

UM MERGULHO NO UNIVERSO

EXPERIENCE MAXIMIZER

Ambev + Na Rua,
Julho de 2016

A GENTE AMA A RUA

Porque é Na Rua onde tudo acontece, e é Na Rua onde a gente consegue sentir o movimento que impulsiona a vida e o comportamento das pessoas.

É por isso que temos esse nome: somos parceiros da Ambev sempre que vocês precisam sair do escritório para respirar o ar lá de fora.

Esse projeto é mais um resultado dessa dinâmica de trabalho conjunta, que nos permitiu traçar um raio-x do comportamento Experience Maximizer um target comportamental muito estratégico para Guaraná Antarctica - porque se envolve com os valores da marca e empresta muita atitude ao principal refrigerante da Ambev.

na rua + ambev



BRIEFING

Mergulhar de cabeça na vida de jovens Experience Maximizer, participar de momentos do seu dia a dia, percorrer seus territórios e dividir com eles suas principais percepções de mundo:

Nosso desafio foi viver, ao longo de mais de 1 mês, o vasto universo desse target que é movido pelas experiências - para trazer para dentro da Ambev um profundo entendimento sobre suas motivações, as vertentes de comportamento, sonhos e caminhos de crescimento, referências, e sobretudo a relação com a categoria de refrigerantes e seu olhar para Guaraná Antarctica.



UM DESENHO DE CAMPO DIFERENTE

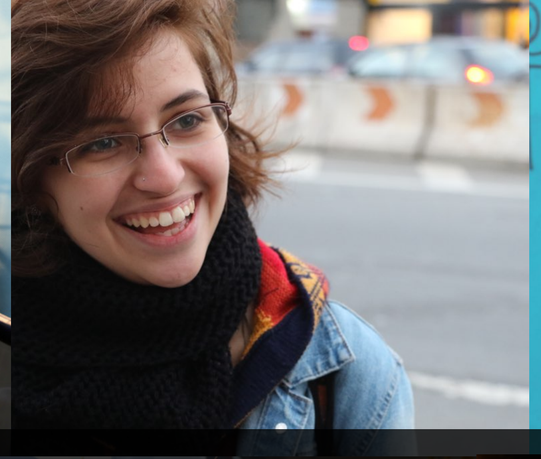
Um target tão múltiplo em ideias, ícones e conceitos precisa ser recrutado e observado de uma forma especial. Porque não existe uma caixa pra formatar e dizer: ah, esse é o cara médio Experience Maximizer.

Pelo contrário, a graça dessa galera está justamente na pluralidade em que ela se apresenta, e por isso fomos deixando os próprios aprendizados de campo irem conduzindo essa pesquisa, em 2 etapas complementares:















1 - A RUA

Invadimos lugares estratégicos de SP e RJ e abordamos mais de **100 jovens** de 17 a 25 anos, em cada cidade.

A ideia foi deixar livre um papo sobre estilo, rotina, amizade e família, relação com o trabalho e estudo, formas de curtir a vida, programação preferida e o agito da turma. Todo esse papo foi trazendo muitos entendimentos sobre esse perfil da segmentação Ambev, e foi também apontando repetições de alguns padrões de comportamento desse público.











na rua

RIO DE JANEIRO

BALADAS/BARES/FESTAS

Arco do Teles
Bar Lá Em Casa - Baixo Méier
Casa Six
Lapa
Rua Voluntários da Pátria
Madureira
Pedra do Sal
Buxixo Chopperia
Festa Santos Populares Portugueses

PORTA DE ESCOLA/FACULDADE

Colégio D. Pedro II
CEAT - Centro Educacional Anísio Teixeira
Spetaculu - Escola de Arte e Tecnologia
CAL - Casa das Artes de Laranjeiras
UFRJ
UniRio
Uni Carioca

METRÔ/TERMINAL DE ÔNIBUS

Madureira
Metrô Botafogo
Metrô General Osório
Metrô Saens Peña
Largo do Machado
Catete

DOMINGO NA CIDADE

Largo de S. Francisco da Prainha
Rua Dias da Cruz (Méier)
Lagoa
Aterro do Flamengo

PARQUES/PRAIAS

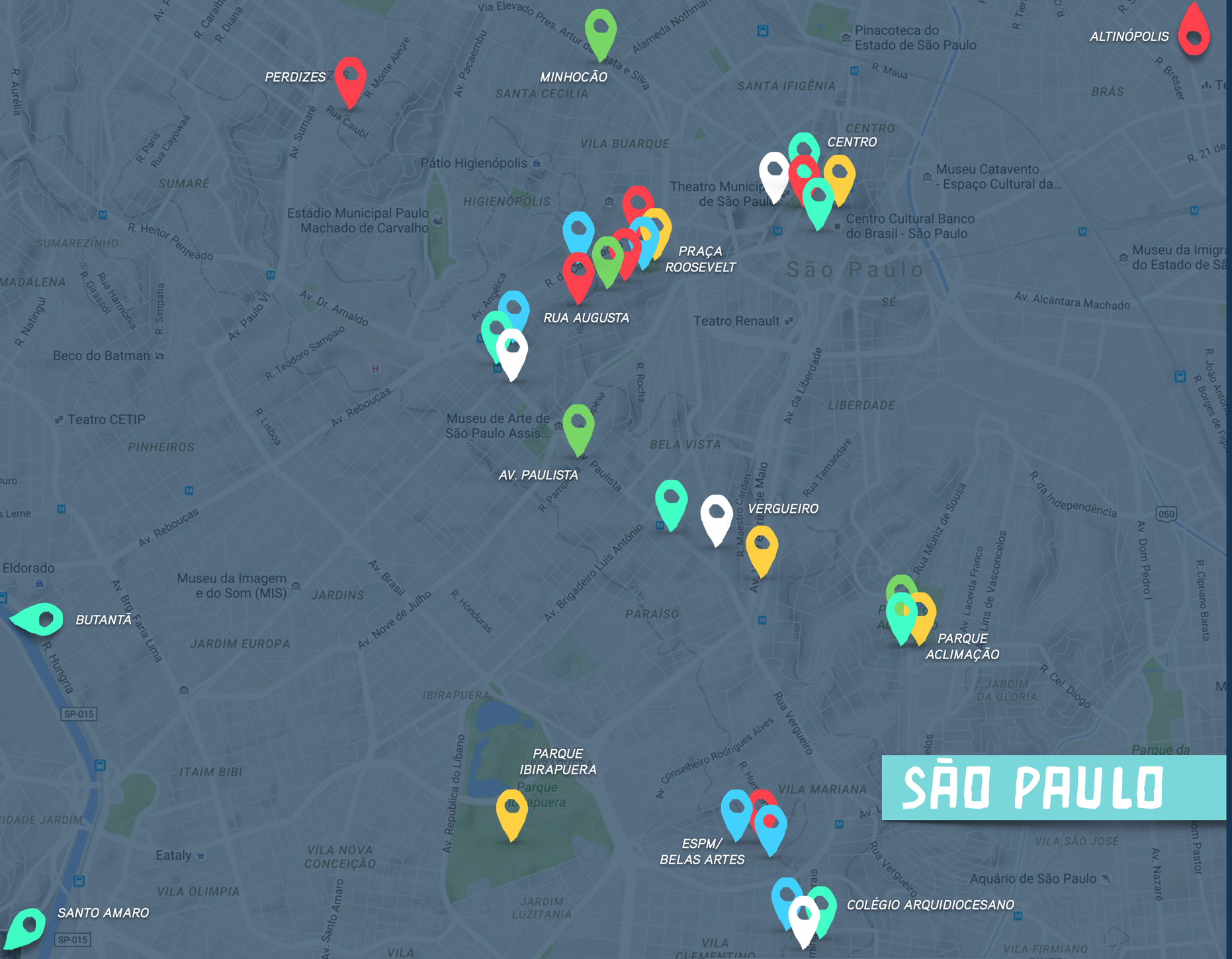
Praça XV
Cachoeira do Horto
Prainha
Praia de Ipanema
Praia Vermelha
Arpoador
Pista Cláudio Coutinho
Parque da Cidade

SHOPPINGS

Norte Shopping
Shopping Tijuca
Shopping Rio Sul

MADUREIRA
BAIXO MÉIER
PRAÇA XV
TIJUCA
ATERRO DO FLAMENGO
COLÉGIO D. PEDRO II
PARQUE DA CIDADE
LAGOA
SHOPPING RIO SUL
PRAIA VERMELHA
METRÔ GAL. OSÓRIO
ARPOADOR
PRAINHA

na rua



BALADAS/BARES/FESTAS

Balada 1007
Trackers
Rua Augusta
Rua Monte Alegre
Rua Maria Antônia
Rua Doutor Álvaro Alvim
Festival Forró da Lua Cheia

PORTA DE ESCOLA/FACULDADE

Colégio Marista Arquidiocesano
E.E. Caetano de Campos
Colégio São Luís
ESPM/Belas Artes
PUC/Mackenzie

METRÔ/TERMINAL DE ÔNIBUS

Metrô Santa Cruz
Metrô Vergueiro
Metrô Brigadeiro
Metrô Consolação
Metrô Butantã
Metrô República
Metrô Santo Amaro
Terminal Bandeira

DOMINGO NA CIDADE

Paulista Aberta
Minhocão
Food Trucks na Augusta

PARQUES/PRAÇAS

Centro Cultural Vergueiro
Praça Roosevelt
Parque Aclimação
Parque Ibirapuera
Vale do Anhangabaú

SHOPPINGS

Shopping Metrô Santa Cruz
Shopping Paulista
Shopping Center 3
Galeria do Rock

na rua











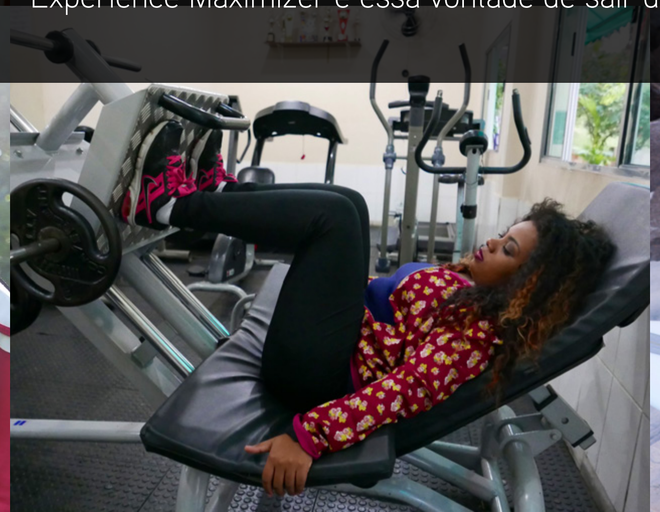
2 - AS VIVÊNCIAS

A observação dessa repetição de padrões nos apresentou aos nossos 10 personagens: pessoas que acompanhamos durante alguns dias, e que vêm representar - cada uma delas - uma síntese de todos os encontros que tivemos na primeira fase livre e aberta do estudo.

10 jovens que são bastante diferentes um dos outros (em cada um, o retrato de uma realidade socioeconômica particular), mas que em comum possuem valores muito parecidos e um enorme desejo por viver experiências marcantes. O que faz de todos eles um Experience Maximizer é essa vontade de sair do comum:











CAMILA, 23

SP

Foi a primeira pessoa da sua família a cursar uma faculdade, e nunca mais parou de estudar: agora faz pós em gestão de pessoas, e em casa tem o papel de traduzir os valores do mundo moderno aos seus pais - ainda muito presos à realidade difícil que viveram tempos atrás. Ela os atualiza e os apresenta ao novo.

Acompanhamos um dia inteiro de trabalho no salão de beleza que ela abriu com o irmão, e tentamos entender as alegrias e os perrengues que ela tem passado ao empreender seu próprio negócio.

Seguir os momentos da Camila nos ajudou a perceber o empenho desse target em estimular mudanças e em conduzir seu próprio caminho.



na rua

eu na rua


pepsi
twist
pepsi
BLACK
Guaraná
ANTARCTICA
Soda
ANTARCTICA
zero
na rua

eu na rua



SP

VITOR, 19

Apelidado pelos veteranos de Miss Simpatia, Vitor conquista qualquer um com seu carisma e habilidades no violão, até mesmo as gatinhas! Antes da aula, quando não rola ensaio da banda, ele encontra a galera no bar da facul, e toda sexta é de lei colar nas festas da PUC.

Mergulhamos com ele nesse mundo de curtição: assistimos a um ensaio da banda e depois ele nos levou pra uma festa da PUC com direito à esquenta! O apelido faz jus ao Vitor, pois toda hora o chamavam pra trocar uma ideia ou tocar uma música no violão.

Vitor traz à tona a virtude do target de ser extremamente sociável, de fazer novas amizades por onde passa, de ser praticamente um imã de pessoas.

na rua

na rua

MAFÊ. 22

SP

A mil por hora, Mafê não para quieta nem se quisesse! Trabalho, curso, metrô das 18h, amigos, maratona de séries, limpeza da casa... 24h é pouco pra ela! Nem no final de semana ela sossega: os pais moram em cidades diferentes e, não satisfeita com isso, ela viaja com os amigos sempre quando dá.

Em um final de semana, ela nos colocou dentro de sua mala e nos levou pra um festival de forró em Altinópolis. Essa menina contagia a tudo a todos, foi bão demais da conta fi! Depois da maratona de dançar coladinho, ainda rolou uma social na goma da Mafê com a galera do curso!

“Não para, não para, não para não!” define bem a Mafê, que passa os dias circulando de um lado pro outro, de cima pra baixo, pra frente e pra trás!



eu na rua

SOPA
MANDIOQUINHA
E CALDO DE
FEIJÃO


Oferta
OFERTA
2,55
3,75
4,99

SP

MICHEL. 24

Formado em Rádio e TV, trabalha em um estúdio de musica e sonha em ser Dj. Michel não tem medo do desconhecido, e essa atitude é muito presente na sua coragem de ir atrás do que deseja e também na curiosidade que ele tem em conhecer a própria cidade.

Ele abriu a porta de casa para nos receber: falou sobre sua paixão pela música, mostrou sua imensa coleção de discos e de quebra, mandou um remix muito louco pra gente!

Morar com os pais não torna Michel menos independente. Ele nos mostrou que ser dono das próprias escolhas conta muito mais do que uma independência financeira.













na rua

na rua

Canon

SONY

CAUÊ. 21

SP

Com apenas 21 anos, já bancou um mochilão pela América do Sul e uma mesa de ping pong pra reunir os amigos em casa. Ele é o pai da galera: o motorista de todas as rodadas, o hostess de todas as sociais, o professor de skate, o conselheiro amoroso.

Num sábado de sol ele nos recebeu em casa para jogar um ping pong, e combinamos que quem ganhasse a partida decidiria o rolê. Como já era previsto, fomos humilhados por Cauê e no final, fomos andar de skate no minhocão junto com a galera e a GoPro que o acompanha pra onde quer que ele for.

Entre uma manobra e outra, Cauê deixou explícito o quanto a amizade é importante para ele: os amigos são a extensão da família, são os companheiros tanto para as experiências boas quanto as ruins e são o ombro amigo para momentos difíceis.



na rua

eu na rua

Coca-Cola
Coca-Cola
Bordô
2 litros
consul
4:04
FROST FREE DF 35
Electrolux
"Have a Coke"
Coca-Cola

eu na rua





na rua

BRIAN, 22

RIO

Surfista de carteirinha, Brian, já enfrentava as ondas bravas do mar do quando era apenas uma criança. Hoje ele faz história na UNIRIO e tem um grupo de rap com os amigos, mas ainda não decidiu qual carreira seguir. Ele só sabe que quer ganhar a vida com uma profissão que o dê tesão.

Combinamos de pegar umas ondas com ele no Recreio e nem a friaca brava o desanimou! A liberdade que o surf proporciona torna o esporte uma válvula de escape da selva de pedra e dos paradigmas do dia a dia.

O espírito livre de Brian expressa a ousadia do target de dizer “eu não sei aonde estarei e quem eu serei daqui 5 anos, mas tenho certeza que estarei feliz”.





eu na rua

Eu na rua

Canon



RIO

RAPHAEL, 24

A rotina de Rapha é aparentemente normal: trabalha durante a semana e aos sábados, cai na farra da Lapa. Já no domingo, em vez de morrer de ressaca, ele pega seus equipamentos e vai andar de bike pelas montanhas de Niterói! É o caçula entre os ciclistas, mas a sede de aventura que esse menino tem ultrapassa qualquer experiência!

Em um domingo ensolarado, pegamos a balsa e fomos até Niterói pra acompanhar de perto as pedaladas de Rapha e seu espírito aventureiro. No final do dia estávamos exaustos de tanto correr para alcançá-lo, o menino voa!

Aventurar-se é mais que uma vontade do target, é uma necessidade de descobrir o mundo, de viver o maior número de experiências possíveis, de se jogar no desconhecido.

na rua


SYNCROS
na rua

na rua

BIKE WORKS
BIKE WORKS
BIKE WORKS
BIKE WORKS
LAQ-446
LQQ-184
DUSTER
na rua



RIO

PRI, 19

Sempre com o sorriso no rosto, nem a rotina pesada a desanima. Pri, passa o dia todo fora de casa e ainda assim parte pro bar com a galera depois da aula. Mas ela dá duro, viu? Trabalha com administração na empresa do pai pra poder bancar a faculdade de Jornalismo, sua profissão dos sonhos.

E que momento seria melhor pra vivenciarmos com ela do que aquele em que ela está reunida com os amigos? Com ela foi só farra, risada e claro, uns snaps pra registrar a torre de cerveja no bar, a festa 0800 e a social em casa com a galera.

Na rotina de Pri, há um equilíbrio entre os momentos de diversão e os de responsabilidade: eles se complementam, se encaixam feito um quebra-cabeça.

na rua

Na rua

na rua

LUCAS, 17

RIO

Lucas é um garoto mais pé no chão: quer fazer sociologia, arranjar um emprego e rachar um apê com os amigos e a namorada. Sem muitas obrigações além de estudar, ele curte passar as tardes transformando seus pensamentos em letras de música, mas os finais de semana são propriedade da galera.

Ele foi nosso guia pelas trilhas do Horto Florestal e quem diria... O menino era praticamente o Tarzan, tirava de letra todas as armadilhas da natureza! Ao chegar na cachoeira, o Lucas aventureiro foi substituído por um Lucas observador e reflexivo.

Lucas trouxe à tona um momento que é muito presente na vida do target, mas raramente compartilhado: o de autoconhecimento. Ele precisa de um momento com ele mesmo, longe de tudo e de todos.



eu na rua



eu na rua



Rio

ISABEL, 21

Mora na Pavuna, mas passa grande parte dos dias desfilando pelas ruas do Rio: faz curso técnico de costura, e com essa beleza toda, não podia deixar de ser modelo. Os pais ainda acham que ela deveria estudar em uma universidade, mas com tanto talento, Isabel se mostra capaz de crescer profissionalmente sem seguir os padrões ditados pela sociedade.

Para acompanhar o seu ritmo, fomos do samba da Pedra do Sal ao Hip Hop de Madureira e quem vê de longe pensa que Isabel é só farra. Muito pelo contrário, ela fez questão de nos levar em um debate social que frequenta sempre.

Isabel se diverte ao mesmo tempo que se empodera e os amigos a acompanham nesse percurso. Juntos, eles lutam para quebrar os preconceitos paradigmas culturais e nem as críticas tiram o sorriso de seus rostos.

na rua

na rua


8
10
15
Valle

TRAILER DO
DELÍC
TRICOLOR
na rua

eu na rua

BIKE WORKS

PAIXÃO
PROMOÇÃO

O LIQUIDIFICADOR



Olhando de longe todas essas pessoas, talvez as diferenças sejam mais evidentes do que aquilo que as une - cada uma tem seu estilo, cada uma vive uma rotina única, singular. A Camila que se acaba no pagode no Campo Limpo parece não ter nada a ver com o Brian, surfista do Recreio que toca Rap com sua banda.

Mas quem reparar bem vai descobrir que o coração de todos eles bate de forma parecida, porque são jovens que compartilham visões de mundo muito semelhantes: todos estão abrindo o leque das possibilidades para viver experiências diversas e autênticas. Também acreditam que esbarrar em pessoas novas é mais importante do que se fechar em seus próprios grupos - e assim eles caminham sempre em busca de novas referências, misturando amigos, passeando por estilos diferentes, tentando aproveitar o melhor de cada oportunidade como se eles próprios fossem um grande quebra-cabeças formado por peças de desenhos aleatórios - mas que se completam em uma figura interessante pela pluralidade.

O que estamos falando aqui é simples: se batermos todas esses entrevistados em um liquidificador, o resultado é um conjunto de valores que definem bem o Experience Maximizer.



LIBERDADE

PLURALIDADE

AUTENTICIDADE

MISTURA

AVENTURA

FAZER PARTE

OUSADIA

INUSITADO

DIVERSIDADE

EXPERIMENTAÇÃO

OTIMISMO

na rua

Esse extrato de valores faz do Experience Maximizer um target que está sempre em movimento, reinventando seus conceitos e em busca de novas experiências (porque elas são o combustível das histórias que ele tem para contar, e é assim que ele agrega mais e mais pessoas ao seu redor).

Por isso são jovens muito antenados, atentos aos movimentos sociais e às ondas de comportamento: geralmente são eles quem antecipam tendências na turma, e são eles quem despertam novas ideias dentro do grupo de amigos.



"Quero viver muitas experiências, mas não aquelas de ficar locão. Quero experiências que me preencham o suficiente pra eu falar: ah ja me diverti muito, a agora posso relaxar"

"Todos os dias eu e a Isabel voltamos de ônibus juntos. Passamos a viagem inteira conversando e tudo o que ela fala é revolucionário, me inspiro muito nas ideias dela."

"Um dia apareci de cabelo azul na sala de aula e todo mundo ficou de queixo caído hahaha"

Esse perfil é, por essência, muito curioso. Ele gosta de sair da sua zona de conforto para conhecer coisas novas. Ele nunca fica parado no mesmo lugar, porque "conquistar territórios" é parte da sua natureza.

Frequentar vários tipos de ambientes faz com que esse cara ganhe oportunidades de viver aventuras autênticas - e é por isso que ele passeia por vários grupos e é por isso que ele circula por toda a cidade. Assim esse jovem vai conhecendo novas pessoas, participando de realidades diferentes e descobrindo lugares originais.

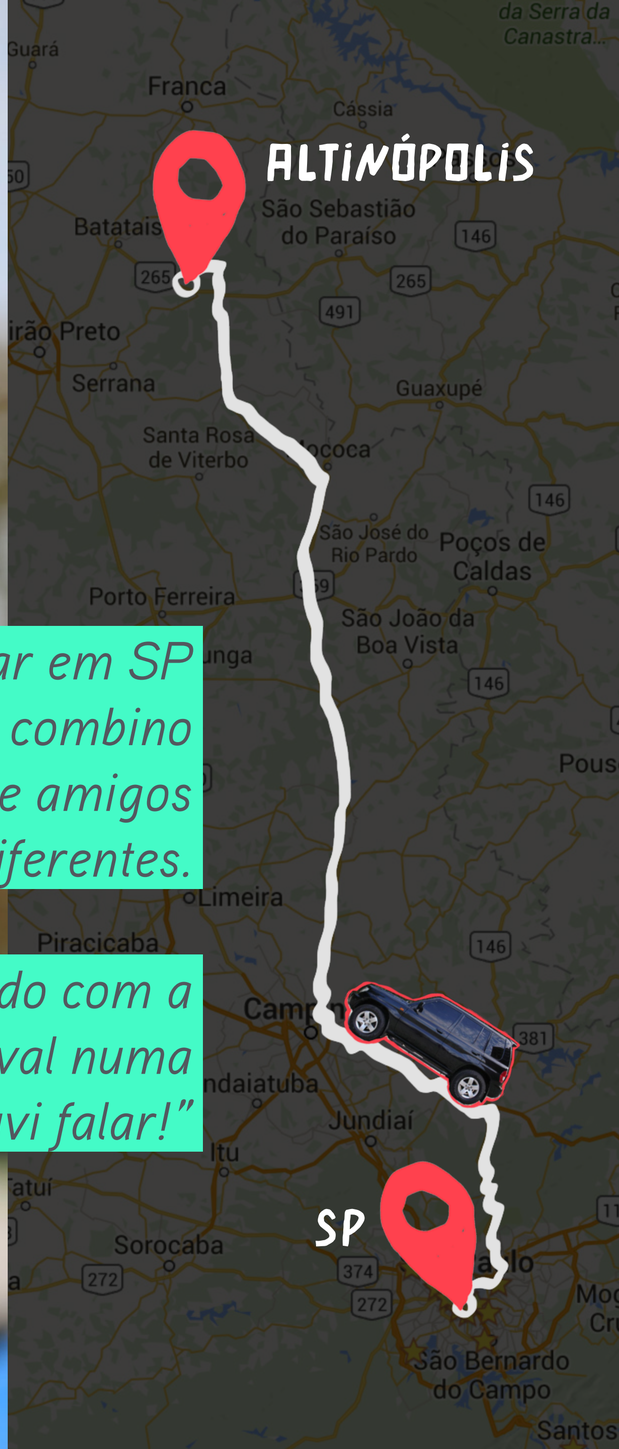


"Eu adoro festa 0800 porque vai um povo completamente diversificado. Gosto de ver públicos diferentes no mesmo lugar, sabe? Todo mundo junto!"

E as experiências vão ficando maiores com o tempo: ele viaja pra longe, ele se arrisca; O Experience Maximizer não se importa de passar perrengues, porque eles são a parte mais engraçada dessas histórias.

“Quase nunca acontece de eu ficar em SP em um final de semana. Sempre combino uma viagem com alguma turma de amigos e sempre vamos pra lugares diferentes.

Agora mesmo estou combinando com a galera de irmos pra um festival numa cidade do interior que eu nunca ouvi falar!”



A CIDADE COMO PALCO

O Experience Maximizer redescobriu o centro, a pracinha perto de casa, os parques da cidade. Ele percebeu que não interessa mais percorrer sempre os mesmos caminhos, ou frequentar sempre os mesmos lugares: esse público quer viver as mais diversas experiências que a cidade pode proporcionar - e por isso ele transforma:

transforma o viaduto em um lugar pra se divertir no fim de semana;

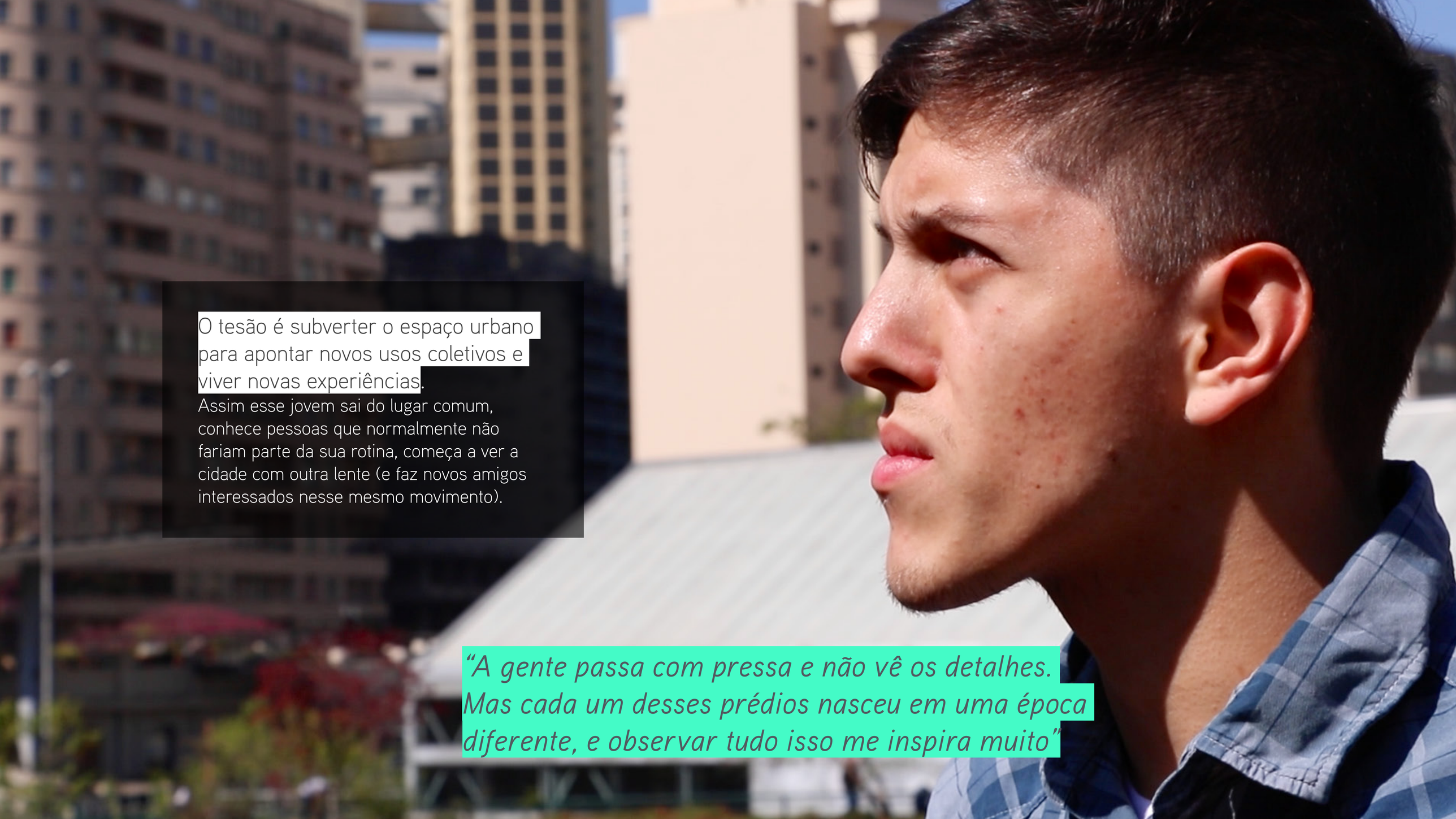
faz a praça virar uma pista de Skate;

a praia à noite vira lugar para piquenique com os amigos;

o prédio abandonado vira a balada mais descolada.



"Quando eu estou indo pro trabalho eu gosto de descer do ônibus uns pontos antes e seguir a pé, vou observando as lojas, o movimento. Fazendo isso já descobri lojas novas e achei uns discos bem legais, e até uns equipamentos que eu precisava por um preço muito bom."



O tesão é subverter o espaço urbano para apontar novos usos coletivos e viver novas experiências.
Assim esse jovem sai do lugar comum, conhece pessoas que normalmente não fariam parte da sua rotina, começa a ver a cidade com outra lente (e faz novos amigos interessados nesse mesmo movimento).

“A gente passa com pressa e não vê os detalhes. Mas cada um desses prédios nasceu em uma época diferente, e observar tudo isso me inspira muito”

QUEM VEM JUNTO?

Nessa busca por repensar o espaço coletivo, o Experience Maximizer ainda é muito sozinho. Ele transforma os lugares por conta própria - e precisa fazer isso sem recursos, muitas vezes até escondido, porque suas ideias são originais e fora de um senso comum estabelecido.

Na falta de um poder público que acompanhe esse novo pensamento sobre a cidade, ele aprendeu a se organizar com os amigos:

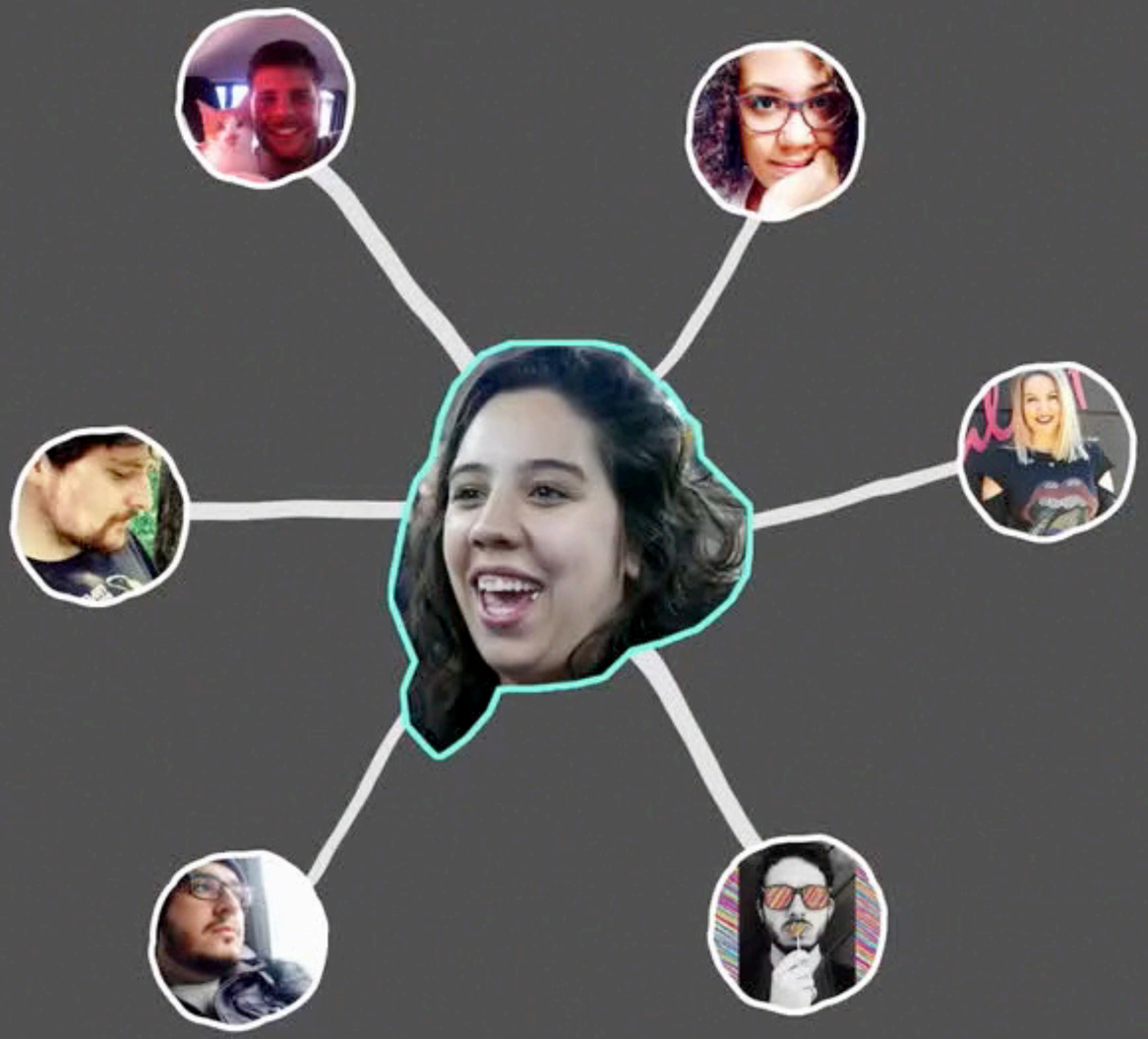
pintam a quadra de esportes que estava esquecida pela prefeitura, fazem marcação de quilometragem para que o minhocão vire pista de cooper nos fins de semana, plantam uma horta no canteiro da Paulista...



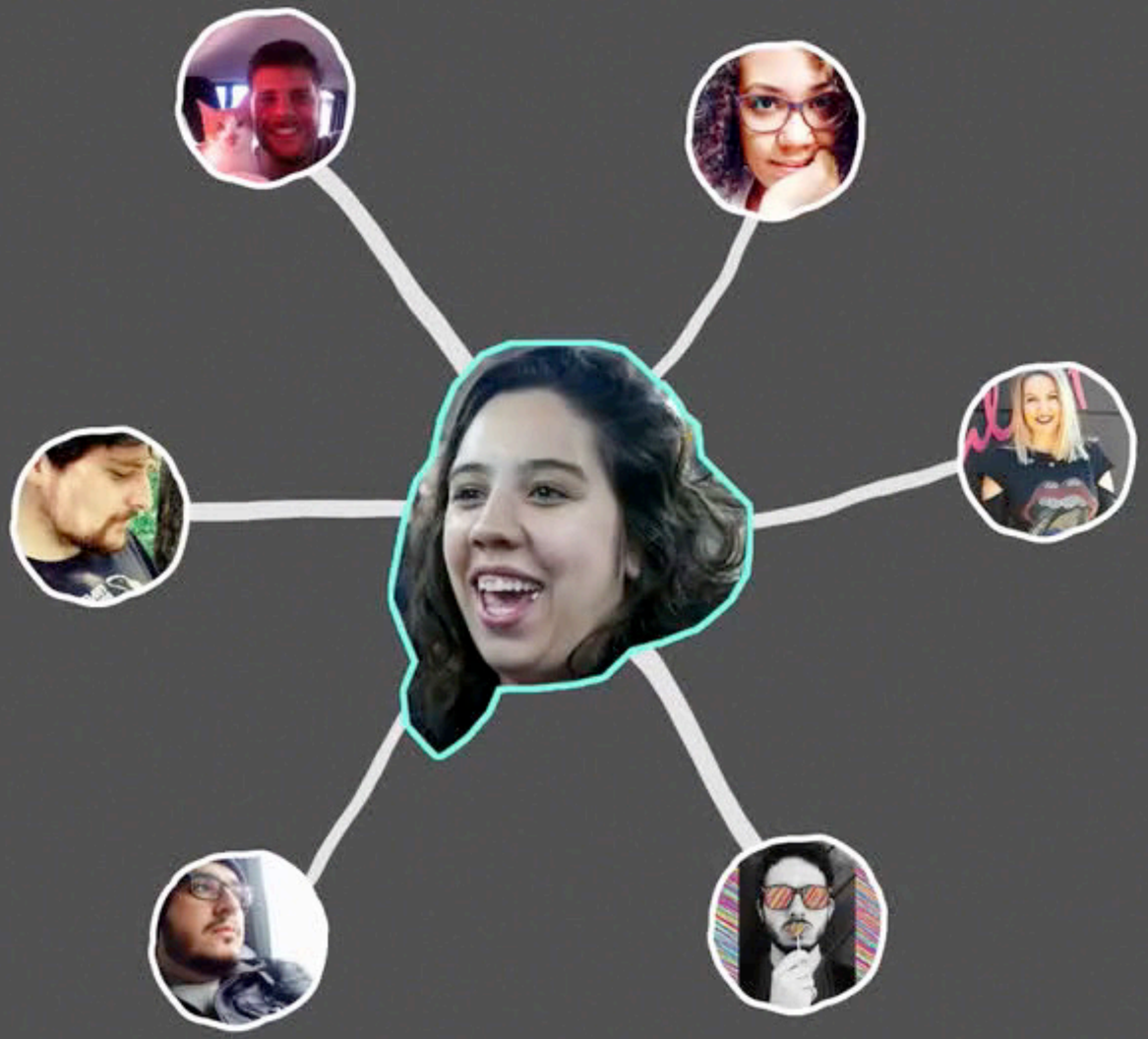
Poucas marcas já perceberam que podem ter um papel importante nesse movimento - Itaú patrocinou as bikes pela cidade, Bradesco participa da organização da Paulista Aberta, Heineken transforma um terraço esquecido em uma balada em cima de um prédio do centro... Mas nenhuma marca, de fato, abraçou esse comportamento de uma forma verdadeira.


O EXPERIENCE MAXIMIZER ESTÁ
REDESCOBRINDO A CIDADE E REPENSANDO
O USO DAS ÁREAS COMUNS.
MAS AINDA SE SENTE MUITO SOLITÁRIO
NESSA TAREFA DE PROPOR NOVOS OLHARES
PARA O ESPAÇO PÚBLICO.
na rua

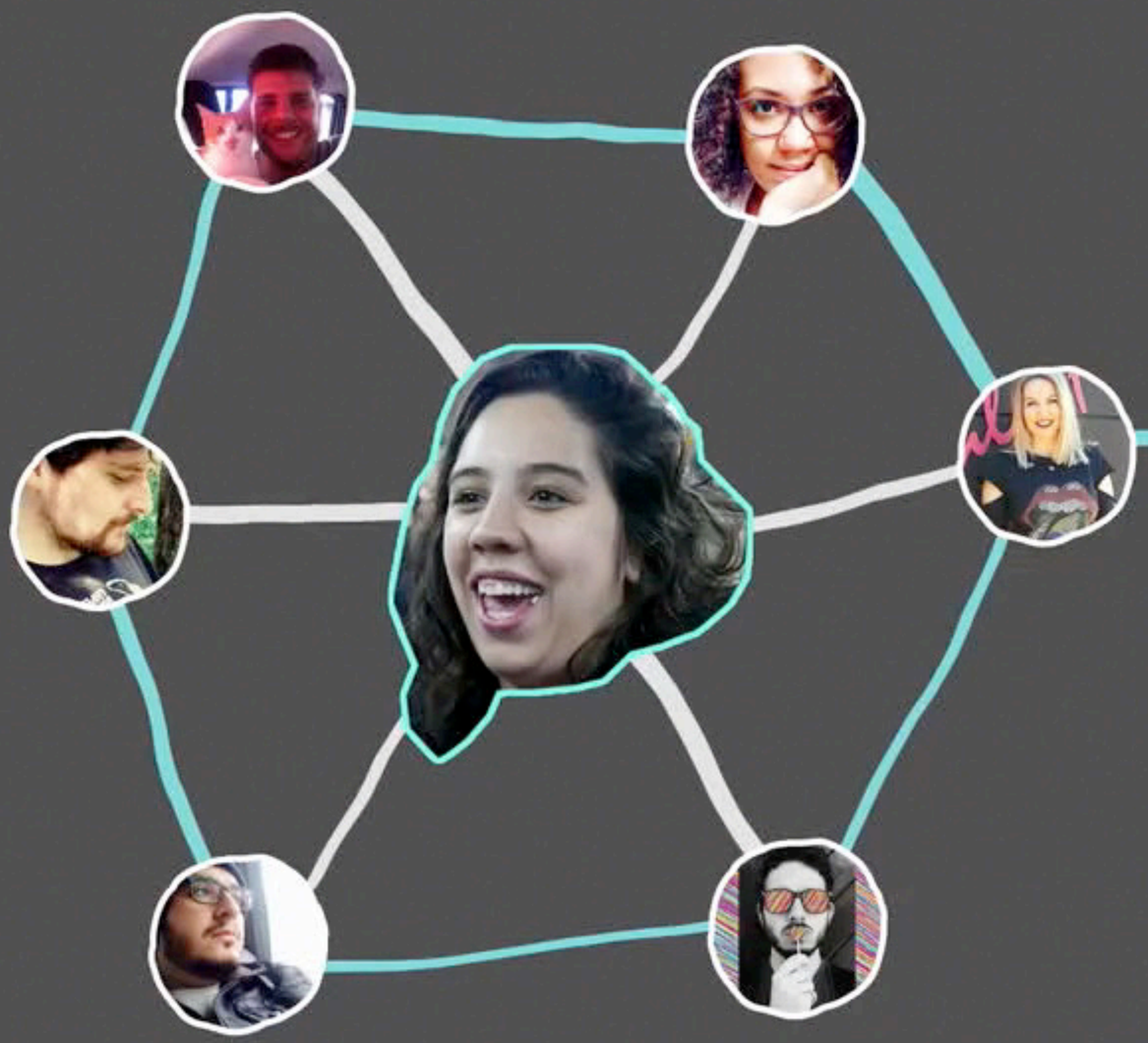
EN | RU



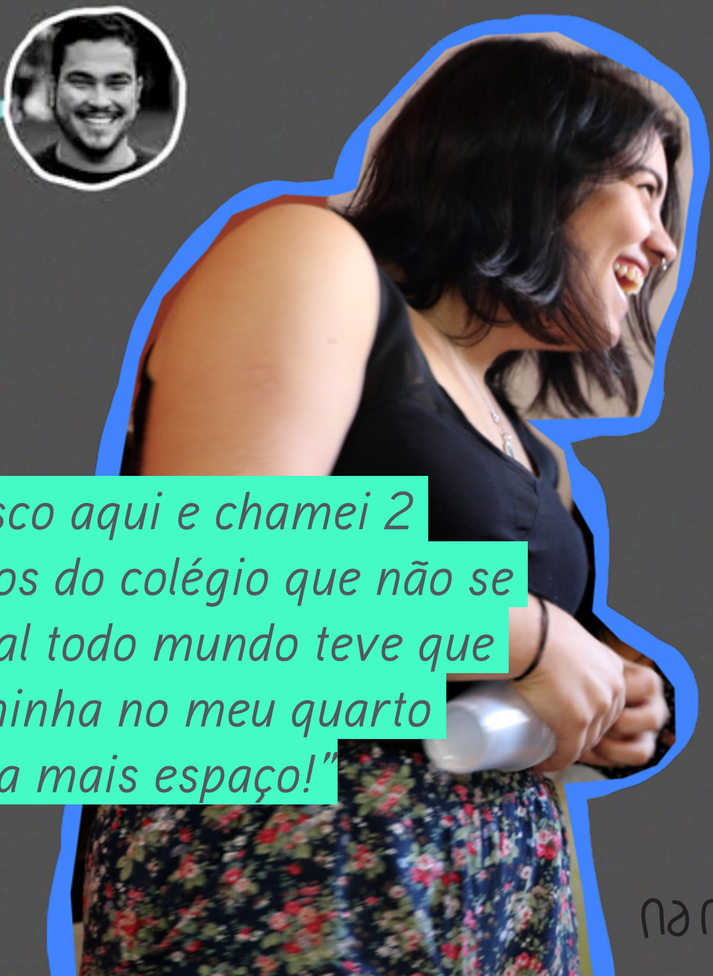
Circulando pela cidade ele conhece muita gente. E colecionar amigos é, de fato, um talento desse target que se orgulha em ser plural em gostos e estilos. Ele participa de várias turmas diferentes e é aquele cara que conecta pessoas de universos muito distintos, gente que provavelmente nem se esbarraria se não fosse por essa amizade em comum:



Circulando pela cidade ele conhece muita gente. E colecionar amigos é, de fato, um talento desse target que se orgulha em ser plural em gostos e estilos. Ele participa de várias turmas diferentes e é aquele cara que conecta pessoas de universos muito distintos, gente que provavelmente nem se esbarraria se não fosse por essa amizade em comum:

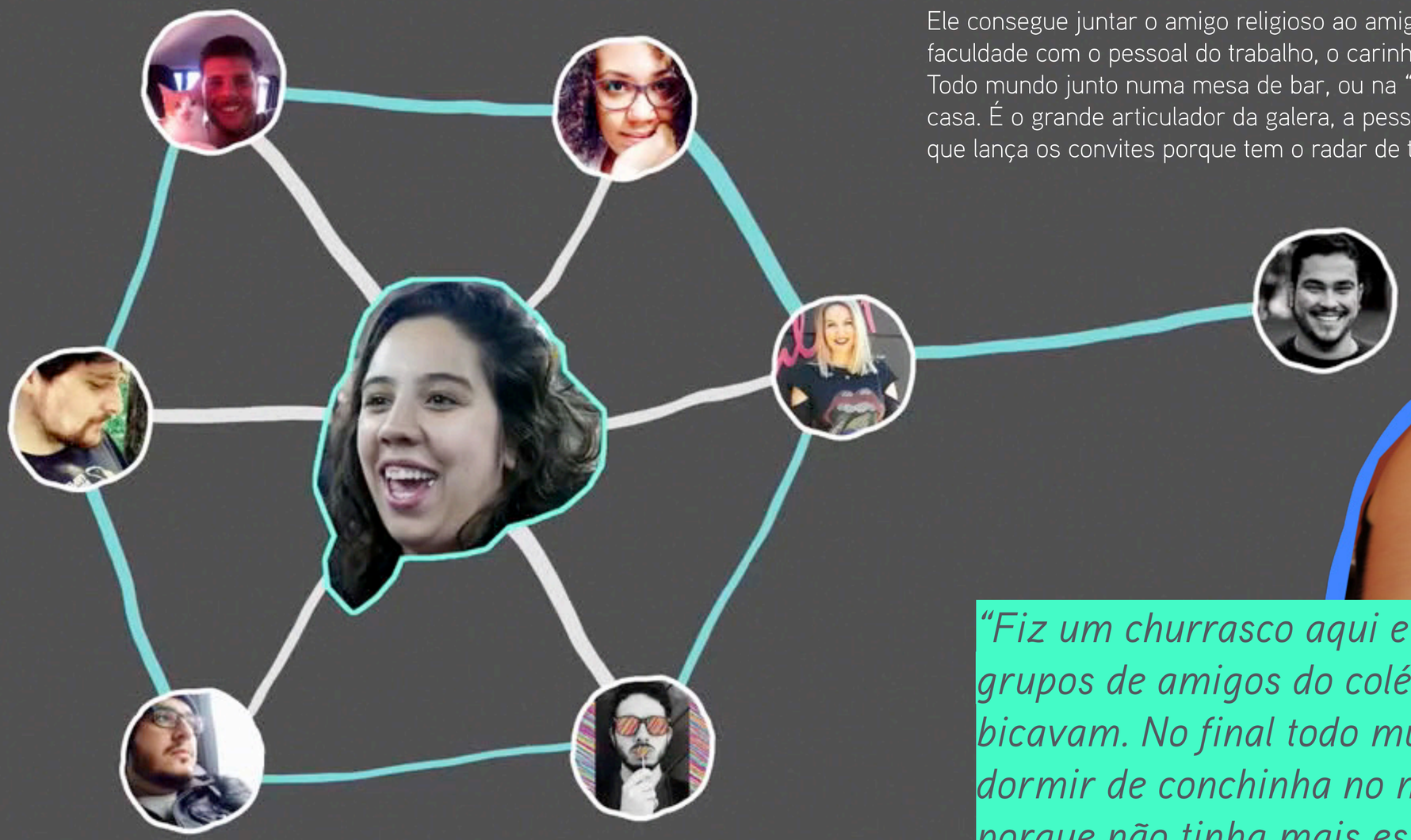


Ele consegue juntar o amigo religioso ao amigo ateu, junta a turma da faculdade com o pessoal do trabalho, o carinha nerd com o colega playboy. Todo mundo junto numa mesa de bar, ou na “social” que ele gosta de fazer em casa. É o grande articulador da galera, a pessoa que estimula os programas e que lança os convites porque tem o radar de tudo o que anda rolando por aí.

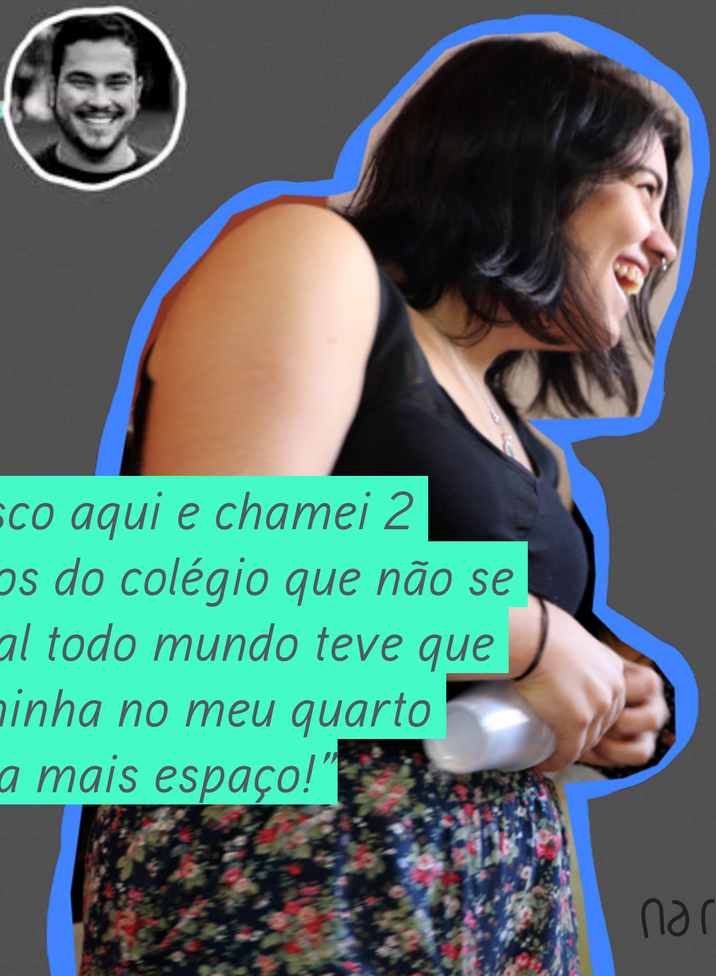


“Fiz um churrasco aqui e chamei 2 grupos de amigos do colégio que não se bicavam. No final todo mundo teve que dormir de conchinha no meu quarto porque não tinha mais espaço!”

na rua

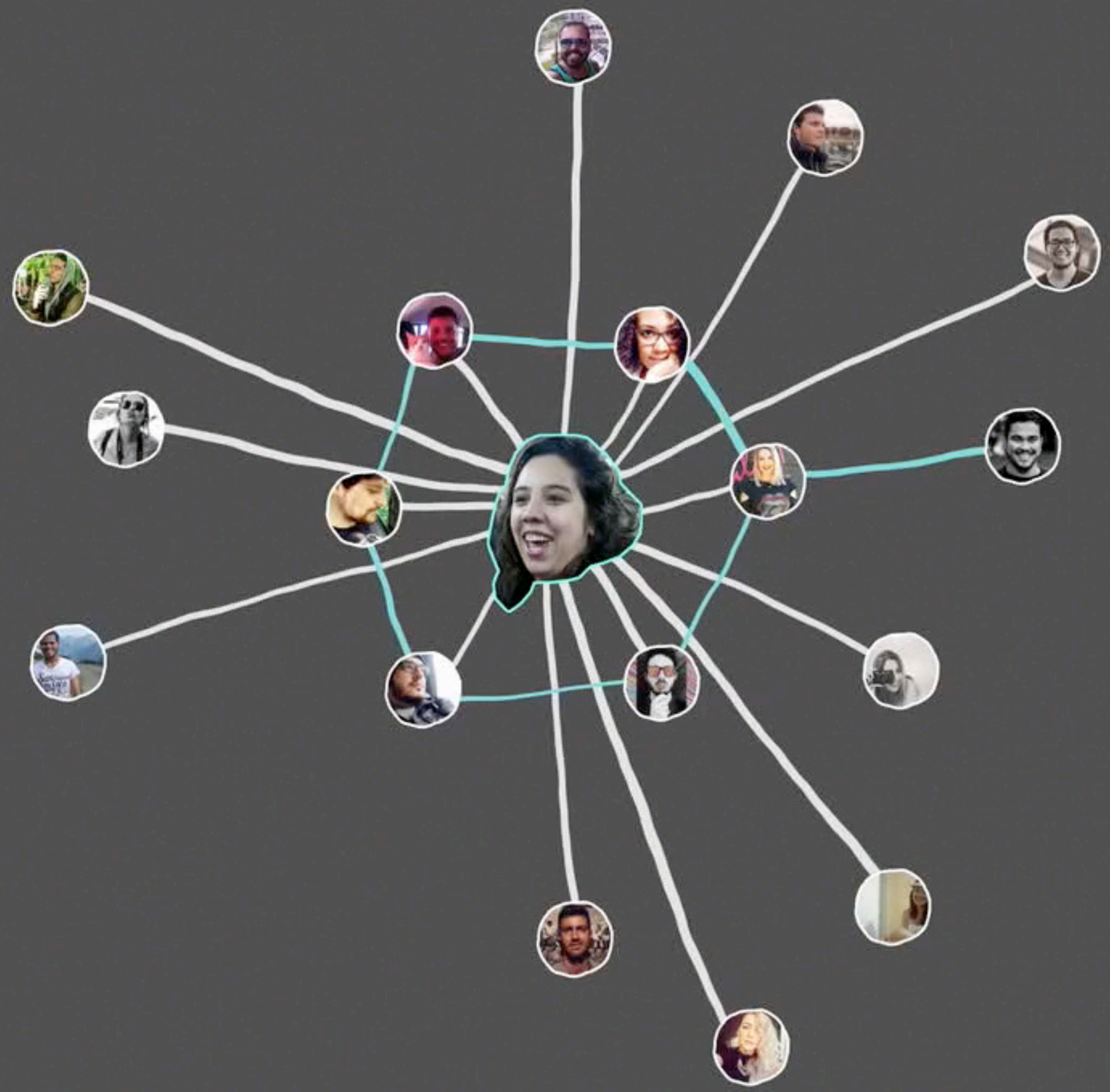


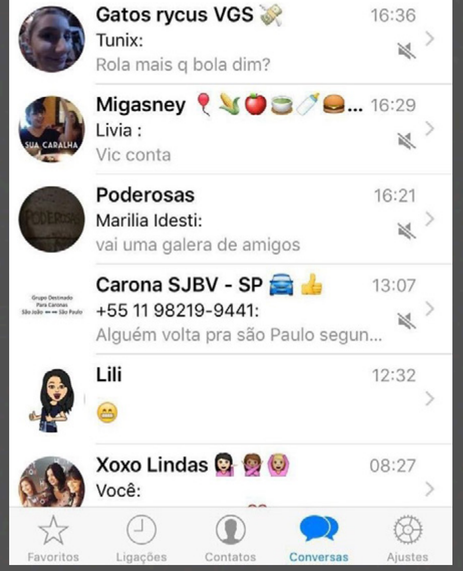
Ele consegue juntar o amigo religioso ao amigo ateu, junta a turma da faculdade com o pessoal do trabalho, o carinha nerd com o colega playboy. Todo mundo junto numa mesa de bar, ou na “social” que ele gosta de fazer em casa. É o grande articulador da galera, a pessoa que estimula os programas e que lança os convites porque tem o radar de tudo o que anda rolando por aí.



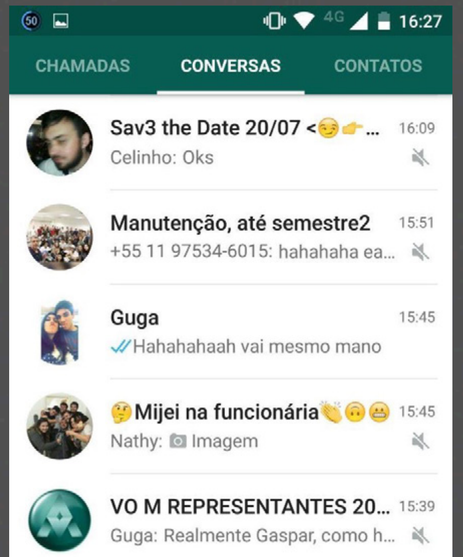
“Fiz um churrasco aqui e chamei 2 grupos de amigos do colégio que não se bicavam. No final todo mundo teve que dormir de conchinha no meu quarto porque não tinha mais espaço!”

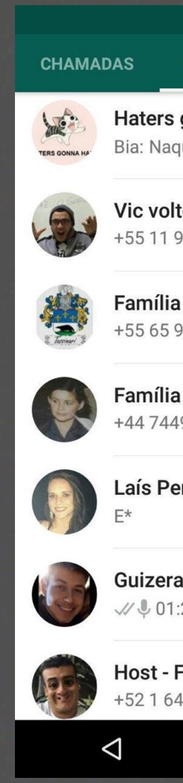
na rua



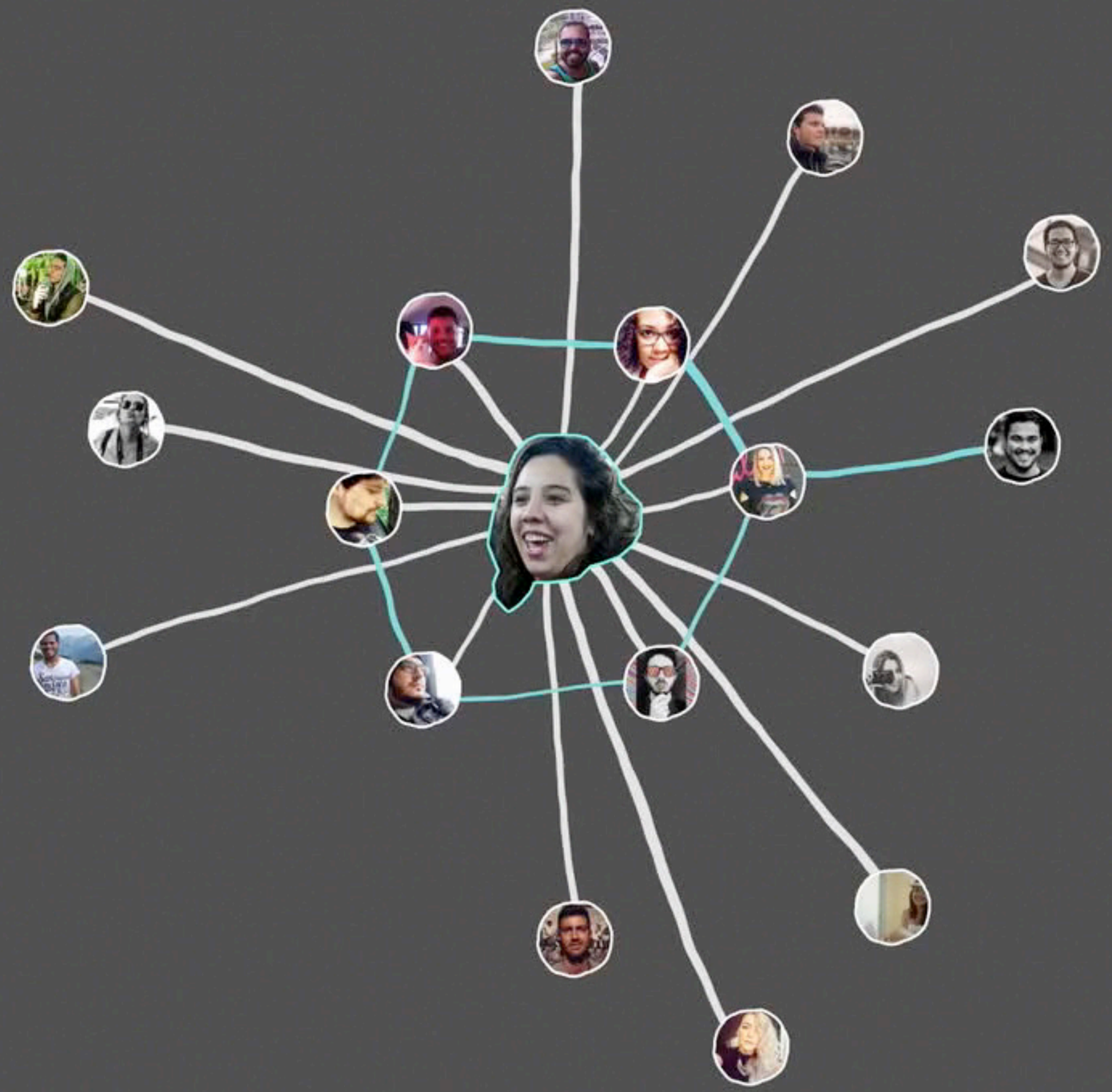


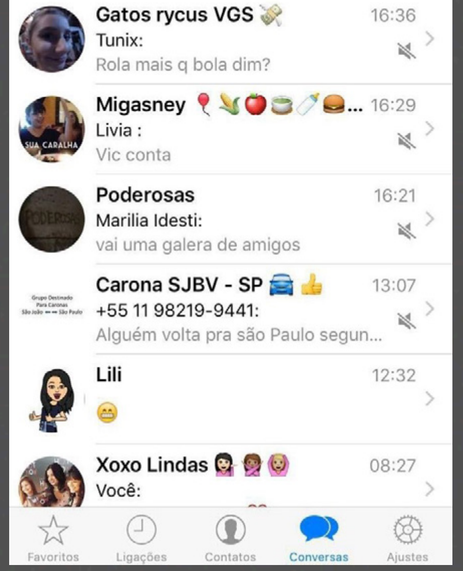
Essa mistura inusitada (de gente, de estilos, de lugares) é a cara do Experience Maximizer, que tem sempre muitos grupos no Whatsapp:



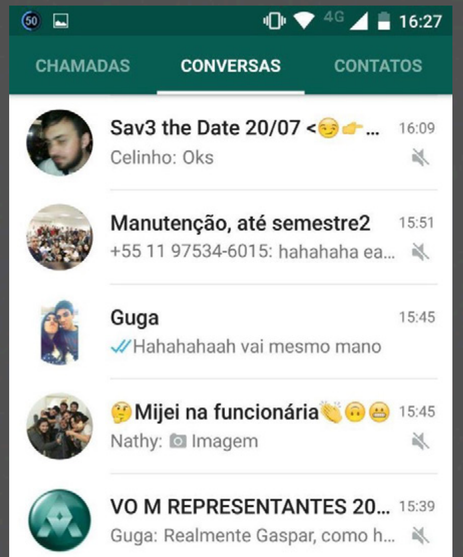


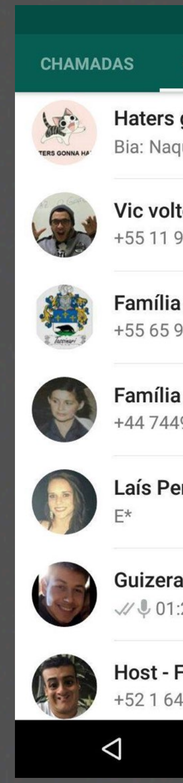
na rua





Essa mistura inusitada (de gente, de estilos, de lugares) é a cara do Experience Maximizer, que tem sempre muitos grupos no Whatsapp:



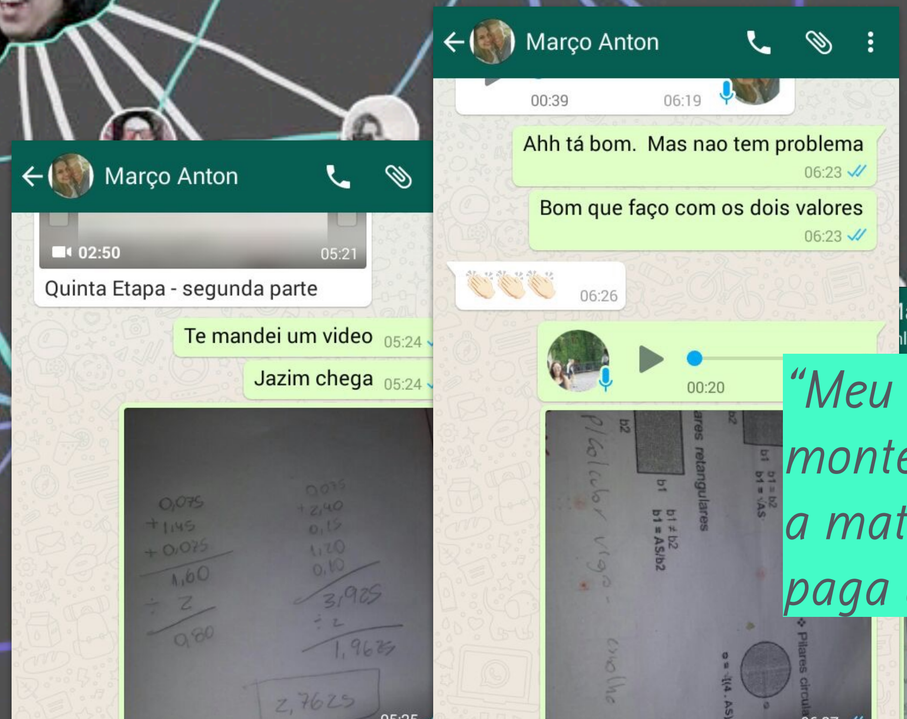


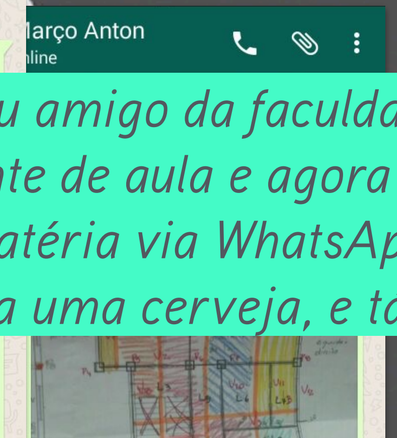
na rua

A REDE DE CONTATOS

No fundo, todo esse passeio por diversas realidades e estilos acaba se transformando em uma rede de contatos muito poderosa, que esse jovem sabe ativar bem:

Uma teia que alimenta a si própria, e que se conecta para se ajudar - do amigo nerd vem as coordenadas para formatar o PC, do amigo baladeiro vem a lista VIP para entrar com desconto nas festas, do mochileiro que ele conheceu na festa vem as dicas de viagem... e ele retribui compartilhando também as suas habilidades, e fazendo pontes entre as pessoas (isso é uma especialidade do Experience Maximizer).





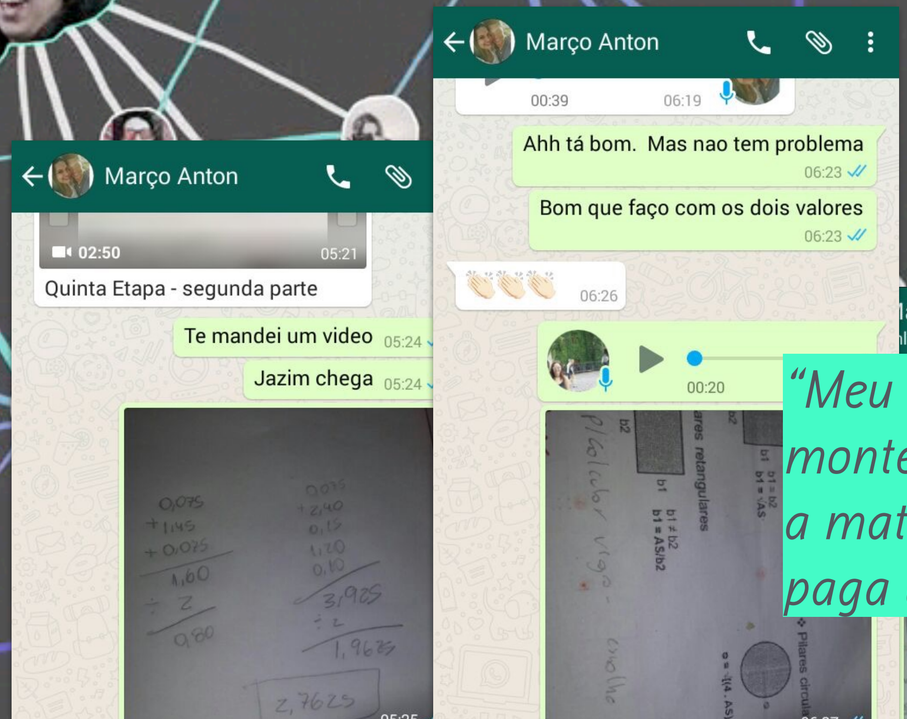
"Meu amigo da faculdade matou um monte de aula e agora eu tô ensinando a matéria via WhatsApp. Depois ele me paga uma cerveja, e tá tudo certo!"

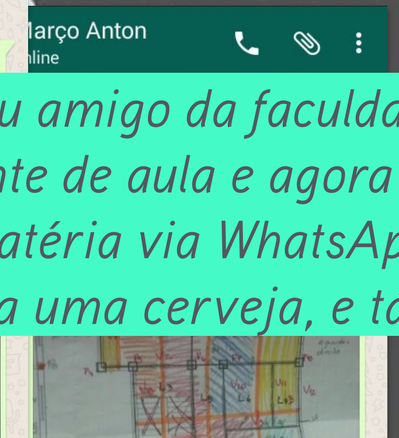
na rua

A REDE DE CONTATOS

No fundo, todo esse passeio por diversas realidades e estilos acaba se transformando em uma rede de contatos muito poderosa, que esse jovem sabe ativar bem:

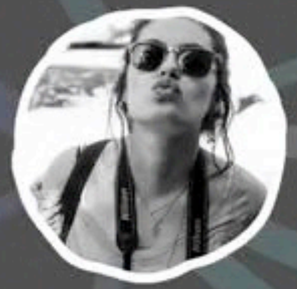
Uma teia que alimenta a si própria, e que se conecta para se ajudar - do amigo nerd vem as coordenadas para formatar o PC, do amigo baladeiro vem a lista VIP para entrar com desconto nas festas, do mochileiro que ele conheceu na festa vem as dicas de viagem... e ele retribui compartilhando também as suas habilidades, e fazendo pontes entre as pessoas (isso é uma especialidade do Experience Maximizer).

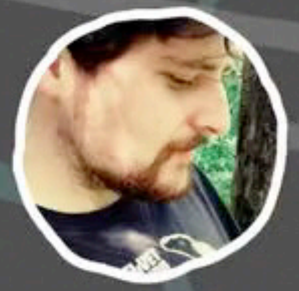




"Meu amigo da faculdade matou um monte de aula e agora eu tô ensinando a matéria via WhatsApp. Depois ele me paga uma cerveja, e tá tudo certo!"

na rua



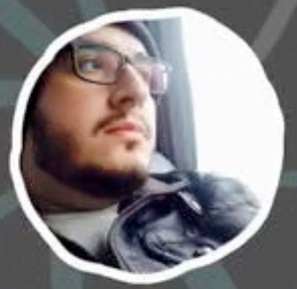




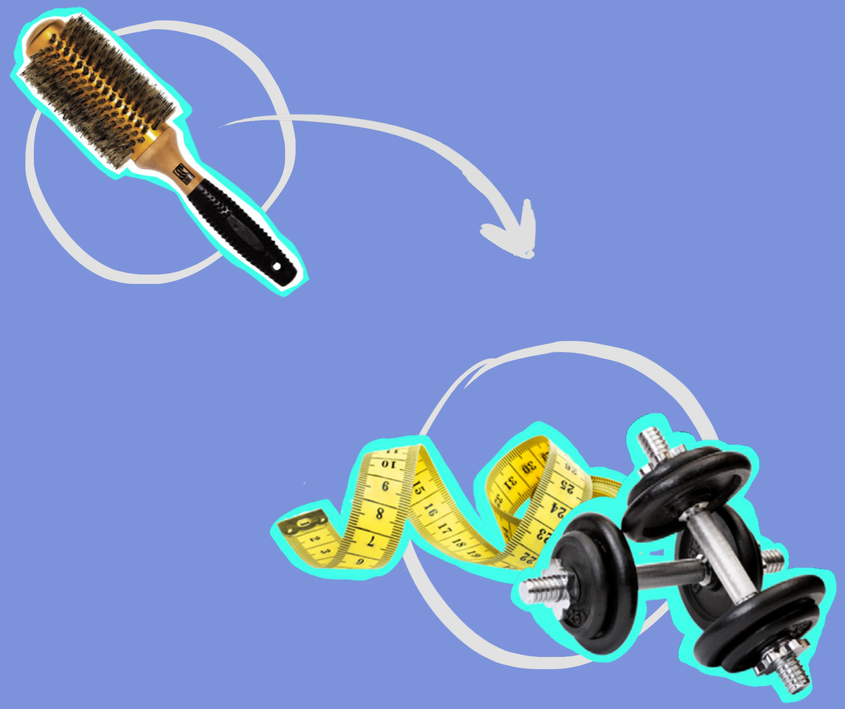
É uma teia de contatos formada por talentos que se agrupam para dividir experiências, e por pessoas que aprenderam a trocar, fazer escambo, negociar. Tudo na base do rolo e na base da cooperação - esse tipo de negócio que só é possível fazer entre amigos.

Assim o Experience Maximizer consegue potencializar seus recursos, usando seu poder de conexão para conseguir coisas novas e se reinventar constantemente.









A Camila trocou sessões de escova em seu salão por aulas com uma personal trainer e consultas com uma nutricionista





A Pri trocou peças que ela não usava mais, por uma jaqueta que ela está amando usar!

na rua



O Brian, que pegou emprestado alguns equipamentos para um show da banda, em troca de uns serviços de edição



E a Mafê, que encontrou carona no grupo de facebook e conseguiu viajar para o festival de forró no interior (a gente foi com ela!). Em troca, ela ajudou na gasolina, e prometeu uma ótima playlist.



O TROCA-TROCA

O Facebook se transformou em uma grande página de classificados, e o WhatsApp ganhou vários grupos de troca. Mas esse é um comportamento tão presente, que já ultrapassou as fronteiras da internet e ganhou espaços específicos: feirinhas de troca, lojas colaborativas, e é bem comum de ser observado nas catracas do metrô (amigos se encontram pra trocar coisas, sem nem precisar sair da estação)

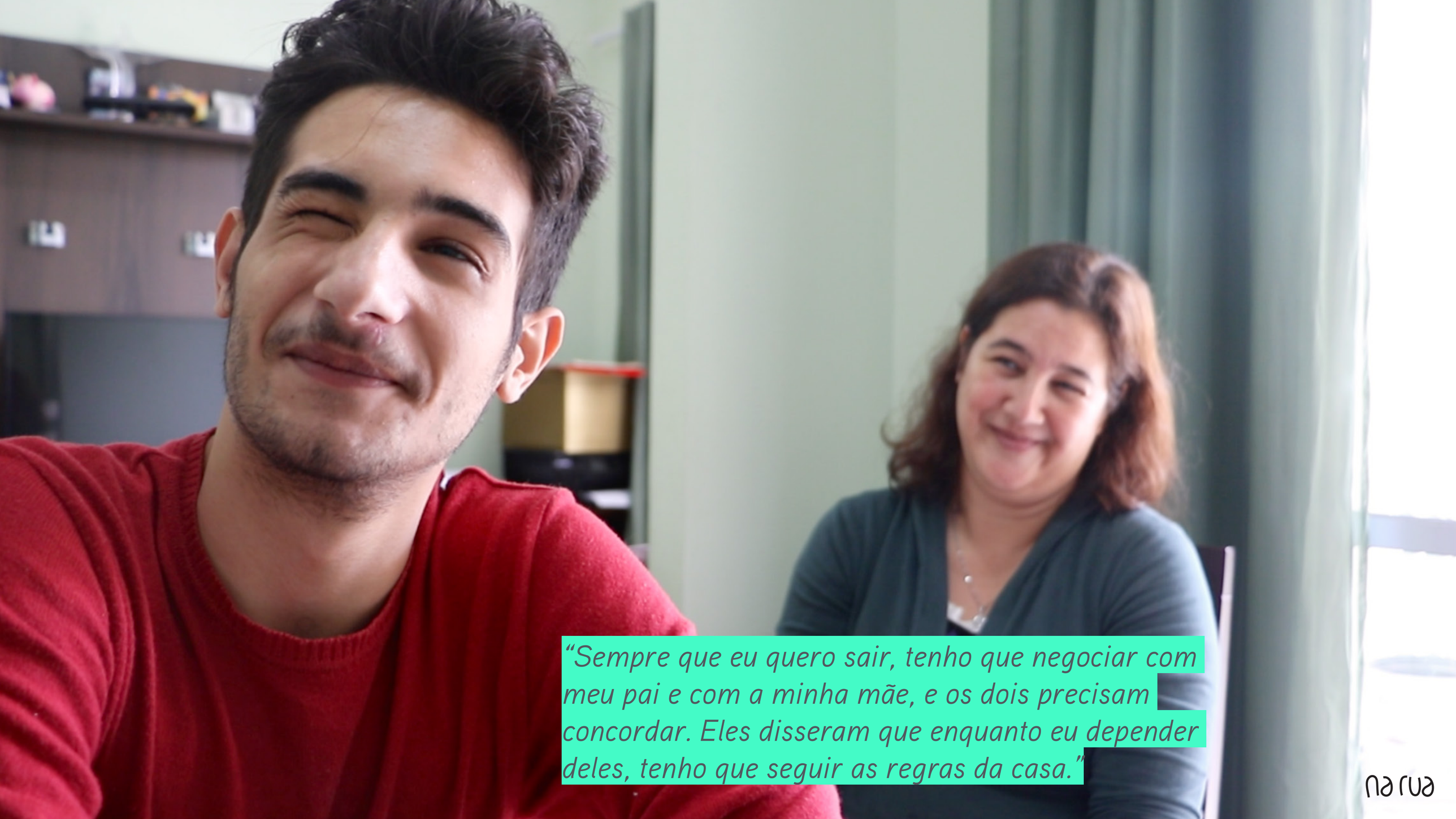
"A gente negocia tudo pela internet, depois marca de se encontrar na estação de metrô mais próxima para as duas pessoas"



NA BARRA DA SAIA

Essa maneira de conseguir as coisas na base da troca é muito importante para um cara que ainda está se encontrando profissionalmente e por isso anda sempre com o dinheiro muito contado.

Todos estão nessa fase da vida em que buscam independência da família, mas ainda não conseguem se sustentar sozinhos. A maior parte da grana ainda vem dos pais, e isso faz com que eles tenham que seguir certas regras que já incomodam muito: hora de chegar em casa, as companhias, os pitacos no namoro.



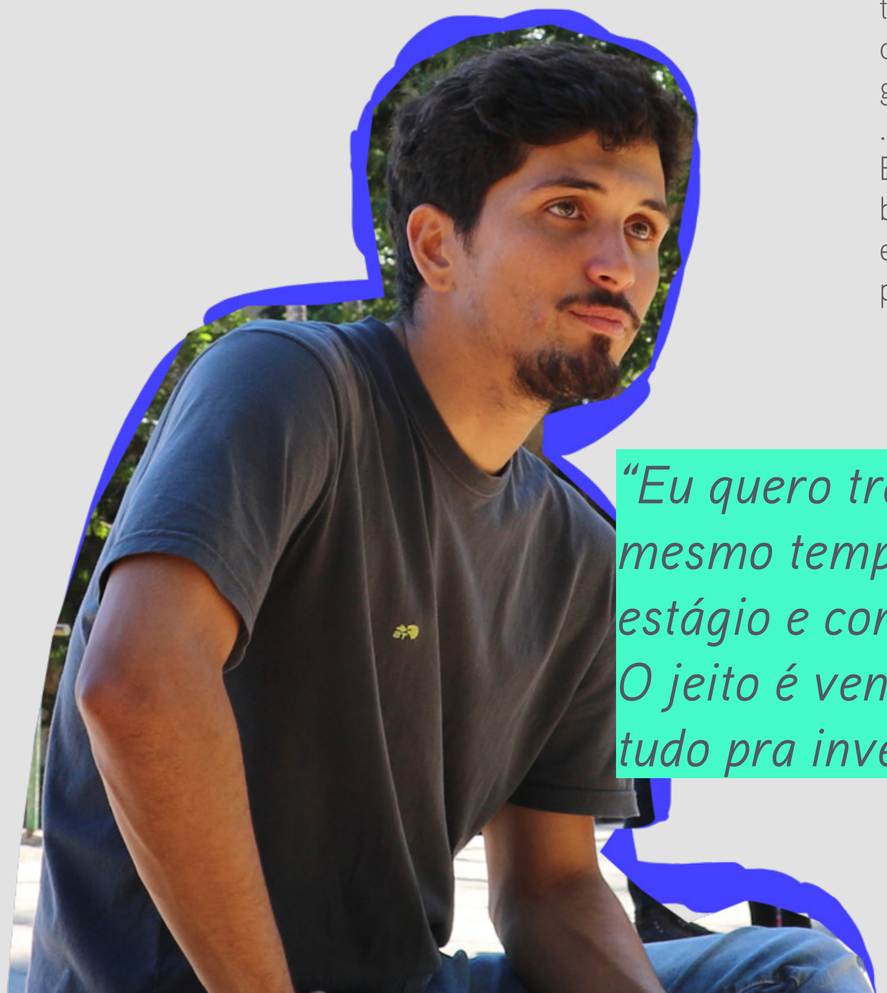
“Sempre que eu quero sair, tenho que negociar com meu pai e com a minha mãe, e os dois precisam concordar. Eles disseram que enquanto eu depender deles, tenho que seguir as regras da casa.”

VONTADE DE CRESCER (RÁPIDO)

Por isso existe uma pressa por ganhar dinheiro, ao mesmo tempo em que também existe uma vontade de descobrir o caminho certo a seguir na carreira (o que, no início, implica em ganhar salário de estágio)

.

Esse paradoxo incomoda, e ele vai se virando como pode: faz bicos, cursos técnicos, estágios e algumas vezes até tenta empreender um negócio próprio - ainda que esse funcione paralelo ao emprego formal.



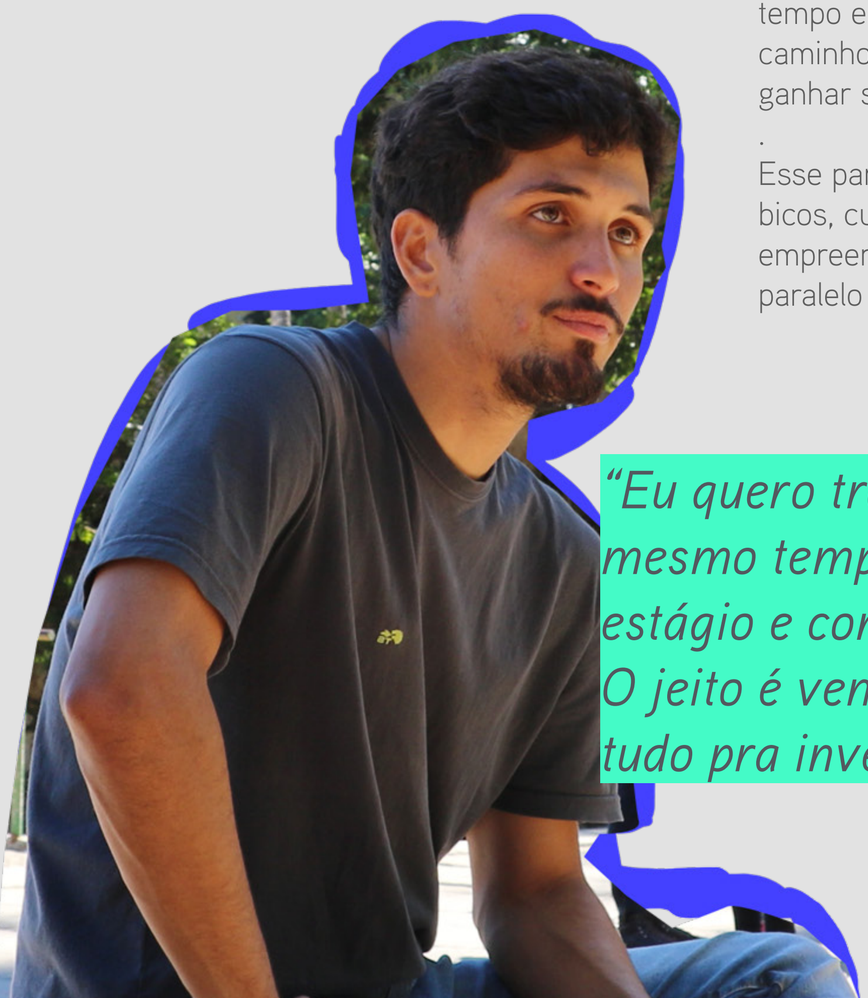
“Eu quero trabalhar na minha área, mas ao mesmo tempo, não quero ganhar salário de estágio e continuar dependendo dos meus pais. O jeito é vender roupa em shopping, e juntar tudo pra investir no que eu gosto!”

VONTADE DE CRESCER(RÁPIDO)

Por isso existe uma pressa por ganhar dinheiro, ao mesmo tempo em que também existe uma vontade de descobrir o caminho certo a seguir na carreira (o que, no início implica em ganhar salário de estágio)

.

Esse paradoxo incomoda, e ele vai se virando como pode: faz bicos, cursos técnicos, estágios e algumas vezes até tenta empreender um negócio próprio - ainda que esse funcione paralelo ao emprego formal.



"Eu quero trabalhar na minha área, mas ao mesmo tempo, não quero ganhar salário de estágio e continuar dependendo dos meus pais. O jeito é vender roupa em shopping, e juntar tudo pra investir no que eu gosto!"

O importante é que eles sentem que chegou a hora de produzir e precisam se sentir economicamente ativos para acompanhar o resto da turma e ter possibilidades de viver aventuras maiores (como viajar, fazer mochilão, comprar um carro próprio...)

SONHOS BRECADOS PELA CRISE

Os ventos mudaram, e em casa os pais estão fazendo contas que antes não precisavam fazer.
Isso fez com que vários sonhos do Experience Maximizer fossem adiados:

Teve gente que teve que trancar a faculdade,

teve também quem se sentisse obrigado a adiar o intercâmbio,

e alguns deles tiveram que começar a fazer bicos pra pagar as despesas que os pais cortaram.

Cada um sentiu o baque de uma forma, mas em comum, a sensação de todos eles é que o negócio apertou e que ficou mais difícil dar os próximos passos da tão sonhada independência.



"Esses dias atrás a gente estava em um momento de muita dificuldade lá em casa, e eu estava sem dinheiro nenhum. Abri o meu armário, juntei todas as roupas que não queria mais e anunciei tudo no Facebook, depois saí entregando tudo nas catracas do metrô."



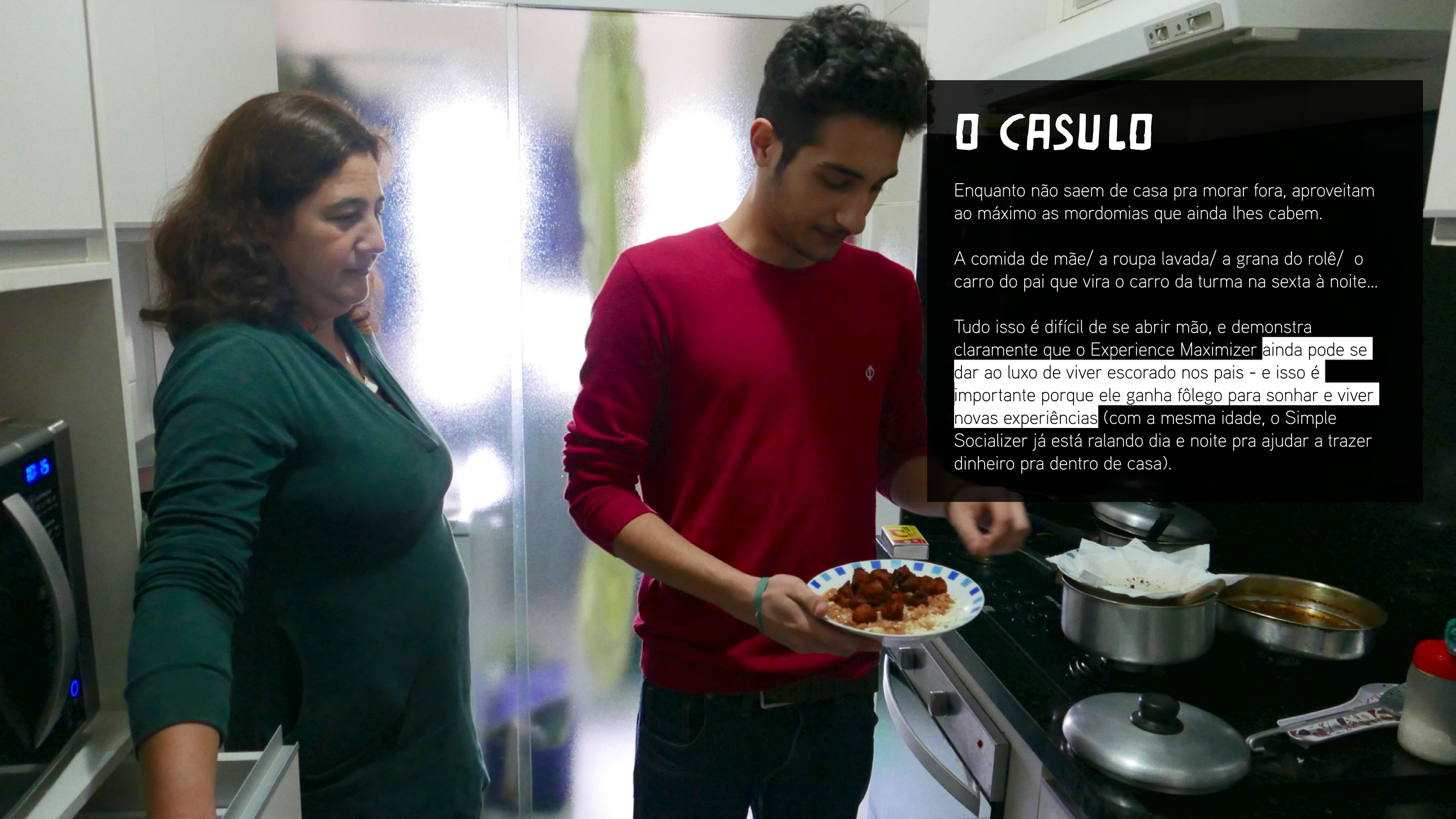




PÍLULAS

CRISE


SE SENTEM ADULTOS, MAS AINDA
NÃO POSSUEM RECURSOS PARA
BANCAR A INDEPENDÊNCIA.
E COM A
CRISE
ISSO FICOU AINDA
MAIS DIFÍCIL.
na rua



O CASULO

Enquanto não saem de casa pra morar fora, aproveitam ao máximo as mordomias que ainda lhes cabem.

A comida de mãe/ a roupa lavada/ a grana do rolê/ o carro do pai que vira o carro da turma na sexta à noite...

Tudo isso é difícil de se abrir mão, e demonstra claramente que o Experience Maximizer ainda pode se dar ao luxo de viver escorado nos pais - e isso é importante porque ele ganha fôlego para sonhar e viver novas experiências (com a mesma idade, o Simple Socializer já está ralando dia e noite pra ajudar a trazer dinheiro pra dentro de casa).



Claro que ele também tem suas funções: alguns ajudam na faxina, outros se viram na cozinha, e alguns só precisam mesmo manter o quarto arrumado. Mas de todos é cobrado o foco no estudo e notas aceitáveis, quase como um pedágio para esse tempo de prorrogação na dependência dos pais.


“Lá em casa só tem um carro, mas eu posso pegar nos momentos que meus pais não estão usando. Aí eu viro o motorista da galera, busco todo mundo e ainda levo em casa na hora de ir embora. O carro fica cheio de gente até no porta-malas!”

QUARTO

O quarto ainda é sua embaixada (meu quarto, minhas regras!), mas hoje em dia ele fica muito menos tempo em casa do que ele ficava até pouco tempo atrás:

mesmo ainda tendo que prestar contas, o Experience Maximizer já se libertou da abrangência geográfica que os pais impunham na adolescência e agora eles estão mais animados em descobrir lugares novos do que passar tempo trancados no quarto (como ainda faz o irmão mais novo, o Fun Seeker).

"Meio que passou essa fase dos amigos se juntarem aqui em casa. Agora a gente se encontra mais na rua, e meus pais até reclamam que eu fico pouco aqui com eles"

TRADUTORES

As transformações sociais acontecem a todo instante, e estamos vivendo uma fase de muitas mudanças comportamentais.

Mas, especificamente, estamos falando de um perfil atitudinal que leva uma vida muito diferente da vida que os pais levaram. E sobretudo, sendo ele muito antenado nas tendências de comportamento, esse jovem compreende e incorpora rapidamente os novos valores sociais - coisa que os pais têm muita dificuldade em acompanhar.





Isso faz com que o traço mais atual dessa relação entre essa galera e seus pais seja justamente o papel tradutor que o Experience Maximizer exerce em a sua família.

É ele quem atualiza o pai, a mãe e os avós (e até os irmãos mais velhos) sobre o novo padrão de conduta em relação às questões que são amplamente discutidas atualmente:
questões de gênero / assédio / novos formatos de trabalho / pensamento político.

Esse jovem levanta essas questões dentro de casa porque ele as vive com intensidade na maior parte das suas rodas de amigos. E muitas vezes, tudo isso é debatido justamente porque o mundo do lado de fora não corresponde com o mundo que existe do lado de dentro. Cabe a ele a função de apresentar as novidades e lutar pra expandir esse mindset familiar.





“Minha mãe nunca botou fé no meu grupo de rap, dizia que eu nunca ia ganhar dinheiro com isso. Até que que certo dia, eu mandei um rap pra ela na frente de todo mundo e ela se amarrou”

“Meu pai fica ensinando meu sobrinho de 6 anos a assobiar para as meninas na rua. Como é que pode ele ensinar isso num momento em que a gente está lutando contra o assédio?”

“Morro de vergonha quando meu pai compartilha algum post do Bolsonaro. Sei que ele tem a cabeça meio antiga, mas eu tento explicar pra ele o que está acontecendo”.

“Minha mãe fica pegando no pé de um amigo meu que usa saia. Ela diz que não é coisa de homem certo da cabeça, e eu mostro pra ela que isso tá na moda”

“Sempre tento mostrar pros meus pais que gostar do mesmo sexo não é uma doença, é natural.”

na rua



VIVEM NO MEIO DE 2 MUNDOS:

O MUNDO DO LADO DE FORA,

E O MUNDO DO LADO DE DENTRO DE CASA.

ISSO CAUSA SAIA JUSTA E SITUAÇÕES ENGRAÇADAS.

na rua


INSPIRADOR
O Experience Maximizer tem esse vigor para



INSPIRADOR

O Experience Maximizer tem esse vigor para

PROVOCAR

CRIAR

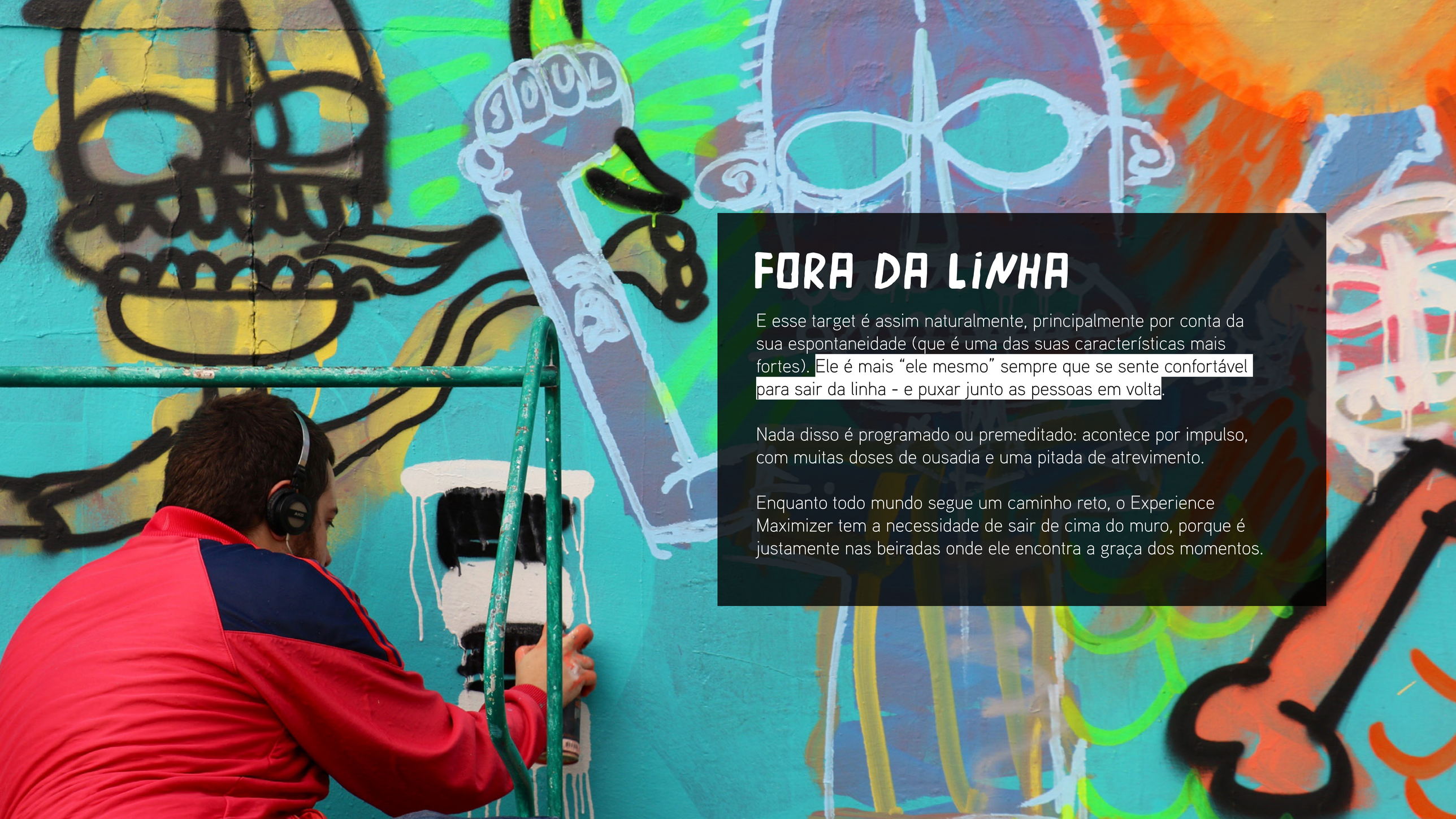
ESTIMULAR

Exatamente porque é isso que maximiza as suas experiências.

Quando ele propõe algo novo, ele reafirma seu papel na turma em ser a pessoa que desperta a galera para novos olhares ou novas situações.

É daí que nascem os momentos excitantes que ele gosta tanto de vivenciar.

IRRADIAR IDEIAS NOVAS na rua



FORA DA LINHA

E esse target é assim naturalmente, principalmente por conta da sua espontaneidade (que é uma das suas características mais fortes). Ele é mais “ele mesmo” sempre que se sente confortável para sair da linha - e puxar junto as pessoas em volta.

Nada disso é programado ou premeditado: acontece por impulso, com muitas doses de ousadia e uma pitada de atrevimento.

Enquanto todo mundo segue um caminho reto, o Experience Maximizer tem a necessidade de sair de cima do muro, porque é justamente nas beiradas onde ele encontra a graça dos momentos.

A LIBERDADE

É por isso que ele precisa se sentir muito livre.

Livre para assumir sua opinião,

Livre para tentar, errar, mudar de caminho,

Livre pra repensar as posições que ele mesmo defendeu,

Livre para recomeçar do zero.

Livre para reescrever seus posts:

A LIBERDADE

É por isso que ele precisa se sentir muito livre.

Livre para assumir sua opinião,

Livre para tentar, errar, mudar de caminho,

Livre pra repensar as posições que ele mesmo defendeu,

Livre para recomeçar do zero.

Livre para reescrever seus posts:

existe uma patrulha online que vem exigir coerência das pessoas (nas redes sociais e na vida). Como se uma atitude previsivelmente determinasse outra, e isso está encaixotando todo mundo em padrões - e tirando a espontaneidade de um target que só brilha quando está inteiro.



O mundo ficou polarizado demais para o Experience Maximizer que é amigo de todo mundo e gosta de transitar entre diversos grupos. Falta liberdade pra não ser parte de um ou de outro extremo. Ele perde a licença de participar de um lado e depois cair pro outro, porque a norma exige uma uniformidade que ele não pretende ter. É a regra matando a inspiração.

Então pra ele, a timeline vira um aprisionamento - e por isso esse jovem decide por não deixar rastros que delimitem sua visão sobre as coisas.

"Parece que tá todo mundo dividido, e que você vai sempre ofender alguém quando expressa suas opiniões. Ficam querendo te colocar em um padrão, como se você não pudesse ir formando seu pensamento com o tempo"

MENOS FACEBOOK...

O Facebook tá mais parado - e não é porque os pais também descobriram as redes sociais (o Experience Maximizer já passou dessa fase de ter vergonha da família).

Ele está postando menos porque cada post é uma ideia firmada. Virou lugar de textão, de briga, de gente levando muito a sério pensamentos que deviam ter um peso mais leve, mais banal. Virou uma rede mais para se acompanhar do que para, de fato, participar com opiniões - a não ser que se tenha saco para discutir com os outros.



na rua





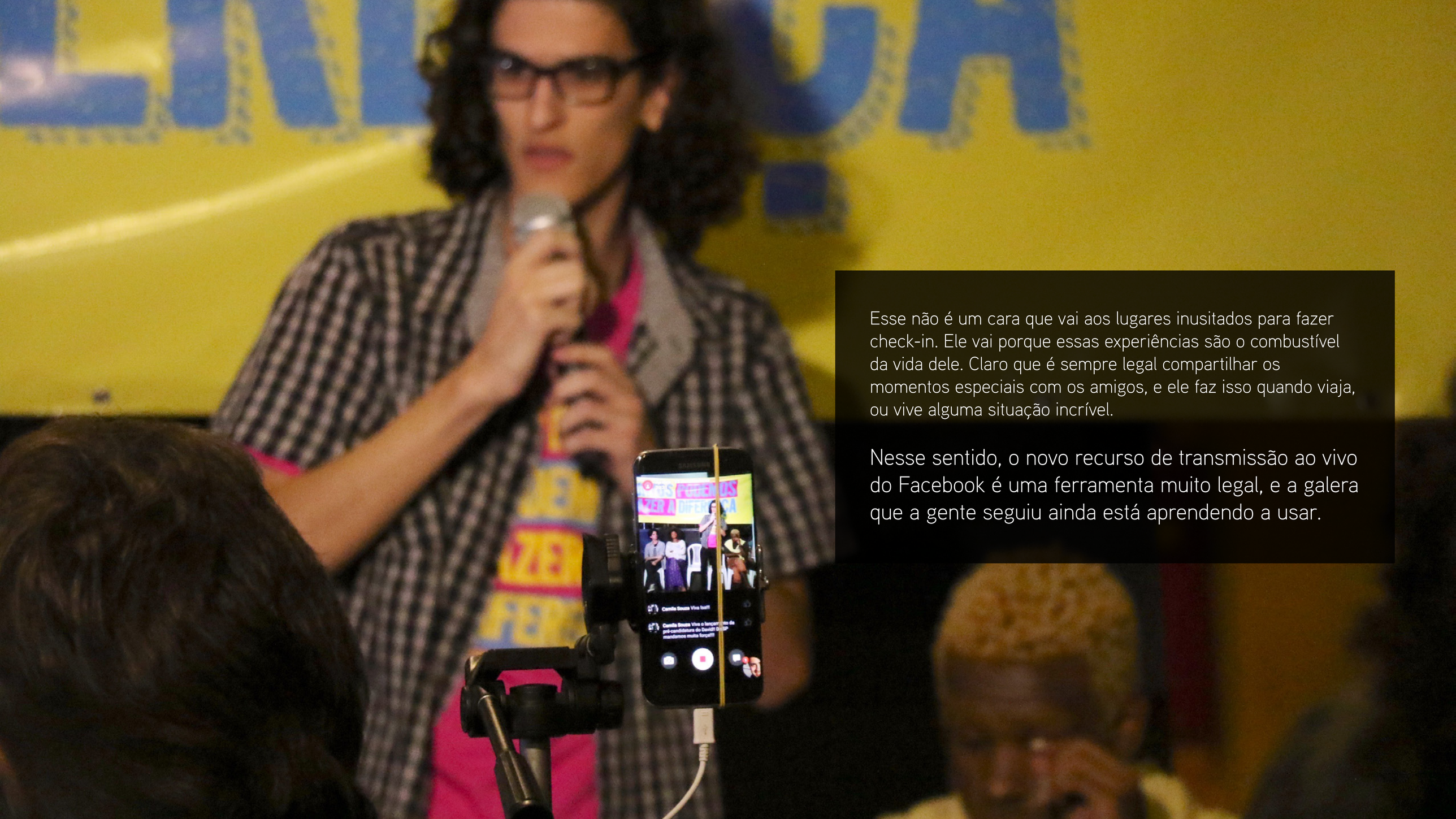




PÍLULAS

FACEBOOK

na rua



Esse não é um cara que vai aos lugares inusitados para fazer check-in. Ele vai porque essas experiências são o combustível da vida dele. Claro que é sempre legal compartilhar os momentos especiais com os amigos, e ele faz isso quando viaja, ou vive alguma situação incrível.

Nesse sentido, o novo recurso de transmissão ao vivo do Facebook é uma ferramenta muito legal, e a galera que a gente seguiu ainda está aprendendo a usar.



PÍLULA
SNAPCHAT

...MAIS SNAPCHAT!!!

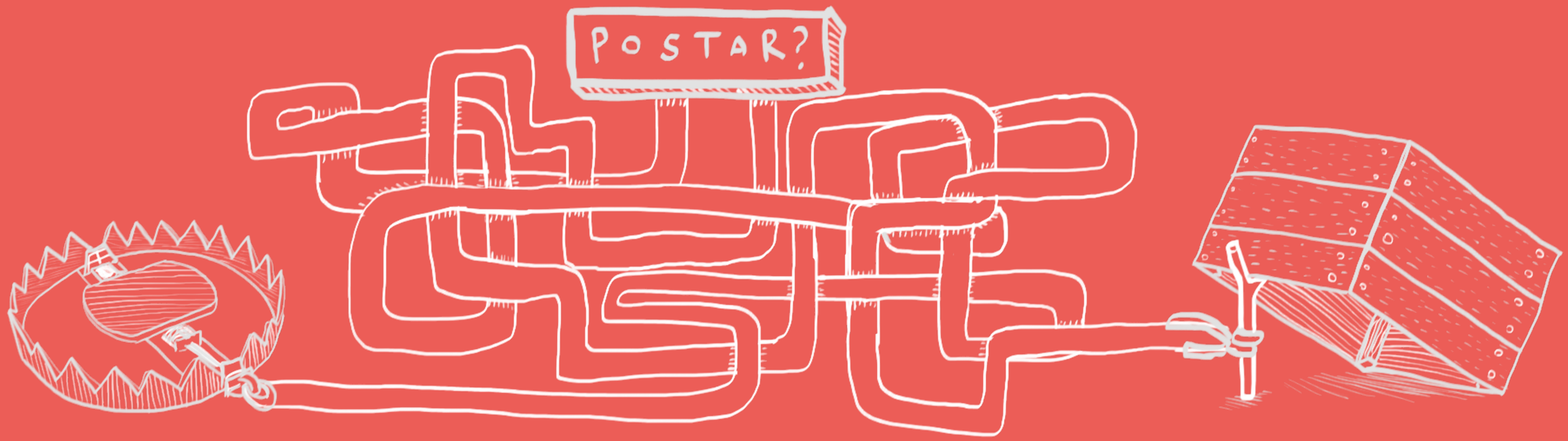
Por hora, é no Snapchat que esse target se sente realmente livre.

Lá ele posta amenidades, fala besteira, não se preocupa com nenhum filtro - porque um Snap tem apenas a duração de 24 horas, e ele não se compromete nunca.

É um aplicativo em que ele reencontrou a liberdade, não apenas de postar o que quiser, como também de postar o quanto quiser. É a sensação de que ainda é um espaço mais despretensioso, aberto à diversão e aos sentimentos mais efêmeros.

O EXPERIENCE MAXIMIZER ESTÁ PERDENDO SUA **NATURALIDADE NAS REDES SOCIAIS.**

TER SEMPRE QUE TOMAR PARTIDO FAZ MIAR O ROLÊ.



SE JOGA!

A espontaneidade do Experience Maximizer ainda é maior do que seu bom senso.

E assim ele é impulsivo e cheio de incoerências - é exatamente isso que faz com que ele seja divertido e sempre surpreendente.

Por isso não se iluda quando vir o Snapchat dele na academia: se alguém convidar para um hambúrguer com batatas fritas depois do treino, certamente ele vai. Porque ele topa todas e não tá assim tão preocupado com a saúde.

Tá certo que esse target já entendeu que não dá pra ser trash todos os dias, e que um corpo saudável depende de uma alimentação balanceada. Ele já aprendeu esse beabá e até tenta incorporar alguns hábitos mais naturais no dia a dia. Mas isso não vira uma preocupação a ponto de cortar a vibe dos seus momentos.



"Comecei uma nutricionista que cortou tudo de bom. Gente, quem consegue viver assim? Saí de lá e uma amiga marcou Outback no mesmo dia. Claro que eu fui!"



TUDO LIBERADO

Pra ser muito sincero, ele ainda não chegou na fase de cortar as guloseimas. Aliás, seus melhores programas são regados à muita comida, e ele adora porcaria:

apesar de saber distinguir o que faz bem e o que não faz, essas contas calóricas vão ficar pra quando o corpo começar a dar sinais de que o metabolismo mudou. Por enquanto, tá tudo certo - principalmente se o rango for na faixa!

Ele come fast food (um pouco mais moderadamente, mas ainda come muito!), divide um pacote de salgadinho com a galera (sem qualquer culpa), está sempre disposto a abrir uma cervejinha com os amigos, e geralmente bebe refri regular e nem considera o zero - entre a restrição e o sabor, ele fica com o que dá mais felicidade.

"Depois do trabalho eu vou direito pra faculdade, aí no caminho como um mc, temaki e às vezes trago biscoito recheado de casa pra não comer muito fast food durante a semana"

NESSA FASE, WELLNESS TEM OUTROS SIGNIFICADOS:



NESSA FASE, WELLNESS TEM OUTROS SIGNIFICADOS:

PRAZER

é ter a possibilidade de aproveitar
os momentos por inteiro
(e não comer pela metade)

NESSA FASE, WELLNESS TEM OUTROS SIGNIFICADOS:



PRAZER

é ter a possibilidade de aproveitar os momentos por inteiro (e não comer pela metade)



NATURALIDADE

é se sentir bonito, estar bem consigo mesmo (esse cara não tem grandes dramas, e tem uma auto-estima bem cuidada)

NESSA FASE, WELLNESS TEM OUTROS SIGNIFICADOS:

PRAZER

é ter a possibilidade de aproveitar os momentos por inteiro (e não comer pela metade)

NATURALIDADE

é se sentir bonito, estar bem consigo mesmo (esse cara não tem grandes dramas, e tem uma auto-estima bem cuidada)

VITALIDADE

é ter pique e disposição pra sair a qualquer hora (eles têm energia de sobra pra seguir o ritmo dos amigos)



A CERVEJA!

A bebida da alegria Experience Maximizer é a cerveja, que está sempre ligada a ocasiões especiais.

Porque cerveja é algo gregário, que junta a galera e faz qualquer convite virar uma oportunidade de render bons papos e boas histórias.

Por ser tão versátil, acompanha a dinâmica do target e a maior parte dos seus momentos de lazer: tá presente no dia de semana, no intervalo da faculdade; acompanha o churrasco de sábado na casa dos amigos; vem pra dentro de casa, no almoço de domingo.



Qualquer situação open bar com cerveja liberada é garantia de sucesso para eles. O refri é coadjuvante nessas festas, e consumido quando querem regular o “grau” (pra não exagerar, ou pra evitar a ressaca do dia seguinte!)

Enfim, é a bebida que mais participa e estimula as situações de celebração - e justamente por isso ajuda a maximizar essas experiências que o target busca.



O REFRI!

é a bebida das situações mais cotidianas, e dos vários momentos em que a ocasião pede um sabor especial, um up no ânimo, uma alegria extra.

Pra dar um ânimo na
correria de um dia corrido
(dá pique)

O REFRI!

é a bebida das situações mais cotidianas, e dos vários momentos em que a ocasião pede um sabor especial, um up no ânimo, uma alegria extra.


Pra dar um ânimo na correria de um dia corrido (dá pique)
O REFRI!
é a bebida das situações mais cotidianas, e dos vários momentos em que a ocasião pede um sabor especial, um up no ânimo, uma alegria extra.
É aquele companheiro do dia a dia, das horas em que o target precisa dar um boost de energia pra se manter ativo nos estudos (faz acordar)



O REFRI!

é a bebida das situações mais cotidianas, e dos vários momentos em que a ocasião pede um sabor especial, um up no ânimo, uma alegria extra.


Pra dar um ânimo na correria de um dia corrido (dá pique)
Pra aliviar depois de andar de skate, pra ajudar a matar o calor (refrescância)
O REFRI!
é a bebida das situações mais cotidianas, e dos vários momentos em que a ocasião pede um sabor especial, um up no ânimo, uma alegria extra.
É aquele companheiro do dia a dia, das horas em que o target precisa dar um boost de energia pra se manter ativo nos estudos (faz acordar)
Pra acompanhar o lanche e dar mais sabor à comida (ajuda a descer mais gostoso)


Pra dar um ânimo na correria de um dia corrido (dá pique)
Pra aliviar depois de andar de skate, pra ajudar a matar o calor (refrescância)
O REFRI!
é a bebida das situações mais cotidianas, e dos vários momentos em que a ocasião pede um sabor especial, um up no ânimo, uma alegria extra.
É aquele companheiro do dia a dia, das horas em que o target precisa dar um boost de energia pra se manter ativo nos estudos (faz acordar)
Pra acompanhar o lanche e dar mais sabor à comida (ajuda a descer mais gostoso)
Pra acompanhar a maratona de Netflix com os amigos (gregário)



Pra dar um ânimo na correria de um dia corrido (dá pique)

Pra dar uma segurada na fome, antes do intervalo (saciedade);

Pra aliviar depois de andar de skate, pra ajudar a matar o calor (refrescância)

O REFRI!

é a bebida das situações mais cotidianas, e dos vários momentos em que a ocasião pede um sabor especial, um up no ânimo, uma alegria extra.

É aquele companheiro do dia a dia, das horas em que o target precisa dar um boost de energia pra se manter ativo nos estudos (faz acordar)

Pra acompanhar o lanche e dar mais sabor à comida (ajuda a descer mais gostoso)

Pra acompanhar a maratona de Netflix com os amigos (gregário)


Pra dar um ânimo na correria de um dia corrido (dá pique)
Pra dar uma segurada na fome, antes do intervalo (saciedade);
Pra aliviar depois de andar de skate, pra ajudar a matar o calor (refrescância)
O REFRI!
é a bebida das situações mais cotidianas, e dos vários momentos em que a ocasião pede um sabor especial, um up no ânimo, uma alegria extra.
É aquele companheiro do dia a dia, das horas em que o target precisa dar um boost de energia pra se manter ativo nos estudos (faz acordar)
Pra acompanhar o lanche e dar mais sabor à comida (ajuda a descer mais gostoso)
Pra equilibrar o nível do álcool na balada (hidrata com diversão)
Pra acompanhar a maratona de Netflix com os amigos (gregário)



“Bebo muito, muito refri! toda hora é hora porque ele acompanha vários momentos do meu dia. Eu praticamente acordo bebendo refri e à noite ele faz parte do meu assalto à geladeira”

+ MODERAÇÃO
- REFRIGERANTE ZERO

O Experience Maximizer já tem consciência dos malefícios do refrigerante, principalmente em relação à quantidade de açúcar - sabe que faz engordar, que dá celulite, e já até ouviu que faz mal aos dentes (essa história de jogar um ossinho de frango dentro da Coca-Cola, pra ver o que acontece).

Ao mesmo tempo, nessa fase da vida eles estão mais preocupados em curtir os momentos, e menos noiados com o corpo e com a saúde - ainda não é preciso muito esforço pra manter a forma (e o nível dos exames) em dia.

Por isso, por mais que eles já bebam o refrigerante um pouco mais moderadamente, eles são muito mais consumidores da versão regular do que as versões sem açúcar: existe a percepção de que beber refri normal é tomar o refri verdadeiro - e isso faz sentido para um target que procura enxergar sempre a originalidade das coisas.



"Desculpa, mas eu não vou comer um mega hambúrguer delicioso e pedir uma coca zero. Se é pra se jogar hoje, que a gente se jogue com tudo o que tem direito!"









Com essa “moderação”, o refrigerante passou a também dividir espaço com outros tipos de bebida: pra não se jogar o tempo todo, o Experience Maximizer já começa a pedir suco, chá e água por conta própria - produtos que entraram em momentos importantes, mas que não conseguiram roubar o protagonismo do Refri: só ele traz a vibe que tem a ver com a vida agitada de um cara que não fica parado e é muito vibrante.

(UM PARÊNTESES PARA FALAR DE ADOÇANTES)

Nesse sentido, ele entende o conceito “zero”, mas tem pouco conhecimento sobre os diferentes tipos de adoçante que existem por aí. De uma forma geral, a imagem de adoçante ainda está muito ligada a fórmulas químicas, que deixam o sabor diferente e atrapalham a vibe do momento.



lembra regime,
a mãe usa em casa



alguns sabem que existe,
dá mais impressão de ser
parecido com açúcar



o nome soa como coisa
para quem está doente



stevia o que?
ainda é uma versão muito
desconhecida pelo target

A COCA VERDE!



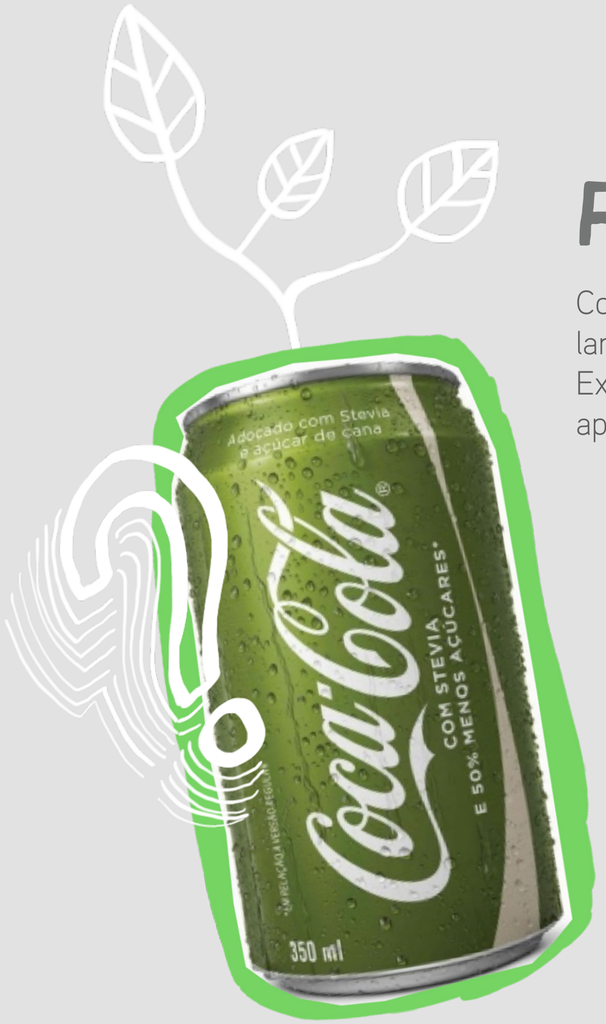
Começamos o campo exatamente no mesmo tempo em que a “Coca Life” foi lançada, e o esforço de comunicação da marca ainda não havia abraçado o Experience Maximizer. Aqui no Brasil ela não trouxe o “Life” no nome, e aproveitou para estampar a fórmula com Stevia com destaque na embalagem.

Sempre novidadeiro, o target olha essa inovação com interesse - mas mais pela forma inusitada da apresentação (o fato de ser verde, o oposto de vermelho) do que pelo fato de ter 50% menos açúcares.

Como esse público ainda não possui familiaridade com o adoçante Stevia, ele ainda não reconhece os valores naturais que a marca quer transmitir, e essa jogada da cor vira apenas algo excêntrico - Passado o entusiamo do primeiro contato, o Experience Maximizer volta à sua ideia de que é melhor ficar sempre com o produto original.



“Pra mim me lembra um pouco a Coca Zero. Ninguém bebe refrigerante convencido de que tá bebendo algo saudável, né?”

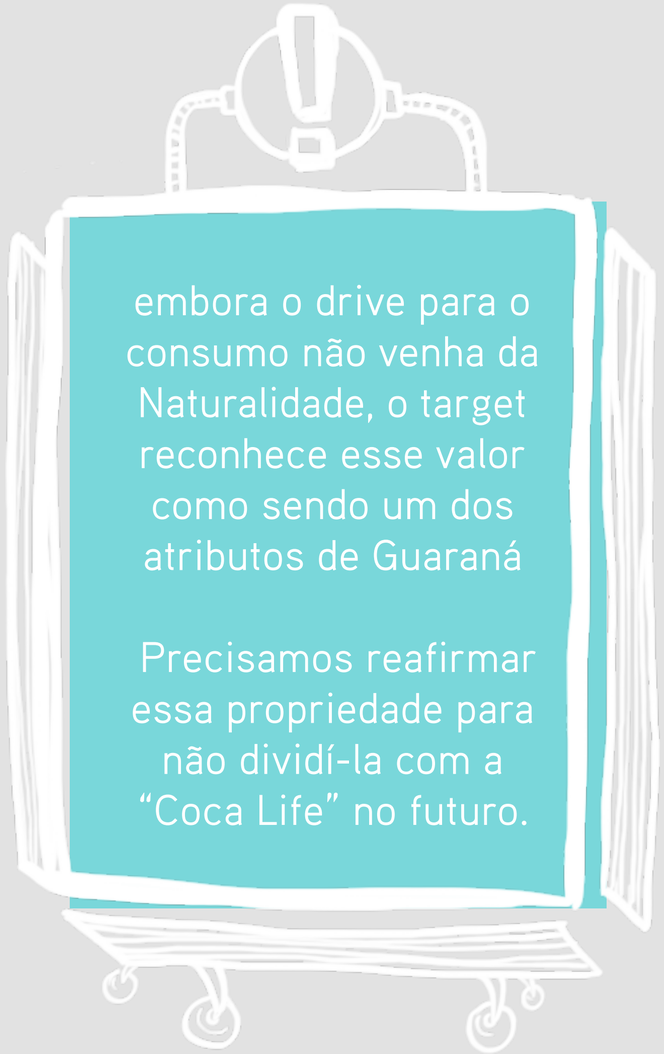


A COCA VERDE!

Começamos o campo exatamente no mesmo tempo em que a “Coca Life” foi lançada, e o esforço de comunicação da marca ainda não havia abraçado o Experience Maximizer. Aqui no Brasil ela não trouxe o “Life” no nome, e aproveitou para estampar a fórmula com Stevia com destaque na embalagem.

Sempre novidadeiro, o target olha essa inovação com interesse - mas mais pela forma inusitada da apresentação (o fato de ser verde, o oposto de vermelho) do que pelo fato de ter 50% menos açúcares.

Como esse público ainda não possui familiaridade com o adoçante Stevia, ele ainda não reconhece os valores naturais que a marca quer transmitir, e essa jogada da cor vira apenas algo excêntrico - Passado o entusiamo do primeiro contato, o Experience Maximizer volta à sua ideia de que é melhor ficar sempre com o produto original.



A PREFERÊNCIA

Tomar refrigerante é um hábito que o target carrega da infância e da adolescência, embora ele já tenha trocado sua preferência de sabores (o paladar deixou de ser tanto infantil, e ficaram para trás os sabores laranja, uva, tutti-fruti...)

A preferência do Experience Maximizer é mesmo Coca-Cola e Guaraná Antarctica, 2 refrigerantes muito diferentes entre si, mas que têm sabores que acompanham muito bem os vários momentos da rotina desse cara.



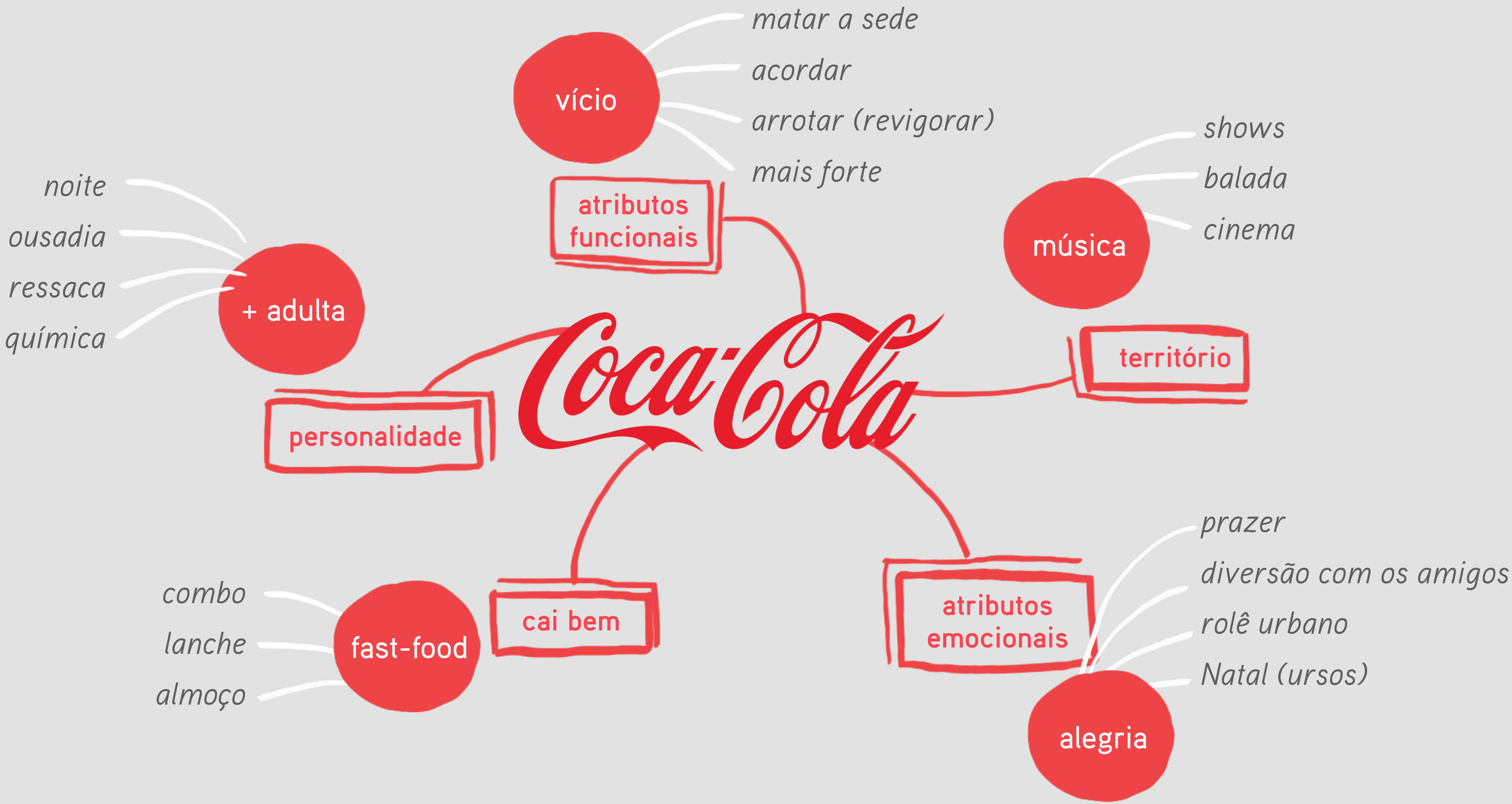
COCA-COLA

É o refrigerante mais consumido e o que se faz mais presente no dia a dia do Experience Maximizer, acompanhando sua rotina.

Como percepção geral, transmite uma atitude mais atrevida, e isso faz esse cara se conectar aos valores da marca.

Como produto, responde com muita propriedade aos seus needs por uma bebida para manter o pique, dar sabor aos momentos e juntar a galera.

“Coca é Coca, não adianta. Tem hora que você tem vontade de tomar uma coquinha, e nada mais vai te resolver. É tipo um vício mesmo, não sei como explicar.”


Coca-Cola
atributos funcionais
vício
matar a sede
acordar
arrotar (revigorar)
mais forte
personalidade
+ adulta
noite
ousadia
ressaca
química
território
música
shows
balada
cinema
cai bem
fast-food
combo
lanche
almoço
atributos emocionais
alegria
prazer
diversão com os amigos
rolê urbano
Natal (ursos)

GUARANÁ ANTARCTICA

É o refrigerante querido, que carrega uma imagem mais autêntica e positiva, mas que não vibra totalmente na mesma onda do estilo de vida que o Experience Maximizer leva no dia a dia.

O target se conecta com os valores, mas de alguma forma eles levam o produto para situações mais ocasionais, mais diurnas e um pouco mais restritas:

Existe a percepção de imagem que a Guaraná não se encaixa tão bem como coadjuvante de bebidas alcoólicas, e nem é o complemento perfeito para o combo no fast food, por exemplo).

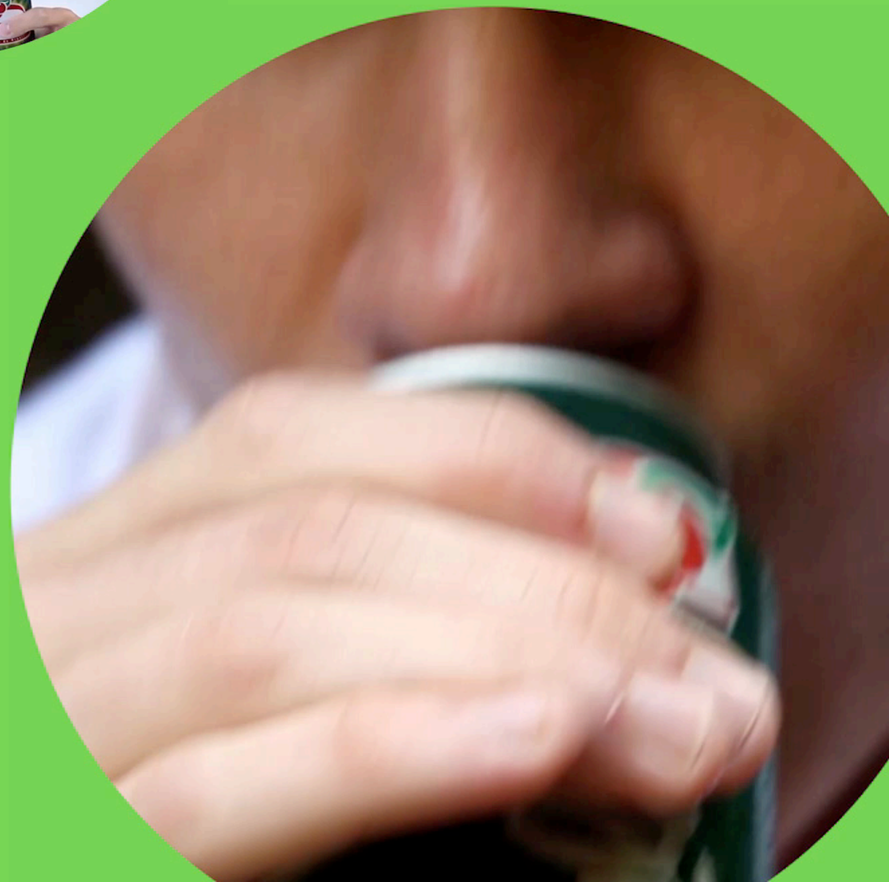
“Guaraná é aquele negócio que você toma e faz te lembrar muita coisa boa. Eu gosto muito, nem sei te explicar porque é que eu não peço sempre”











PÍLULAS

PERCEPÇÕES GUARANÁ

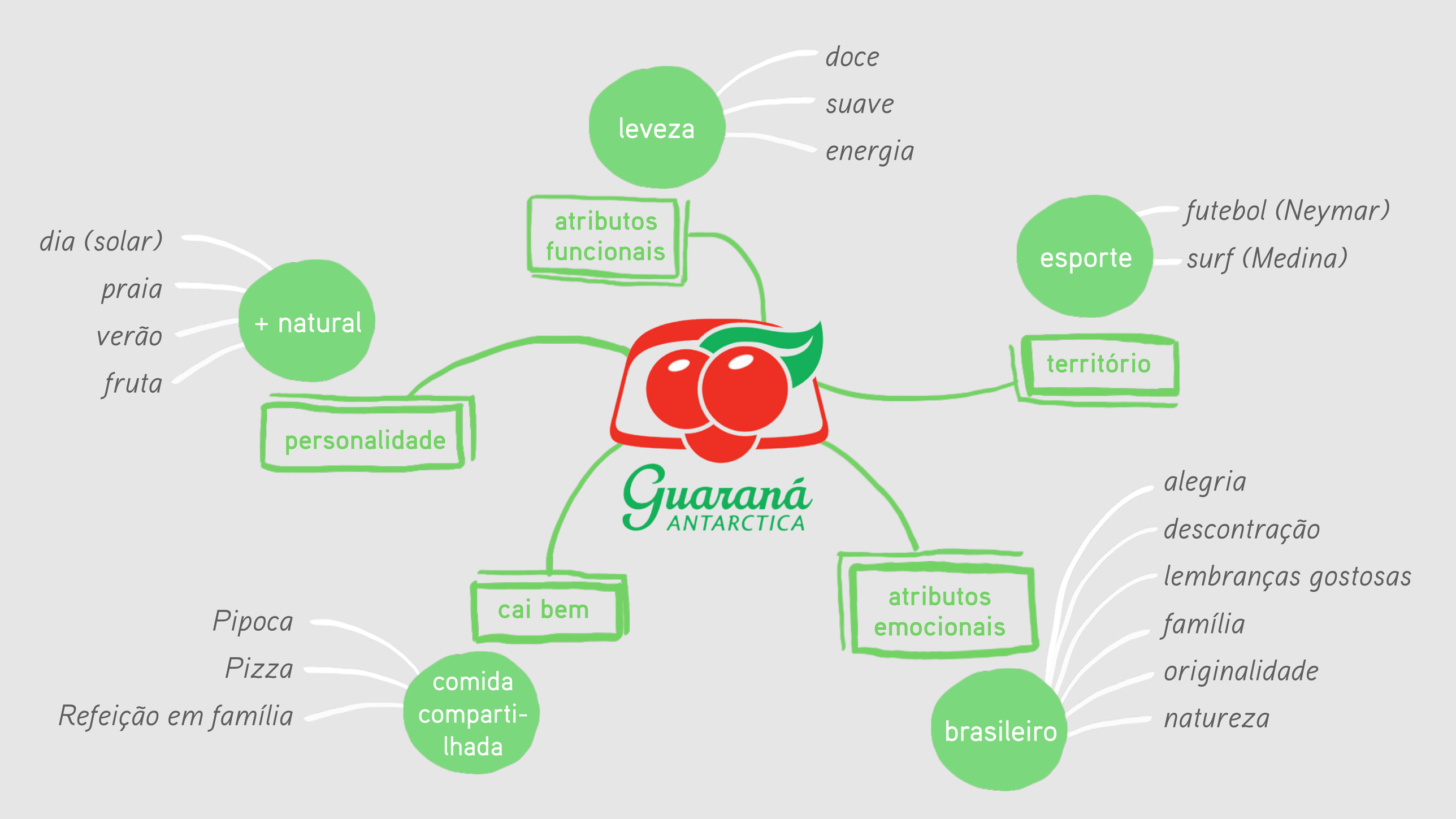






PÍLULAS

PERCEPÇÕES GUARANÁ


Guaraná
ANTARCTICA
atributos funcionais
leveza
doce
suave
energia
esporte
futebol (Neymar)
surf (Medina)
território
atributos emocionais
brasileiro
alegria
descontração
lembranças gostosas
família
originalidade
natureza
cai bem
comida compartilhada
Pipoca
Pizza
Refeição em família
personalidade
+ natural
dia (solar)
praia
verão
fruta

Mas justamente por não ser a pedida automática desse target, Guaraná ganha uma personalidade interessante:



VÍCIO E DEPENDÊNCIA DE COCA-COLA LEVAM PRA UM CONSUMO **QUASE MECÂNICO**



PEDIR UM GUARANÁ DEMONSTRA UMA ESCOLHA **MAIS AUTÊNTICA**

ORIGINALIDADE

Embora essa autenticidade não necessariamente se traduza em volume de consumo, ela carrega vários outros significados importantes para o target, e traz muitas oportunidades para a construção dessa marca.

O Experience Maximizer, que é um cara que gosta de ter histórias pra contar, se interessa pelo pioneirismo e pela originalidade que está por trás desse produto.

Resgatar as experiências que estão ligadas a essa atitude vanguardista (de se transformar uma frutinha da floresta em um símbolo nacional) é uma forma de fortalecer a singularidade da marca.



"É fantástico pensar que um dia alguém teve uma ideia de escolher uma frutinha lá da Amazônia, adicionar água, gás, e fazer um refrigerante totalmente inusitado. Muito legal pensar nisso"





BRASILEIRO

O Experience Maximizer reconhece o Guaraná Antarctica como um dos maiores símbolos de brasilidade - e isso causa um sentimento de orgulho.

“Eu tenho um amigo que fez intercâmbio nos Estados Unidos, e de vez em quando a gente mandava pra ele uma caixa com Guaraná, polvilho pra fazer pão de queijo e um par de havaianas”





FUTEBOL & GUARANÁ

E se Guaraná Antarctica é a cara do Brasil, então faz muito sentido ele patrocinar a Seleção Brasileira e investir no futebol - mesmo com o desânimo em relação a situação atual da seleção.

Nenhuma outra marca combina tanto com o essa relação que o brasileiro tem com a bola. Como retorno desse patrocínio, Guaraná reafirma seus valores de alegria, originalidade, descontração...

O Neymar é lembrado como um garoto propaganda de Guaraná, e é percebido pelo Experience Maximizer como a personificação de todos esses valores (empresta muito da sua ousadia e atitude para a marca).









SURF & GUARANÁ

O surf também faz Guaraná se conectar ao Experience Maximizer porque esse esporte evoca um lifestyle que combina muito com esse target:

aventura,
natureza,
amizade que agrupa pessoas diferentes,
espírito desencanado,
simplicidade...

Esses valores do surf transcendem o litoral e chegam às grandes cidades como uma atitude aspiracional, que influencia o comportamento até dos jovens que moram longe da praia.

O Medina, assim como o nosso target, é uma figura que transita bem entre vários universos, tem a chance de viver situações incríveis mas mantém seu estilo natural e despojado



BORALÁ

O Boralá ajudou Guaraná Antarctica a ganhar um pouco o dinamismo do Experience Maximizer:

É uma frase usada pelo target e conversa com os valores que batem em seu coração (improviso, ousadia, aventura, otimismo, abertura ao inusitado...). É uma mensagem que empodera esse jeito livre de viver a vida;

Demonstra muita atitude e constrói uma personalidade mais presente (atualiza a relação e faz um contraponto à memória afetiva que o target tem com a marca);

Se transformou em uma hashtag forte nas redes sociais;

Embora não seja uma mensagem necessariamente proprietária da marca, ela combina muito com os atributos percebidos de Guaraná Antarctica:



BORALÁ É NATURALIDADE

é você se entregar ao seu jeito, à sua natureza e se jogar! É ser espontâneo, ser você mesmo.



BORALÁ É BRASILEIRO

tem a ver com nosso estilo de vida, nossa vibração positiva e nosso jogo de cintura pra fazer tudo dar certo.



BORALÁ É SUAVE

é ir sentindo a brisa, é aproveitar os momentos.



BORALÁ É ORIGINALIDADE

é se libertar de um caminho reto, e fazer o seu próprio, é deixar a vida te levar e se abrir ao imprevisto.

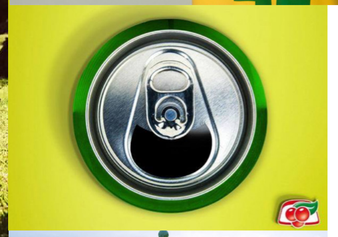
TUDO ISSO TEM UMA PEGADA MUITO GUARANÁ!



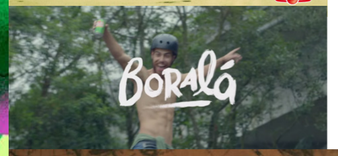


















Embora toda essa construção Guaraná seja muito contagiante e positiva, o futebol e o surf mantém a marca presa em uma vibe solar, diurna e tropical.

Até mesmo a nossa forma de falar sobre as experiências do target sempre evocam a ideia de aventura (e momentos especiais)

É esse universo que Guaraná Antarctica vem se comunicando.





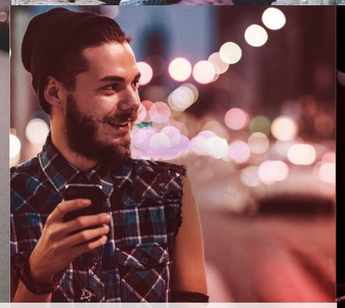


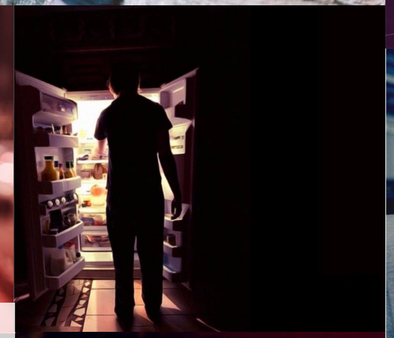


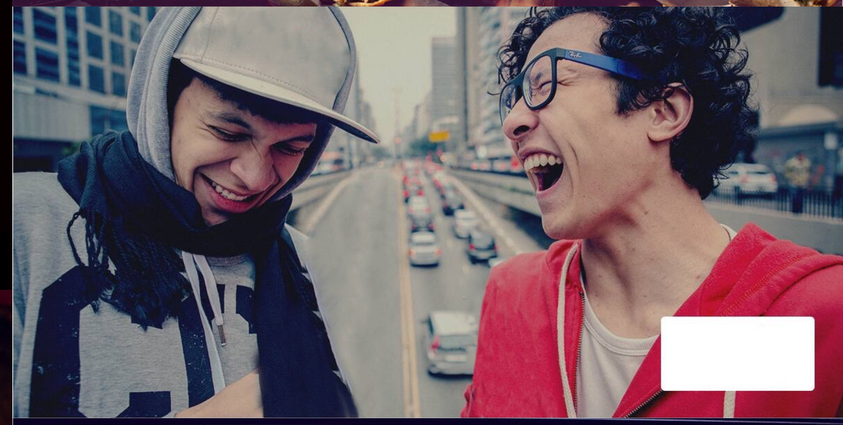










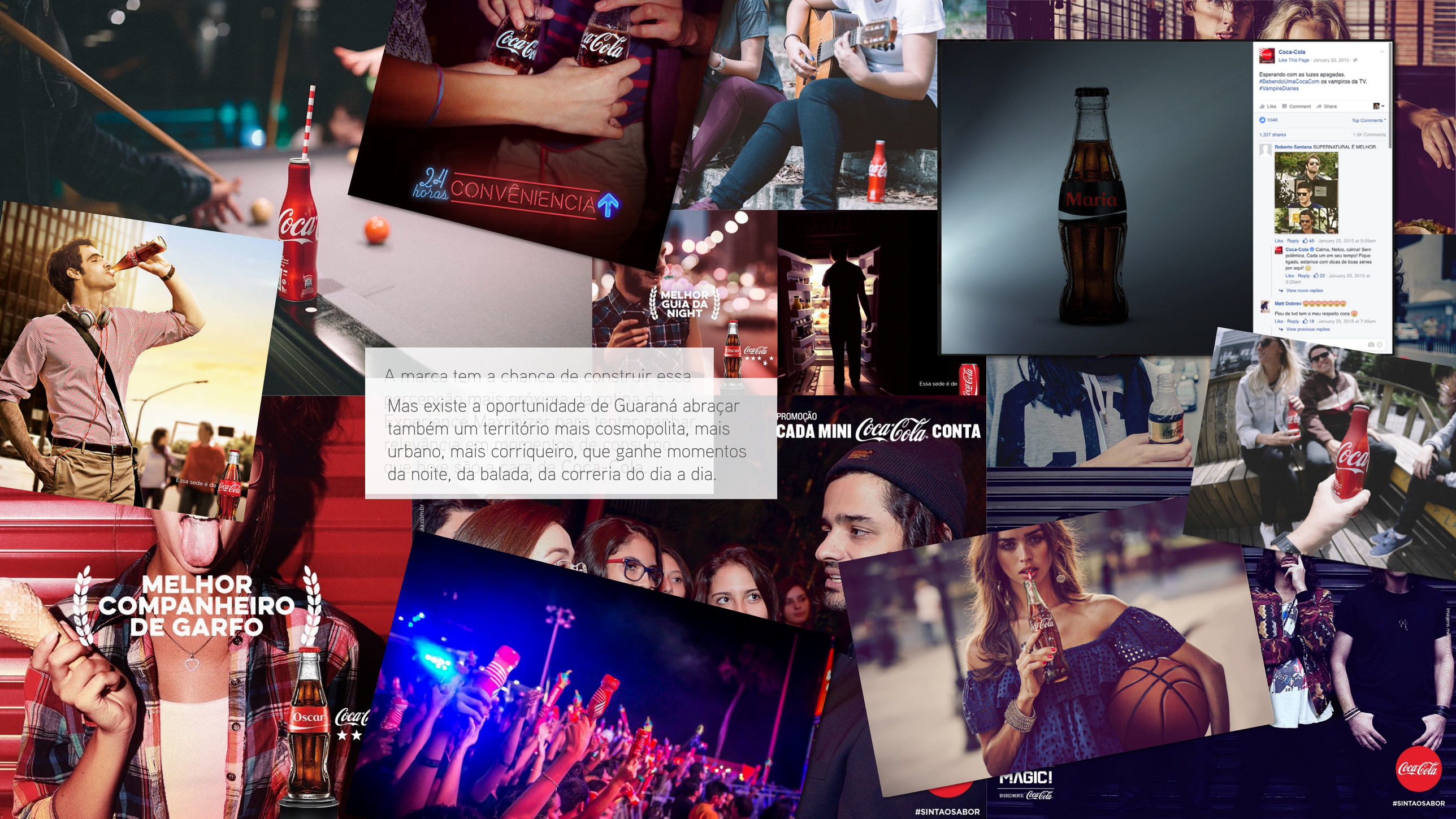


Mas existe a oportunidade de Guaraná abraçar também um território mais cosmopolita, mais urbano, mais corriqueiro, que ganhe momentos da noite, da balada, da correria do dia a dia.









A marca tem a chance de construir essa presença mais próxima da rotina do Extremo Ocidental, mais leve, ganhar relevância em momentos de consumo que hoje são a cara da Coca-Cola.

Mas existe a oportunidade de Guaraná abraçar também um território mais cosmopolita, mais urbano, mais corriqueiro, que ganhe momentos da noite, da balada, da correria do dia a dia.



PRA PENSAR

Será que Skate não é um território que poderia trazer Guaraná Antarctica para um universo mais urbano e cosmopolita?

É um esporte que compartilha muitos valores com o Surf (já incorporados na comunicação);

É também uma prática que representa a nova relação que o target tem com a cidade - e com a tomada dos espaços públicos;

Ao mesmo tempo, é um lifestyle muito abrangente, cheio de atitude, e que convive com os valores da noite - capaz de fazer a marca ganhar um pouco desse comportamento que ainda falta para Guaraná estar presente em todos os momentos do target;



COMO ABRAÇAR O EXPERIENCE MAXIMIZER?

Esse target, sempre muito ativo e plural, tem olhares voltados para vários lados diferentes e muito abrangentes - o que faz com que a tarefa de se comunicar com ele tenha que ser pensada de forma menos óbvia.

Principalmente porque ele está sempre em movimento, circulando pelos lugares - e passa pouco tempo dentro de casa

COMO ABRAÇAR O EXPERIENCE MAXIMIZER?

MÍDIA EXTERIOR

Usar estratégia de mídia externa para se comunicar com ele é uma boa jogada, porque o experience maximizer é muito atento à paisagem urbana.

É uma galera que está sempre ouvindo música por streaming no celular (Spotify), enquanto observa o caminho pela janela do ônibus (vídeos demandam muito da franquia de dados).



A marca Guaraná pode estar mais presente pela cidade, pode participar de ações coletivas ao incentivar novas ideias para os espaços urbanos.

TV ABERTA

Ele geralmente não vê muita TV aberta - ou não de forma intencional (já que ainda mora em família e acaba assistindo aos programas que os pais gostam, nesse momento compartilhado em frente à televisão).
De uma forma geral, sente que as emissoras tem valores antigos, e estão atrasadas em relação ao que eles gostariam de assistir. Os principais programas que eles assistem hoje são:

Altas Horas (quando não saem no sábado)

Jornal e novela (momento em família)

Reality Shows: Masterchef, The Voice, Superstar

» A internet também está ajudando a alimentar a TV aberta: muitas vezes eles não assistem ao vivo aos programas, mas os acompanham pelas notícias, posts e memes.

o recado é que a linguagem mudou: + VIDA REAL - REALIDADE EDITADA (SNAPCHAT)

TV FECHADA

No cabo, gostam dos canais de filme (Telecine, HBO), canais de séries (Warner e Sony), dos canais de esportes (geralmente os meninos se envolvem com os campeonatos), e canais de variedade - Multishow e MTV. Nesses 2 últimos, eles gostam da diversidade de programas de comédia e improviso:

Tudo pela Audiência

Vai que Cola

220 Volts

Mas, de certa forma, já se acostumaram com o fato de não precisarem mais esperar um horário específico para ter acesso ao conteúdo: a TV a cabo entra agora em momentos menos importantes - o Primetime pode ser quando ele quiser!



Esses programas de improviso têm muita sinergia com os valores Boralá. Será que podemos pensar em parcerias para fazer essa Hashtag ser mais proprietária da marca?

COMO ABRAÇAR O EXPERIENCE MAXIMIZER?

NETFLIX

Por escolha, está sempre ligado no Netflix para assistir as séries do momento (compartilham e trocam de conta a todo momento para aproveitar o acesso gratuito).

Netflix libertou o Experience Maximizer para escolher seu próprio ritmo - e fazer desse momento uma situação mais coletiva (convidam os amigos para fazer maratonas)

Stranger Things / Game of Trones / Orange Is The New Black / How I Met Your Mother / Breaking Bad / The Walking Dead / Sense8 são as séries do momento.



Que tal ações que façam Guaraná mais parte desse momento (que tanto combina com refrigerante e pipoca)?

SITES

O Experience Maximizer explora bem a internet e é impossível mapear esse passeio online que ele faz diariamente - para se divertir, aprender, saber das notícias e se inteirar das novidades. Ele está sempre à procura de fontes novas, navegando em sites diferentes - o Facebook é um ótimo cardápio pra isso, porque vai apresentando páginas incomuns.

Mas alguns sites se repetem:

Popcorn Time e sites de Torrents - pra baixar lançamentos;
Buzzfeed - pra se divertir com as listas;
9gag e Não Salvo - pra compartilhar os memes;
Enjoei, Steal The Look - pra montar o look;
Catraca Livre pra saber da programação da cidade;

YOUTUBERS

galera que o target segue nas redes sociais



Jout Jout



Canal Canalha
(Cocielo)



Eu Fico Louco
(Christian Figueiredo)



5inco Minutos
(Kéfera)



Você sabia?



Pipocando



Canal Nostalgia
(Felipe Castanhari)



Porta dos Fundos



LubaTV



Ana Maria Brogui

COMO ABRAÇAR O EXPERIENCE MAXIMIZER?

SÃO PAULO





REGIÕES DA GALERA NA RUA

Centro (praça D. José Gaspar)

Circuito Augusta x Paulista

Rua Aspicuelta (Vila Madalena)

Rua dos Pinheiros (restaurantes)

Ruas Universitárias (Maria Antônia + Álvaro Alvim + Frei Gaspar + Monte Alegre)

Circuito Barra Funda (Baladas)



PROGRAMAS

Minhocão no fds com os amigos

Paulista Aberta pra passear e comprar coisinhas

Skate na Roosevelt

Rolê no Ibirapuera

Bike no Villa Lobos (conectado pelas ciclofaixas)

Exposições Legais no MIS





PASSEIOS

Trilha de bike para o Pico do Jaraguá

Praça Pôr do Sol

Trilha na Serra da Cantareira

Trem para Paranapiacaba

Bate-volta para praia no Guarujá



CIRCUITO DA NOITE

Trackers + Balsa + Casa da Luz

Nos Trilhos + Sonido Trópico + Patropí

Kubik + Bar Secreto

Beco + 1007 + Tex Bar

Clash Club + Audio Club (shows) + D-Edge + Clube 33

Fábrica de Laticínios União (Festa CapsLock)





COMO ABRAÇAR O EXPERIENCE MAXIMIZER?

RIO DE JANEIRO











REGIÕES DA GALERA NA RUA

Centro (Cinelândia)

Ruas da Lapa

Baixo Méier

Voluntários da Pátria (Botafogo)

Baixo Gávea

PROGRAMAS

Arco do Teles - festas 0800

Sambinha na Pedra do Sal

Baile Charme no Viaduto Madureira

Pôr do Sol no Arpoador

Mureta da Urca

Bike na Lagoa e na Orla

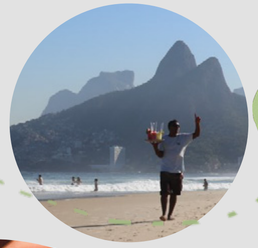
CIRCUITO DA NOITE

Festas Baile das Minas + Trocipallvibez + Batekoo + Puff Puff Bass

Circo Voador + Fundição Progresso + Teatro Odisséia + Paiol 08

Espaço Rampa + 00 + Fosfobox + Casa da Matriz

Sardinha + Lá em Casa + Reza Forte





PASSEIOS

Prainha e Grumari com os amigos

Parque da Cidade (Niterói)

Pedra Bonita

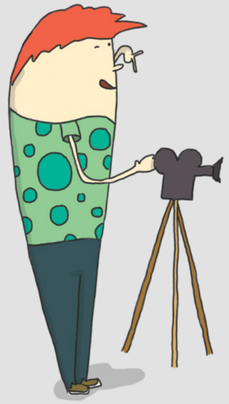
Pista na Praia Vermelha

Cachoeira do Horto

Trilha pra Pedra da Gávea



OBRIGADO!



na rua

contato@vemprarua.com.br
www.vemprarua.com.br
+55(11) 3159-5136