**| Press Release**

Lisboa, 15 de janeiro de 2014

"O mundo está cada vez mais Worten"

# WORTEN APRESENTA NOVO CONCEITO DE COMUNICAÇÃO

**A Worten acaba de lançar "O mundo está cada vez mais Worten", o novo conceito que irá marcar a sua comunicação ao longo deste ano, tendo sempre presente a associação dos preços baixos às novidades tecnológicas, oferecendo, desta forma, as melhores propostas de valor aos seus clientes.**




O consumidor atual está cada vez mais informado e exigente e vive num mundo cada vez mais tecnológico e conectado. É com base nessas premissas que nasce o novo conceito da marca: **"O mundo está cada vez mais Worten"**. Nasce com o objetivo de reforçar a relação com o consumidor, o qual já reconhece a Worten como a marca que apresenta o melhor preço, um serviço de qualidade e, principalmente, uma marca que aposta forte na inovação.

Um posicionamento que vai ao encontro da vida e dos hábitos do consumidor dos dias de hoje. No "mundo Worten", as pessoas estão cada vez mais ligadas entre si e ao mundo que as rodeia, através dos mais diversificados artigos tecnológicos que a marca disponibiliza.

## Acompanhar a mudança, evoluindo sempre

Ao longo dos últimos anos, a Worten tem lançado ferramentas pioneiras e originais como o portal ONlive (www.wortenonlive.com) e a revista digital mensal Switch (www.switch.worten.pt), ferramentas cujo principal enfoque é, sem dúvida, a tecnologia.

De salientar ainda o conceito de loja Worten Resolve, que veio revolucionar o serviço pós-venda, apresentando-se como uma mais-valia para todos

consumidores, que encontram nesse espaço a solução para as mais variadas questões (de ordem técnica e não só), de uma forma simples e imediata.

Também a loja online (www.worten.pt) tem recebido vários melhoramentos, para que a navegação no site e a efetivação da compra se tornem mais fáceis e intuitivas. Com efeito, o site foi alvo de um *refresh*, ao nível de layout e de conteúdos, no início do ano passado, passando a disponibilizar novos serviços. É o caso, por exemplo, das novas modalidades de pagamento Multibanco e PayPal e dos novos serviços *pick-up in store*, através do qual o cliente pode comprar online e fazer o levantamento da sua encomenda numa loja Worten, e *store reservation*, que garante, para uma seleção de artigos, a reserva em nome do cliente, durante 48 horas.

De facto, o mundo mudou, está mais tecnológico, mais ligado e a Worten acompanha essa evolução, oferecendo precisamente tudo o que é preciso para estar em sintonia com esse novo mundo.

A marca Worten é conhecida por oferecer uma vasta gama de artigos tecnológicos, um serviço de qualidade e os preços mais baixos – só com esses ingredientes tem conseguido, na última década, manter-se como líder de mercado nacional e conquistar, ano após ano, a confiança dos consumidores, fazendo parte do seu dia-a-dia.

## Suportes de comunicação da campanha

A campanha do novo conceito, desenvolvida pela FUEL e produzida pela SYNC, está a ser comunicada em televisão, imprensa, rádio, online, exterior, folheto e em loja. Para esta divulgação, a Worten aposta ainda em meios digitais e na realidade aumentada.

**Ficha técnica do anúncio de TV:**
Agência: **FUEL**
Diretores criativos: Pedro Bexiga e Marcelo Lourenço
Criativos: Pedro Bexiga e Marcelo Lourenço
Diretor de Contas: Duarte Simões
Account: Duarte Simões, Vânia Araújo
TV Producers: Pedro Silva e Rita Santos

Produtora: **Sync**
Realizador: Pau de la Sierra
Produtor: Esequiel Viegas
Dir. Fotografia: Oriol Vila

Dir. Arte: Artur Pinheiro
Guarda Roupa: Kali Quaresma
Diretor Produção: Paula Miguel
Produção: João Faria
Assistente realização: Alexandre Alves
Pós Produção Som: Índigo
Pós Produção Vídeo: Sync

**O mundo está cada vez mais Worten.**

Siga-nos em:

 www.facebook.com/wortenpt

 https://twitter.com/#!/WortenPT

**Para mais informações, por favor, contacte:**
M Public Relations
Mauro Sousa - ms@mpublicrelations.pt
21 154 61 22