

A COCA-COLA QUE SE CUIDE

Fonte: Revista Seu Sucesso, Editora Europa Abril de 2005

Existe uma nova marca de refrigerantes nos EUA que está causando furor nos consumidores – tem crescido 30% ao ano em um mercado estagnado e já fatura U\$ 30 milhões, com apenas 8 anos de existência.

Trata-se da Jones Soda, criada pelo ex-instrutor de esqui Peter Van Stolk, que, com oito anos de vida, está se tornando um hit na terra do Tio Sam.

Perguntado pelas razões do sucesso pela revista Fast Company, Peter responde que desde o início soube ouvir os clientes, sendo que boa parte da interação veio pelo site da empresa.

Ele também quebra diversos paradigmas do mundo dos negócios. Diz ele, por exemplo: “cuidado com a escolha de seu público-alvo. Pessoas de 30 a 40 anos têm dinheiro para consumir, mas, nessa faixa, nunca vi uma mulher se espelhando em mulheres de 45 anos. Elas se espelham nas de 25 a 30. Sempre para baixo”.

Exemplos de garrafas de refrigerantes da Marca:



Exemplo de bebidas consideradas
como “naturais” da Marca:

Exemplo de energéticos
da Marca:



Vale a pena conferir o visual e os produtos da marca no site oficial:
http://www.jonessoda.com/files_new/flavours.html



PARTE DA MATÉRIA PUBLICADA PELA CÂMARA AMERICANA DE COMÉRCIO

Paul Weinstein, diretor de operações da Jones Soda Co., uma fabricante de bebidas da “nova onda” –, como o executivo chama todas as centenas de bebidas alternativas aos refrigerantes tradicionais da Coca-Cola e da Pepsi disponíveis no mercado americano – concorda. Em abril sua empresa entrou num novo nicho desse mercado, o de bebidas à base de frutas, que ele acredita será um fator importante para a companhia atingir seu objetivo de aumentar em até 80% o faturamento de US\$ 19 milhões obtido em 2000. Ou seja: a aposta é de crescimento do consumo.

A Jones Soda compra o concentrado para seus refrigerantes nos Estados Unidos – um exemplo importante a se considerar nos planos de exportar para o país: é mais fácil vender concentrado de fruta a grandes distribuidores do que diretamente a fabricantes de bebidas. O investimento da Jones no nicho de bebidas de frutas segue movimentos de gente graúda como a PepsiCo. e a Coca-Cola e mostra que há uma forte tendência no mercado americano para bebidas que fujam ao tradicional, abrindo aí uma oportunidade para sabores exóticos.

Consumidores americanos tendem a ser receptivos a novidades e compram muito, mas adoram comodidade. Isso favorece as bebidas prontas para consumo em detrimento de polpas ou concentrados, que exigem o mínimo preparo. Mesmo assim, a Gomes de Freitas tem conseguido vender concentrado de maracujá para eles. “Os americanos são práticos, estão levando para casa para fazer sobremesa, a musse de maracujá”, diz Gomes Filho.

O consultor do Tropical Juice esteve em maio prospectando o mercado americano para seus clientes e diz que ele oferece várias oportunidades. A principal delas é a venda de concentrados para grandes engarrafadoras, que vendem o suco com suas próprias marcas ou com marcas de terceiros, principalmente supermercados. Outra é oferecer polpa ou concentrado como insumo para a indústria alimentícia, que pode fazer sorvetes, iogurtes ou sobremesas. Em lojas de produtos étnicos ou exóticos há bastante espaço.

Vender aos americanos uma marca brasileira, avalia Freitas, é uma questão que tem de ser estudada por um consórcio de produtores, que juntos conseguiriam oferecer qualidade, preço, e, principalmente, quantidade. “Nenhum produtor brasileiro consegue atender 0,5% do mercado americano sozinho”, atesta Gomes Filho, o trader da Jandaia.

Mesmo para vender suco concentrado para empresas que revendem o produto nos Estados Unidos – como é o caso da Sunbase – um requisito básico é o abastecimento constante. “O Brasil é o maior produtor, mas é também o maior consumidor de maracujá”, diz Moncuer. Isso significa que, em certas épocas do ano, quando o consumo atinge o pico no Brasil, o produtor acredita que é melhor vender no mercado interno do que exportar. A saída: “Importamos concentrado de maracujá do Equador, onde a produção supera o consumo interno”, revela Moncuer.

http://www.aviculturaindustrial.com.br/site/dinamica.asp?id=6847&tipo_tabela=variedades&categoria=geral

COCA-COLA QUE SE CUIDE

Redação AI 27/11/2003 - 11h39 - A empresa americana Jones Soda, de Seattle, criou um refrigerante com sabor de peru com molho. O produto tornou-se um sucesso nos Estados Unidos devido ao dia de Ação de Graças, em que o peru é tradicionalmente vendido no país. De acordo com o Diário OnLine, a bebida teve como preço inicial R\$ 2,90 por garrafa, mas, com o sucesso, o jogo de duas garrafas está custando mais de R\$ 200.

Consumidores indicam que o sabor da bebida é parecido com caramelo e banha de porco. Segundo o dono da Jones, Peter Van Stok, o gosto realmente é "horrível", e esperava que o produto fosse apenas uma curiosidade em Seattle, e não um sucesso em todo o país.

http://clique.blogs.sapo.pt/arquivo/2003_11.html

Esgotado nos EUA refrigerante «intragável» com sabor a peru com molho Apesar do próprio fabricante reconhecer que a bebida é simplesmente «intragável», os consumidores norte-americanos, através da Internet, compraram toda a produção do novo refrigerante da empresa Jones Soda, com sabor a peru com molho. O lançamento da bebida, da qual foram produzidas apenas 6 mil garrafas, esgotou, antes mesmo do Dia de Acção de Graças, que se comemora esta quinta-feira, no qual o peru é a iguaria tradicional das famílias norte-americanas. Através do site da empresa, em poucas horas, foram vendidas as garrafas a 80 cêntimos cada, estando agora a ser leiloadas na Internet, a um preço da ordem dos 57 euros, o par. Peter van Stolk, o proprietário da Jones Soda, já admitiu à imprensa que, não só a bebida é «intragável», como não esperava um tamanho sucesso de vendas. A empresa de Seattle, que pretendia inicialmente distribuir as bebidas apenas no noroeste dos Estados Unidos, tem por hábito produzir bebidas com sabores esquisitos, desfiando mesmo os consumidores a sugerirem novos paladares. O refrigerante de peru com molho, que foi vendido um pouco por todo o lado, mereceu mesmo uma apreciação por parte do jornal San Francisco Chronicle. Aí se descreve que «ao primeiro golo, indícios de caramelo doce e banha de porco salgada atingem o paladar, normalmente seguidos de expressões faciais de confusão, nojo e raiva».

Refrigerante sabor 'peru com molho' faz sucesso nos EUA

http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/story/2003/11/031126_refrigeranteg.shtml

Um refrigerante com sabor de "peru com molho", que até o criador admite ser "intragável", tornou-se um sucesso nos Estados Unidos às vésperas do feriado de Ação de Graças, em que o peru é tradicionalmente servido no país.



Até o criador do refrigerante acha que o produto tem sabor ruim

A empresa Jones Soda, de Seattle (Costa Oeste dos EUA), vendeu todo o estoque poucas horas depois de oferecer o produto em seu site na internet.

O refrigerante custava R\$ 2,90 por garrafa, mas agora um jogo de duas está custando mais de R\$ 200 no site de leilões online eBay.

O jornal *San Francisco Chronicle* noticiou que "ao primeiro gole, indícios de caramelo doce e banha de porco salgada atingem o paladar, normalmente seguidos de expressões faciais de confusão, nojo e raiva".

'Curiosidade'

O dono da Jones, Peter van Stolk, que está doando o lucro com a bebida a organizações de caridade, admite que ela tem um gosto "horrível".

Van Stolk pretendia distribuir as bebidas apenas em lojas nas áreas de Seattle e Olympia, no noroeste dos Estados Unidos.

Ele esperava que o produto fosse apenas uma curiosidade sazonal e produziu 6 mil garrafas. O empresário acabou ficando surpreso com o sucesso.

http://www.jonessoda.com/files_new/about.html

A história da Companhia

About Jones Soda

As of August 1st, 2000, Urban Juice and Soda Company Ltd. officially changed its name to Jones Soda Co ("JONES"). The story of the Company began in 1987, when Company founder and president, Peter van Stolk, recognized the potential of emerging "alternative" products in the beverage industry.

The company's start in the beverage world was not as a manufacturer of its own brand, but as a distributor in western Canada of other successful lines, including Just Pik't Juices, Arizona Iced Tea and Thomas Kemper sodas. By 1994, Jones was firmly established as a full line beverage distributor in western Canada, with a reputation for picking winners.

Jones Soda Flavors

Utilizing its experience and knowledge gained in the distribution industry, JONES decided to create and distribute its own brands. In 1995, JONES created two brands of its own: WAZU Natural Spring water, launched in April 1995 and Jones Soda, launched with six flavors in January 1996. Jones Soda has been recognized and awarded for its unique packaging that features constantly changing labels that are generated and submitted by its consumers. In 2000, Jones Soda Co. launched its own version of an energy drink, named WhoopAss. The following year, in 2001, Jones Soda Co. launched 6 flavors of Jones Juice. See [Jones Flavor Evolution](#) for more information

Distribution of Jones Soda began with what we call our "alternative distribution strategy." Jones Soda Co. placed its own coolers, bearing their signature flames, in some truly unique venues, such as skate, surf and snowboarding shops, tattoo and piercing parlors, as well as in individual fashion stores and national retail clothing and music stores. Following the execution of the alternative distribution strategy, Jones began an up and down the street "attack" of the marketplace; this time placing product in convenience and food stores. Finally, the Company has now begun to achieve larger chain store listings with companies such as Starbucks, Panera Bread, Barnes & Noble, Safeway, Target, Cost Plus, Meijers, Winn-Dixies stores, Albertson's, and 7-Eleven stores.

Jones Soda has also incorporated unique marketing initiatives in its strategy. [Jones Pro Riders](#) and [Jones Emerging Riders](#), including extreme pro athletes [BMXer Mat Hoffman](#), X-Game Gold Medallist [Bucky Lasek](#) and Surf Legend [Benji Weatherly](#), can be found promoting Jones and sporting the Jones logo at extreme sporting events across the country. The [Jones RVs](#) on both the East and West coasts, travel throughout cities in North America handing out soda and talking to the people on the street.

Jones Soda has always been about the consumer and interacting with the consumer. From the ever changing photos on our labels to the company's websites, www.jonessoda.com and www.myjones.com, and the recent MyJones Independent Music site, www.myjonesmusic.com, Jones Soda has created a cult following and is a passion not only among soda drinkers but with its employees, directors and shareholders.

Run with the little guy... create some change.

http://www.jonessoda.com/files_new/sodas.html

[Sodas](#) |
[Naturals](#)
| [Energy](#)
| [Cans](#)

JONES SUGAR-FREE / MID-CALORIE SODAS



Sugar-Free Pink
Grapefruit
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Twisted Lime
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Watermelon
Soda
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Sugar Free
Ginger Ale
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Sugar Free
Cream Soda
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Sugar Free
Root Beer
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Tangerine
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Sugar-Free
Black Cherry
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Blueberry
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT

JONES SUGAR-FREE / MID-CALORIE SODAS



Green Apple
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Vanilla Cola
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Lemon Drop
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Blue Bubblegum
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Fufu Berry
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



MF Grape
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Cream Soda
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Berry Lemonade
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Cherry
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Root Beer
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Strawberry Lime
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Orange & Cream
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



Crushed Melon
Ingredients

RATE IT

REVIEW IT



RETIRED



RETIRED



RETIRED



RETIRED



RETIRED



RETIRED



RETIRED

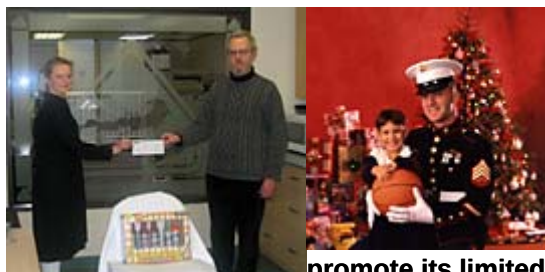
[Sodas](#) | [Naturals](#) | [Energy](#) | [Cans](#)



The [Jones Soda Locator](#) will tell you which major chain stores carry Jones Soda products in your state or province.

Did you know about the [Jones Soda Store](#)? Did you know you can buy all kinds of crazy stuff there?

http://www.jonessoda.com/files_new/turkey04.html



In 2004, Jones Soda teamed up with two excellent children charities to

promote its limited edition holiday pack. This pack contained five new seasonal flavors which included: Green Bean Casserole Soda, Mashed Potato & Butter Soda, Fruitcake Soda, Cranberry Soda and Turkey & Gravy Soda.

The proceeds from sales of the holiday pack in Canada went to benefit the [Covenant House](#). Covenant House is a privately-funded childcare agency which provides shelter and service to homeless and runaway youth. There are locations throughout the United States, as well as in Canada, Nicaragua, Guatemala, Honduras, and Mexico. The location that we worked with on this project was in Vancouver, BC .

For the second year, Jones Soda has partnered with [Toys for Tots](#) and will be donating a portion of the sales to the organization with a goal of raising \$50,000. Toys for Tots is one of the nation's flagship and most visible Holiday Season charitable causes with local Toys for Tots campaigns conducted from October through December each year, in 456 communities nationwide.

We received this letter of thanks from Maj. William J. Grein with Toys for Tots.

May 3, 2005

Dear Jones Soda Associates,

I would like to thank you all for your very generous \$28,148.97 contribution to the Marine Toys for Tots Foundation. For 57 years such support has been most helpful in enabling the Marine Corps to meet the significant challenge of providing joy and hope to our nation's neediest children during the Christmas holiday season.

The Marine Corps reached 7.5 million needy children in 2004. That's a record number of children for our annual program, and I hope you're pleased to have played such a significant part of our success. I'm pleased to report that nearly 120,000 of those underprivileged children were from the Greater Seattle community. Unfortunately, there were still many that we had to turn away. We're hopeful, that with the continued help of such concerned citizens as Jones Soda, we may meet the needs of an even greater number of children in years to come.

On behalf of the Toys for Tots Foundation, the U.S. Marine Corps, and the many needy children of this nation who will experience the simple joy of the Christmas holiday season, I commend you for your thoughtfulness and generosity. Best wishes for a safe, healthy and fulfilling year.

Sincerely,
William J. Grein
Major, USMC (Ret)
Vice President
Marine Toys for Tots Foundation

December 6, 2004:

Please note that this product is now **SOLD OUT**. If you wish, you may leave us your contact information for future promotions, below.

Check out some of the publicity we received:

Date:	Title:	Format:
Nov. 27, 2003	Turkey and gravy soda gobbled up www.contracostatimes.com	HTML PDF (99Kb)
Nov. 26, 2003	Turkey In Your Straw www.tampatrib.com	HTML PDF (95Kb)
Nov. 26, 2003	Turkey & Gravy soda sells out in hours www.seattlepi.com	HTML PDF (78Kb)
Nov.	Quirky Turkey & Gravy	HTML



November 11, 2004 – New from the makers of Turkey & Gravy Soda:

The Jones Soda Holiday Pack!

Holidays can be busy and down right stressful. How can you squeeze in eating when you have much more important tasks like shopping, decorating, and partying? Well the makers of last year's popular [Turkey & Gravy Soda](#) have come up with a solution: the **complete holiday meal replacement set** equipped with a square meal, a straw, and a toothpick. Worried about packing on the holiday weight? Relax knowing that each flavor has **no carbs, no calories, and no caffeine!**

25, 2003	Quirky Turkey & Gravy Soda Selling Well www.yahoo.com	PDF (113Kb)
Nov. 24, 2003	Turkey & Gravy soda on the table for Thanksgiving www.boston.com	HTML PDF (16Kb)
Nov. 22, 2003	Turkey & Gravy Soda on the Table for Thanksgiving www.yahoo.com	HTML PDF (87Kb)
Nov. 21, 2003	Jones' Turkey & Gravy Soda to be sold online only www.seattlepi.com	HTML PDF (78Kb)
Nov. 19, 2003	NPR's turkey Soda taste test www.boingboing.net	HTML PDF (68Kb)



Introducing 5 new, flavor filled, tasty holiday sodas:

- Turkey & Gravy Soda
- Cranberry Soda
- Mashed Potato & Butter
- Green Bean Casserole
- Fruitcake Soda



Click on images to see a larger version

The Jones Soda Co. Holiday Pack is available at select stores in the [Jones Distributor Network](#) and select Target stores. It will be sold on a first come, first serve basis. Don't miss your chance – they sell fast! ***Limited Edition:** each package has a sticker with a sequential number, which adds to the exclusivity of the package. The retail price is \$15.95 per case (+ s & h). [Download the nutritional information and ingredients here.](#)

Have a better idea for a new Soda flavor?
Check out our [suggested flavors page](#), or

MAKE US A FLAVOR

We know you have favorite flavors .. perhaps
some that we should add in future products.
Let us know what you would like to drink.

Make a flavor:

Your Name:

Your email:

Your zip code:

Media Information

Since we are always doing wild and crazy
things here at Jones, we thought ou may be
interested in joining our media mailing list.
We'll keep ya posted!

Full Name:

Email Address:

Phone Number:

Company:

Zip Code:

Comments:



Press Release:
Jones Soda Co. Launches
Five New Holiday Flavors

November 08, 2004

Seattle, WA, U.S.A. – Jones Soda Co. (the "Company" or "Jones Soda" or "Jones"), announces today its limited edition holiday pack of five

new seasonal flavors which includes: Green Bean Casserole Soda, Mashed Potato & Butter Soda, Fruitcake Soda, Cranberry Soda and Turkey & Gravy Soda.

"Our holiday pack takes the work, worries and cost out of preparing a turkey dinner, so our consumers can spend more time with their loved ones. We even included utensils," says Peter van Stolk, President & C.E.O. "We realized consumers are concerned about the 2,000 calories that each full holiday meal contains. That's why we made our sodas zero calories and zero carbs. Now, you can enjoy all the mashed potatoes and butter without worrying about the carbs."

For the second year, Jones Soda has partnered with Toys for Tots and will be donating a portion of the sales to the organization with a goal of raising \$50,000.

Toys for Tots is one of the nation's flagship and most visible Holiday Season charitable causes with local Toys for Tots campaigns conducted from October through December each year, in 456 communities nationwide.

The limited edition holiday pack will be available in select stores through the [Jones Soda distributor network](#) and select Target stores the week of November 8th. Each pack will retail at \$15.95.

The Jones Holiday Pack will also be available for sale on Thursday, November 11th at 8 a.m. (PST) on www.jonessodastore.com. The pack will only be available in limited quantities, and on a first come, first served basis.

Headquartered in Seattle, Washington, Jones Soda Co., manufactures its Jones Soda, Jones Naturals, Jones Energy and Whoopass brands and sells it through its distribution network in select markets across North America. A leader in the premium soda category, Jones is known for its innovative labeling technique that incorporates always-changing photos sent in from its consumers. Jones Soda is sold through traditional beverage retailers and everywhere you'd never expect to find a soda.

Send Now !

1. Após ler a pesquisa inicial fornecida, que aborda o case Jones Soda, que é um refrigerante vendido nos EUA, direcionado para o público adulto, que, em um mercado em declínio (refrigerantes, em âmbito mundial), vem crescendo cerca de 30% ao ano nos últimos 8 anos e apresenta uma proposta revolucionária para o segmento (material elaborado a partir de pesquisa realizada no site da empresa, com ilustrações, e diversos artigos publicados – a ser disponibilizado em PDF, com orientações para desenvolvimento), discutir com seu grupo visando aos objetivos:

a) identificar as principais estratégias de segmentação de mercado das seguintes companhias:

Jones Soda;
Coca-cola e
Ambev (foco no Guaraná Antártica);

b) identificar as principais formas de posicionamento estratégico em marketing das seguintes companhias:

Jones Soda;
Coca-cola e
Ambev (foco no Guaraná Antártica);

c) realizar, com os dados apresentados e com pesquisas complementares (sites das companhias e bibliografias diversas), uma análise comparativa do ciclo de vida dos produtos e serviços de ambas as companhias, realizando uma análise sobre o comportamento do composto mercadológico para cada fase;

d) realizar uma análise atual de como se encontram essas suas companhias atualmente (em termos de estratégias mercadológicas)

- i. considerar critérios percebidos de segmentação de mercado;
- ii. considerar critérios percebidos de posicionamento de mercado; e
- iii. considerar as respectivas análises do composto mercadológico.

e) a partir dos dados analisados, tentar projetar a estratégia de entrada do Jones Soda no mercado brasileiro, identificando:

- i. a estratégia de segmentação;
- ii a estratégia de posicionamento;
- iii. as estratégias relacionadas aos mixes de produto, preço, praça e promoção (composto mercadológico), considerando a aplicação do princípio de customer equity – como dividir os esforços e os investimentos para as fases de aquisição, retenção e de vendas adicionais? Quais serão as estratégias do mix de marketing utilizadas para cada uma dessas fases?).

Esse é um exercício hipotético e seu desempenho dependerá da capacidade de utilização das ferramentas básicas do marketing e de sua criatividade.

Os grupos não precisarão ter acesso a informações internas sobre as Empresas a serem analisadas e sim, construirão suas análises a partir da percepção crítica (análise crítica) do material principal fornecido e das pesquisas de atualização a serem realizadas.

As análises prévias poderão ser realizadas no ambiente de fórum (fórum específico da atividade).

Caso os grupos identifiquem artigos ou matérias complementares para a análise, é fortemente recomendável que os mesmos compartilhem o material no fórum específico da atividade para compartilhamento do conhecimento.

2. Após a discussão, a ser realizada por todos os integrantes, o grupo deverá **apresentar a síntese das atividades**, dentro da data prevista, **a partir da matriz modelo postada em fórum para a atividade**.

A formatação inicial da matriz deve ser rigidamente seguida.

O resultado final do trabalho deverá ser apresentado em arquivo Word, salvo com informações específicas de cada grupo, enviado pelo Líder do Grupo dentro do prazo estabelecido para a entrega dos trabalhos.

Informações adicionais sobre a forma de postagem dos trabalhos poderão ser obtidas no fórum específico da atividade.

Não serão aceitos trabalhos postados fora da data-limite estabelecida para a entrega das atividades.

O fórum estará aberto para toda e qualquer discussão a respeito do tema proposto – participe!!

Bom trabalho a todos!
Rossana Pavanelli