



ccp brief aberto

ief aberto ccp

aberto ccp brief 2025

Brief Aberto LEROY MERLIN 2025

O **Clube da Criatividade de Portugal (CCP)**, em parceria com a **LEROY MERLIN**, lança um briefing aberto a todos os jovens profissionais do país, que tenham entre 18 (dezoito) e 30 (trinta) anos. Este é um concurso que pretende dar visibilidade a novos talentos na área da criatividade, **desafiando os jovens a desenvolver uma proposta de ideia de celebração de aniversário das lojas.**

CONTEXTO

Adoramos festejar o aniversário de cada loja. Os nossos colaboradores ficam ainda mais felizes nesta altura, a loja fica toda emperiquitada e até temos presentes para oferecer em forma de descontos e promoções (mesmo que quem faça anos sejamos nós).

PROBLEMA

Uma festa sem amigos não tem piada!

Queremos festejar com quem nos visita. Queremos que nos visitem para festejar. Se formos só nós não tem tanta piada.

Ao dia de hoje, as lojas celebram os seus aniversários de forma autónoma e independente, havendo grande disparidade de nível de celebração entre lojas (look&feel, materiais utilizados, dinâmicas...).

AUDIÊNCIA

Consumidores dos 25 aos 65 anos.

MARCA

Que melhor altura, no meio de bolo, champanhe e promoções para mostrarmos que queremos ser o de facto parceiro na melhoria da casa e que todos merecem uma casa melhor?

Alguns fatores a ter em conta:

Forte capilaridade geográfica da marca LEROY MERLIN a nível nacional

Grande ligação das lojas com as comunidades locais

Oportunidade para reforçar ligação com as comunidades, ao mesmo tempo que dinamizamos o negócio e fidelizamos o Cliente

OBJETIVOS

Gerar awareness e tráfego à loja

Aumentar carrinho médio e frequência de compra

Reforçar a relação emocional com os clientes

Reforçar o posicionamento local da LEROY MERLIN

Garantir consistência de comunicação na celebração dos aniversários das lojas

INSIGHT

Ninguém resiste a uma boa festa!

Os nossos Clientes são os nossos amigos / a nossa principal preocupação.

Tal como na nossa festa de aniversário queremos estar rodeados das pessoas mais próximas e especiais, também com as lojas isso pode acontecer, dando oportunidade para celebrarem junto dos seus clientes.

DESAFIO ESTRATÉGICO

Como podemos criar um momento único no ano em que celebramos que não só fazemos parte da comunidade como também a enriquecemos, tanto a nível individual como a nível coletivo?

DESAFIO TÁTICO

Como é que a festa acontece? Que assets podemos criar que facilitem e ajudem as lojas a fazer a festa?

No final do dia deve ser possível a cada loja personalizar, encomendar e implementar, de forma autónoma, o “pacote” de festa LEROY MERLIN.

Com cerca de 50 lojas espalhadas de norte a sul do país, é fundamental garantir a consistência de comunicação, a correta aplicação dos diferentes elementos de branding, a coerência na linguagem e imagem utilizada pelas lojas e, acima de tudo, a consistência na experiência dos clientes e na oferta entregue, independentemente da localização da sua loja de preferência.

Algumas considerações:

A proposta deverá incluir um conceito/linha gráfica alusiva ao tema e personalizável por cada loja (nr. anos concretizados, nome da loja, sendo exemplos de entregáveis:

- Peças de de comunicação no interior da loja (entrada de loja, som de loja, ecrãs das tvs, etc...;
- Brindes
- Mecânica de celebração com os clientes (ex: desconto, roda da sorte, jogos, etc)
- Tem de ser de fácil produção e implementação autónoma de cada loja;

Informações importantes:

A MARCA

A LEROY MERLIN chegou a Portugal em 2003 e conta já com cerca de 50 lojas de norte a sul do país, incluindo ilhas e cerca de 6.000 colaboradores.

É uma empresa especializada na venda de soluções para a Casa, conjugando produtos e serviços nas áreas da Bricolage, Construção, Decoração e Jardim, numa ótica omnicanal e com uma presença crescente no e-commerce, de forma a facilitar o mais possível a vida dos clientes particulares e profissionais e com o objetivo de se tornar uma one-stop-shop.

Partilha um forte propósito de melhoria do Habitat e coloca a sustentabilidade e as pessoas no coração da sua estratégia, procurando gerar Impacto Positivo em todas as ações, seja através de valor humano, ambiental ou económico, com o intuito de fazer da Casa um lugar mais Positivo para viver.

Segue [aqui](#) um vídeo de apresentação da LEROY MERLIN que reflete muito bem a visão, propósito, pilares e objetivos.

DATA

Um estudo da PwC mostrou que 73% dos consumidores consideram a experiência cliente como um fator importante nas decisões de compra

Uma pesquisa da Forbes Insights revelou que 86% dos consumidores estão dispostos a pagar mais por uma experiência superior no atendimento. Isso inclui um atendimento mais próximo, empático e personalizado.

Um estudo da Harvard Business Review mostra que clientes com ligação emocional com uma marca ou equipa de loja têm 3x mais probabilidade de se tornarem clientes recorrentes e 2x mais probabilidade de recomendarem a marca.

EXEMPLOS DE COMUNICAÇÃO

Partilhamos um exemplo do kit desenvolvido em França e de exemplos de celebração de aniversários em algumas lojas.

- Kit desenvolvido em França



A screenshot of the STORESYSTEM website's anniversary product catalog. The page has a green header with the Leroy Merlin logo and navigation links for "Accueil" and "Marketing Store". A search bar is labeled "Rechercher". On the left, a sidebar lists categories under "ANNIVERSAIRE", with "ANNIVERSAIRE" highlighted. The main content area displays a grid of products, each with a thumbnail, title, price, and a "PERSONNALISER" button.

Product Name	Price
BANDEROLE CYCLISTE - ANNIVERSAIRE	25,18 € / Unité
BEACHFLAG - ANNIVERSAIRE	35,88 € / Unité
PETITE ARCHE - ANNIVERSAIRE CUPCAKE	0,00 € / Unité
CASQUETTE - ANNIVERSAIRE	98,50 € / Unité
FRISES - ANNIVERSAIRE	18,94 € / Unité
KAKÉMONO - ANNIVERSAIRE	27,20 € / Unité
PANNEAUX - ANNIVERSAIRE	80,00 € / Unité
PANNEAUX TG - ANNIVERSAIRE	41,05 € / Unité

- Kit aniversário Portugal em 2018 (Proposta completa [aqui](#))



TRABALHO A APRESENTAR

Apresentação da proposta e racional criativo em PDF. Na tua proposta deverás apresentar a tua ideia de Kit de Aniversário que possa estar disponível para as lojas personalizarem e implementarem nos respetivos momentos de celebração. Procuramos propostas que incluam materialização em peças de comunicação em loja, mas damos liberdade para, adicionalmente, apresentarem outros formatos que entenderem trazer valor para a resolução do briefing.

PROCEDIMENTO DE CANDIDATURA

Preenchimento e submissão do formulário de inscrição e declaração assinada.

Após inscrição do formulário será atribuído pela organização um ID (número de identificação), que deverá ser utilizado para identificar a proposta a concurso (a identificação do/s autor/es não pode constar diretamente nas propostas).

Caso não receba o ID até 48h após submetida a inscrição por favor enviar email para briefabertoccp@clubedacriatividade.pt

Submissão da proposta em ficheiro PDF de alta resolução até 200Mb no formulário identificado com o ID (número de identificação) atribuído pela organização após preenchimento do formulário ficha de inscrição

A identificação do/s autor/es não pode constar diretamente nas propostas. Utilizar ID (número de identificação) atribuído pelo CCP para identificação da proposta.

Mais informação sobre a marca LEROY MERLIN:

DRIVERS DA MARCA

Somos uma empresa Data Driven e Positive Inside, cada vez mais próxima dos nossos Colaboradores, Habitantes e Clientes, porque seja qual for o ponto de contacto escolhido - entre as lojas físicas, o site e/ou a venda à distância por telefone - procuramos oferecer a melhor e mais completa experiência, baseada na nossa visão Customer & Human First, que coloca as pessoas no centro de todas as nossas decisões.

Somos Human First pela aprendizagem contínua, pela autonomia e responsabilidade, pelo feedback permanente, porque ouvimos os nossos Colaboradores e fazemos de todos eles líderes na natureza das suas funções. Somos guiados por um Modelo de Liderança, que olha para cada colaborador como um líder. Por isso mesmo, a LEROY MERLIN tem cerca de 6.000 líderes em Portugal.

Sabemos que é a reconhecer, valorizar e a celebrar a diferença que criamos Impacto Positivo junto dos nossos stakeholders.

Queremos fazer do compromisso com os nossos colaboradores uma realidade, retendo e atraindo novos talentos, criando uma cultura inclusiva e promovendo a igualdade de oportunidades, a inclusão e a empregabilidade de todos.

LOJAS

Em Portugal estamos presentes com mais de 50 lojas que apresentam um conceito específico com uma promessa Cliente bem definida e uma oferta global ajustada, complementada pelo canal online.

Numa lógica, também ela, de complementaridade entre lojas, existem oito Zonas de Vida, sendo que a cada uma delas corresponde uma área geográfica: Norte, Porto, Centro Sul, Centro Norte, Lisboa Este, Lisboa Oeste, Margem Sul, Algarve e Ilhas.

Ao apresentarmos lojas de diferentes conceitos, reforçados por espaços de construção, planificação e projeto, organizadas por Zona de Vida, procuramos oferecer uma experiência de compra diferenciada e adaptada à jornada dos nossos Habitantes e Clientes.

MISSÃO

Queremos dar a possibilidade a todos os portugueses para melhorarem as suas casas, cumprindo o nosso propósito “We make home a positive place to live”.

LINKS DE APOIO

<https://www.leroymerlin.pt/sobre-a-leroy-merlin/>

<https://www.instagram.com/leroymerlinpt/>

<https://www.leroymerlin.pt/lojas/>

NORMAS DE UTILIZAÇÃO DO LOGÓTIPO

Para a criação da proposta, deve utilizar-se o logótipo da marca LEROY MERLIN conforme manual de normas que partilhamos [aqui](#).

REGULAMENTO E ENTREGA DO TRABALHO

Ao apresentares uma candidatura estás a aceitar o [Regulamento](#).

DICAS PARA O SUCESSO DA TUA CANDIDATURA:

[Como preparar uma inscrição](#)

[Tutor pack](#)

Boa sorte!