

Briefing aberto

3º QUADRIMESTRE



Lançamento dos Prémios Lusófonos da Criatividade em Saúde

A criatividade tem vindo a assumir um papel cada vez mais relevante na forma como comunicamos saúde. Da prevenção à literacia em saúde, da inovação farmacêutica às campanhas de sensibilização, das marcas de wellness às soluções tecnológicas, as ideias têm hoje um impacto real na vida das pessoas.

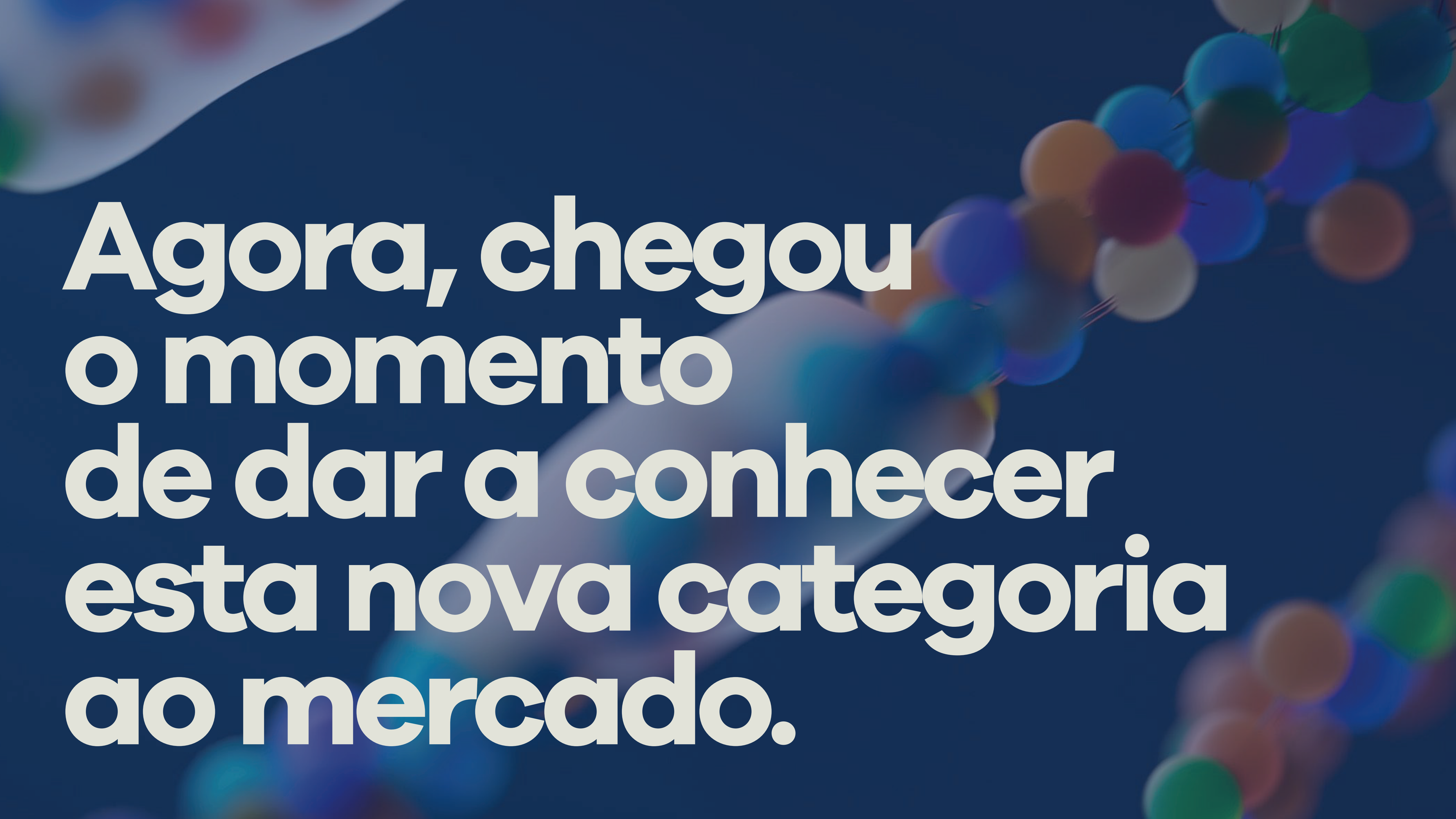
Com o objetivo de reconhecer e valorizar esse trabalho, os Prémios Lusófonos da Criatividade lançam uma nova distinção dedicada exclusivamente à criatividade em saúde.



Lançamento dos Prémios Lusófonos da Criatividade em Saúde

Os novos Prémios Lusófonos da Criatividade em Saúde pretendem afirmar-se como o principal palco de reconhecimento da criatividade aplicada à saúde em todo o espaço lusófono, reunindo agências, anunciantes, laboratórios farmacêuticos, marcas de wellness, hospitais, clínicas, organizações não governamentais, startups, instituições de investigação e todos os profissionais que utilizam a criatividade para gerar impacto positivo na saúde e no bem-estar.





**Agora, chegou
o momento
de dar a conhecer
esta nova categoria
ao mercado.**

Briefing

Os participantes são convidados a desenvolver uma **campanha digital integrada** para o lançamento dos **Prémios Lusófonos da Criatividade em Saúde**.

A campanha deverá explorar exclusivamente **canais e plataformas digitais**, demonstrando como estes podem ser utilizados para gerar notoriedade, envolver o público-alvo e incentivar a participação nesta nova iniciativa.

As propostas poderão recorrer, entre outros, aos seguintes formatos:

- ✓ **Redes sociais**
- ✓ **Conteúdos digitais**
- ✓ **Landing pages ou Websites**
- ✓ **Publicidade digital**
- ✓ **Outras Plataformas digitais**
- ✓ **Experiências interativas**
- ✓ **Soluções digitais inovadoras**



Briefing

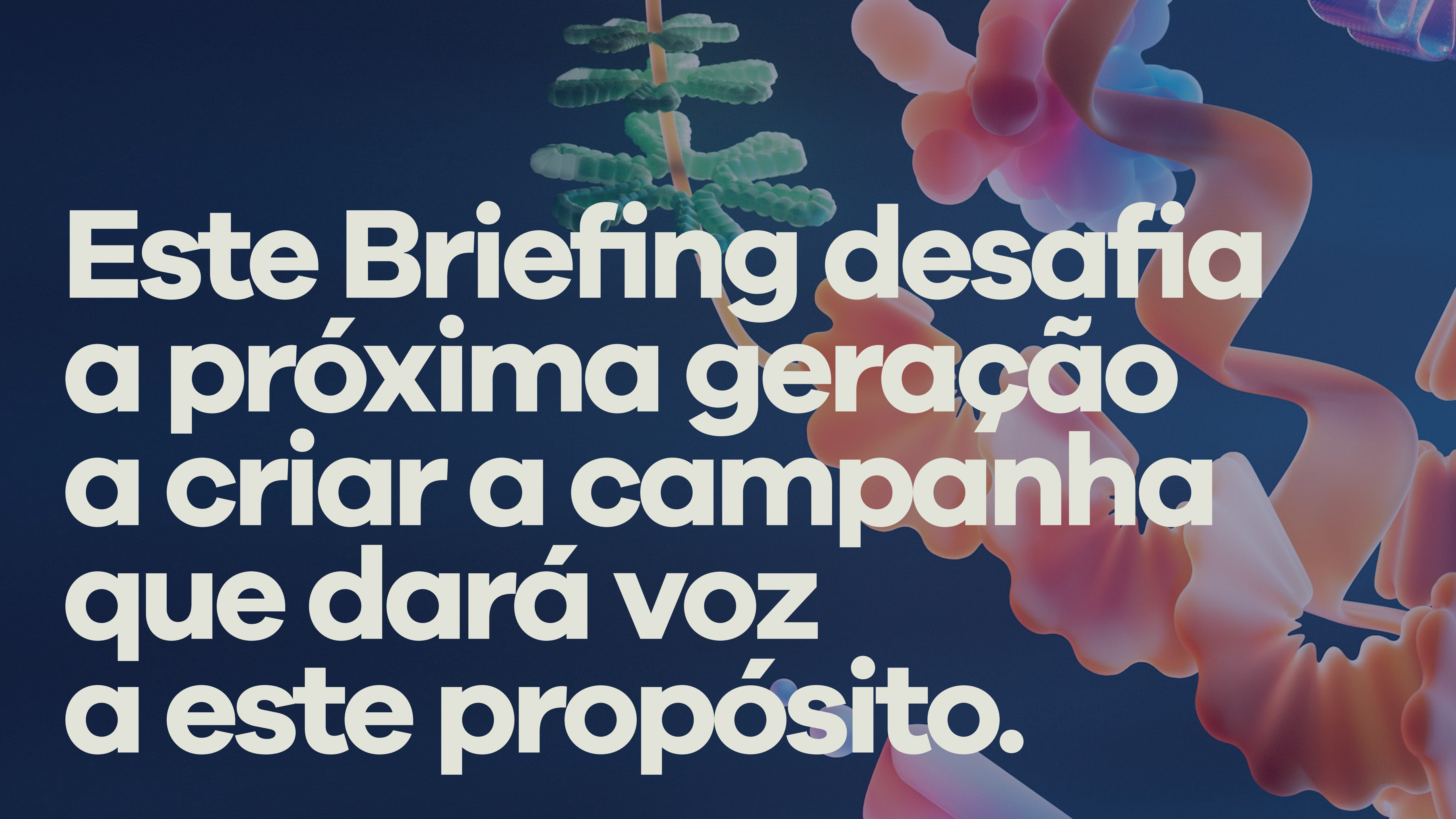
Os participantes são livres de **combinar diferentes formatos**, desde que estes contribuam para uma estratégia coerente e eficaz.

Mais do que a quantidade de peças apresentadas, será valorizada a **força da ideia**, a **consistência da estratégia** e a **capacidade da campanha gerar impacto** junto do público-alvo.

Cada candidatura deverá incluir:

- ✓ **Definição do insight**
- ✓ **Estratégia de comunicação**
- ✓ **Conceito criativo**
- ✓ **Key Visual da campanha**
- ✓ **Exemplos das principais peças digitais propostas**
- ✓ **Justificação da estratégia e da eficácia da solução apresentada**



The background features a dark blue gradient with abstract, flowing, organic shapes in shades of pink, red, and light blue. A green, plant-like structure with a thin stem and several small, rounded leaves is positioned in the upper left quadrant.

**Este Briefing desafia
a próxima geração
a criar a campanha
que dará voz
a este propósito.**

Briefing aberto

3º QUADRIMESTRE

