

Interview: LEGO® Rebrick

Por HispaBrick Magazine®

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



El concepto de Rebrick, ha cambiado por completo, desde la idea inicial hasta el sitio actual. Vamos a explorar la idea inicial y lo que hay detrás de este cambio. Para ello, hemos entrevistado a Mette Frøkjær Hansen, del equipo de Rebrick. A pesar de que es bastante nueva en el equipo, tenía los conocimientos necesarios para poner un poco de luz en nuestras preguntas.

HispaBrick Magazine: ¿Cuál fue la razón para iniciar ReBrick hace unos años?

Mette Hansen: De hecho, empecé aquí en octubre, así que eso fue mucho antes de mí. Pero en aquel entonces, en esencia, se trataba de permitir a las personas marcar y crear sus propias galerías en una especie de sitio web de LEGO, con lo que se tendría un lugar más recogido para todas las cosas interesantes que puedes encontrar en Internet. Era algo así como un viejo Pinterest. Una gran cantidad de otras páginas hacen esto mucho mejor de lo que ReBrick lo hacía, es lo que descubrimos cuando llevamos a cabo desafíos de construcción en ReBrick, y ahí es donde tenemos el compromiso y por lo que la gente estaba entusiasmada. Es por eso que se decidió simplificar el concepto, dejar hacer a los otros sitios que hacen uso compartido de enlaces y galerías ya que funciona muy bien en Flickr y todos los sitios web que existen y centrarnos en los desafíos. Así que, eso es lo que estamos haciendo con el nuevo ReBrick que hemos lanzado en marzo de este año. Todavía es pronto y es realmente emocionante ver cómo está evolucionando ya.

HBM: Con respecto a esas otras páginas que enlazan contenidos, al principio, ¿quería LEGO competir con estas páginas o complementarlas?

MH: Yo no era parte de la estrategia en ese entonces, así que sinceramente no sé cuál era la estrategia original, pero conociendo LEGO, estoy seguro de que no era competir con nadie. Estoy seguro de que era permitir a la gente a hacer algo que nos pareció que no era posible en ese momento, tratando de facilitar eso. Y luego, a medida que avanzaba, nos dimos cuenta que no tenía sentido, simplemente los otros lo hacen mejor. Debemos dejar que lo hagan y centrarnos en lo que podemos hacer bien. Y aprendimos que eso eran los desafíos.

HBM: ¿Cómo evalúa el éxito del primer período de ReBrick?

MH: Siendo parte de LEGO estás siempre midiendo el alcance y cosas así, estoy seguro de que también había una métrica en aquel entonces. Me puedo imaginar algo así como “el número de enlaces que se están compartiendo”, pero también fue un criterio de gran éxito asegurarse de que lo celebraran los constructores, supongo que la intención era que si se pudiera facilitar eso y meter cosas en una galería y en una página, entonces tendrías un lugar donde poder inspirarte de todos los diferentes tipos de construcciones que la gente realiza. Que yo sepa, yo diría que fue el parámetro de éxito en aquel entonces. Y hasta cierto punto fue que era difícil mantener el ímpetu a medida que las otras plataformas evolucionaban tan bien, mientras que ReBrick, por desgracia, no lo hizo en ese momento.

HBM: ¿Estaba preparado el público para esto al principio?

MH: Me gustaría pensar que sí. Queríamos ser capaces de captar personas que estaban realmente interesados en LEGO y aficionados básicamente. A las personas que eran buenos constructores y usuarios, pero también a personas que estaban interesadas en la navegación por Internet. Y esto lo vimos, así que diría que sí.

HBM: Recientemente ReBrick cambió a una plataforma de concurso. ¿Por qué se decidió hacer este cambio?

MH: Fue porque vimos que las personas del viejo reBrick se centraban realmente en los desafíos. Y porque somos LEGO y capaces de dar premios diferentes, como cosas de ediciones limitadas o “detrás de las escenas”. Debido a que tenemos capacidad para esto podemos hacerlo y por supuesto es una cosa genial de poder hacer. Ahí fue donde empezó a tener sentido para nosotros y pudimos ver que las personas estaban realmente comprometidas. También es una oportunidad para nosotros



trabajar con los diferentes grupos de productos un poco más firmemente y aseguramos de que se den cuenta de que hay esta increíble comunidad AFOL, comunidad de más de 13 años que construyen y hacen cosas, que podemos pensar y trabajar con respecto con lo que hacen. Nos parece que tiene más sentido hacerlo como lo hacemos ahora, donde trabajamos con los grupos de productos y averiguar desafíos de construcción interesantes para la comunidad de más de 13 años que pondrá a prueba de manera creativa, pero también dan algunos apuntes que podemos mostrar a los diferentes grupos de productos de LEGO y que vean realmente que eso es un poco de materia inspiradora y podemos utilizarlo para mostrar a los niños, así que podemos obtener inspiración y ver la manera de jugar con LEGO y la construcción que nunca podrán ver.

HBM: ¿Cuántos concursos planean organizar por año?

MH: Este año tenemos planificados 11. Casi 1 al mes, que en realidad es bastante, porque algunas de las personas que construyen y participan son las mismas personas, por lo que hay mucha construcción en marcha.

HBM: ¿Cómo se deciden los temas de los concursos?

MH: Trabajamos con los diseñadores de los grupos de productos y el equipo de marketing para hablar sobre qué cosas interesantes les gustaría ver a la comunidad. Por ejemplo, para el concurso de Speed Champions que acabamos de tener, dijeron que les encantaría ver algo que mostrara maneras locas de correr con coches de carreras. No necesariamente en la pista, podían ser carreras en la selva o en el espacio - cualquier cosa que se te ocurra. Queríamos ver carreras interesantes, porque de eso se trataba. Así que, eso es lo que hicimos con la comunidad. Nos unimos a Speed Champions y Porsche y pedimos a la gente que construyera su carrera de ensueño en LEGO Stop Motion. La gente construyó algunas cosas muy interesantes y el talento es abrumador. Filmar bricks y el stop motion necesita mucho tiempo para hacer, es realmente difícil. Y ver tan alta calidad. La creatividad y genialidad es simplemente increíble. Somos capaces de enviar al ganador a la carrera de 24 horas de Le Mans en junio, así que mañana vamos a Stuttgart. Hay un festival de Brickfilm en marcha llamado Steiner y anunciaremos al ganador allí.

En ese sentido, es un buen ejemplo. Es un concurso de construcción, pero también es más que eso. Podemos ir allí con la comunidad de Brickfilm y reunirnos con estas personas y celebrar lo que hacen. Así que estamos muy entusiasmados con esto. Este video se pondrá en marcha mañana en el canal social LEGO, y esa es también una manera de celebrar todo el talento de quienes participaron. Esto puede mostrar exactamente sobre lo habla Speed Champions: maneras frescas, divertidas, locas de hacer carreras. Esperemos que esto inspire a constructores de todas las edades.

HBM: ¿Esperas un número específico de participantes? ¿Hay un número mínimo de participantes?

MH: Hablamos mucho sobre esto, en realidad es difícil establecer un punto de referencia como ese porque, ¿cuándo es suficiente?, o ¿cuándo no es suficiente? Así que para algo como stop motion, que es tan difícil de hacer y se necesita mucho tiempo, dijimos que si tuviéramos 40 participaciones, sería una locura. Conseguimos 38, así que fue realmente bueno. Tuvimos una para LEGO Dimensions - pedimos a la gente personalizar el portal para el juego - para esto tuvimos como 120. Así que es realmente diferente en términos de la popularidad del tema, y lo difícil que es la barrera de participación. En este momento estamos monitorizando cuánta actividad tenemos y quizás en el futuro podamos establecer criterios para saber cuántos queremos. Pero para nosotros es más sobre la calidad y la implicación de la gente. Y la gente que participa es de tan alta calidad que podemos compartirla en el Grupo LEGO más amplio y en los diferentes canales sociales, por lo que aún más personas pueden verlo e inspirarse. Ese es el objetivo principal, así que no necesariamente cuántos, pero queremos que sea tan bueno que podamos mostrar a todo el mundo lo increíble que es para que incluso más personas pueden ser inspirados.

HBM: ¿Seguís alguna regla para decidir a los ganadores?

MH: Sí, tenemos reglas muy estrictas. En realidad nos juntamos con el equipo de diseño y el equipo de marketing. Y hablamos sobre los criterios que nos gustaría ver. Así que tiene que ser el 25% de humor LEGO por ejemplo - para el desafío Speed Champions también fue sobre el humor - y la técnica de construcción, la inspiración, originalidad y la creatividad. Así que establecemos las reglas para "esto es lo que estamos buscando" cuando seleccionamos a los ganadores. Y realmente tenemos que hacerlo porque hay muchas buenas participaciones. De lo contrario, sería "todos son buenos, ¿qué elegimos?". Así que tenemos criterios y hay un panel de jueces del equipo de diseño y el equipo de marketing, y pueden mirar los criterios que establecemos y decir "que es el mejor de acuerdo a lo que estamos buscando". Eso ayuda, porque es difícil de elegir.

HBM: Los adolescentes también pueden participar en estos concursos, pero sus habilidades y el número de piezas que tienen disponibles son diferentes de los AFOL. ¿Tienes esto en cuenta al decidir al ganador?

MH: Cuando decidimos a los ganadores no miramos la edad ni quiénes son. Para nosotros es importante que sea lo mejor, porque eso es lo más justo. Pero es una buena consideración, si eres un adolescente quizás no tengas tanto LEGO y tal vez no puedas hacer ese modelo grande que alguien más hizo, pero todos los concursos están abiertos también para LDD y las participaciones de construcción digital en general y ahí es donde realmente vemos que los adolescentes son realmente buenos. Tuvimos un concurso para LEGO Worlds, para el juego, y los participantes eran en su mayoría adolescentes. Y puesto que los concursos están abiertos para eso también, hay una posibilidad justa que puedas construir talentoso, aunque no tengas los ladrillos, puedes construir digitalmente.

HBM: ¿Quiénes participan más por el momento, adolescentes o AFOLs?

MH: Mayormente adultos.

HBM: ¿Hay planes para hacer concursos en colaboración con los LUGs registrados, la comunidad de fans?

MH: Sí, eso es algo que definitivamente nos gustaría hacer. En este momento, tenemos un concurso de Friends y por eso nos unimos a las diferentes comunidades de fans en Norteamérica. En los eventos, habrá un área de Friends donde tendremos el concurso, pero también puedes participar en ReBrick a nivel mundial. Así que básicamente lo estamos haciendo en ReBrick es permitir que otras personas también entren aunque no puedan participar en los eventos de fans en los EE.UU. Esa es una manera de hacer eso. Es algo que definitivamente nos gustaría hacer más en el futuro. Todavía es temprano.

Estamos desarrollando esto y asegurándonos de que el concepto funcione y luego podamos mirar otras cosas interesantes. Siento que es un área donde hay tanta oportunidad, tantas posibilidades. No hay realmente ninguna limitación - es sólo lo que puedes llegar con lo que puede ser divertido y ser fresco y tener sentido. Espero que podamos hacer eso en el futuro.

HBM: ¿Cuál es el perfil demográfico de los usuarios de ReBrick?

MH: Para ser honesto, no tenemos un perfil del típico usuario de ReBrick. Podemos ver que muchos de los participantes son de los EE.UU., de toda Europa, incluyendo Europa del Este. No tenemos una edad promedio. Para LEGO Worlds y Ninjago sobre todo son adolescentes, y para animación y material de construcción son participantes más mayores. Supongo que depende de cuál sea el tema del concurso. Si se trata de Ninjago, los adolescentes estarán interesados, y si se trata de gente interesada en Bionicle o Technic puede ser que sean mayores.

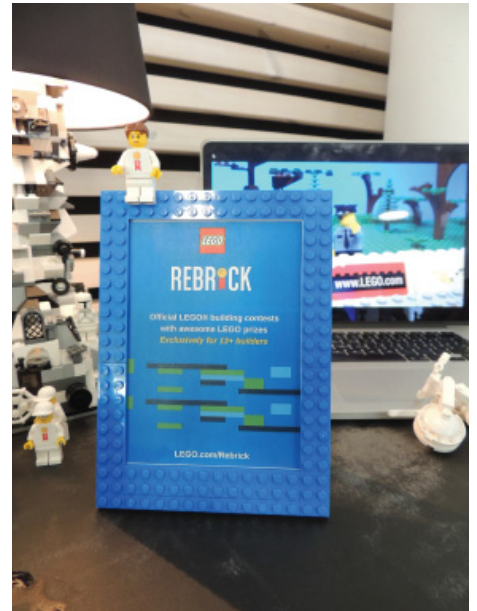
HBM: ¿Qué pasa con Asia? ¿Asia también está creciendo en la participación en concursos relacionados con LEGO y otras actividades?

MH: Sí, un poco. Tuvimos la suerte de tener gente de Asia en el programa de ReBrick. Ellos eran conscientes del sitio y lo extendieron en sus LUGs. Para Speed Champions tuvimos algunas participaciones divertidas de Asia también. Y recibí un correo electrónico de una persona que conocí por ahí que dijo que nunca había hecho nada como stop motion antes, pero pensó que se vería bien y quería probarlo e hizo una participación increíble. Pero hay algunos desafíos, incluyendo técnicamente. Las plataformas LEGO son un poco más lentas en Asia, y eso es algo en lo que se está trabajando.

HBM: ¿Podría el sitio de ReBrick ser usado para recolectar inspiración para futuros sets?

MH: Lo dudo. Eso no es de lo que se trata. Eso es LEGO Ideas. Por supuesto, todo el mundo es bienvenido a venir y mirar todas las cosas interesantes que la gente construye allí, pero no es nuestro enfoque. aunque todos nos inspiramos continuamente.

#



Mette Frøkjær Hansen
Marketing Manager de Integración