

# Informação compartilhada ajuda a aperfeiçoar o produto

No ano passado, a Dell foi uma das grandes empresas que recorreu à nova plataforma digital para conhecer a opinião de consumidores sobre modificações planejadas em modelos de laptops e criação de novos produtos

Rafael Abrantes

rabrantes@brasileconomico.com.br

Cada vez mais as empresas e seus clientes estão descobrindo que o meio digital é a melhor opção para conversarem. A interação, porém, não deve se restringir mais apenas a dúvidas ou reclamações.

A última tendência, explicam especialistas e usuários, é expor uma ideia e esperar que a interatividade no click do mouse se transforme em colaboração para projetos mais interessantes. E produtos e serviços estão hoje entre as principais oportunidades para evoluir o modo de compartilhamento de informações na internet — é a base do crowdsourcing.

Foi acreditando neste movimento pós-web 2.0 que no ano passado foi fundada a plataforma 'icanmakeitbetter'. Parte da Sentient Services, especializada em pesquisas de mercado e experiência do consumidor, o site propõe o desenvolvimento de produtos, marcas e vendas por meio do engajamento da comunidade virtual.

“A ideia é fundir a inovação social e a pesquisa em um serviço agradável para o internauta. É uma combinação com alta demanda na economia criativa de hoje”, afirma Estuardo Robles, diretor do icanmakeitbetter no Brasil. A sede da empresa é na cidade de Austin, Texas, nos Estados Unidos.

Uma vez online, o diálogo entre empresa e consumidores deve começar apenas com uma pergunta: como você pode melhorar isto? E o produto, ou serviço, pode ser instantaneamente avaliado — e recomendado.

A plataforma, diz Robles, oferece revisões sobre produtos, pesquisas de mercado e recrutamento de usuários, além da integração de ideias com as redes sociais, tudo com a possibilidade de navegação em nuvem. “A plataforma permite que empresas possam ter total controle para fazer ‘chamadas criativas’. Podem formar suas próprias comunidades para reunir boas ideias”, completa.

O software é licenciado, uma das fontes de receita da empresa, que não quis revelar valores. A gestão de recursos da plataforma também é vendida como serviço aos clientes.

Ainda nova no mercado, um bom teste para a empresa, segundo Robles, ocorreu com a Dell no ano passado. A fabri-



**Estuardo Robles**  
Diretor do  
icanmakeitbetter  
no Brasil

“A ideia é fundir a inovação social e a pesquisa em um serviço agradável para o internauta. É uma combinação com alta demanda na economia criativa de hoje”



Operações do icanmakeitbetter no Brasil: diálogo está em “como você pode melhorar isso?”

cante mundial de computadores aderiu ao modelo para conhecer a opinião de consumidores sobre modificações planejadas em modelos de laptop e criação de novos produtos.

Com o andamento da experiência colaborativa, o valor agregado ao produto é inquestionável, acredita o diretor. Segundo ele, os planos para este ano incluem novas operações na América Latina nos próximos dois meses, e previsão de lançamentos na Inglaterra e na China. “A internet trouxe a explosão de canais e ‘pontos de contato’ entre empresas e consumidores, que podem ganhar muito. É como ter clientes trabalhando para você. Quem conseguir gerenciar isso terá muito sucesso na nova economia”.

Para o professor de Criatividade na graduação da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), José Pedrebon, a ascensão do crowdsourcing e a busca “natural” pelo compartilhamento online, em escala mun-

dial, ajudam a comprovar a importância conquistada pelas pessoas em uma economia “extremamente dinâmica”. “Elas passaram a ser o grande diferencial, já que não se pode comprar sua capacidade criativa ou motivação”, observa.

O professor destaca, contudo, que o crowdsourcing, ou qualquer adaptação sua, não pode ter suas atividades enquadradas sob regras fixas quando utilizado — deste jeito, cada caso teria suas peculiaridades.

Com uma web que já permite levantamentos mais reais e imediatos do consumidor, “o maior resultado com a prática do crowdsourcing será sempre a sintonia entre produção e mercado”, aponta Pedrebon.

O conselho de Robles para companhias do setor é fugir do medo de abrir as portas da empresa para os ‘canais sociais’ da internet. “É um campo de guerrilha”, completa Pedrebon, “mas o mais criativo sempre vai sair na frente”. ■

## Matéria