



Freemium Price

“ Não mudes nada, muda tudo. ” PEDRO PIRES

Daqui a dez anos a forma como estará organizada a indústria da comunicação será radicalmente nova. Esta afirmação já não traz, no entanto, nada de novo. Mesmo os grupos mais conservadores tardaram mas acordaram para a necessidade de abordar as Marcas e os consumidores numa perspectiva mais global e sedutora. Urge, por isso, mais do que nunca procurar outras direcções, outras inspirações e novos modelos de negócio. Contudo ninguém no mundo parece ainda ter encontrado a formula de sucesso para o futuro, por isso deixo-vos este conselho de um brilhante criativo Português que

trabalhou comigo no projecto YORN e que usávamos, nessa altura, para caracterizar a abordagem que então fizemos ao mercado, “Não mudes nada, muda tudo”.

Carlos Coelho
PS. Não sei se será a “formula” mas na YORN deu muito certo e já lá vão 7 anos, altura em que ainda pouco se falava destas coisas.


PRODUCTION LINE

REF 86 **Freemium Price**




Leilões que vendem pela oferta mais baixa (41414.com), cadeias de lojas cujos produtos são oferecidos (Oc only stores), comunicações gratuitas (Skype) e demais ofertas FREE, configuram uma das mais brilhantes e lucrativas estratégias do novo marketing. Não se trata de oferecer os produtos, mas antes de “pagar” aos consumidores para serem estes a publicitá-los. Vencendo rapidamente a barreira do custo de penetração, esta formula cria habitação e uma verdadeira legião de fãs. Deve-se, porventura, aos dealers de cocaína esta infalível técnica de vendas. Primeiro vicia-se os clientes com free-trials e só depois então se vende o produto.

REF 87 **Goo where?**




O Google, que ganhou o estatuto de verbo por ter sido capaz de conquistar o mundo das palavras, tomou de assalto o mundo das imagens. O Gootube, como se poderia passar a chamar, poderá ser a nova “televisão” planetária. Preparado para qualquer modelo de negócio (ad-based, payperview,etc) este gigante corre, no meu entender, apenas um risco: ser capaz de descobrir como continuar a alimentar o poder e a liberdade caótica de cada um dos milhões de indivíduos que constituem a sua comunidade virtual, que se sentem condicionados ou controlados, com a mesma facilidade que chegam, as easytheyGoo.

REF 88 **Zorbonaut as**




Uma vez que o desafio está em ser capaz de observar os mercados de outras perspectivas, que nunca foi tanta a disponibilidade para novas experiências e que o acesso massivo ao espaço tarda em chegar, talvez por isso os já 100 000 zorbonautas procurem na terra os skills necessários às exigentes demandas dos nossos dias. O Zorb promete, por poucos dólares, virar o nosso mundo ao contrário. Um desporto que se tornará rapidamente popular, pois não discrimina sexo nem idade. O que significa colocar à disposição de todos a possibilidade de desafiar a forma como vemos as coisas, nem que seja apenas por alguns segundos numa pequena e pouco inclinada descida.

REF 89 **Chocoholics**




Porque a nova austeridade pode acentuar aquele tipo de carências que de quando em quando nos assolam, o melhor é tomar nota desta nova gama de remédios. Tratam-se de dois “medicamentos” muito doces, que se destinam a combater o stress através da administração de pequenas doses diárias. Tomados com moderação prometem não ter demasiados efeitos secundários e actuam especialmente na zona do coração. Ou não fora o chocolate o mais completo dos “antibióticos” para os nossos males de amor.

REF 90 **Ikea food**



O gigante Sueco, que mostrou como o design pode ser acessível a todos, pretende trazer ao mundo o swedish flavour. Parece à partida tratar-se de uma improbabilidade, uma vez que o país não tem nenhuma tradição neste campo. As receitas previstas para este ano são no entanto já 4,5% das vendas totais e a aposta no sector alimentar agrada a todos. A mim parece-me que, mais do que os resultados de curto prazo, esta iniciativa corresponde a uma clara necessidade de na alimentação, como no mobiliário, existir espaço para uma oferta de melhor qualidade (conteúdo/estética) versus preço. E neste tipo de equação o IKEA tem demonstrado ser imbatível.

REF 91 **Jail Hotel**



Na Suíça, assistimos à confirmação de que a sociedade encontra sempre uma forma de assimilar as diferentes forças contrárias ao seu desenvolvimento. Uma crise económica, uma depressão social, uma disponibilidade imobiliária e uma emergente procura de novas emoções produziram, no seu conjunto, o primeiro hotel instalado numa antiga prisão. Noutros locais foram usados asilos ou matadouros, tratando-se de manifestações da nova austeridade (ver Viewpoint #20). Este conceito resulta da procura de um novo tipo de conforto, menos físico e mais experiencial, mas eu creio que se trata, antes disso, da necessidade que sentimos em nunca deixarmos de procurar.

WAREHOUSE

<p>www.maketjdrink.com digital drink mixer. Instant consumer response</p> <p>http://adbusters.org/metaspot/blackspotshoes/ Join us. Buy a pair and become a voting shareholder in The Blackspot Anticorporation. Together, we'll unswoosh Nike's tired old swoosh and give birth to a new kind of cool in the sneaker industry. Then we'll move on to "Blackspot!" other industries- Big Music, fast food, clothing...</p> <p>www.beatboxmixer.com/ verizon music & performance mixer</p>	<p>www.esopusmag.com/ the magazine that provides an unfiltered, non-commercial space in which creative people and the public can connect in meaningful ways.</p> <p>http://gypscabproject.com/ new vw rabbit Project. 100 fares in 14 days to uncover what it takes to be the ultimate city driver.</p> <p>www.diesel.com/fifty/ A unique insight into the life of a visionary man as he takes you on a tour of the universe he created. The diesel planet.</p>	<p>www.maketjdrink.com digital drink mixer. Instant consumer response</p> <p>http://absolut.com/rubyred absolut evolutionary musical</p> <p>www.cidadedosexo.arq.br "A intervenção arquitetónica, com uma forma líquida e sensual, tem inspiração antropomorfa e busca um equilíbrio sempre análogo ao equilíbrio buscado por um ser humano durante o sexo."- arquitecto e urbanista IGOR DE VETEMY.</p>	<p>www.theorangeproject.co.uk "We're creating something, something secret, something big. It's a huge project, in an amazing location" That's part of the email, inviting thousands of Orange customers and members of the public to apply to take part in our super secret project. See what happened at the secret location.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------