

A inovação deve começar com o consumidor

Por Simone de Camargo, Diretora de Marketing, Epson do Brasil

14/09/2016 10:50:48

A indústria de tecnologia está sempre em busca da próxima ideia que vai transformar o mercado, que vai atrair mais consumidores. Por isso inovação é a palavra-chave no nosso meio. Sempre há uma oportunidade para a inovação, e precisamos apenas estar atentos como os nossos consumidores se comportam. Quantas vezes não vimos um produto usado para um fim diferente daquele que foi criado ou um uso adaptado em que ele atende ainda melhor às necessidades do consumidor?

O brasileiro tem uma palavra própria que pode traduzir uma oportunidade de inovação: a gambiarra.

Nos últimos anos, as impressoras ganharam uma série de novas funcionalidades que vão desde conexão Wireless até telas sensíveis ao toque. Mas a constante troca de cartuchos de tinta e o alto custo de impressão sempre foram os pontos críticos. O mercado, em especial o brasileiro, sempre tão criativo, buscou técnicas diferenciadas e econômicas para imprimir.

Para evitar a troca constante de cartuchos e baratear os custos, muitos consumidores passaram a adaptar tanques de tinta externos as impressoras. A gambiarra, neste caso chamada de bulk ink, passou a ganhar bastante mercado. Vimos multiplicar o número de prestadores de serviços adaptando equipamentos, fornecedores de tintas; um mercado alternativo ao cartucho.

Em pouco tempo, as impressoras da Epson eram as mais utilizadas no bulk ink, pois tanto os técnicos quanto os usuários perceberam que eram mais duráveis, devido à cabeça de impressão permanente, com a exclusiva tecnologia MicroPiezo. Mas a qualidade controversa das tintas danificava os produtos, que perdiam as garantias de assistência técnica devido à gambiarra.

Foi observando esse comportamento e mercado potencial que a Epson começou a desenvolver sua própria solução com tanque de tinta, a família Ecotank. A demanda do consumidor era clara: equipamento mais produtivo, insumo mais barato, e mais autonomia. Mas a Epson foi além: reduziu o custo por impressão aos mínimos centavos, mesmo utilizando tinta original de qualidade, especial para a alta tecnologia de suas cabeças de impressão, e estendeu a economia também ao nível do consumo de energia.

A gambiarra deu o insight, mas Ecotank nada tem de improviso. Todo o sistema atende às demandas do consumidor, porém com tecnologia confiável e garantia da indústria. Desde 2013, a Epson produz no Brasil uma solução cujo custo-benefício conquistou o consumidor que antes buscava adaptações precárias, sem qualidade de cor e vazamentos, que danificavam as cabeças de impressão.

É claro que Ecotank acabou caindo no gosto do consumidor e virou caso de sucesso. Hoje, alcançamos a marca de 1 milhão de impressoras da família fabricadas no Brasil.

A linha EcoTank permite que o usuário imprima milhares de páginas com o mesmo kit de tintas. A vantagem salta aos olhos. Uma garrafa de tinta substitui mais de 30 cartuchos. O kit de 4 garrafas imprime até 7500 páginas coloridas, o que equivale a 15 resmas de papel. A troca de insumo é totalmente autônoma, o consumidor compra sua garrafa e troca a tinta em casa.

Sensível à gambiarra, a Epson reinventou o mercado de tinta no Brasil. E esse caso tem a ver com os mais de 30 anos que trabalhamos para imprimir uma história bem-sucedida no país. E porque Ecotank retribui com mais economia e produtividade ao consumidor, a Epson vai celebrar a marca de 1 milhão de impressoras brasileiras com a campanha “Impressora Dourada”.

A inovação não necessita ser disruptiva! Quando ela nasce de uma necessidade prática na nossa vida, então o benefício gerado é uma garantia de sucesso.