

L'Oréal testa projeto no metrô de Nova York

Máquina de vendas é instalada na estação 42nd Street-Bryant Park para testar a interação da marca com as consumidoras a partir desta terça-feira 5



Máquina de vendas da L'Oréal funcionará até o dia 30 de dezembro de 2013

A partir desta terça-feira 5, quem passar pela estação 42nd Street-Bryant Park, do metrô de Nova York, poderá comprar cosméticos da marca L'Oréal. A fabricante francesa montou uma máquina de vendas de 2,1 metros de altura e 4,5 metros de largura, equipada com tela touch screen, espelho, câmeras e sensores capazes de sugerir combinações com produtos da marca. A ação L'Oréal Paris Intelligent Color Experience acontece até o dia 30 de dezembro, levando a L'Oréal para o mundo da experimentação em locais inusitados, além das lojas.

Em entrevista para o jornal The New York Times, Marc Speichert, diretor de marketing da L'Oréal Americas, disse que o objetivo é oferecer uma "experiência digna da vida real". Criado pela R/GA Lab, da R/GA, agência do grupo Interpublic, em parceria com a CBS Outdoors, especializada na comercialização de mídia no metrô, e a Autoridade de Transportes Metropolitanos (MTA) de Nova York, o teste consumiu um aporte estimado entre US\$ 700 mil e US\$ 1 milhão. Se apresentar resultados positivos poderá ser replicado em outros lugares, reforçando o conceito "porque eu mereço".

A compra

A máquina da L'Oréal oferece até 700 itens, de maquiagem a esmaltes, cujo preço varia entre US\$ 5,99 e US\$ 9,99. A escolha do produto é feita por meio do espelho, que interage com a consumidora, e a compra pode ser efetivada com o toque na tela. Há ainda a possibilidade de enviar a sugestão de compra para o e-mail da usuária. O pagamento deve ser feito por meio de cartão de crédito.

Fonte: Meio & Mensagem [Portal]. Disponível em:

<<http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/noticias/2013/11/05/LOréal-testa-projeto-no-metro-de-Nova-York.html>>. Acesso em: 5 nov. 2013.