



CONCORRÊNCIA COM VALOR

LIVRO SOBRE CONCORRÊNCIA DE DESIGN

ABEDESIGN

QUAL É O OBJETIVO DE UMA CONCORRÊNCIA DE DESIGN?

Uma concorrência entre empresas de design se justifica quando visa orientar a escolha de uma parceria de longo prazo.

Um projeto de design é um trabalho de reflexão estratégica, criação e controle técnico, envolvendo a marca em sua totalidade. Uma mudança de identidade ou de conceito é um momento raro na vida de uma marca, que implica em planejamento de longo prazo.

Um projeto bem conduzido recorre às raízes, aos valores e ao DNA da marca. Portanto, baseia-se em um trabalho de troca, partilha e compreensão mútua.

Para uma marca, promover uma concorrência de design é uma oportunidade de escolher um parceiro para acompanhá-la por longos períodos.

QUAL É O OBJETIVO DE UMA CONCORRÊNCIA DE DESIGN?

Uma concorrência entre empresas de design se justifica quando visa orientar a escolha de uma parceria de longo prazo.

**MAS, SERÁ
QUE UMA
COMPETIÇÃO
É REALMENTE
NECESSÁRIA?**

A complexidade do processo não justifica a concorrência para selecionar projetos pontuais.

Você pode visitar as empresas de design, reunir-se com seus gestores, investir algum tempo para entender suas várias especialidades na área e conhecer seus recursos, equipamentos, referências e, claro, suas equipes. Acreditamos que este é o método mais eficaz para fazer a escolha adequada e construir uma colaboração relevante e duradoura.

9

REGRAS
PARA UMA
CONCORRÊNCIA
JUSTA

- 01** FAIR PLAY EM PRIMEIRO LUGAR.
- 02** MANUAL DE INSTRUÇÕES OBRIGATÓRIO!
- 03** TODO TRABALHO MERECE REMUNERAÇÃO.
- 04** CONHECER OS CRITÉRIOS DE SELEÇÃO.
- 05** A PALAVRA AOS DECISORES.
- 06** IR PARA O TESTE?
- 07** UMA CORRIDA CUIDADOSAMENTE ORGANIZADA.
- 08** E SE NÃO GANHARMOS?
- 09** E SE GANHARMOS?



FAIR PLAY EM PRIMEIRO LUGAR

Uma concorrência justa
deve ter regras claras.
Precisamos saber com
quem concorreremos e
o que está em jogo.

AS REGRAS BÁSICAS DO FAIR PLAY, PORTANTO, IMPÕEM:

Saber o nome das empresas que participam da concorrência.

Conhecer os desafios do projeto (imagem, estratégia, business) porque esses dados são decisivos para a orientação que será dada aos trabalhos. Precisamos de números e metas concretas, mensuráveis e quantificáveis.

Participação de, no máximo, três empresas de design. O processo exige tempo e disponibilidade do cliente para encontros com as agências, briefing, debriefing, trocas de ideias. Com mais de três empresas participantes, a eficiência do método pode ficar comprometida.

MANUAL DE INSTRUÇÕES OBRIGATÓRIO!

A qualidade e a relevância das nossas recomendações dependem em grande parte do briefing que foi formulado.

ENTENDEMOS POR BRIEFING DE QUALIDADE:

Um briefing apresentado presencialmente, porque visitar uma empresa ou agência é a melhor maneira de conhecer aquela que poderá tornar-se uma parceira para vários anos e muitos projetos.

Um briefing enviado igualmente por escrito.

Um briefing único para todas as empresas.

Um briefing validado pelos decisores, pois um projeto de design está intimamente ligado às orientações estratégicas e financeiras de uma empresa.

Um briefing preciso, claro e detalhado deve incluir a natureza do projeto, dados-chave de contexto, problemas e objetivos concretos e definidos, restrições, lista detalhada das entregas e critérios de avaliação, além de todas as informações pertinentes ao processo da concorrência.

TODO TRABALHO MERECE REMUNERAÇÃO

Uma concorrência é um investimento pesado em recursos e envolvimento.

O investimento feito em uma concorrência pelas empresas de design representa um custo financeiro significativo e proporcional à importância estratégica da solução pretendida.

A participação do cliente neste investimento sela seu compromisso com as empresas participantes e com a boa governança corporativa, conforme o princípio de que só tem valor o que tem valor para todos.

Assim, consideramos que a participação das empresas de design em concorrências deve ser remunerada, seja na forma de valores definidos e negociados caso a caso ou de taxas proporcionais ao desafio. Ou, ainda, em valores idênticos para todas as agências selecionadas para a concorrência.

A REMUNERAÇÃO IDEAL SUGERIDA DEVE COBRIR:

50% do tempo gasto pelas equipes da empresa em todas as etapas envolvidas.

CONHECER OS, SEUS CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

Sabemos que a escolha de
uma agência depende de
vários critérios.

A avaliação geralmente envolve equipes profissionais (e seu conhecimento processual, competência, experiência, criatividade), recursos, referências, equipamentos e ferramentas, compreensão dos problemas e nível do orçamento.

Sabemos também que, para cada cliente ou projeto, estes mesmos critérios têm graus variados de importância.

No caso de uma concorrência, precisamos saber claramente quais serão os critérios de avaliação para responder com maior eficiência ao desafio.



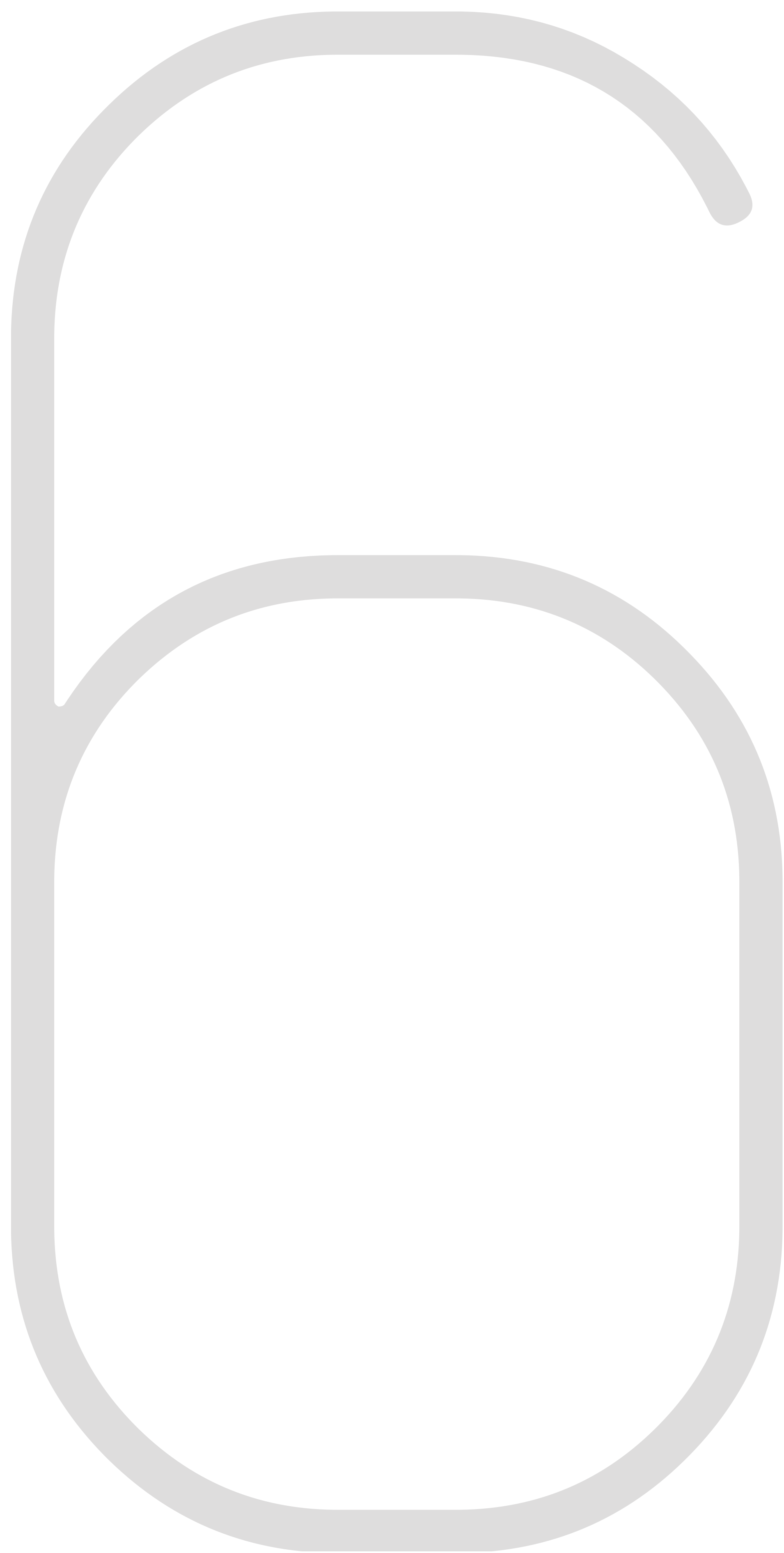
A PALAVRA AOS DECISORES

Por isso, é importante que a apresentação das nossas credenciais e dos nossos projetos seja feita por nós mesmos aos decisores.

Queremos ter a oportunidade de um encontro com seus diretores no início do processo concorrencial para, mais tarde, podermos lhes apresentar diretamente nossas recomendações e trocar ideias, compartilhar opiniões, adaptar ou adequar as soluções.

Afinal, um projeto de design envolve a empresa em sua totalidade e, em primeiro lugar, sua liderança.

Uma concorrência de design é um compromisso importante tanto para você quanto para nós.



IR PARA O TESTE?

Você deseja testar as nossas ideias com os consumidores?

Nosso papel aqui é deixar clara a função dos testes com consumidores: não são uma ferramenta de escolha racional de uma criação em relação a outra e, menos ainda, de uma empresa de design em relação a outra. São simplesmente uma forma de avaliar o entendimento do conceito criativo pelos consumidores.



UMA CORRIDA CUIDADOSAMENTE ORGANIZADA

Uma concorrência bem conduzida deve ter prazo controlado.
Para nós, os prazos ideais são os seguintes:

Propomos um prazo de 30 dias a partir da apresentação do briefing para responder aos desafios da missão.

É o tempo mínimo necessário para compreendermos seu mercado, sua marca, seus problemas, e para fornecermos as primeiras respostas relevantes

Por outro lado, é essencial termos um prazo estabelecido e limitado para focarmos no projeto, sem risco de dispersão.



E SE NÃO GANHARMOS?

Em uma competição justa, todos têm o direito a um feedback detalhado.

Compreender nossos insucessos de hoje nos faz aprender, crescer, progredir e desenvolver as condições para melhor atendê-lo amanhã.

Inclusive porque uma concorrência de design é para nós um investimento pesado, precisamos entender e superar os motivos de uma desclassificação.

Saber por que e para quem perdemos é praticamente tão importante quanto ganhar.



E SE GANHARMOS?

Todos ganham.

Estaremos criando uma relação contínua fundamentada no profissionalismo e na ética, essenciais para a garantia de respostas efetivas e resultados com valor.

ABEDESIGN



**CONCORRÊNCIA
COM VALOR**

SE VOCÊ AINDA TIVER ALGUMA DÚVIDA, ACESSE
ABEDSIGN.ORG.BR/CONCORRENCIA-COM-VALOR