

BRIEFING ABERTO 2021

PRODUTO/CAMPANHA: FIGURA PROMOCIONAL

LANÇAMENTO DO BRIEF DIA 13 DE MAIO 2021

ENTREGA DA PROPOSTA ATÉ 20 AGOSTO 2021

worten



ENQUADRAMENTO DA MARCA

Somos uma empresa digital, com lojas físicas e um toque humano.

Somos 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 – que é o maior site transacional de Portugal.

Em termos de notoriedade, 99% dos portugueses conhecem a worten. No que respeita a recordação, fechámos 2020 na 9ª posição da tabela. E somos a 2ª marca mais associada a tecnologia em Portugal.

A NOSSA MISSÃO É DEMOCRATIZAR O ACESSO À TECNOLOGIA.

#1 TEMOS MILHÕES DE PRODUTOS, com extensões de gama muito alargadas, acompanhando as necessidades permanentes ou pontuais dos consumidores de hoje. Do LCD ao espirilizador de legumes, aos planos mensais de serviços de manutenção e até aos acessórios para pets, temos quase 2 milhões de Skus em worten.pt.

#2 TEMOS MUITAS MARCAS, QUASE TODAS, MESMO: todas as marcas do universo eletrodomésticos e eletrónica e as principais marcas das novas categoriais de marketplace... e ainda temos as marcas próprias.

#3 COM UMA ENORME OFERTA DE PREÇO que vai desde os produtos de preço gama mais baixa até preços de gama média e premium. Disponibilizando, todo o ano, propostas de valor competitivas, promocionais e de financiamento (cartão universo e várias modalidades de crédito). E ainda dispomos da nossa política de preço mínimo garantido. O nosso forte é o preço – pilar estratégico da marca.

#4 EXPERIÊNCIA OMNISCANAL – A experiência de compra como diferenciação dos pure players. A distância média de qualquer português a uma loja Worten é muito curta e estamos sempre disponíveis através da nossa loja online. É cada vez mais comum um cliente escolher e comprar tranquilamente, em Worten.pt e, depois, levantar a encomenda na loja mais próxima de si. A conveniência é também cada vez mais uma aposta – estamos focados em dar aos nossos clientes propostas de entregas rápidas nos horários que mais lhes convier.

O CORE DO NOSSO NEGÓCIO TEM 5 ÁREAS PRINCIPAIS

Grandes eletrodomésticos: máquinas de roupa, máquinas de loiça, frigoríficos, arcas, fogões, encastre, cozinhas, climatização, ar condicionado e aquecimento.

Pequenos eletrodomésticos: pequeno-almoço, máquinas de café, micro-ondas e mini-fornos, preparação de alimentos, funcooking, limpeza de superfícies, tratamento de roupa.

Imagem e som: televisões, projeção de imagem, vídeo, acessórios de televisões, home áudio, som portátil, alta-fidelidade.

Informática: computadores, acessórios de pc, componentes de pc e redes, gaming pc, gaming consola, tablets, acessórios de tablets, imagem, software e segurança, armazenamento de dados, apple, impressão, calculadoras.

Telecom: telemóveis e smartphones, acessórios de telemóvel, smartwatches, acessórios de som.

Temos outras áreas de negócio que nos ajudam a reforçar o posicionamento de especialista: Fotografia & drones, Cozinhas, Entretenimento, Gaming, etc.

E TEMOS 2 ÁREAS MUITO RELEVANTES PARA A EMPRESA

Serviços - através da sub/marca Worten Resolve - reparações, instalações, configurações, seguros garantia extra, seguros danos e roubo, encomenda de peças e acessórios, enchimento de tinteiros e toners, certificação energética, pacotes de TV.

Novos universos: puericultura, escritório e papelaria, brinquedos, livros, animais e desporto, etc. E muitas mais categorias que continuaremos a lançar.

ENQUADRAMENTO CAMPANHA

A Worten enquanto marca tecnológica e líder do retalho nacional de eletrodomésticos e eletrónica de consumo tem de apresentar continuamente novas propostas de valor, dinâmicas comerciais e campanhas de comunicação para as promover.

No início do ano existe uma grande oportunidade de consumo à qual respondemos sempre com uma forte campanha promocional de até 50% de desconto numa seleção de produtos. São os nossos “saldos”. O âmbito deste briefing tem como objetivo renovar totalmente esta campanha de início de ano, desenvolvendo um novo conceito e comunicação desta campanha.

QUAL A NOSSA 1ª EXPECTATIVA?

Entrar em grande em 2022. Junto com os portugueses.

Ano novo, vida nova, pelo que queremos levar os portugueses a estrearem novos produtos/equipamentos, pois vamos ter uma campanha promocional com preços e descontos fantásticos que permitirão às pessoas comprar o que precisam ou desejam.

Para isso, precisamos de uma campanha com impacto, contagiante e que passe claramente esta oportunidade. Pedimos o desenvolvimento de um conceito criativo, respetiva identidade gráfica com códigos gráficos promocionais e bastante hardselling para comunicar a proposta de valor de “**Até 50% de desconto** numa seleção de produtos nas lojas e em worten.pt”. A comunicação deve passar uma sensação de oportunidade e urgência.

PORQUE ESTAMOS A COMUNICAR?

Os primeiros dias do ano são, historicamente, um pico forte de consumo, em geral, pela oportunidade gerada após a época de festas. As trocas de presentes levam muitas pessoas a deslocarem-se às lojas, os cheques-prenda ou o dinheiro recebido no Natal permitem comprar aquilo que se queria muito. Por outro lado, o virar do ano traz igualmente subjacente a abertura da época de saldos, período muito aguardado por muitas pessoas que reservam as suas compras 'pessoais' para esta altura, já a contar com os preços mais baixos, conseguindo assim poupar ou comprar mais pelo mesmo valor.

E nós, worten, queremos estar no *mindset* de destino – lojas e worten.pt – para todas estas pessoas, pois temos tudo o que precisam/desejam, agora com uma campanha com descontos até 50% para que estreiem o ano à grande.

O QUE ESPERAMOS QUE A COMUNICAÇÃO FAÇA?

Que comunique claramente a oportunidade desta proposta de valor: até 50% de desconto.

Que passe urgência. Esta é uma campanha curta, apenas de 5 dias.

QUEM PODEMOS INFLUENCIAR

Esta campanha é para todos os portugueses.

Principalmente para quem quer trocar o seu presente de Natal, para quem recebeu dinheiro da sua tia-avó ou para quem está à espera dos saldos para comprar algo para si.

É também para pessoas que ao mesmo tempo são “caça-promoções” e valorizam uma oportunidade, sobretudo de um bom artigo tecnológico ou de um grande ou pequeno eletrodoméstico. Esta é a altura para comprar aquele produto que tanto queremos/precisamos e que agora está com um desconto brutal. Para quem gosta de ver e de se aconselhar temos muitas lojas. Para quem prefere comprar online temos [worten.pt](https://www.worten.pt).

QUAL É A PRINCIPAL MENSAGEM QUE QUEREMOS PASSAR?

Entra no ano com descontos *à grande*.

De 2 a 6 de janeiro: Até 50% de desconto numa seleção de produtos nas lojas e em [worten.pt](https://www.worten.pt)

QUAL É O SUPORTE DESSA AFIRMAÇÃO? PTREÇO

Comercialmente vamos ter uma seleção especial de produtos com descontos até 50%;

O nosso forte é o preço;

Se queres poupar, mais vale ir à Worten. Temos tudo, todas as categorias, tudo o que precisas aos melhores preços.

QUAL É A PERSONALIDADE DA MARCA? COMO É QUE A MARCA SE DEVE APRESENTAR NESTA CAMPANHA?

Devemos entrar no ano com o espírito próprio desta época: entusiasta e contagiante.

Como uma marca líder de mercado, facilitadora e proprietária dos melhores preços e promoções, com um discurso próximo (tratamento por tu), direto e otimista/positivo.

QUE MEIOS VAMOS USAR? QUE PEÇAS DEVEM DESENVOLVER?

Deverá ser criado um conceito para esta nova figura promocional com a sua **respetiva identidade e naming**.

Fica à **consideração do participante** escolher **quais os meios a desenvolver** para vender a sua ideia, tendo em consideração as necessidades da marca:

- TV – Spot 10 segundos - apresentado em script ou storyboard ou Mp4
- Rádio – script Spot 20 segundos
- Digital - Redes Sociais - Imagem ou em Mp4
- Decor Loja - Maquete

QUE MEIOS VAMOS USAR? QUE PEÇAS DEVEM DESENVOLVER?

Na comunicação da campanha deverá ser ainda pensada uma ativação para o *day one* da campanha (1 de janeiro) que será igualmente o *day one* do ano.

O objetivo é ser algo que divulgue e traga awareness para o arranque da campanha no dia 2.

Contexto: é um dia em que se está em casa, com a família, é feriado. Ou seja, ideal para impactar uma grande audiência.

Formato: digital que remeta para worten.pt e integre redes sociais.

Objetivo: warm up da campanha, evento live na noite de dia 1 para 2.

QUE INSIGHT PODE AJUDAR A RESOLVER ESTE BRIEF?

Insight – Black Friday e Natal são momentos do ano em compramos sobretudo para oferecer a alguém. Muitas pessoas aproveitam mesmo a Black Friday para comprar os presentes de Natal. Esta primeira campanha do ano, também ela, caracterizada por grandes descontos é a oportunidade para as pessoas comprarem para si mesmas.

Materiais de apoio:

Logotipo Worten – descarrega na plataforma concurso Brief Aberto Worten

Guidelines de comunicação Worten e Campanhas promocionais anteriores



CAMPANHAS PROMOCIONAIS

ALARM WEEK

TIC TECH

BIG BANG DOS DESCONTOS

worten

Campanhas Promocionais Worten

A “**Alarm Week**” e o “**Tic Tech**” da Worten são duas campanhas do plano promocional que servem dois objetivos de comunicação:

1 – Reforçar o posicionamento de preço com campanhas de descontos que se repetem ao longo do ano de forma a conferir uma dinâmica promocional agressiva.

2 – Comunicar o sentido de urgência e oportunidade de preços/descontos numa seleção de produtos das várias áreas de negócio, numa janela temporal de 7 dias/semanal no caso da Alarm Week e 4 dias no caso do Tic Tech.

As melhores propostas de valor são comunicadas em Televisão (quinta-feira a sábado), Rádio, Digital e destacadas em loja e em [worten.pt](https://www.worten.pt).

Alarm Week

TV



RÁDIO



DIGITAL



FOLHETO

worten

SONAE Worten.pt

Acorda para uma semana de descontos

Promoções válidas de 20 a 26 de abril de 2021

34% Desconto Direto

~~159,??~~
499,?? €

SAMSUNG
Máquina de Lavar Roupas 9KG
ADDWASH WW90T54DAN
Centrifugação 1400 rpm, tecnologia EcoBubble, higienização a vapor AddWash Wi-Fi, 10m, 800 e 60 x 90 x 90 cm
A CAPACIDADE: 9KG

40% Desconto Direto

~~149,??~~
449,?? €

LG
TV Nanocell 4K SONANO796
HDR10/Hlg, Edge LED, Processador Quadcore 4K, Smart TV WebOS - Thin AI, 4K ProQ/Google Assistant, Gaming Hgq, FilmMaker Mode, Smart AI/ Clear Voice

- PERFORMANCE

399,??
349,?? €

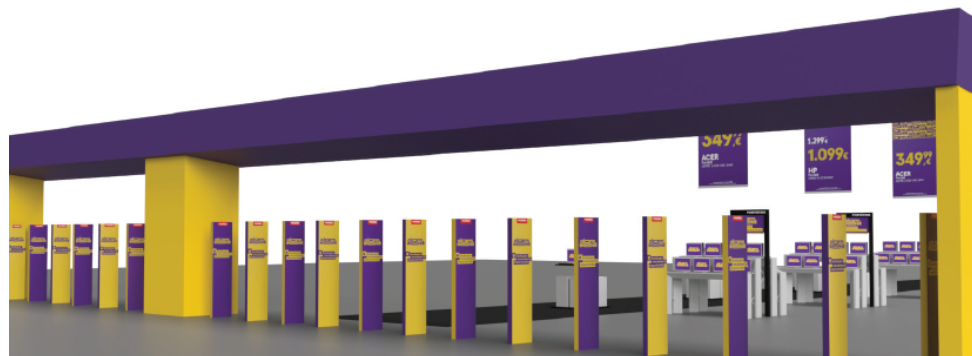
LENOVO
Portátil Híbrido IdeaPad Duet 3
10IGL5-872
Processador Intel Celeron N4020, RAM: 4 GB, Disco: 64 GB eMMC

159,??
499,?? €

universo.
Campanha válida de 20 a 26 de abril de 2021. Produtos e artigos associados. Sem juros: 24x (de 2004 a 2000€), 24 meses (de 2000 a 2000€) ou 24 meses (de 2000 a 2000€). Crédito concedido pelo BNP Paribas Financeiro em parceria com o Banco Universal, S.A. O crédito é concedido mediante análise de crédito a título vinculado e com caráter de exclusão. Saiba mais em universo.pt.

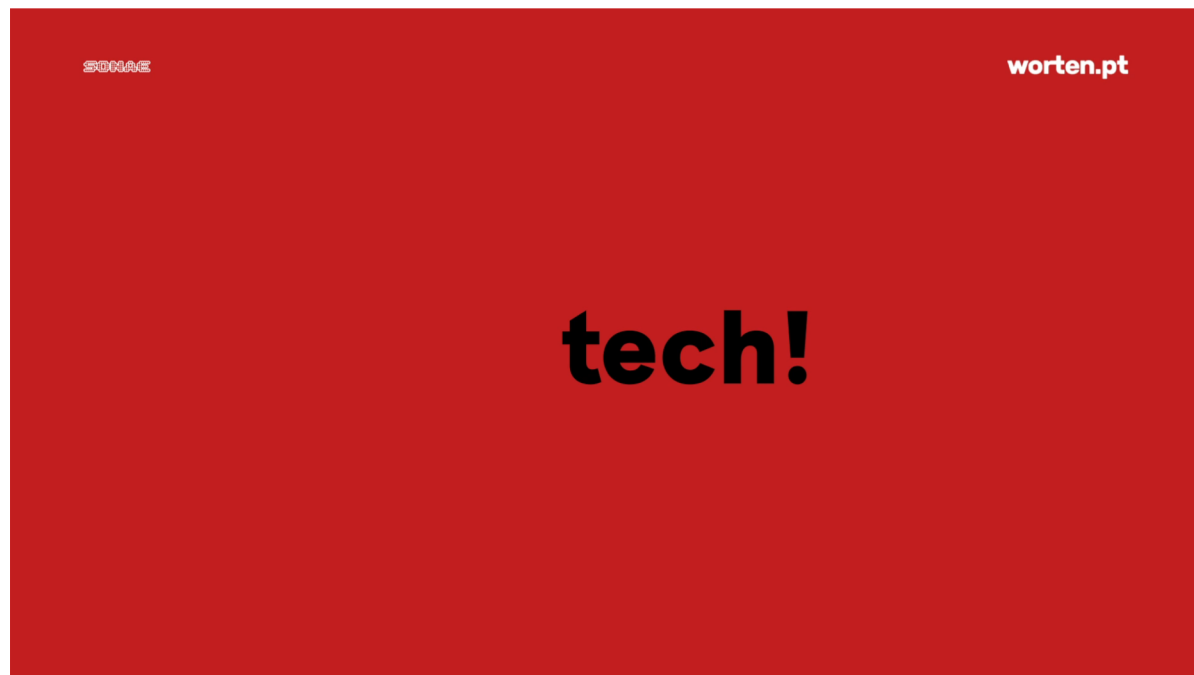
ESPECIAL BECKEN

LOJA



Tic Tech

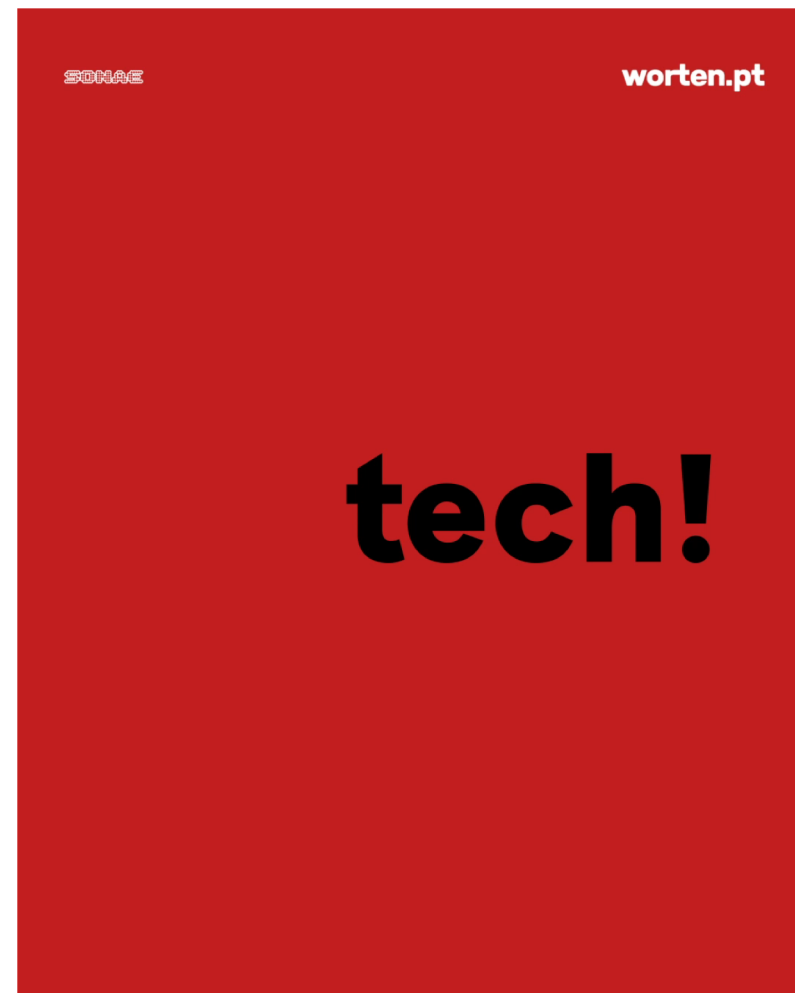
TV



RÁDIO

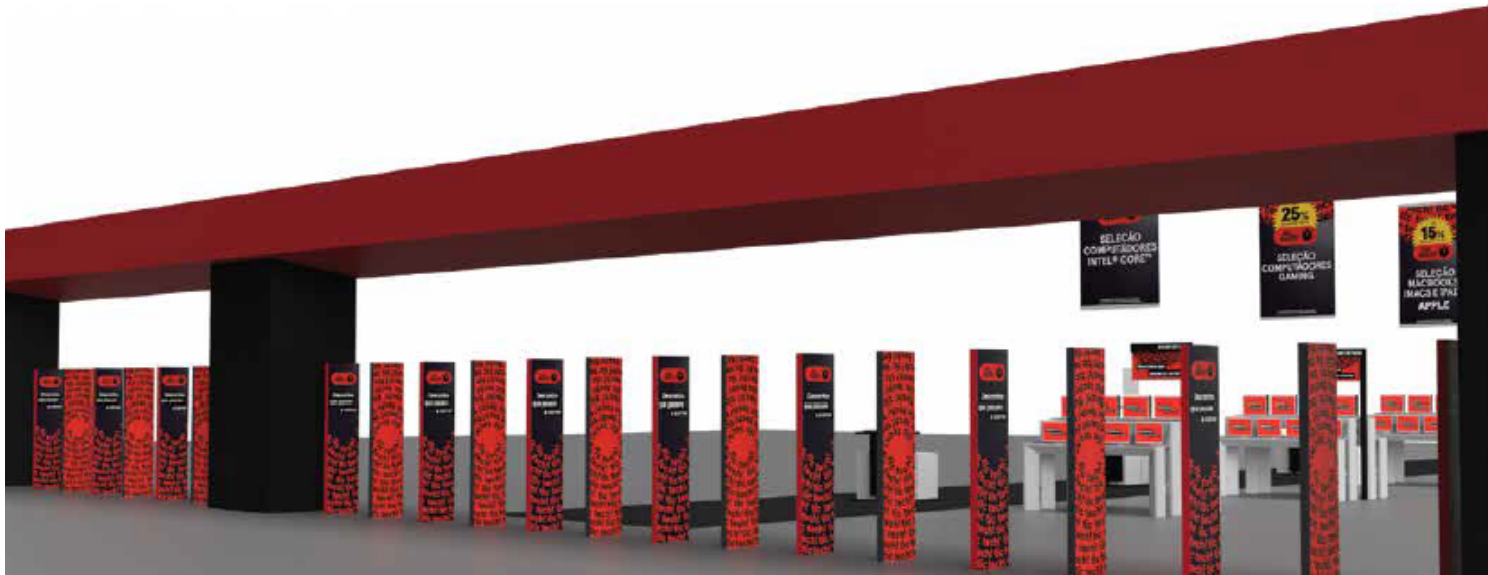


DIGITAL



Tic Tech

LOJA



Campanhas Promocionais Worten

O “**Big Bang dos descontos**” é a campanha pedida neste briefing. Ocorre uma vez por ano, na primeira semana de janeiro. Foi pensada estrategicamente para ser comercialmente agressiva, começando o ano com uma “explosão” de descontos até 50% nas várias categorias, tendo consequentemente uma grande intensidade de comunicação em TV, rádio, digital e loja.

TV



DIGITAL



RÁDIO



Big Bang dos descontos

MONOFOLHA

50%^{ATÉ}
DESCONTO

DIAS 2 A 6 DE JANEIRO

BIG BANG
DOS DESCONTOS

PROMOÇÕES VÁLIDAS DE 2 A 6 DE JANEIRO DE 2021

worten

**33%
DESCONTO
DIRETO**



~~449,99~~
299,99 €
WHIRLPOOL
Máquina Lavar Roupas
SUPREME FSCR 80217
8KG A+++

**15%
DESCONTO
DIRETO**



~~399,99~~
339,99 €
OPPO
Smartphone
RENO 4Z 5G 128GB

**21%
DESCONTO
DIRETO**



~~949,99~~
749,99 €
HISENSE
TV ULED SMART TV
65" 4K 65U7QF

LOJA



