

Innovación con Empatía: Jersey Pay de Corona



02 de febrero del 2024 | 3 min de lectura

Jersey Pay de Corona revoluciona la experiencia del aficionado en estadios. La empatía con el cliente y la capacidad de encontrar soluciones innovadoras a problemas cotidianos son aspectos fundamentales en el mundo del marketing y la publicidad. La agencia creativa VMLY&R Commerce demostró esto de manera ejemplar al enfrentar el desafío de incrementar las ventas de cerveza dentro de estadios, tomando como punto de partida un problema común: la incomodidad de llevar carteras y dispositivos electrónicos durante eventos masivos.

Inspiración

El equipo creativo se inspiró en la realidad de que los aficionados llevan sus camisetas de fútbol a los estadios y se propuso crear algo único y que fuera bastante funcional. Así nació la innovadora Jersey Pay para Corona, una playera que no solo representa la pasión por el equipo, sino que también funciona como una cartera digital, utilizando tecnología para realizar transacciones electrónicas de manera segura.



Necesidades del consumidor

El director ejecutivo creativo, Adriano Lombardi, destaca la importancia de entender las necesidades del cliente y cómo los lugares como los estadios, pueden ser más sujetos a robos de carteras y celulares. La empatía con el consumidor fue el motor que impulsó la creación de Jersey Pay, una solución única que aborda problemas de seguridad y conveniencia.

El proceso de desarrollo no estuvo exento de desafíos, desde la elección de la tecnología hasta la adaptación de la misma a una prenda que se pueda lavar y planchar. Sin embargo, el equipo superó obstáculos y logró una solución efectiva: una tarjeta RFID impermeable incorporada detrás del escudo del equipo, protegida por un cobertor de goma adicional.

Innovación con empatía



La implementación de Jersey Pay comenzó con una prueba de 30,000 unidades lanzadas al mercado a través de Modelorama, para que los aficionados del Club América las utilizaran en el Estadio Azteca. Esta iniciativa responde al patrocinio de Corona al equipo, pero el objetivo es expandirse a otros clubes y eventos, como el Corona Capital y el Mundial de Fútbol.

Futuro de Jersey Pay

Jersey Pay se proyecta como una tecnología presente en el Mundial de 2026, cuando México será sede. La iniciativa se posiciona como una solución no solo para comprar cerveza, sino también para adquirir alimentos y souvenirs en eventos deportivos y culturales.

La empatía con el consumidor se refleja en ofrecerles comodidad y seguridad a los aficionados, eliminando la necesidad de llevar efectivo o tarjetas de crédito. La conexión entre la pasión por el equipo y la facilidad de compra se convierte en el foco principal de la experiencia del cliente, destacando la importancia de comprender y resolver los problemas del público objetivo. En el artículo "Tendencias 2024", destacamos la importancia de innovar y adaptarse a los gustos de los consumidores. La innovación te lleva a riesgos, pero cuando se resuelve un problema con eficiencia, el éxito está garantizado.

Jersey Pay es un ejemplo de cómo la empatía, la innovación y la resolución de problemas se combinan para crear experiencias significativas y contribuir al crecimiento de la compañía.

¿Te imaginas un mundo donde no necesites llevar tu billetera o tarjetas al estadio?

Si deseas saber más sobre este tema, haz click [aquí](#).

