

## **PRUDENCE INVESTE NA DIVERSÃO PARA APROXIMAR-SE DO PÚBLICO-ALVO, MOSTRANDO QUE EXPERIMENTAR TAMBÉM DÁ PRAZER**

VOCÊ É UM CRAQUE DO SEXO? *então, entre em campo!*

Placar 2x1

HOME 39:42 GUEST

PERIOD

Participe [Conecte-se pelo Facebook](#)

Nome ou apelido

E-mail

Senha

Ano de Nascimento

GÊNERO

REGULAMENTO  Li e Aceito o [regulamento](#)

**PARTICIPAR**

Nota: Outros usuários poderão encontrá-lo pelo nome de usuário. Seu e-mail não será exibido publicamente.

**Sobre o concurso**

- > [Histórias](#)
- > [Produtos](#)
- > [Regulamento](#)
- > [Privacidade e Termos](#)

**Guia do Prazer**

- > [Vídeos para o fim de semana](#)
- > [Tamanho é documento?](#)
- > [Para tentar melhorar a sua semana](#)

**Dúvidas?**

- > [Perguntas Frequentes](#)
- > [Fale conosco atendimento@prudence.com.br](#)
- > [Assessoria de imprensa www.stipress.com.br](#)

*Com a campanha “Testadores de Camisinhas – Além da Pelada”, a Prudence mergulha na gamificação, deixando claro que sexo com segurança pode ser, sim, divertido e cheio de tesão*

Trazer o consumidor para perto da marca, entender melhor suas expectativas e ainda poder torná-los *heavy users* dos produtos são os desejos mais comuns de empresas que querem ir além da venda. E isso hoje não é uma missão impossível graças a Gamificação (do inglês *Gamification*), termo que denomina a estratégia criada por uma empresa para interagir com seu público, estimulando assim o contato e engajamento com a marca de maneira lúdica.

Pensando nisso, a Prudence, empresa de preservativos da DKT do Brasil, sai na frente ao proporcionar experiências divertidas aos seus clientes. Pensando em



cada momento de prazer, a marca convida os brasileiros a participar da campanha “Testadores de Camisinhas: Muito Além da Pelada”, uma ação que já está na sua sexta edição e tem como objetivo selecionar os 100 usuários mais ativos e que gostem de transformar as suas experiências em contos eróticos, citando a utilização dos produtos Prudence em cada uma delas.

Desta vez, a plataforma digital dos Testadores de Camisinhas está pronta para receber uma série de histórias cheias de enredo e muita ação. Para entender a promoção é fácil: basta acessar o hotsite Testadores de Camisinhas ([testadoresdecamisinhas.com.br](http://testadoresdecamisinhas.com.br)) e se inscrever. Cadastro feito, é hora de colocar a imaginação para funcionar após cada transa e expor a sua história aos demais participantes. Vale contar tudo: truques de conquista, posições inovadoras, dicas de manobras, locais inusitados, duração, o número de pessoas envolvidas na hora H e como foi o auge do ato.

Assim como em uma partida de futebol, as habilidades e reconhecimento vão qualificar o nível de cada jogador. Portanto, o candidato ao melhor do ano terá que compartilhar as suas histórias nas próprias redes sociais em busca da torcida! As medalhas, por aqui, são divididas por categorias, como a de Olheiro (desbloqueada quando convida 3 ou mais amigos para o concurso), Promessa (conquistada após um número específico de histórias criadas), Aventureiro (aquele que tem histórias em 10 lugares diferentes), Craque (quando ganha pontuação média em mais de dois contos), Celebridade (quando as histórias criadas são compartilhadas acima de cinco vezes), entre outras categorias.

Após tantas declarações pra lá de picantes, a comissão julgadora escolhe os melhores contos e seleciona 100 “vencedores”, que recebem o título de “Testador de Camisinha Prudence”. O prêmio? Os vencedores passam a ter direito de postar nas mídias sociais da marca, como Facebook, blog e hotsite. Mas não para por aí: os premiados também recebem produtos de toda a linha Prudence (cerca de 250 unidades diferenciadas) para testar ao longo do ano.

“Usamos o termo gamificação para esses novos recursos que inserimos na campanha deste ano, como o uso de layout de redes sociais para a exibição dos perfis dos candidatos a testadores, a criação das badges, mapas, entre outros, para promover novos caminhos de interação para que nossos consumidores tenham uma



experiência ainda mais profunda de engajamento conosco”, afirma Denise Santos, gerente de marketing da DKT do Brasil.

A última edição contou com mais de 11 mil participantes, número que a Prudence espera superar neste ano. As inscrições podem ser feitas a partir do dia 1º de maio, sendo o resultado divulgado no dia 10 de junho.

Para mais detalhes da campanha, acesse [testadoresdecamisinhas.com.br](http://testadoresdecamisinhas.com.br).

## ***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](http://www.sdpress.com.br); @sdpress; [facebook.com/sdpress](https://facebook.com/sdpress)

---

**PAULA BALDUINO** paula.balduino@sdpress.com.br

---

**MARIANA LARSSON** mariana.larsson@sdpress.com.br

---

**SERGIO DUARTE** sergio.duarte@sdpress.com.br

---

MAIO, 2014

---