

Customização radical

Fabio Mestriner

Imagine o fabricante do seu produto favorito produzindo para você uma edição exclusiva tendo no rótulo uma foto de algo extremamente significativo que você mesmo enviou a ele. Este produto foi encomendado on-line e chegou a sua casa vindo de um outro país...

Imaginou?

Pois é, isso está acontecendo agora mesmo com os produtos da marca Jones Soda, um refrigerante "descolado" produzido no Canadá e que representa hoje um dos produtos mais radicais em termos de customização.

Esta marca se notabilizou por ostentar desde seu início em 99 imagens enviadas por seus consumidores nos rótulos de seus produtos.

O que começou como uma idéia inovadora destinada a criar envolvimento com o público jovem como uma forma de chamar sua atenção pois a empresa não tinha recursos para investir em propaganda ou divulgação, se transformou rapidamente numa febre de colecionadores que criaram sites na internet para trocar rótulos e informações.

Era comum nos finais de semana encontrar feiras de troca de rótulos de Jones Soda entre os aficionados.

Percebendo a força da sua descoberta e o enorme potencial de envolvimento que ela proporcionava, a empresa fez da customização dos produtos que se tornaram um espaço para a expressão dos seus consumidores e da interatividade sua marca registrada e a principal característica de sua personalidade.

Percebendo as possibilidades crescentes da internet para estabelecer relacionamento com os consumidores, a marca não parou mais de inovar e foi criando em seu site espaços cada vez maiores para a participação dos consumidores para que eles se manifestarem expressando sua personalidade e seu modo de vida.

Foram criadas várias comunidades conforme o interesse destes consumidores, uma gravadora virtual para as músicas compostas ou tocadas por eles, uma seção no YouTube para a produção de filmes e comerciais da marca e des seus produtos criados pelos próprios consumidores e assim por diante.

O concurso aberto para escolher as imagens enviadas por milhares de consumidores ganhou dimensão global com gente do mundo inteiro enviando imagens e tentando emplacar o rótulo de um produto que foi virando cult.

Para muitos ter seu próprio rótulo de Jones Soda e ver a imagem que enviou distribuída no mercado tornou-se um importante objetivo, e para aqueles que não aguentavam mais esperar por este dia, a empresa criou um novo produto. Por US\$ 39,50 (mais o frete), ele recebe na sua casa uma caixa com 12 garrafas do seu refrigerante escolhido tendo no rótulo a imagem que enviou.

Você pode homenagear pessoas, estampar o seu cachorrinho de estimação, por a foto daquela garota ou garoto que está namorando e milhares de outras demandas...

Depois do sucesso deste lançamento a empresa descobriu que pode estimular os pedidos de séries ainda mais exclusivas. Primeiro começou incentivando os noivos a produzirem rótulos com fotos de seu casamento para guardar de lembrança, empresas a produzirem imagens com sua marca aparecendo na cena e a última invenção foi enviar um grupo de fotógrafos para registrar a presença nas arquibancadas em um grande jogo de Futebol americano dos torcedores felizes vivendo um momento especial ao lado de amigos, mães e pais com seus filhos, casais e grupos foram todos fotografados e colocados no site para que as imagens

destes momentos autênticos, expressivos e felizes sejam eternizadas ao lado do distintivo do time.

Cada torcedor pode procurar sua foto e encomendar suas garrafas desta vez com o preço promocional de US\$ 29,50.

A notícia correu e agora todo mundo que estava naquele jogo já sabe que pode ter sido fotografado e que esta foto pode ser impressa no rótulo com exclusividade para aqueles que encomendarem on-line.

Graças as novas tecnologia de impressão digital com dados variáveis combinadas com o e-commerce, ações como estas podem agora ser executadas de forma constante e com bastante eficácia.

As embalagens estão ganhando uma nova função, a de ostentar mensagens exclusivas produzidas pelos consumidores tornando-se assim uma nova forma de expressão de sua personalidade.

O exemplo da Jones Soda (www.jonessoda.com) ilustra com muita clareza o novo universo que está se abrindo para a customização radical dos produtos.

Disponível em: <<http://www.designbrasil.org.br>>. Acesso em: 3 jul. 2009.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais