dodatečnými úpravami. Takže se stavba ve výsledku protáhne nebo prodraží,“ vysvětluje.

„HELUZ se snaží o osvětu v tom smyslu, že stavět se má smysluplně. Tak aby dům fungoval jako celek a neměl slabá místa. Kampaň Chci HELUZ je jen přirozeným pokračováním tohoto úsilí. Pokud chceš dobrý dům, chceš HELUZ,“ dodává Smolová.

**„Chci“ má svůj vlastní merch**

HELUZ vyrábí kompletní stavební systém. Standardní a doplňkové cihly, okna, překlady, stropy a komíny. Všechny prvky spolupracují, což výrazně zjednodušuje samotný proces stavění. Není potřeba ani tradiční míchání malty. HELUZ má k dispozici předpřipravenou zdicí maltu SIDI, kterou se výstavba přibližuje suchému zdění. I o tom je jedna z linií kampaně. „Chci dům, který postavím levou zadní,“ boří mýty o náročném zdění z cihel.

Společnost HELUZ připravila kampaň ve spolupráci s brněnskou agenturou X Production, členem skupiny HELUZ Group. Agentura před lety definovala značku a vtiskla jí dnes již tradiční oranžovou barvu. Aktuálně pro kampaň připravuje i doplňkový merch jako Chcihlí tašky či trička pro Chcešmany.