

Nobre guerreiro

Fórmula e embalagem sofisticadas são as irmãs do Viking para desbravar o mercado de lava-louças

De grosso o Viking não tem nada. Com um quê de cosmético, o lava-louças recém-lançado pela paulistana Razzo contém partículas de manteiga de karité, para hidratar as mãos da consumidora, e é acondicionado numa embalagem requintada, dotada de válvula pump. "É um produto especial e diferenciado, com atributos modernos e uma apresentação que o enobrece, posicionando-o como uma alternativa muito à frente dos tradicionais detergentes líquidos do mercado", apregoa Fernan- do Cunha, gerente de marketing da Razzo.

A válvula pump visa facilitar a aplicação do produto na esponja e é um acessório conveniente para uma embalagem com 720 mililitros, volume bem maior que o tradicional meio litro da categoria. "O benefício da válvula pump teve grande aceitação em pesquisas que realizamos com consumidores", relata Cunha. Não só, mas especialmente pela presença da válvula, o Viking será comercializado a um preço médio de 4,90 reais, valor bem mais salgado que o dos detergentes comuns. Uma versão refil do frasco, com preço mais em conta, também foi lançada para permitir a reutilização da válvula.

Fabricada pela Master Pumps, a válvula pump é aplicada num frasco de PET de alta transparência, soprado pela Bompack e escolhido para deixar à mostra o conteúdo. "As partículas de manteiga de karité possuem um apelo visual interessante, pois ficam em suspensão no detergente e não precipitam no fundo da embalagem", aponta Cunha. "A alta transparência do frasco facilita a assimilação desse diferencial pelos consumidores."

A decoração da embalagem é feita por um rótulo auto-adesivo com impressão em frente e verso (a traseira contém instruções de uso, dispensando o uso de contra-rótulo), confeccionado pela Mack Color com papel metalizado. Segundo o gerente de marketing da Razzo, o uso do material especial foi um pré-requisito do projeto. "A metalização garante ao produto uma sofisticação à altura de seus benefícios, além de garantir mais destaque no ponto-de-venda". O design gráfico do rótulo, estrelado pela figura de um guerreiro viking, é da agência Quarter Group.

O lançamento do Viking será apoiado pela distribuição, em supermercados de todo o País, de amostras grátis - sachês com 20 mililitros do produto, produzidos pela Mappel. De acordo com Cunha, varejistas serão orientados a expor o Viking "em locais privilegiados", à parte dos detergentes com apelo de preço. É uma forma de explicitar o perfil premium da novidade. "Além de não exigir esforço durante o uso, o Viking sobressai pela questão estética, pois é um elemento decorativo e moderno, muito mais agradável do que um simples frasco de detergentes sobre a pia", pontifica o profissional da Razzo. (GK)



Válvula pump e partículas hidratantes são diferenciais do Viking. Abaixo, os sachês utilizados em ações de amostragem da novidade



Bompack
(11) 4044-5055
www.bompack.com.br

Mack Color
(11) 2095-4499
www.mackcolor.com.br

Mappel
(11) 4346-6377
www.mappel.com.br

Master Pumps
(11) 4072-5353
www.masterpumps.com.br

Quarter Group
(11) 3804-7115
www.quartergroup.com.br