

COMO PREPARAR A INSCRIÇÃO

Garante o sucesso da tua proposta

Ao submeteres a tua inscrição...

Não incluas o teu nome, universidade/instituição ou local de trabalho em qualquer parte do trabalho (incluindo no nome do ficheiro), pois a avaliação é completamente anónima. Deves pôr essas informações apenas na ficha de inscrição. Se não o fizeres, o trabalho pode ser retirado de concurso.

Não repitas o brief. Não desperdices minutos preciosos ou slides a reexplicar o brief ao júri. Todos eles têm o resumo e vão conhecê-lo na hora da avaliação. O júri prefere muito mais que dêes a conhecer o teu projeto!

Percepção, ideia, execução. Faz com que seja realmente fácil para o júri compreender qual é a tua ideia e como chegaste até ela. Uma boa apresentação explica qual foi o caminho que fizeste para chegar à ideia, qual é a própria ideia, e depois mostra como a executaste.

Não entres em pânico! Se houver algum problema com a tua inscrição, entraremos em contacto através do e-mail do briefabertoccp@clubedacriatividade.pt.

Não fujas do briefing. As ideias e a execução são extremamente importantes, mas todos os anos, alguns trabalhos pecam por excesso de informação. Os Briefs Abertos estão centrados na criatividade comercial, o que significa que o teu trabalho tem como objetivo resolver um problema do cliente. Lê o briefing quantas vezes forem necessárias.

Investigação, investigação, investigação. Uma vez lido e compreendido o briefing, é tentador saltar diretamente para as ideias. Mas a investigação é uma parte integrante do processo criativo. Certifica-te de que passas tempo a pesquisar não só a marca (e o que já fizeram antes) mas também os seus concorrentes, público alvo e qualquer outra coisa que possa ser relevante para te ajudar a resolver o problema. Quanto mais investigação fizeres, mais bem preparado estás para desenvolver uma proposta.

Fala com o “teu público”. Concentra-te no público da marca e considera o que o fará olhar para a tua proposta. Pensa como é que a tua ideia pode chamar a sua atenção, e a envolver-se diretamente com ela. Não importa o quão grandiosa é a tua ideia, se não conseguires despertar o interesse do público. Por isso, é de extrema importância saberes com quem estás a falar.

Compreender a marca/produto. Se não compreenderes a marca/produto do teu brief aberto, é pouco provável que desenvolvas uma proposta que realmente responda ao que é pedido. Antes de idealizares a tua proposta, tenta realmente compreender a empresa para a qual a estás a criar.

Os Briefs Abertos incluem diretrizes das marcas e outros documentos úteis que te ajudam a manteres-te no bom caminho. Lê-os. Conhece-os. Mesmo que queiras subverter a marca, não o podes fazer sem primeiro compreender o que é atualmente e compreender quais são os seus desafios atuais.

Sê realista. Uma das melhores partes dos Brief Abertos é que as marcas e o mercado das agências criativas estão de olhos postos nos novos talentos que se mostram nestes concursos. Por isso, qualquer que seja o teu brief, certifica-te de que tens em conta a realidade no desenvolvimento do teu trabalho. Podes fazer algo novo e inovador. Sê aventureiro nas tuas ideias, mas mantém sempre pelo menos um dedo do pé no chão.

Prémios:

Shortlist: Anuidade CCP

Vencedor: 1000€ + Anuidade CCP e possibilidade de participação em diversos programas internacionais para jovens criativos.

Os vencedores podem ainda ser convidados a ser jurados Júnior no Festival CCP.

Calendário:

Último dia de inscrições: 5 de maio, 18h

Votações: 8 a 16 de maio

Revelação Shortlist: 3ª semana de maio

Revelação de vencedores: 26 de maio, na Gala do 25º Festival CCP

Dica: Não deixes de ler o Tutor Pack que se encontra disponível na página do concurso.

Entre em contacto caso necessites: briefabertoccp@clubedacriatividade.pt ou pelo telemóvel nº. 915 195 910