

תחרות יוצרים

תגרמו להם לרצות להריח.

סרטון מוצר 9:16 שבו הבושם הוא הכוכב, והעולם הוויזואלי שנבנה סביבו מעביר את התחושה והאופי של הניחוח.

פורמט	אורך	זוכים
9:16 אנכי	8-25 שניות	30



אי אפשר להריח סרטון.

הבישום הוא הקטגוריה היחידה שלא יכולה להראות את מה שהיא מוכרת. אז היא למדה למכור משהו אחר – אור, נוזל, טקסטורה, תנועה. עולם שאפשר כמעט לנשום.

ל-SACARA יש תשעה עולמות כאלה על המדף. בנו אחד – או עד שלושה.

SACARA הוא מותג ביוטי ישראלי עם כ-100 סניפים ברחבי הארץ,
וקטגוריית הבישום היא אחת החזקות שלו.

SACARA
במבט אחד

נקי · אלגנטי · צעיר · נחשק

“Perfume Collection.”

— מודפס על כל בקבוק

01 תשעה בשמים, לכל אחד אופי משלו — על בסיס תמציות בישום איכותיות.

02 כל בושם מזוהה במספר — N°0, N°15, N°45 — והמספר הוא חלק מהזהות שלו.

03 העיצוב מינימליסטי: זכוכית שקופה, תווית לבנה ומספר. בלי צבעים צעקניים.

צרו סרטון 9:16 שגורם למישהי להרגיש ניחוח שהיא לא יכולה להריח –
ואז לרצות אותו.

01 המוצר על המסך כבר ב-3 השניות הראשונות, ולפחות ב-50% מהסרטון.

02 בנו עולם ויזואלי מתוך תווי הריח, החומרים והאופי – של בושם אחד, ועד שלושה לכל היותר.

03 רעיון אחד, ביצוע מדויק. לא סרט עלילתי. לא רשימת מסרים.

המוצר הוא הגיבור. העולם רק מגיש אותו.

המשימה שלכם

לייצר
Product Film.

01	הבושם הוא הגיבור – נמצא בפרונט לאורך הסרטון, ונראה נחשק.
02	העולם נובע מתווי הריח – צבע, חומר, טקסטורה, אור. לבושם אחד, ועד שלושה.
03	רמת הפקה של Beauty & Fashion. שום דבר שנראה זול.
04	ההתזה היא חובה – זה הרגע שבו הניחוח הופך לנראה.
05	Packshot ברור וחזק, ובסיום סגיר: מסך שחור נקי עם לוגו SACARA במרכז.

מבחן עצמי

תוך 3 שניות הצופה מבינה: זה בושם של SACARA – והיא רוצה אותו.

מה חייב לנחות

”אני חייבת
להריח
את זה.”

זה כל המסר. העולם שאתם בונים צריך להרגיש כמו הניחוח – לא להסביר אותו.

כיוונים אפשריים

ניצוצות, לא תסריטים. קחו אחד, שלבו כמה, או בנו משהו טוב יותר – כל עוד המוצר נשאר הגיבור. הרפרנסים שקיבלתם נועדו להעביר את הוייב, לא לשכפול. אנחנו רוצים לראות את הפרשנות שלכם.

05

**מהרכיב
אל הבושם**

פותחים באחד מתווי הריח או חומרי הגלם – פרח, פרי, תבלין או טקסטורה – ובמעבר מפתיע מחברים אותו לבקבוק.

מלמד את הניחוח בלי מילה אחת של טקסט.

04

**ההתזה היא
הטריגר**

מישהי מתיזה, ומאותו רגע מתחילה טרנספורמציה: פרחים מופיעים, צבע משתלט על הפריים, הסביבה משתנה.

נותן לכם hook מובנה כבר בשנייה הראשונה.

03

**מהריאליסטי אל
עולם הבושם**

הבושם מונח על שידה, מישהי נכנסת לפריים, לוקחת ומתיזה. מרגע ההתזה האור, החלל והאווירה משתנים.

עוגן במציאות גורם לפנטזיה לנחות חזק יותר.

02

**3 בשמים,
3 עולמות**

בחרו שלושה בשמים וצרו לכל אחד עולם ויזואלי מובחן. המעברים מדגישים את ההבדל באופי ובצבעוניות.

מראה את הטווח של הקולקציה בתוך סרטון אחד.

01

**בושם אחד,
עולם אחד**

בחרו בושם אחד ובנו סביבו עולם ויזואלי שמבטא את האופי שלו – חומרים, טקסטורות, תאורה ותנועה.

הצורה הטהורה של הבריף. הניחוח הופך למקום.

כיוונים אפשריים – המשך

אלה נקודות פתיחה, לא תסריטים. אנחנו לא רוצים לראות את אותו רעיון תשע פעמים. הדלת העשירית היא זו שבדרך כלל מנצחת.

10

פורמט שעוד לא המצאנו

יש לכם AI. קחו את הבקבוק למקום שלא חשבנו עליו – כל עוד התווית מדויקת והמוצר נשאר הגיבור.

Open your mind. מכאן בדרך כלל מגיע הזוכה.

09

מיניסיפור סביב הבושם

פעולה אחת מובילה לאחרת, הבושם מניע את ההתרחשות, והסרטון נוחת על רגע מוצר חזק. לא עלילה – רעיון אחד עם הפתעה ו-Payoff.

מבנה פשוט, ועדיין מפתיע.

08

איזה בושם מתאים לך?

עד שלושה בשמים, לכל אחד Mood ועולם ויזואלי שונה לחלוטין, בעריכה מהירה ודינמית.

הופך סרטון מוצר לבחירה – ובחירה היא מעורבות.

07

Satisfying Perfume

רגעים מספקים ויזואלית: נוזל שעוטף את הבקבוק, טיפה שנופלת בדיוק, קרח שנשבר, משטח שמשנה טקסטורה. כמעט ASMR ויזואלי.

ריטנשן. אנשים צופים בזה עד הפריים האחרון.

06

מה קורה כשמתיזים?

קלוד־אפ על ההתזה. הטיפות באוויר הופכות לאלמנטים מתוך עולם הניחוח – פרחים, פירות, נוזלים או חלקיקים.

קראפט טהור, והפריים הכי עוצר־גלילה בקטגוריה.

הבשמים

תווי הריח, משפחת הריח והאופי של כל ניחוח. זה **חומר השראה לעולם הוויזואלי** – לא טקסט שמופיע על המסך.

N°07 עצי־אמברי • יוניסקס זעפרן, יסמין, עץ ענברי, שרף אשוח, סוכר, אמברוקסן ותווים עציים. מסתורי, כריזמטי ויוקרתי. נוכח, ממכר ומתוחכם.		N°02 ענברי • עשיר • חושני יסמין, אמבר לבן, זעפרן ונגיעות הדריות. עמוק, עוצמתי, חושני ודומיננטי. משאיר אחריו שובל של מחמאות.		N°0 מולקולרי • נקי מולקולת ריח המתמזגת עם ריח הגוף הטבעי. נקי, אינטימי ומינימליסטי. אלגנטי, אישי ועדין – כמו ריח של עור נקי.	
N°15 Extract Vanille ונילי עשיר • חם וחושני וניל קוויאר ותמציות רום. עמוק, עוצמתי ומפתה. אלגנטי, נשי ומלא נוכחות.		N°15 פרחונימתובל לבנדר, מנדרינה, פריחת תפוז, יסמין, וניל, מושק ועץ ארז. אלגנטי, נשי ובטוח בעצמו. רך אבל עם נוכחות, יוקרתי ומעט נועז.		N°08 פירותי מאסקי • יוניסקס ברגמוט, יסמין, איריס, קרמל, מאסק, ענבר ועץ ארז. חושני, מפנק ובולט. מתוק ומלא נוכחות.	
N°69 הדרי־ארומטי • יוניסקס ברגמוט, ג'ינג'ר, פלפל רוד, יסמין, אגוז מוסקט, תה שחור, עץ גואיאק, מאסק, טונקה ואמבר. נקי, רענן ומתוחכם. קליל אבל עם נוכחות, מודרני ויוקרתי בלי להתאמץ.		N°45 פרחוני • רענן מנדרינה, ברגמוט, אפרסק לבן, פריחת תפוז, חבצלות, מאסק, עץ בהיר, אמברוקסן ווניל. נקי, נשי ואלגנטי. רך, רגוע ויוקרתי – כמו עור נקי ביום שמשי.		N°15 Extract Berry פירותי־פרחוני • מתוק וחמים תפוח, ברגמוט, מנדרינה, דומדמניות שחורות, שזיף, פטל, יסמין, פריחת תפוז, מושק, וניל ועץ ארז. נשי, פירותי וממכר. צעיר ומתוחכם, רומנטי ויוקרתי.	

שלושה מתוך התשעה הם N°15 – המקורי, Extract Vanille ו-Extract Berry. שימו לב שהם שונים זה מזה: שלושה מוצרים, שלוש תוויות.

המוצר חייב להישאר נאמן לבושם המקורי לאורך כל הסרט.

מבנה הבקבוק והפרופורציות	הפקק	צבע הבושם
התווית	מספר הבושם	לוגו SACARA

דיוק המוצר

בדיוק
הבקבוק
ש-SACARA
מוכרת.

כלל ברזל

אף מילה על התווית לא משתנה. שינוי במילה על התווית = פסילת הסרטון.

ה-BRAND KIT

ב-brand kit יש סרטון לכל אחד מהבשמים שמראה את התווית במלואה – בפקשוטים חלק מהתווית חתוכה, אז זה המקור שלכם לבדיקה. בנוסף יש סרטון שמראה את הבקבוק ביחס לכף יד. השתמשו בכל אלה רק כדי להבין את הגודל, הצורה והתווית – הם עצמם לא נכנסים לקריאייטיב. אין להמציא או לשנות מוצרים, מספרים, אריזות או אלמנטים מיתוגיים.

מה יגרום לכם לנצח

איך נבחרים הזוכים

רעיון ויזואלי מקורי שעוצר את הגלילה – כשהמוצר כבר על המסך.	השנייה הראשונה	30%
כמה טוב הבושם נראה. תאורה, פוקוס, זכוית, השתקפויות וה-Packshot.	קראפט המוצר	25%
האם זה יושב ליד סרטוני הבישום הטובים – או ליד פרסומת זולה?	התאמה ל-Beauty & Fragrance	20%
דיוק. חיתוכים נקיים, תנועה מבוקרת, בלי ארטיפקטים, ובלי שהמוצר משתנה בין פריים לפריים.	ביצוע וגימור	15%
מוזיקה וסאונד הם חלק מהקראפט, לא שכבה שמוסיפים בסוף.	Sound Design	10%

30 זוכים.

אפשר להגיש יותר מסרטון אחד – ולזכות ביותר מפרס אחד.

”האם SACARA הייתה מפרסמת את זה מחר בבוקר, בלי שינוי אחד?”

עשה. ואל תעשה.

אל תעשה

✕

סרט עלילתי או סיפור יום-יומי

✕

דמויות שמובילות את הקריאייטיב במקום המוצר

✕

פנים או קלוז-אפים אנושיים שנראים מלאכותיים – כמעט ללא דמויות

✕

דיבוב או דיבור מכל סוג

✕

עומס מסרים או טקסטים, ופרסומת שמסבירה יותר מדי

✕

השוואה למותגי בישום אחרים או הצגת הבושם כ-Dupe

✕

מחיר – לא לציין ולא להציג

✕

תחושה של מוצר זול או מתפשר

עשה

✓

המוצר על המסך כבר ב-3 השניות הראשונות

✓

המוצר בפריים לפחות 50% מהסרטון

✓

Product Hero Shots חזקים ונחשקים

✓

התזת הבושם – חובה

✓

Packshot ברור וחזק

✓

סגיר – מסך שחור נקי עם לוגו SACARA במרכז

✓

עולם ויזואלי שמתחבר לניחוח – סביב 1-3 בשמים, לא יותר

✓

סגנון Beauty & Fashion גבוה – תנועה, תאורה, טקסטורות

✓

Sound Design כחלק מהחווייה

יחס	אורך	רזולוציה	אודיו	מיועד ל-
9:16 אנכי	8-25 שניות	+1080p	מוזיקה ו-SFX · ללא דיבור	Reels · Stories · קידום ממומן

האם SACARA תפרסם את זה מחר?

☐ המוצר על המסך כבר ב-3 השניות הראשונות?

☐ כל מילה על התווית זהה בדיוק למוצר האמיתי?

☐ העולם מרגיש כמו הניחוח – בלי להסביר אותו?

☐ הסרטון נגמר בסגיר – מסך שחור עם לוגו SACARA?

☐ מישהי שצופה תגיד "אני חייבת להריח את זה"?

מה זוכים מקבלים

SACARA רוצה לעבוד ישירות עם 2-3 יוצרים שיתבלטו כאן.
שווה להשקיע – הם רציניים לגבי זה.

אם התחרות תצליח – עוד 2-3 תחרויות השנה, על מוצרים
נוספים.

הסרטונים קצרים – אפשר להגיש יותר מאחד, ולזכות ביותר
מפרס אחד.

שמרו סקיצות עבודה. SACARA עשויה לפנות ליוצרים
נבחרים ולבקש עריכה בסרטון זוכה – אתם עובדים מולם על
השינוי ומקבלים בונוס של \$25.

איפה מגישים

adarena.app/challenges/sacara

אי אפשר להריח סרטון.
תגרמו להם לנסות בכל זאת.