

Grendene reposiciona marca Rider

Ana Paula Jung

Com a chegada da nova linha dos chinelos Rider, da Grendene, empresa dá início a sua nova estratégia de comunicação. Além da campanha criada pela W/, composta por comerciais e anúncios, a marca aposta forte na internet. O novo site estreia no próximo dia 30.

Para apresentar a linha da Rider, a Grendene contratou a agência digital Gringo e reposiciona a marca. Acompanhando o movimento rejuvenescedor; do target da Rider, a Gringo desenvolveu site que apresenta os sete modelos, que vão desde as modernas flip flops até os tênis.

O endereço (www.rider.com.br) vai mostrar a linha "Enjoy the ride" ("Aproveite o percurso") através de uma série de infográficos com dicas engraçadas e inusitadas que acompanharão cada modelo. Esta plataforma é uma das surpresas que a Gringo preparou para a comunicação da Rider com seu público-alvo.

"Neste primeiro momento nosso principal objetivo é apresentar o portfólio no contexto da nova proposta de valor da marca. A Gringo entendeu muito bem esse desafio e desenvolveu um site com uma linguagem jovem e inovadora para a categoria", explicou João Batista Cabral de Melo, gerente de marketing da Rider.

A ferramenta inovadora no mercado de calçados possui um cadastro para clientes que ficarão informados de todas as ações da Rider. O número do pé do cliente também é pedido no cadastro e é com essas informações que começa uma relação entre o consumidor e a empresa que promete uma enorme interface na internet.

"A expectativa é de reposicionar a marca na mente do consumidor", comentou. "O site de Rider traz um diálogo inovador na web para o segmento de calçados. Identificamos que havia oportunidade de proporcionar uma experiência mais interessante no ambiente web. A apresentação dos produtos trará movimento e interação e seus atributos e diferenciais terão uma linguagem leve e divertida", adiantou.

A parceria com a Gringo virá sobre outras plataformas. "Além do site, estamos desenvolvendo outras ferramentas para o ambiente digital, já que é um dos mais ricos para explorarmos o novo conceito de Rider por sua capacidade de interação e inovação contínuas", disse, acrescentando que a marca quer "oferecer serviços relevantes que ajudem o público a curtir seus caminhos". "Queremos criar um ambiente cada vez mais colaborativo".

A Grendene lançou a marca pela primeira vez em 1986 e foi líder até 2004. Do consagrado conceito "Dê férias para seus pés", passando pelo "Let's Rider", o lema agora é "Enjoy the ride", que chama o jovem descontraído a aproveitar e curtir a vida. Com modelos mais contemporâneos, o relançamento da Rider foi planejado para atingir homens de 20 a 25 anos de idade.

Propmark, São Paulo, 26 out. 2009, p. 9.