

Entrevista: LEGO® Ideas

Por HispaBrick Magazine®

Imágenes por HispaBrick Magazine® y LEGO® System A/S

CUUSOO, LEGO CUUSOO, LEGO® Ideas ... diferentes nombres para una idea. La oportunidad de que un set basado en un diseño de los fans pudiera ser producido por LEGO. Hasan Jensen, Especialista de la Comunidad de LEGO Ideas (Equipo de LCE) responde a nuestras preguntas sobre uno de los programas más exitosos que LEGO ha creado.

HBM: Todo comenzó con un proyecto presentado en el sitio web japonés CUUSOO (21100 - Shinkai 6500 Submarine), cuando llegó a 10.000 apoyos. ¿Cómo contactó CUUSOO con LEGO?

LEGO Ideas: De hecho, el Shinkai sólo llegó a 1.000 apoyos, ya que eso era todo lo que se requería de un proyecto en ese momento para ser considerado para su revisión. LEGO CUUSOO sólo existía en el mercado japonés y en japonés.



El fundador de CUUSOO SYSTEM, Kohei Nishiyama se reunió con el antiguo jefe del Grupo de Nuevos Negocios, Paal Smith-Meyer alrededor de 2007. En 2008, lanzaron LEGO CUUSOO en japonés como un proyecto piloto. Esto fue seguido por la versión beta internacional en inglés, en 2011.

HBM: ¿Por qué LEGO decidió aceptar este proyecto?

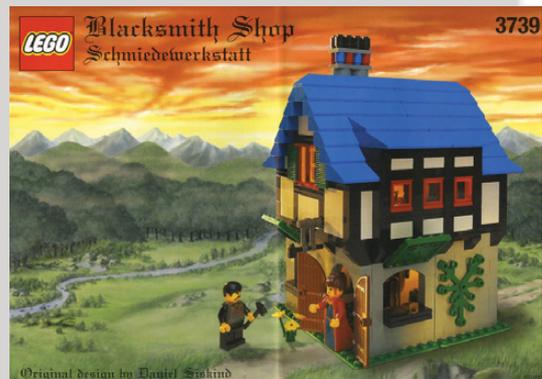
LI: El Grupo LEGO lo vio como una forma de involucrar a las comunidades de fans de LEGO para generar ideas para nuevos y excitantes productos LEGO. Éramos conscientes de que había muchos diseñadores talentosos en la comunidad que tenían ideas fantásticas y construían modelos hermosos, mientras que el Grupo LEGO había tenido en el pasado también algunas experiencias exitosas con la participación de la comunidad de fans de LEGO. También nos inspiró un estudio de caso de la empresa japonesa Muji, que usó CUUSOO para ideas de crowdsourcing para sus productos potenciales.

HBM: Después del primer proyecto otro (21101 - Hayabusa) llegó a 1000 seguidores. ¿Fue este el momento en que LEGO vio que había un nuevo mercado detrás de los modelos de ventiladores?

LI: Desde que Hayabusa fue presentado al sitio piloto japonés, también llegó a 1.000 seguidores.



El Grupo LEGO vio oportunidades de mercado en los modelos inspirados por los fans desde que Blacksmith Shop fue lanzado en 2002, así como colaboraciones con la comunidad LEGO MINDSTORMS, constructores de LEGO Train, etc.



LEGO CUUSOO fue un experimento en cómo podríamos abrir estas oportunidades al público en general y empezar a considerar y lanzar productos inspirados por los fans, en comparación con proyectos únicos.

HBM: El siguiente paso fue LEGO CUUSOO bajo el sitio CUUSOO. ¿Fue más fácil que crear lo que actualmente es LEGO Ideas?

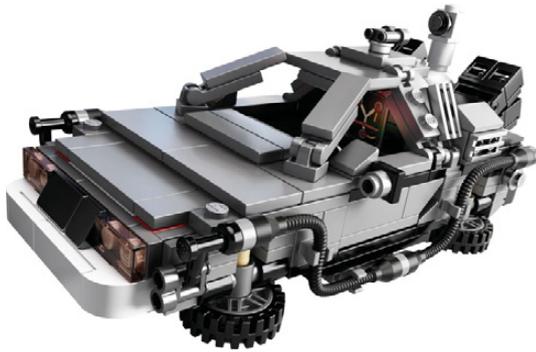
LI: Cada proyecto presenta su propio conjunto individual de desafíos únicos. LEGO CUUSOO fue una nueva experiencia en el momento y proporcionó muchos desafíos y experiencias de aprendizaje, lo que naturalmente ayudó a convertir a LEGO Ideas en lo que es hoy en día.

HBM: ¿LEGO esperaba el éxito y el nivel de los modelos presentados?

LI: Se inició como una prueba y una exploración de oportunidades, y en los últimos años se ha demostrado que este es un concepto sostenible. Estamos muy contentos de que tanta gente se tome el tiempo para presentar proyectos de alta calidad.

HBM: Se lanzaron 3 proyectos bajo la marca LEGO® CUUSOO. Los 3 fueron licenciados (Minecraft, Back to the Future, NASA). ¿Fue este hecho una dificultad para hacer los sets realidad?

LI: Por desgracia, no podemos comentar sobre licencias.



HBM: ¿Por qué finalmente LEGO decidió abrir LEGO Ideas?

Hasan Jensen: Habiendo experimentado la manera positiva con la que la comunidad de LEGO recibió y participó, LEGO CUUSOO hizo que la continuación de esta experiencia comunitaria fuera una decisión importante en el futuro.

Históricamente, el Grupo LEGO ha sido un líder de la industria en el trabajo con los fans, y tuvo mucho sentido crear la plataforma LEGO Ideas para crear valor mutuo tanto para nuestros fans como para The LEGO Group.

HBM: Una vez que un proyecto alcanza los 10.000 votos, ¿cómo es el proceso de revisión interna?

HJ: Incluso antes de que un proyecto llegue a 10.000 votos ya estamos recolectando datos. Cada vez que apoyas un proyecto se te pregunta cuánto esperas pagar, si es difícil de construir y así sucesivamente. Eso es parte de la primera ronda de información que pasamos a la junta de revisión. A partir de ahí se observan los diferentes modelos: todos los modelos se evalúan individualmente según las pautas de revisión. Muchos departamentos diferentes están involucrados, como por ejemplo el corporativo, para ver si la IP es realmente adecuada para LEGO, también los diseñadores están involucrados para determinar si es factible crear el modelo. Por ejemplo, el Exosuit, que era un desafío para construir como un modelo permanente. Así que hay que comprobar si el modelo puede convertirse en un buen modelo LEGO. Y luego está obviamente el lado del negocio para ver las reacciones de los diferentes mercados y ver si eso es algo que les interesa; Cómo la gente reacciona a ella. En eso los datos que recibimos al principio pueden ayudar a dar alguna idea de cuáles son las expectativas del mercado. Obviamente hay un montón de ida y vuelta entre todos para determinar cuáles son los productos adecuados y luego para ver si es posible obtener las licencias adecuadas. A veces hay conflictos, así que estos son pequeños elementos que deben ser resueltos en el proceso de revisión antes de que podamos anunciar algo.

HBM: ¿Todos los proyectos siguen todos los pasos? ¿O hay algún hito que se debe pasar durante la revisión para seguir trabajando en ello?

HJ: Sí, todos los proyectos se analizan de la misma manera y siguen los mismos pasos en el proceso de revisión. Eso es independientemente de si un proyecto está en la próxima ronda o si era de hace un año. Siguen el mismo tipo de proceso. Los juzgamos individualmente. Así que un proyecto que podría haber sido del año pasado no tendrá un efecto a uno similar que esté en la próxima revisión.

HBM: ¿Cuáles son los principales hitos que cada proyecto tiene que pasar?



HJ: Algunos pasos importantes están en obtener la aprobación de la licencia y la aprobación del diseño en términos de factibilidad. A continuación, los elementos secundarios son el diseño de la caja, las instrucciones de construcción y así sucesivamente.

HBM: Durante el proceso de revisión, ¿hay comunicación constante con la persona que presentó el modelo?

HJ: No hay una comunicación constante, pero a veces los ponemos en el proceso. A veces están involucrados en dar aportes sobre el modelo, pero eso es después de que el modelo ha sido elegido. No hacemos contacto antes de elegir un modelo, porque entonces la junta de revisión no puede tomar su decisión objetivamente. Pero después de que hayamos anunciado que algo va a ser producido, entonces se implica al diseñador. Por ejemplo, para el laberinto, Jason Allemann nos visitó en Enfield para rodar algunos videos, mostrar el laberinto y hacer una entrevista general sobre su inspiración detrás de él y así sucesivamente. Por lo tanto, es principalmente después que tenemos a los fans involucrados en el proceso.



HBM: ¿Sería posible desarrollar un nuevo molde basado en las necesidades de un proyecto LEGO Ideas?

HJ: Desafortunadamente no. Esa es una de las limitaciones que tenemos para el programa LEGO Ideas. Como es de nuestro conocimiento, permitimos nuevas pegatinas y partes impresas, por lo que estamos abiertos, y es por eso que somos capaces de producir nuevas minifiguras para los diferentes conjuntos.

HBM: ¿Se os permite pedir nuevos colores (dentro de la paleta) para las piezas existentes?

HJ: Sí

HBM: Y finalmente un proyecto pasa el proceso de revisión. Después de este punto, ¿cuál es el trabajo restante antes del lanzamiento del set?

HJ: Entonces se implica al fan diseñador en el proceso, y también se realizan las actividades relacionadas de la comercialización. Por ejemplo, con el laberinto Jason Allemann

hizo un evento de firma en Toronto. Este tipo de elementos prácticos para promover el producto. También queremos conocer a los fans diseñadores un poco más para aprender más sobre ellos y contarle a la comunidad sobre ellos, porque creo que tienen algunas historias fascinantes sobre cómo se convirtieron en fans diseñadores de LEGO®, con que se han inspirado, los antecedentes que tienen. Jason Allemann, por ejemplo, es de ocupación programador, pero luego diseña modelos LEGO. Así que es fascinante ver las historias que salen de esto.

HBM: ¿Cuál es el perfil general del aplicante y cliente de los conjuntos LEGO Ideas?

HJ: Típicamente un poco mayor, pero depende de set a set, así que no hay un estándar. Un set de ciudad es típicamente para un cierto rango de edad y un set de Technic es para otro rango de edad, pero los sets LEGO Ideas cubren una amplia y variada gama. Supongo que se podría decir que es para niños de mediana edad y hacia arriba, pero porque también hay una comunidad de fans adultos, sabemos que los que presentan son mayores de 13, pero la mayoría son de más de 18.

HBM: ¿Hay un límite de sets de LEGO Ideas por año?

HJ: No, no específicamente, pero históricamente tenemos un promedio de 3-4.

HBM: ¿Se intenta mantener un equilibrio entre los sets sin licencia y los juegos con licencia?

HJ: No hay ninguna regla sobre eso. Se trata de crear el mejor set posible y que la gente también se entusiasme, ya se trate de una IP (Propiedad Intelectual) o un concepto original. Queremos promover la creatividad y la originalidad, pero al final del día no estamos limitados por ese factor. No hay cuota para alcanzar.



HBM: Si un modelo no pasa el proceso de revisión, ¿podría ser presentado de nuevo en LEGO Ideas?

HJ: Sí. Por supuesto, no sabemos si alcanzará los 10.000 de nuevo, pero en general se permite a las personas volver a presentar sus proyectos si no alcanzan el número necesario de votos.

HBM: Y si llegara a 10.000 votos, pero no aprobó la revisión. ¿Pueden volver a enviarla?

HJ: En realidad no tenemos una política al respecto. No hemos experimentado eso todavía, pero no creo que tendríamos ningún problema con él. A veces una razón por la que podría ser rechazada podría ser mala suerte, mal momento. Como ejemplo, hace algunos años la licencia para Doctor Who no estaba disponible. Más tarde se hizo disponible y luego permitimos a la gente presentar sus proyectos. En ese sentido, cualquier cosa puede suceder y muchos factores tienen que jugar juntos para hacer eso posible. Son bienvenidos a volver a enviar y entonces tal vez el momento será mejor y tal vez pasará.

HBM: ¿Hay un límite de unidades producidas de cada set? ¿Por qué?

HJ: Eso depende de la información que obtenemos de los diferentes mercados. Varía de set a set.

HBM: ¿Cuál es el set más exitoso en este momento?

HJ: Desafortunadamente no puedo compartir esa información

HBM: Hablemos de licencias. ¿Cómo reaccionan otras empresas cuando LEGO pide una licencia?

HJ: Personalmente no estoy involucrado en el proceso de licencias, pero por lo que he oído que las empresas son bastante abiertas y accesibles. Pero no todo el mundo está interesado; es la vida. Hasta ahora hemos tenido algunas muy buenas experiencias con diferentes socios que estamos muy contentos.

HBM: ¿Cuál crees que es el secreto para la idea perfecta?

HJ: El secreto es que no hay secreto. Es una combinación de... Crear un buen producto es tan simple como montarlo bien, la forma de venderlo. Eso significa crear una buena imagen, una buena descripción. Entonces también tienes que comercializarlo. Crear actualizaciones del mismo. Lo que escuchamos de muchos de los diseñadores de fans cuyas ideas han llegado a 10.000 partidarios es que tienen que trabajar muy duro. Tienen que ir a diferentes blogs relacionados o relevantes y foros y promover sus proyectos. Así que para Doctor Who podría ser un sitio de la comunidad de Doctor Who en algún lugar y tal vez no tiene nada que ver con LEGO, pero van allí y dicen "hey, he creado este set de LEGO tan chulo, tal vez algunos de vosotros que disfrutáis de Doctor Who también os gustará". Así que trata de vender tu proyecto. Pero, por supuesto, no se puede vender un proyecto si no es muy bueno. Por supuesto que tiene que ser un buen modelo. Se trata de ser único. Comunicamos que las IPs que actualmente tenemos en nuestra cartera tienen una menor probabilidad, porque a veces hay solapamiento. Si estamos produciendo un Halcón Milenario y alguien crea un Halcón Milenario en LEGO Ideas, entonces obviamente hay un conflicto.

HBM: Sin ser específico, ¿hay algún proyecto que LEGO quisiera, pero que no alcanzó el apoyo necesario?

HJ: En realidad no. Realmente no empezamos a revisar proyectos antes de llegar a 10.000. Por supuesto todo el mundo tiene sus favoritos personales, pero eso es subjetivo y no es nada de lo que discutimos. Sólo nos centramos en los proyectos que han alcanzado los 10.000.

#



Hasan Jensen
Especialista de la Comunidad de LEGO Ideas