

NO DIA DA MENTIRA, POST DA PRUDENCE É SUCESSO NAS REDES SOCIAIS

Prudence “Tortinha – Ajuste Perfeito” bateu recorde de compartilhamentos



Em homenagem ao Dia da Mentira, uma camisinha feita especialmente para “consertar” a curvatura do pênis, batizada de Prudence Tortinha, foi alvo de um post da empresa em sua fanpage no Facebook, no dia 1º de Abril. A brincadeira envolvia dois tipos de preservativos imaginários: Tortinha de Limão e Tortinha de Uva, fazendo alusão à linha Cores&Sabores da marca, que conta com preservativos de diversos sabores e aromas, como Caipirinha, Hortelã, Banana, Cola, entre outros. O post foi um sucesso de compartilhamentos.

Segundo o Grupo Focusnetworks, responsável pelas redes sociais da DKT, detentora da Prudence, o suposto lançamento bateu o recorde de alcance de posts da marca na rede social. O número de internautas que interagiu com o post também foi surpreendente: 301,12% acima da média dos posts do último mês.



“Essa repercussão mostra que a Prudence está explorando uma linguagem mais divertida em toda a sua comunicação digital. Unindo isso ao fato de sempre lançar produtos inovadores, criamos a brincadeira do 1º de abril: um produto inusitado apresentado de forma cômica. E foi um sucesso!” comenta Rafael Kiso, VP de Planejamento da Focusnetworks.

Para a gerente de Marketing da DKT do Brasil, esta ação reflete a irreverência da marca também no FB. “Conseguimos transferir para as redes sociais toda a descontração e inovação pelas quais a Prudence é conhecida no mercado. A repercussão do post do dia da mentira e os mais de 600 mil seguidores que já curtiram a nossa página são prova disso”, comenta Denise Santos, gerente de MKT da empresa.

A Fanpage da Prudence no facebook está em primeiro lugar no ranking de curtidas do segmento de preservativos, com mais de 613 mil seguidores, mais que o dobro da segunda colocada.

SOBRE A DKT

Fundada em 1984 por Philip D. Harvey, a DKT International é uma entidade especializada na implantação de programas de planejamento familiar e prevenção de DSTs e AIDS ao redor do mundo. Mantém 21 programas de marketing social em 19 países - Brasil, China, Egito, Etiópia, Filipinas, Ghana, Índia, Indonésia, México, Mianmar, Moçambique, Nigéria, Paquistão, República Democrática do Congo, Sudão, Tailândia, Tanzânia, Turquia e Vietnã, sendo que Índia e China possuem dois projetos.

A DKT do Brasil, instalada no país em 1990, é detentora da marca Prudence, que contempla a maior linha de camisinhas, géis lubrificantes e estimuladores do mercado, além dos lançamentos voltados pra higiene íntima e saúde da mulher. Seguindo as diretrizes da matriz, a filial brasileira apoia diversas ONGs (Organizações Não Governamentais) realizando trabalhos de conscientização sobre a importância do uso do preservativo em todas as relações sexuais.

SD&PRESS CONSULTORIA

(11) 3759-1333; www.sdpress.com.br; @sdpress; facebook.com\sdpress



SAYURI KUBO	sayuri.kubo@sdpress.com.br
PAULA BALDUINO	paula.balduino@sdpress.com.br
MARIANA LARSSON	mariana.larsson@sdpress.com.br
SERGIO DUARTE	sergio.duarte@sdpress.com.br

ABRIL, 2014