

Revolucionando a indústria da beleza com experiências sensoriais e cosméticos sob medida



Case: Revolucionando a indústria da beleza com experiências sensoriais e cosméticos sob medida

Solução: Conheça o B-Scent e o Emuage, as soluções tecnológicas da BASF para potencializar o segmento de cosméticos e fragrâncias.

Segmento: Químicos

Desafio

Com os consumidores à procura de produtos de beleza feitos sob medida para suas necessidades, o setor de cosméticos passa por uma revolução tecnológica para trazer soluções cada vez mais personalizadas. Com isso, seria possível criar experiências únicas ou tornar reais as sensações no mundo digital? A BASF já tem mostrado que sim.

Contexto

E se pudéssemos experimentar sensações no mundo digital? Você já ouviu falar de fragrâncias digitais? Acredite ou não, já podemos, e a BASF está liderando o caminho com seu aplicativo B-Scent, um projeto inovador e premiado que revoluciona a maneira como os seus clientes podem experimentar uma variedade de fragrâncias.



De acordo com uma pesquisa realizada pela Ericsson, líder em telecomunicações, a tecnologia avançada permitirá uma internet completa dos sentidos até 2025. Os consumidores estão ansiosos para entrar no mundo digital sensorial, onde podem experimentar cheiro, sabor e texturas digitalmente. Na verdade, 45% já dizem que querem uma experiência de compra envolvendo os cinco sentidos.

Ao mesmo tempo, a personalização de produtos cosméticos é uma das principais tendências globais, segundo a empresa de pesquisa Mintel (2023, Beauty and Personal Care Trends, Latin America).

As tendências globais de beleza e cuidados pessoais identificadas pela Mintel estão focadas **na inovação de produtos e táticas de marketing que impactarão o futuro da indústria da beleza.**



Revolucionando a indústria da beleza e fragrâncias com experiências sensoriais e cosméticos sob medida

BASF
We create chemistry

Seguindo o senso pós-pandemia de autocuidado e bem-estar para todas as fases da vida, a Beleza se tornou uma categoria disruptiva com novas regras de engajamento. Além de oferecer comodidade, as marcas devem proporcionar experiências divertidas e lúdicas. Eles querem experimentar novos visuais e aplicativos do tipo “faça você mesmo” e, ao mesmo tempo, estão procurando produtos mais sustentáveis.

A BASF agora está tornando possível interligar esses universos – da tecnologia e dos sentidos – com duas soluções extremamente inovadoras: o B-Scent, dispositivo que emite aroma seco com fragrâncias produzidas pela empresa, apoiado por um aplicativo de mesmo nome, e o Emuage – máquina de tratamento capilar sob medida.



Emuage é uma tecnologia que promete encantar, porque é humanizada e disponibiliza o tratamento adequado para necessidades individuais.

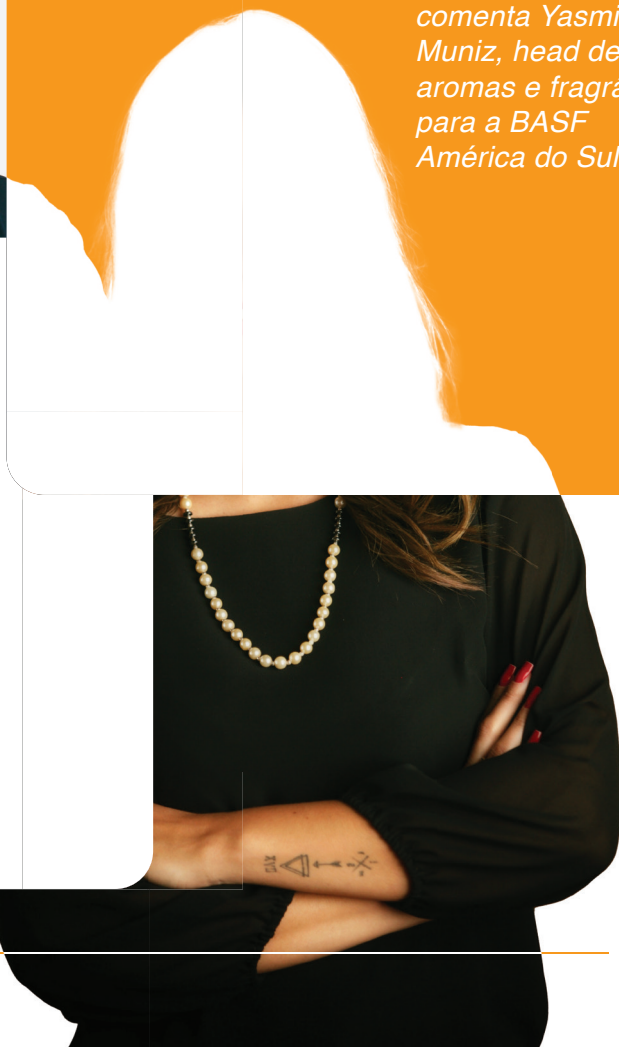
Participamos também com nossos ingredientes ativos, desenvolvidos a partir de intensa pesquisa dos times da BASF”

afirma Fábio Cahen, diretor de Personal Care da BASF para a América do Sul.



O B-Scent permite que nossa equipe leve ao cliente uma experiência sensorial inovadora, que vai além do olfato. Além disso, conseguimos apresentar a presença de cada fragrância nas diversas aplicações possíveis, deixando mais palpável a experiência e trazendo maior segurança na escolha”

comenta Yasmin Muniz, head de aromas e fragrâncias para a BASF América do Sul.



Inovação e foco na sustentabilidade são apenas dois dos pilares da BASF em todos os setores em que ela deixa sua marca. E, a indústria da beleza não é exceção.

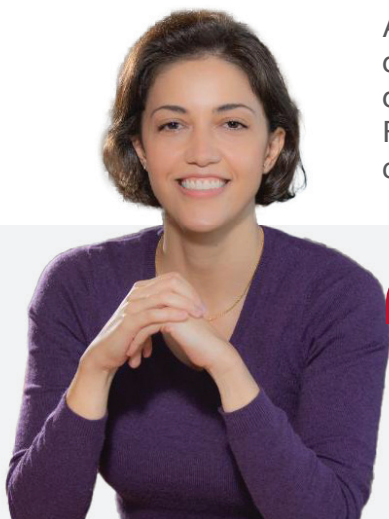
A Beleza no Digital



Figura 1 - O aplicativo B-Scent lançado em 2022, permite uma experiência sensorial que libera no ar a fragrância escolhida. Crédito: divulgação BASF.

A BASF lançou o aplicativo B-Scent em 2022 a partir de uma iniciativa de inovação aberta. Em conjunto com um dispositivo desenvolvido pela startup NoAR, a BASF mostrou que é possível testar várias fragrâncias, uma após a outra, controladas pelo aplicativo B-Scent, sem que uma interfira no cheiro da outra. Os clientes do negócio de Aromas & Fragrâncias da BASF podem experimentar a fragrância pura e aplicada em formulações, proporcionando uma primeira impressão do portfólio de produtos.

A equipe de Transformação Digital da BASF, que avalia tecnologias e tendências disponíveis no mercado e apoia a implementação da jornada de transformação digital da BASF que impacte clientes, também foi fundamental nesse projeto. Foi responsável por identificar a startup NoAr e a tecnologia de internet dos sentidos, que veio ao encontro do pilar estratégico de digitalização do negócio.



“**Acreditamos na inovação aberta e que as conexões certas com o ecossistema de inovação, como esta realizada com sucesso com a NoAr, proporcionam experiências únicas e de valor para nossos clientes”**

Juliana de Carvalho, Gerente de Inovação Digital BASF América do Sul.

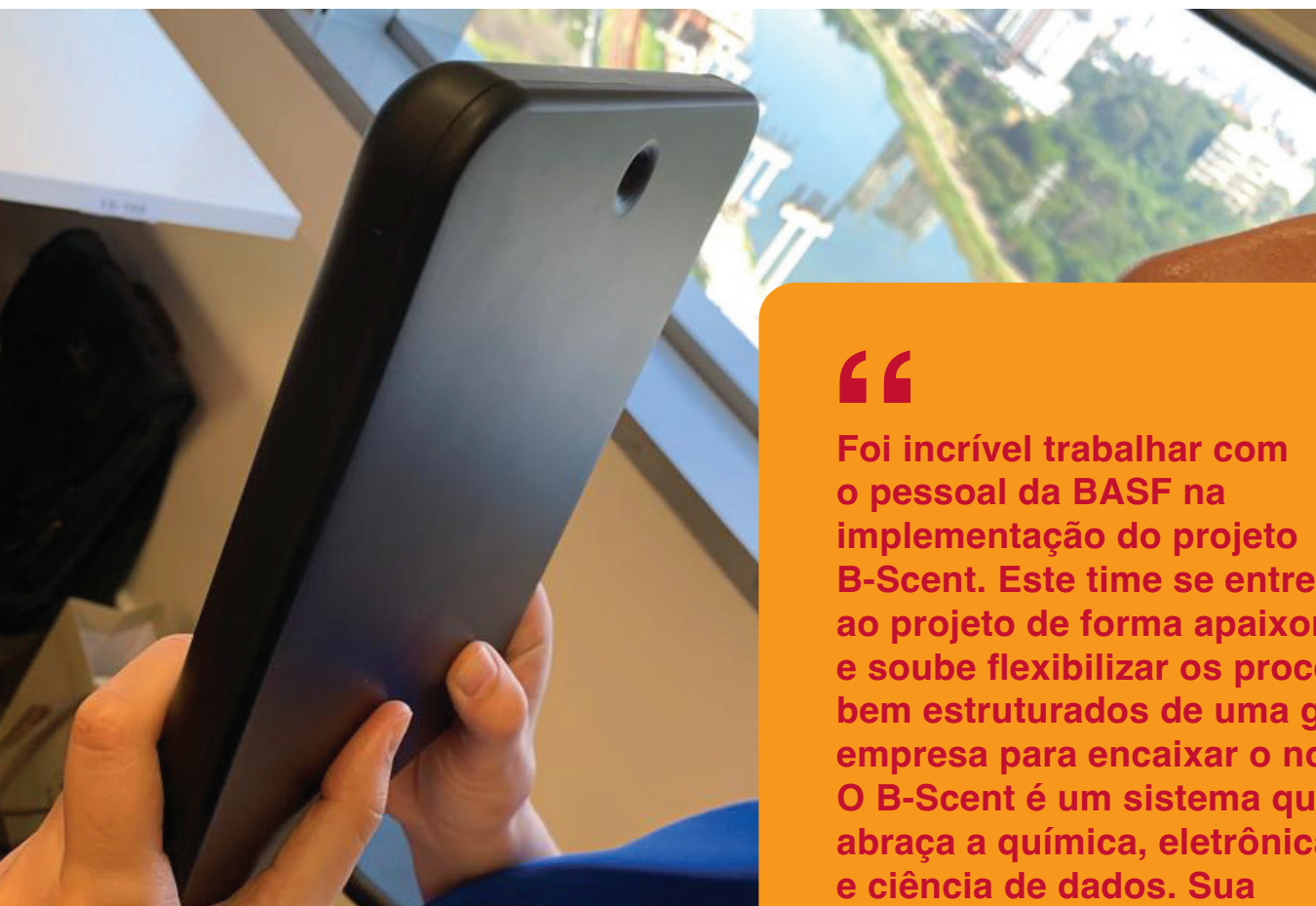


Figura 2 – Desenvolvido em parceria com a startup Noar, o dispositivo semelhante a um tablet, permite a simulação de essências misturadas.
Crédito: divulgação BASF.

A tecnologia multissensorial por trás deste projeto compreende Nanotecnologia, Big Data, Ciência de Dados e Inteligência Artificial. E, com mais de 20 cápsulas diferentes, cada uma com 100 disparos substituíveis, seu uso é ilimitado. Além da tecnologia de cheiro seco, foi criado de forma sustentável. A abordagem também significa uma redução no custo e no tempo necessário para o transporte de matérias-primas de amostras.

As fragrâncias que já estão disponíveis hoje – Santalol, Menthol, Velberry e Nerol, são simuladas em perfumes, pós-barba, hidratante corporal e lava-roupas líquido, por exemplo. O Isobionics® Santalol, alternativa ao sândalo, é produzido com ingredientes baseados em biotecnologia a partir de matérias-primas renováveis e tem uma baixa pegada de carbono. Como tradicionalmente o óleo de sândalo é extraído de árvores de 30 anos quando elas são cortadas, esse processo ajuda a reduzir o corte e a exploração excessiva da árvore de sândalo-branco.

“

Foi incrível trabalhar com o pessoal da BASF na implementação do projeto B-Scent. Este time se entregou ao projeto de forma apaixonada e soube flexibilizar os processos bem estruturados de uma grande empresa para encaixar o novo. O B-Scent é um sistema que abraça a química, eletrônica e ciência de dados. Sua implementação foi um desafio porque exigiu envolvimento de muitas áreas da empresa. Foi uma alegria ver como a BASF acolhe as startups, integra equipes e acredita na inovação para transformar nosso planeta! O cheiro digital agora é uma realidade na BASF. E um orgulho para nós da NoAr”

explica Claudia Galvão, CEO da NoAr

É um jogo!

Outra inovação empolgante da BASF chama-se Emuage, produzida em conjunto com a empresa francesa B2B Cosmetics. Ele é um dispositivo que permite que produtos sob medida sejam projetados e misturados, disponibilizados em cápsulas com pequenas quantidades para atender às necessidades individuais dos clientes.

Para testar a tecnologia no mercado brasileiro, a BASF se uniu ao Grupo Boticário para criar o “Match Experience Science”, um programa projetado especificamente para salões de beleza.

A Match Experience Science permite que os profissionais de cuidados capilares forneçam um novo nível de diferenciação e flexibilidade para seus clientes. Eles podem diagnosticar o tipo de cabelo de seu cliente, preparar e aplicar produtos criados sob medida. Um salão de beleza em São Paulo foi o primeiro a tentar essa abordagem e os resultados são extremamente positivos.

Logo no lançamento, mais de nove mil pessoas se envolveram em comentários e reações. Uma pesquisa realizada mostra que 97% dos consumidores brasileiros estão interessados em uma abordagem personalizada, em geral, com 90% dizendo que usariam o serviço se ele estivesse disponível em um salão de beleza.

“O cuidado individualizado está entre as tendências do setor de cosméticos e exige conhecimento interdisciplinar para atender a essa demanda. Por isso, a parceria com a BASF vem para somar à qualidade dos nossos produtos, com ainda mais inovação e tecnologia aplicada à experiência dos nossos consumidores. A proposta é uma experiência de beleza única, com um tratamento direcionado, individualizado e eficaz”, reforça Gustavo Dieamant, diretor de P&D do Grupo Boticário.



Figura 3 – O equipamento Emuage, que desenvolve tratamentos capilares personalizado na experiência Match Experience Science. Crédito: divulgação BASF.

Existem seis combinações de tratamento possíveis disponíveis com o equipamento, e todas estão associadas às máscaras capilares Match. Os tratamentos atendem às necessidades de uma ampla gama de clientes e oferecem muitos benefícios, por exemplo, melhor hidratação capilar, nutrição, reconstrução e reposição de massa capilar, restauração da cor e muito mais.

Em resumo, os benefícios das compras sensoriais e cosméticos personalizados incluem:



Figura 4 – Com a tecnologia do Emuage é possível fazer diversas combinações de tratamentos capilares. Crédito: divulgação BASF.

Jeito E

A BASF continua a liderar o caminho, equilibrando inovação e sustentabilidade na indústria da beleza, trabalhando com parceiros especialistas em seu campo para trazer soluções aos consumidores que pavimentem o caminho para o futuro. Um futuro que fornece serviços personalizados para os indivíduos únicos que somos – tanto no mundo físico quanto no mundo digital. De acordo com um relatório da Ericsson, 33% dos “early urban adopters” esperam usar todos os nossos sentidos para compras online até 2030.

Este é mais um exemplo do jeito E da BASF, que une produtividade e sustentabilidade. É assim que criamos química para um futuro sustentável e contribuimos para um mundo que ofereça mais qualidade de vida para todos.

BASF B-Scent e Emuage obtém sucesso nos seguintes ODS da ONU



Indústria, Inovação e Infraestrutura

Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação



Produção e Consumo Responsável

Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis