

Jóvenes Creativos Tatakua 2016

Presentado por Converse Paraguay

Objetivo del premio: Identificar futuros talentos de la publicidad paraguaya.

Jurado: Estará conformado por Directores Creativos de las agencias más reconocidas de Paraguay e integrantes del departamento de marketing de Converse Py.

Requisitos para participar: Certamen exclusivo para jóvenes menores de 28 años (en la fecha de entrega del material) estudiantes y/o profesionales de Publicidad, Diseño Gráfico, Comunicación, Marketing y carreras afines, dictadas en universidades, institutos o escuelas técnicas de Paraguay.

Formato de participación: Pueden participar de forma individual o como duplas de trabajo de 2 integrantes.

Costo: esta categoría NO tiene costo de inscripción.

Trabajo a presentar para concurso: En base al brief provisto por Converse, y El Circulo de Creativos del Paraguay, se deberá presentar un video case en formato mp4 de 1 minuto o menor duración que no sobrepase los 20Mb. En el cual se debe explicar de la mejor forma posible, haciendo uso de cualquier herramienta la idea que mejor resuelva el problema de comunicación planteado.

Envío de materiales: La dupla participante debe enviar sus piezas en formato JPEG a jovenescreativos@tatakua.com.py

Fecha **límite de entrega:** Lunes 10 de octubre de 2016

Criterios de evaluación: El jurado evaluará concepto creativo, dirección de arte, redacción y por sobre todo la idea que mejor resuelva la problemática planteada en el brief.

BRIEF:

1.- ¿Qué queremos resolver?

Queremos contar que converse con la nueva y legendaria chuck taylor II le suma tecnología e innovación respetando el diseño original y brindando mayor comodidad y confort a los amantes de la marca.

2.- Target: hombres y mujeres de espíritu y mentalidad joven, inquieto, de nivel ABC1, estilo de vida libre, atrevido y rebelde que rompe esquemas, que no se conforma con lo tradicional, hace uso de la imaginación y de su creatividad.

Un consumidor que quiere ser diferente, irreverente y creativo.
Las personas que lo utilizan son FANS de la marca.
Discriminador: calzado con estilo y originalidad
Esencia: "rebelde optimista"

3.- Misión de Marca: Fomentar el desarrollo y liberación de los espíritus creativos brindando productos y experiencias que permitan su crecimiento.

4.- Insights: La libertad de AUTO EXPRESION

MARCA FAVORITA
ME HACE SENTIR CREATIVO.

5.- Objetivo de la comunicación:

Dar a conocer todos los atributos de la marca, se le suma tecnología desde el 2003 cuando nike compra la marca.

Converse es una marca para todas las tribus, no discrimina, no tiene preferencias.

Marca un estilo de vida, una forma de ser.

6. Razones para creerle a la marca: por ser una marca auténtica, original e icónica, con más de 100 años en el mercado.

7.- Consideraciones ejecucionales:

- *La propuesta debe ser presentada en un video de 1 minuto en formato mp4, el peso del archivo no debe superar los 15mb.*
- *Dirigido a jóvenes adultos de 18 a 40 años*
- *Promover la inclusion de todos los estilos sin obedecer a la moda.*

HISTORIA DE LA MARCA:

La historia de CONVERSE no inició en los 60 como muchos piensan, ya que como marca existe desde 1908.

La marca CONVERSE es un clásico norteamericano, con una larga historia. Fue fundada por el Marqués John CONVERSE que en 1908 abrió las puertas de su fábrica, sin sospechar que a pesar de sufrir diversos altibajos, estaba creando todo un ícono americano.

En 1917 nace la primera zapatilla de baloncesto: la CONVERSE All Star, que revolucionaría la historia de este deporte, convirtiéndose en el calzado elegido para sus seguidores. Hasta el punto que en 1923 la marca añade en su característico parche de goma la firma del reconocido jugador Chuck Taylor que aparece en todas las zapatillas All Star. Popularizada en el baloncesto y adaptable a cualquier estilo, hoy son zapatillas usadas por miles de personas en el mundo, artistas, estrellas de rock, políticos, etc..

En 2003, fue adquirida por Nike. Cuando Nike tomó el mando, revolucionó la estrategia de la marca CONVERSE. Personalizándola a través de artistas, diseñadores de moda, etc..

CONVERSE es una marca que inspira originalidad. Es como un lienzo para la libre expresión. Parece que la marca ve potencial en el "optimista rebelde" porque conecta muy bien con la era de Internet y su "Empowerment". La marca les permite ser como son y no un simple seguidor de la marca.