



ZIPPY.

ccp brief aberto
ief aberto ccp
aberto ccp brief 2025

Brief Aberto CCP _ Zippy 2025

O Clube da Criatividade de Portugal (CCP), em parceria com a Zippy, 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 que explore o novo propósito da Zippy - Zippy Helps Kids Rise - dentro de, pelo menos, uma das suas quatro áreas de ação.

CONTEXTO

A Zippy é uma marca portuguesa de moda e produtos infantis que tem como missão apoiar o desenvolvimento das crianças e das suas famílias. Recentemente, a marca redefiniu o seu propósito para "**Zippy Helps Kids Rise**", focando-se em tornar cada interação da marca numa oportunidade de desenvolvimento infantil. Este propósito guiará todas as estratégias da marca, incluindo um programa de fidelização que não apenas recompense os clientes, mas que também ofereça valor significativo para o crescimento das crianças e o empoderamento das famílias.

Empoderamento infantil

A expressão "Helps Kids Rise" sugere um compromisso em empoderar as crianças, incentivando o crescimento, desenvolvimento e autoestima. No contexto atual, há uma crescente consciencialização sobre a importância de promover a autonomia e a confiança nas crianças desde cedo.

Inclusão e diversidade

Reconhecemos que cada criança é única e tem o potencial de se destacar de maneiras diferentes. Isso está alinhado com a crescente importância na representação e celebração da diversidade na sociedade.

Responsabilidade social corporativa

A importância em ajudar as crianças a "crescer bem" demonstra que a nossa preocupação com a responsabilidade social vai além da simples venda de produtos. Queremos ter um envolvimento ativo na promoção do bem-estar infantil, educação e outros aspectos que contribuem para o crescimento saudável das crianças.

Parentalidade consciente

A mensagem é direcionada a pais/cuidadores que estão cada vez mais interessados em escolher produtos que não apenas atendam às necessidades físicas dos seus filhos, mas também estejam alinhados com valores mais amplos, como educação, respeito e responsabilidade social e focados no desenvolvimento infantil.

Inovação e Inteligência Artificial

Como parte da estratégia, a Zippy quer explorar o uso de tecnologias inovadoras, como inteligência artificial e análise de dados, para personalizar a experiência dos clientes e criar soluções únicas que promovam sustentabilidade, aprendizagem e a ligação emocional com a marca.

PROBLEMA

Num mercado competitivo, onde programas de fidelização são frequentemente baseados apenas em descontos e recompensas financeiras, como pode a Zippy criar um programa de loyalty que:

- Se diferencie das ofertas genéricas de outras marcas.
- Se alinhe ao novo propósito da marca, tornando-se uma extensão tangível do compromisso "Helps Kids Rise".
- Fidelize os clientes através de experiências emocionais, educativas e de impacto social, ao mesmo tempo em que oferece vantagens comerciais claras, como descontos e/ou vouchers.

VANTAGEM

A Zippy possui uma base sólida de reconhecimento como uma marca confiável e acessível no universo infantil. Este programa de fidelização será uma oportunidade de reforçar a ligação emocional com os clientes, destacando-se por:

- Criar um impacto positivo no crescimento infantil.
- Oferecer experiências interativas e educativas, alinhadas com as necessidades das famílias.
- Demonstrar um compromisso real com a sustentabilidade e o impacto social.
- Proporcionar benefícios financeiros diretos, como descontos e/ou vouchers personalizados, para os participantes do programa.

INSIGHT

Como estamos com os filhos todos os dias, só percebemos o quanto eles crescem quando a roupa já não lhes serve. A Zippy é uma testemunha constante do seu desenvolvimento.

PERGUNTA ESTRATÉGICA

Como pode a Zippy criar um programa de fidelização único que não apenas recompense financeiramente os seus clientes, mas também ofereça valor emocional, educativo e social, alinhado ao propósito "**Zippy Helps Kids Rise**"?

AUDIÊNCIA

Pais: dos 25 aos 45

Avós: 60+

TRABALHO A APRESENTAR

Desenvolver uma proposta ideia criativa para um programa de fidelização da Zippy que inclua:

- **Um conceito/ naming**
- **Explicar a mecânica básica por detrás do programa**
- **Ideia para a comunicação desse programa**

Mais informações sobre este briefing:

Os pais e cuidadores não procuram apenas roupas ou produtos para os seus filhos. Eles valorizam marcas que os ajudam a criar memórias, a educar e a apoiar o desenvolvimento das crianças, enquanto proporcionam uma experiência de compra simples, vantajosa e cativante. A relação com a Zippy vai além de um simples ponto de venda; é uma oportunidade de criar uma conexão duradoura, suportada pelas plataformas da marca (site, app, redes, ponto de venda, etc.) bem como por parceiros, fornecedores, colaboradores, etc., que facilitam o acesso a informações e benefícios exclusivos.

Amplitude do programa de fidelização Zippy:

o Benefícios Comerciais: Oferta de vantagens, descontos diretos, vouchers, ou acumulação de dinheiro virtual que possam ser usados em compras futuras.

o Benefícios Focados no Crescimento Infantil: Oferta de Pontos trocáveis por produtos educativos ou marcos de desenvolvimento.

o Experiências Educativas e Interativas: Criação de Workshops, conteúdos digitais ou eventos exclusivos para crianças e famílias.

o Sustentabilidade e Impacto Social: Incentivos para doação de roupas usadas, parcerias com causas sociais ou projetos educacionais, etc. (exemplo: segunda mão).

o Parcerias Estratégicas: Colaborações com marcas, plataformas ou organizações que complementem o universo infantil.

o Personalização e Conveniência: Recomendações baseadas no perfil do cliente e uma experiência integrada em app/website.

PROCEDIMENTO E SUBMISSÃO 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 Zippy:

QUEM SOMOS

A Zippy é uma marca portuguesa com mais de duas décadas de experiência no setor do retalho. Fundada em 1996, no Porto, beneficia do reconhecido know-how da indústria têxtil portuguesa, localizada no norte do país.

O nosso ADN é marcado por um espírito otimista. Encaramos a vida de forma descontraída e descomplicada, combinando praticidade com um design funcional e acessível.

Dedicamo-nos a vestir bebés e crianças, celebrando o seu dia a dia repleto de possibilidades e momentos únicos. A Zippy é um espaço pensado para toda a família, onde todos são bem-vindos.

Atualmente, os nossos produtos estão disponíveis em mais de 40 países, e continuamos a crescer com determinação.

MISSÃO

ZIPPY HELPS KIDS RISE

(Tornar cada interação numa oportunidade de desenvolvimento infantil.)

LINKS DE APOIO

<https://zippyonline.com/pt/home/>

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

NORMAS DE UTILIZAÇÃO DO LOGÓTIPO:

Para a criação da proposta, deve utilizar-se o logótipo da marca Zippy conforme [Brand Guidelines](#) e [Brand Book](#)

REGULAMENTO E ENTREGA DO TRABALHO:

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

DICAS PARA O SUCESSO DA TUA CANDIDATURA:

[Como preparar uma inscrição](#)

[Tutor pack](#)

Boa sorte!