



PRUDENCE ANUNCIA 5ª EDIÇÃO DO CONCURSO “TESTADORES DE CAMISINHAS”



Serão selecionados 100 vencedores para testar toda a linha de preservativos da marca, receber brindes exclusivos e ainda dividir o seu know how com a galera

Com o tema “Você é bom na cama? E onde mais?”, a DKT do Brasil, empresa detentora da marca Prudence, lança a 5ª edição da campanha “Testadores de Camisinha Prudence”. O concurso escolhe 100 pessoas para ganhar o título de testador, recebendo toda a linha de produtos da marca, além de prévias de lançamentos e uma série de brindes exclusivos.

Além disso, cada “Testador de Camisinha” terá o seu próprio espaço dentro do hotsite da empresa, no “Blog Guia do Prazer”, para compartilhar suas experiências com os produtos e impressões obtidas. Tudo para destacar o ‘testador oficial’ como porta voz da Prudence e expert em preservativos. O perfil de cada participante traz um campo apontando quantos produtos ainda faltam ser avaliados para que ele termine a “ádua missão”.

Para a testadora da 4ª edição, T.D., a campanha incentiva o combate às DSTs. “A troca de experiências desmistifica os ‘contras’ do uso de preservativos e



ajuda a conscientizar de uma forma mais divertida e excitante. Campanhas como essa aproximam o produto do consumidor. São pessoas comuns, testando e deixando suas opiniões, usando uma linguagem popular e mostrando que o uso de preservativo não é ruim.”

R.S., também eleito testador no ano passado, aponta o alcance da ação. “A campanha é bem divulgada entre as redes sociais, onde todos passam algumas horas por dia. Testador feliz é garantia de que a Prudence vai ganhar ainda mais adeptos, porque a experiência e a qualidade dos produtos serão transmitidas para os amigos e familiares.”

Para se inscrever, não basta ser apenas bom de cama, é preciso ser bom de papo e ter mais de 18 anos. O candidato tem que inscrever um conto erótico no hotsite www.testadoresdecamisinhas.com.br, durante o mês de abril. A história deverá ser rica em detalhes, apontando no mapa o local do ato sexual, as posições que foram realizadas e os produtos Prudence utilizados no momento. Cada internauta pode participar com mais de uma história.

Depois do mapa erótico lançado ano passado, a novidade neste ano são os “Temas do Prazer”. Para proporcionar mais interatividade e instigar a criatividade do participante, a Prudence vai separar as histórias por categorias, como “Aumentando a temperatura”, “Subindo e descendo” e “No carro”, entre outras. No total, serão dez temas e as melhores histórias serão premiadas. O resultado sairá na primeira semana de maio.

“Temos 400 testadores espalhados pelo Brasil. Eles têm orgulho de ostentar o título, que passou a representar status. Muitos são vistos como grandes conhecedores de assuntos relacionados a sexo, o que mostra que atingimos exatamente o público que buscamos”, comenta Denise Santos, gerente de marketing da DKT do Brasil.

Apesar do nome, a empresa ressalta que os produtos ofertados aos vencedores do concurso não estão em fase de testes. “São produtos já homologados e prontos para comercialização, mas aproveitamos a fase de pré-lançamento para investir nessa ação de tryvertising com os testadores”, completa Denise.



A quarta edição teve mais de 11 mil inscrições e a Prudence espera superar esse número neste ano.

PRUDENCE: SEGURANÇA E VARIEDADE

Com o maior mix de produtos do mercado, a Prudence possui preservativos que esquentam, esfriam, são anatômicos, com diferentes espessuras, texturas e agentes que retardam a ejaculação. A marca é a única no país a oferecer uma linha com cor, sabor e aroma de verdade: a Prudence Cores e Sabores.

Também testadora da última edição, R.A. ressalta a grande diversidade oferecida pela Prudence para proporcionar o sexo seguro. “Além da proteção, conheci vários produtos que muitas vezes não encontramos na farmácia. Já estou preparando minhas experiências para participar da quinta edição.”

A variedade não é seu único diferencial. Os preservativos da marca são triplamente testados antes da comercialização. “Nas linhas de produção, as camisinhas são testadas eletronicamente uma a uma. Ainda nas fábricas, localizadas no exterior, os lotes são submetidos e aprovados por uma rigorosa bateria de testes e, ao chegarem ao Brasil, os produtos são verificados novamente pelo Instituto Falcão Bauer da Qualidade, credenciado pelo Inmetro”, conclui Denise.

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 20 programas de marketing social em 19 países - Brasil, China, Congo, Egito, Etiópia, Filipinas, Gana, Índia, Indonésia, Malásia, Marrocos, México, Moçambique, Nigéria, Paquistão, Sudão, Tailândia, Turquia e Vietnã.

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. 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

LUCIANA BULGARELI luciana.bulgarelli@sdpress.com.br

ALLYNE DE ANTONI allyne.antoni@sdpress.com.br

MARIANA LARSSON mariana.larsson@sdpress.com.br

SERGIO DUARTE sergio.duarte@sdpress.com.br

ABRIL, 2013
