

## **My Starbucks Idea: *crowdsourcing* como método de sobrevivência**

Criado em 2008, o portal My Starbucks Idea surgiu, a princípio, como uma tentativa de mitigar os efeitos negativos que a companhia estava sofrendo, devido à crise econômica mundial da época. Segundo o Diretor de Mídias Sociais da Starbucks Coffee, Matthew Guiste, a queda dos valores das ações de uma companhia indicam a necessidade de se investir em novas abordagens para divulgar os produtos e serviços, buscando um novo impulso de crescimento para a companhia. Da mesma forma, Matthew também menciona a maior dificuldade que há em utilizar redes sociais e campanhas de marketing para gerar impactos positivos, quando a companhia se encontra num momento favorável de crescimento.

A página My Starbucks Idea permite que os usuários realizem apenas três atividades. Primeiro, a submissão de novas ideias: um usuário pode enviar uma nova ideia para a página, que a registra e disponibiliza para que todos os usuários possam visualizá-la. A segunda funcionalidade é a de permitir que um usuário possa visualizar todas as ideias submetidas, o que permite que cada usuário veja quais são as preocupações dos outros usuários, bem como quais ideias já foram submetidas. Durante a visualização das ideias, é possível filtrar pelas mais recentes, populares, mais comentadas ou mais votadas como positivas, assim como acessar as diferentes categorias. A terceira utilização permite que os usuários votem nas ideias submetidas, como boas ou más ideias. Assim, os usuários podem alavancar o status de ideias que gostariam de ver sendo implementadas pela Starbucks, ou que não consideram boas e não querem ver sendo colocadas na prática.

A empresa também mantém uma seção dentro da página, intitulada “Ideas in Action”. Esta seção se assemelha ao formato de *blog*, onde os usuários com direitos suficientes podem criar uma postagem. Neste caso, o objetivo é manter um canal de *feedback* por parte da empresa, onde os clientes da Starbucks podem visualizar quais ideias foram adotadas pela companhia. Este canal é considerado importante para que os usuários da página sejam capazes de ver que a companhia tem interesse em melhorar os serviços oferecidos, ou até mesmo criar novos produtos e/ou adotar novos processos que os clientes veem como benéficos.

No início de 2015, a página já havia recebido mais de 190 mil ideias, registradas diretamente por clientes Starbucks, após quase 7 anos de funcionamento. Estima-se que, nesta mesma época, cerca de 300 ideias foram implementadas pela companhia. Apesar da proporção de ideias aceitas ser bem menor do que o volume total, algumas das ideias mais notáveis incorporadas pela Starbucks são:

- Ideia #3: WiFi grátis nos EUA e Canadá;
- Ideia #144: novo sabor Frappuccino Coco Mocha
- Ideia #275: novo sabor Machiatto de avelã
- Ideia #233: novo sabor Latte Pumpkin Spice VIA
- Ideia #19: brinde grátis para aniversariantes
- Ideia #34: happy hour

Com mais de 2 milhões de votos nos primeiros 7 anos de funcionamento, o My Starbucks Idea se mostrou um grande sucesso de *crowdsourcing*, incorporando, na mesma página, ideias para manter interações diretas com clientes, mecanismos de validação de novas ideias para implantação, e formas simples e fáceis de incentivar a colaboração entre pessoas (clientes e funcionários Starbucks).

**Perguntas:**

- 1) Como o My Starbucks Idea auxilia os diferentes tipos de tomada de decisão?
- 2) Imagine que você é dono de um pequeno negócio. Como você utilizaria um sistema de informação para coletar sugestões dos seus clientes? Tente pensar em algo diferente do My Starbucks Idea. Pense, também, como utilizaria este sistema para criar novos produtos.
- 3) Ainda no cenário da Pergunta 2, como você recompensaria os clientes que dão boas ideias? Lembre-se de que recompensas boas e justas implicam em clientes assíduos!

**Fontes:**

<http://mystarbucksidea.force.com/>

<https://smbp.uwaterloo.ca/2015/02/my-starbucks-idea-the-starbucks-crowdsourcing-success-story/>