

Prudence lança kit promocional para o Ano Novo



Coleção “Desejos Prudence” conta com dois packs de preservativos e um brinde por R\$ 13 (preço sugerido de venda ao consumidor final)

Para entrar 2017 com o pé direito, a Prudence, marca da DKT do Brasil, lança a coleção promocional “Desejos Prudence”. Com preço sugerido de R\$ 13 para o consumidor final, o mesmo valor de dois packs de camisinhas se comprados separadamente, o kit conta com um brinde e alia diversão e prazer à tradição das mulheres com a cor da roupa íntima que vestirão na noite de Réveillon.

Destinados especialmente ao shopper do gênero feminino, quatro kits estão disponíveis para venda, com dois packs de preservativos (cada um com três unidades) e uma calcinha colorida. Todos eles contam com o Prudence Neon, a única camisinha que brilha no escuro, e um pack da linha Cores & Sabores, de acordo com o que a pessoa deseja para 2017, um item perfeito para complementar os presentes de fim de ano.

Para quem quer mais AMOR, a coleção “Desejos Prudence” traz a Neon, a Cores & Sabores Tutti-Fruti e uma calcinha rosa. Para os que preferem apimentar a PAIXÃO, o nécessaire traz a Neon, a Cores & Sabores Morango e a peça íntima na cor vermelha. Simbolizando sorte e dinheiro no novo ano, além de sucesso e realizações pessoais, o kit FORTUNA é composto pela Neon, pela Cores & Sabores Caipirinha (sabor e aroma do drinque mais famoso do Brasil) e uma calcinha amarela. Porém, se a busca é por harmonia, a coleção ideal é a PAZ, com a Neon, Cores & Sabores Celebration (sabor e aroma de vinho espumante) e a peça íntima na cor branca.



“Ano novo é um momento de festas e comemorações, além de estar relacionado a sexo e prazer – ocasião ideal para trabalharmos o kit, que incentiva o uso de preservativos. Incluímos a Prudence Neon, recém-lançada pela marca, com o propósito de provocar a experimentação. Já as camisinhas da Linha Cores & Sabores, segmento em que a Prudence é líder de mercado, agradam bastante as mulheres. A novidade tem como objetivo beneficiar o casal, uma vez que o preservativo é utilizado pelo homem e a calcinha, pela mulher. O objetivo é alavancar as vendas atendendo aos dois públicos”, afirma Daniel Marun, diretor executivo da DKT do Brasil.

A coleção “Desejo Prudence”, voltada para canal farma e key accounts, foi pensada estrategicamente para não ocupar muito espaço no PDV, uma vez que o item pode ser exposto nas gancheras onde ficam os preservativos, além de ser inserido em áreas destinadas a higiene pessoal feminina, em razão de seu apelo a esse público.

Os kits já estão disponíveis em farmácias e mercados de todo Brasil.



Você conhece a DKT?

Fundada em 1989 por Philip D. Harvey, a DKT International é uma organização sem fins lucrativos especializada na implantação de programas de planejamento familiar e prevenção de DSTs e Aids ao redor do mundo, contando com inúmeros projetos em 26 países. Só em 2015, a DKT protegeu 30 milhões de casais e ajudou a prevenir 5,5 milhões de gravidezes indesejadas, mais de 13 mil mortes maternas e 3,8 milhões de abortos.

Com 26 anos de atuação no País, a DKT do Brasil é detentora da marca Prudence, que contempla a maior linha de camisinhas do mercado, além de outros produtos como géis lubrificantes, estimuladores, coletor menstrual descartável e lenço umedecido. É a única empresa no Brasil totalmente especializada em planejamento familiar.



A unidade brasileira mantém diversos programas de marketing social, que incluem o apoio a ONGs (Organizações Não Governamentais). Para se ter uma ideia, em 2015, a empresa vendeu cerca de 1,5 bilhão de preservativos.

Mais informações em www.dkt.com.br, www.useprudence.com.br, www.prudenceintima.com.br e www.prudencesoftcup.com.br.

SD&PRESS CONSULTORIA

(11) 3876-4070; www.sdpress.com.br; @sdpress; facebook.com/sdpress

BRUNA DAL MORO bruna.dalmoro@sdpress.com.br

DANIELLE MENDES danielle.mendes@sdpress.com.br

MARIANA LARSSON mariana,larsson@sdpress.com.br

SERGIO DUARTE sergio.duarte@sdpress.com.br

DEZEMBRO, 2016