

Sua embalagem foi criada pela empresa nacional Premier Pack, que buscou desenvolver o design da embalagem em parceria com a empresa francesa Saverglass - distribuidora dos frascos de vidro. A embalagem possui uma pintura fosca azul e é utilizado o *hot stamping* na coloração prata a fim de produzir um efeito metalizado na impressão. O *home spray* é vendido por R\$118.

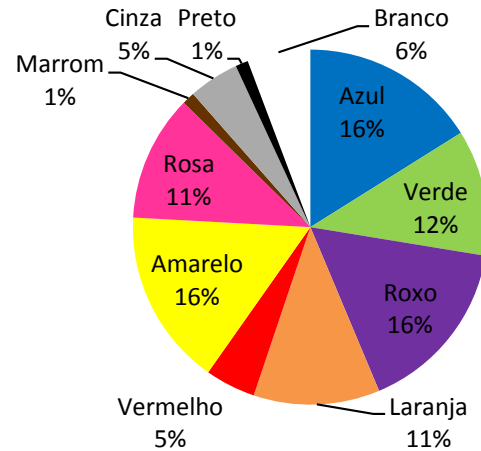
Assim, analisando esses dois produtos de concorrentes, percebe-se que a venda de identidades olfativas pelas próprias marcas é um ramo de mercado ainda em expansão, já que apenas dois desses a implementam. Assim, vale ressaltar que outros concorrentes também utilizam a estratégia do marketing olfativo, mas poucos possuem em todas as lojas o mesmo cheiro, não havendo assim uma concordância entre marca e conceitos.

PESQUISA COM O PÚBLICO-ALVO

Para obter uma verificação entre a interação dos usuários com o produto e de aspectos experienciais dos mesmos com o aroma, foram realizados questionários qualitativos para que os consumidores sentissem o odor da marca Damyller através de um fragmento de jeans, respondendo ao questionário e opinando sobre suas expectativas em relação ao aroma sentido. Os questionários foram aplicados preferencialmente em ambientes que não influenciassem diretamente o consumidor em relação à marca Damyller, focando apenas o aroma, o olfato e suas experiências com o mesmo. Entre os dias 31/10 e 02/11/2014 foram aplicados 25 questionários, com predominância de 64% de entrevistados o público feminino e 88% do total de faixa etária entre 20 a 35 anos.

O aroma transmite alguns padrões associados entre os entrevistados como: a transmissão de uma sensação de frescor, além do predomínio de uma composição tanto com formas curvilíneas como geométricas e também a transmissão de características com tendências de um ambiente que relembram a natureza. Uma das questões abordou uma relação de cores mais exaltadas pelos entrevistados ao se depararem com o aroma, no qual houve um parâmetro entre elas segundo o gráfico a seguir:

Figura 4: Gráfico de cores



Fonte: Autora

As cores azul, roxo e amarelo foram os mais selecionados, com uma porcentagem análoga. Além disso, alguns conceitos sobre o aroma foram frequentemente relatados pelos participantes durante a entrevista como: doce, marcante, organização, limpo, conforto, suave, tranquilidade, neutro, feminino, agradável, leve e prazeroso.

PLANEJAMENTO DA EMBALAGEM

Percebendo essa oportunidade de venda direta para os consumidores da identidade olfativa da Damyller, foi desenvolvido um conjunto de embalagem que contivesse o aroma.

De acordo com as pesquisas realizadas juntamente com os usuários e através da análise de similares e da identidade olfativa da marca foram identificadas conclusões iniciais imprescindíveis para a criação e execução desse projeto, as quais são:

- Tanto os conceitos da Damyller como da sua identidade olfativa deveriam estar aparentes de alguma forma no projeto e fazerem conexões entre elas. Esses conceitos são: conforto, atitude fashion, espírito jovem e inovador, *eco-friendly*, praias, corais, redes, pescadores, conchas, pôr-do-sol;