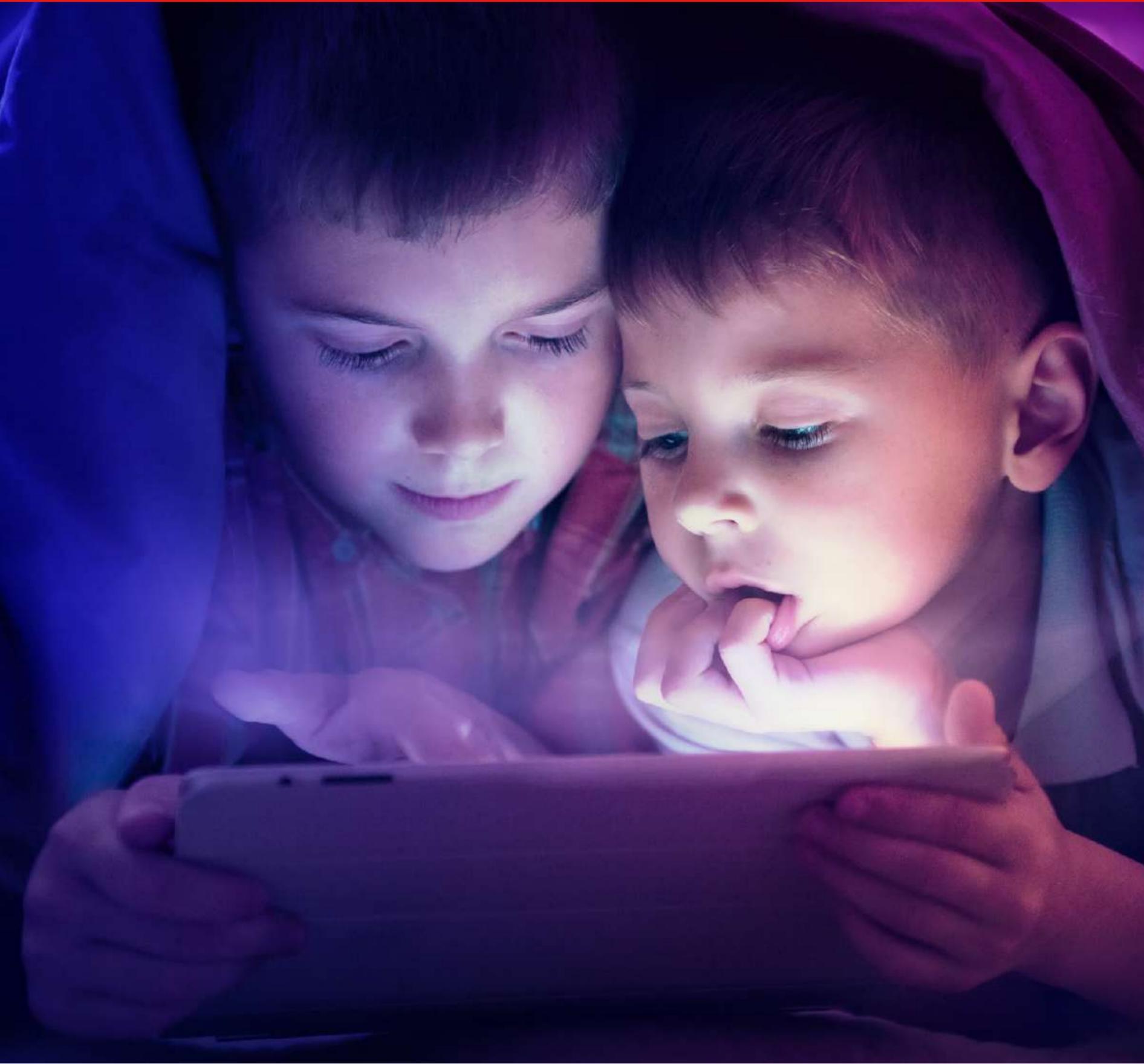


worten

BRIEFING ABERTO 2022  
CCP

# 1. ENQUADRAMENTO

worten



## A WORTEN

A Worten é a empresa de retalho de eletrónica da Sonae e líder de mercado nesta área de negócio.

Em 1996 inaugurámos a primeira loja em Portugal (Chaves) e hoje temos cerca de 200 lojas e um site – [worten.pt](http://worten.pt) – o maior site transacional de Portugal.

Em 2018 alargámos a nossa área de atuação para novas categorias, com o lançamento do Marketplace.

Em termos de notoriedade, 98% dos portugueses conhecem a Worten e 68% conhecem o seu Marketplace.

# MISSÃO

**A WORTEN É UMA EMPRESA DIGITAL, COM LOJAS FÍSICAS E UM TOQUE HUMANO.**

**SOMOS PROVEDORES DE CONTEÚDOS PARA A VIDA.**

SOMOS ESPECIALISTAS NAS NECESSIDADES E NOS DESEJOS DAS PESSOAS.  
UMA SOLUÇÃO GLOBAL DE DISTRIBUIÇÃO COM UMA ATITUDE DE EXTREMA AGILIDADE.  
PERTO DE TODOS OS LUGARES, SEMPRE NA PROCURA DO MELHOR VALOR, A ENTREGAR DE TODAS AS FORMAS POSSÍVEIS, A FAZER A DIFERENÇA NA QUALIDADE DE VIDA DE TODOS OS DIAS.

**VAMOS ESTAR SEMPRE AQUI.**

PERTO DE TODOS OS LUGARES, SEMPRE NA PROCURA DO MELHOR VALOR, A ENTREGAR DE TODAS AS FORMAS POSSÍVEIS. A SER O MAIOR ESPECIALISTA DE BENS E SERVIÇOS PARA A VIDA CONTEMPORÂNEA. PORQUE SABEMOS QUE A VIDA DIÁRIA PODE SER MELHOR QUANDO ESTAMOS LÁ.

worten

**VAMOS DAR ÀS PESSOAS O QUE ELAS PRECISAM.**

SOMOS ESPECIALISTAS NAS NECESSIDADES E NOS DESEJOS DAS PESSOAS.  
PERTO DE TODOS OS LUGARES, SEMPRE NA PROCURA DO MELHOR VALOR, A ENTREGAR DE  
TODAS AS FORMAS POSSÍVEIS, A FAZER A DIFERENÇA NA QUALIDADE DE VIDA DE TODOS OS DIAS.

worten

COMO?

# SENDO UMA VERDADEIRA ONE STOP SHOP

A LOJA ONDE OS PORTUGUESES ENCONTRAM TODOS OS PRODUTOS E TODOS OS SERVIÇOS DE FORMA SIMPLES, EFICAZ E ACESSÍVEL.

worten



## ENQUADRAMENTO DO BRIEFING

Aquilo a que chamamos internamente “Novos Universos”, trabalha todas as novas categorias que agora vendemos e que não estão ligadas à tecnologia e eletrónica.

É assim que, alinhados com a missão e com o propósito da marca, a nossa estratégia passa por trabalhar em campanhas de *awareness* para as categorias de Novos Universos e garantir todos sabem que existem à venda em [worten.pt](https://worten.pt).

# worten.pt



## Tem tudo e mais não sei o quê



### ENQUADRAMENTO DO BRIEFING

Foi nesta base que definimos e construímos a campanha de comunicação de Novos Universos, protagonizada pelo Ricardo Araújo Pereira e que assina: Worten.pt, “Tem tudo e mais não sei o quê”.

Assiste à campanha no YouTube da Worten!



## ENQUADRAMENTO DO BRIEFING

**Mas afinal, que categorias são estas?**

Todas aquelas que cabem em Worten.pt e que neste momento são:

- Casa e Decoração
- Desporto
- Bricolage e Jardim
- Animais de Estimação
- Brinquedos
- Bebé
- Livros
- Beleza
- Acessórios Auto e Moto
- Saúde
- Escritório e Papelaria



## ENQUADRAMENTO DO BRIEFING

Para cumprir este objetivo, definimos uma campanha de influenciadores que ao longo do ano vai comunicar todas estas categorias.

Atualmente no processo de interação com os influenciadores, os produtos são entregues dentro de sacos Worten ou em caixotes de cartão.



## DESAFIO

Desenhar a linha gráfica para o *packaging* de oferta de produtos a influenciadores Worten, no contexto de campanhas destas novas categorias.



## DESAFIO

O desafio é pensar numa linha gráfica surpreendente para estas embalagens, com 3 peças diferentes que podem envolver os produtos que oferecemos aos influenciadores (e que podem ir desde bicicletas estáticas a cremes de rosto, passando por chuchas a colchões).



## DESAFIO

### Mas que peças são estas?

#### Caixa 30x30x10cm

para embalar produtos pequenos como um lápis de olhos ou uma faca de cozinha, por exemplo.

#### Papel de embrulho

para produtos de tamanho médio, como um jogo de tabuleiro, por exemplo.

#### Autocolante/Stamp

para produtos grandes, que inevitavelmente têm que ser enviados na embalagem original, como um sofá, por exemplo.

Nota: a ideia é que estas peças funcionem de forma independente para que possam ser usadas de acordo com a dimensão do produto



## TARGET

Numa primeira instância falamos com os influenciadores que serão diretamente impactados pela oferta.

Se a embalagem for surpreendente o suficiente para os influenciadores o partilharem, conseguimos impactar também com os seus seguidores.

## MUST HAVE DA PROPOSTA

### SUPREENDENTE

Deve causar surpresa e gerar curiosidade.

### DIVERTIDO

Alinhado com a nossa linguagem, a proposta deve ter um tom alegre e com humor.

### APETECÍVEL

Deve ser graficamente apelativo e muito partilhável.

### WORTEN

Deve seguir o *mood* Worten, em tons de vermelho e com a marca.

## **DÚVIDAS QUE POSSAM SURGIR**

**Devo pensar numa linha gráfica para cada uma das categorias?**

Não. A ideia é que esta linha gráfica sirva para comunicar todas as categorias.

**Posso usar a imagem do Ricardo Araújo Pereira?**

Não. Não temos direitos para usar a imagem do RAP noutros meios.

**Este é um desafio puramente gráfico?**

Não. O *packaging* pode e deve ter *copy* que gere curiosidade e seja surpreendente.

**E se tiver outras questões?**

Escreve-as para [briefabertoccp@clubecriativos.com](mailto:briefabertoccp@clubecriativos.com) ou contacta-nos através do número 915195910.

OBRIGADA!

**worten**