

COMO A INOVAÇÃO PROMOVE A AFETIVIDADE E AUXILIA NA FORMAÇÃO DE INDIVÍDUOS SAUDÁVEIS

Aline Carolina Pahl Stammerjohann
Baunilha Kids

RESUMO:

Quando deu início às atividades, ainda em Joinville em 2019, a Baunilha desenvolvia produtos artesanais de tecido em geral, sempre prezando pela qualidade e cuidado.

Em 2022 definiu-se por focar sua produção nas naninhas, entendendo que havia uma demanda de mercado para o produto. Desta maneira, foram investidos em maquinário (máquina de bordado) e na terceirização de boa parte da produção.

Além de lançar novos modelos de naninhas, considerando características como cor da pele, olhos, tipos de cabelos, a Baunilha lançou a linha de naninhas mascotinhos, onde empresas puderam comprar o seu mascote, inclusive, portando sua logomarca.

A exemplo de uma ótica que adquiriu uma naninha para seu espaço kids, onde permite-se que crianças interajam com o produto, trocando seus óculos e percebendo que o brinquedo também precisa utilizá-lo, construindo assim um momento lúdico e descontraído em um momento de transição.

Além de empresas, muitos pais, avós, tios e amigos presentearam crianças e adultos com as naninhas, promovendo além da autoestima já mencionada, situações que contribuem para muitos momentos de transição, como por exemplo a migração de crianças para seus quartos em um momento em que dormem longe dos pais ajudando assim a lidar com a ansiedade de separação, desfralde e até em situações delicadas em que haja mudança significativa na rotina da criança.

OBJETIVO GERAL: Contribuir com a afetividade e construção de uma sociedade saudável e afetiva

OBJETIVO ESPECÍFICO:

Promover um sono de qualidade para a criança;

Contribuir para a autoestima dos indivíduos, considerando as características de cada um;

Construir uma relação de descontração e afetividade através da utilização do produto.

EVIDÊNCIAS:

O sucesso da produção focada nas naninhas, ocasionou na saída da CLT (Sócia fundadora ainda mantinha um vínculo em CLT) e ainda a aquisição de uma loja de produtos para crianças em janeiro de 2023, ampliando sua participação de produtos ofertados ao público infantil.

ESTRATÉGIAS E SOLUÇÕES IMPLEMENTADAS:

* Manter um relacionamento com clientes seja pessoalmente ou através de redes sociais;

* Criação de conteúdos educacionais em aproveitamento ao currículo da sócia fundadora da marca;

* Planejamento para atendimento em ponto físico (abertura de loja).

RESULTADOS QUANTITATIVO: Aumento de 35% no faturamento, comparado ao ano de 2021.

RESULTADO QUALITATIVO: Considera-se o feedback positivo de clientes atendidos, narrando suas experiências ao presentear com o produto e o resultado destas interações como por exemplo a criança dormir em seu quarto com tranquilidade, acordar menos durante a noite (ou não acordar). Em caso de empresas que adquiriram a naninha mascotinho, houveram retornos positivos em relação a descontração no ambiente empresarial (a exemplo de uma empresa de consultoria que leva seu mascotinho até o cliente) e até mesmo contribuir com a humanização da marca.