

O consumidor no centro das atenções

EMPRESA SE POSICIONA COM FOCO EM 100% NO ATENDIMENTO AOS CLIENTES

Com uma ampla gama de produtos, que vai de papel higiênico, lenços umedecidos, fraldas infantis, roupas para incontinência e absorventes à linha profissional, a Kimberly-Clark está 100% focada no atendimento das necessidades de seus clientes. "Nossos produtos são voltados ao bem-estar das pessoas; por isso, as soluções que desenvolvemos têm que levar em consideração o melhor uso para o cliente e para o consumidor final", afirma a gerente de Pesquisa e Desenvolvimento para o Brasil, Luciana Mercer.

As comunicações de marketing da Kimberly-Clark reforçam esse posicionamento junto aos segmentos específicos de cada marca, bem como a divulgação de lançamentos. Todas as iniciativas procuram atender não só às expectativas dos consumidores, mas também às exigências legais de publicidade e propaganda. São cuidados que a companhia precisa manter para preservar sua imagem e, conseqüentemente, a lealdade e confiança do consumidor, e também para não sofrer conseqüências financeiras diretas como multas ou riscos no desempenho do negócio.

Desta forma, a Kimberly-Clark possui um processo estruturado e criterioso de validação interna de todas as campanhas, envolvendo diversas áreas, incluindo uma ampla gama de indicadores e pesquisas. As campanhas precisam ter a cara da empresa e isso inclui estar de acordo com preceitos do marketing ético. Em 2015, não ocorreram casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing pela K-C.

UM MINUTO, ESTOU NO BANHEIRO

De uma marca que já nasceu pioneira, não se pode esperar mais que ousadia. Respondendo a esse desafio, a Neve® (primeiro papel higiênico de folha dupla do mercado) lançou o projeto Banheiros Espetaculares e instalou dois banheiros conceito na rua Oscar Freire, em São Paulo. "Seja na intimidade do banheiro da sua casa ou em um toilette coletivo instalado em uma das ruas mais movimentadas de São Paulo, o que queremos é proporcionar uma experiência única de cuidado, com a oferta de papéis higiênicos e lenços umedecidos de alta qualidade", contextualiza o gerente de Marketing da Categoria, Henrique Melo.

O projeto teve início em 2013 com o objetivo de reforçar os atributos de um local que permite intimidade, preza pela higiene e o cuidado pessoal. "É natural que o consumidor não se sinta tão à vontade em um banheiro público quanto no cômodo em seu lar. Mas queremos mostrar que é possível criar uma atmosfera positiva proporcionando uma experiência de qualidade no ambiente", destaca.

Saiba mais sobre a marca no site www.marcaneve.com.br. Para ver mais sobre o projeto

Banheiros Espetaculares, acesse o menu campanhas/banheiros-espetaculares.



Banheiro conceito instalado na rua Oscar Freire, em SP; reforço para atributos da marca como higiene, qualidade e conforto



OI, MURILO!

Que Dia das Mães teve a protagonista da campanha Conhecendo Murilo, em 2015! Deficiente visual, ela pôde tocar seu filho pela primeira vez, em um ultrassom mais que especial. Por meio de uma impressora 3D, o rosto do bebê foi reproduzido, permitindo que a mãe pudesse senti-lo e abraçá-lo, antes mesmo do nascimento. O momento foi retratado no filme da campanha, que foi ao ar em abril de 2015, em homenagem ao Dia das Mães. "A ideia foi apresentar uma nova visão do vínculo materno. Foi emocionante", lembra a diretora da Categoria de Cuidado com Bebês da K-C Brasil, Priya Patel. Ela reforça que o desejo é que todas as mães vejam a Huggies® como grande parceira no grande desafio que é cuidar de um bebê. "Oferecemos uma espécie de segundo abraço. O primeiro vai ser o abraço protetor da mãe. O segundo, da Huggies®". O vídeo rendeu à Kimberly-Clark o Leão de Bronze na categoria Creative Data Lion do Cannes Lions 2015, o Festival de Cannes (veja box na página 29).

A Huggies® possui uma linha completa para que o cuidado do bebê seja como a extensão do abraço de uma mãe. O objetivo da marca é proporcionar soluções intuitivas, com produtos feitos com

materiais delicados e suaves, que prezam pelo conforto e proteção. A linha é composta por fraldas, toalhas umedecidas, creme preventivo para assaduras, shampoos, condicionadores, sabonete em barra, sabonete líquido e sabonete hidratante. Saiba mais sobre a marca no site www.huggies.com.br e sobre a campanha no canal da marca Youtube: www.youtube.com/c/huggiesbrasil.



SOMOS TODAS MARIAS

A Intimus®, com uma linha de cuidados femininos composta por absorventes, sabonete líquido e lenços umedecidos, se posiciona como uma marca que "entende as mulheres" e, por isso, prioriza, no desenvolvimento dos produtos, proteção máxima, conforto e tecnologia. Em 2015, inovou ao lançar a campanha Marias – elas não vão com as outras, com a veiculação de curta-metragens nos canais Telecine, tendo como personagens seis mulheres chamadas "Maria".

Por meio de um nome genuinamente brasileiro, Maria representa todas as diferentes faces da mulher e, como explica a diretora de Cuidados Adultos e Femininos na Kimberly-Clark, Sâmia Chehab, incentiva a liberdade da mulher em fazer suas próprias escolhas e ser ela mesma.

Os temas explorados, segundo ela, impactam positivamente o público da marca, como independência, cumplicidade e amizade. "Por meio desta campanha, nos apropriamos de um dito popular para desenvolver a nossa ideia. Ser MARIA é ser mulher, é ser plural, diversa, individual e complexa. É ser protagonista da sua própria história", afirma. Para saber mais sobre a marca e sobre a campanha acesse www.intimus.com.br.



Papel Higiênico Neve® e Lenços Umedecidos Neve® Supreme



Intimus® Gel e Intimus® Interno, Protetores Intimus® Days



Huggies®, Pull Ups, Little Swimmers, Lenços Umedecidos Huggies®, Baby Wipes, Linha banho® e pós-banho Huggies®*



Scott® Limpamax, Scott® Duramax, Guardanapos Scott® e Grand Hotel



Produtos para Incontinência Plenitud®



Lenços de Papel Kleenex®, lenços demaquilantes Kleenex®



Toalhas de mãos, sabonetes**, wipers (panos de limpeza descartáveis), Wipall, Wet Task, dispensers e antissépticos**, entre outros produtos de alta qualidade e tecnologia

*Linha terceirizada: produzida por Razzo, CottonBaby, Provider e Fareva

** Linha terceirizada produzida por: Oleak e Colgate-Palmolive

MERCADOS ATENDIDOS

MERCADO: B2B

Setores atendidos: Divisão Institucional Kimberly-Clark Profissional. Atendimento aos estabelecimentos de prestação de serviços, comércio e indústria em todo o Brasil. Clientes: restaurantes, hospitais, indústrias, empresas, universidades etc.

MERCADO: B2C

Abrangência: atendimento em todo o país

Setores atendidos: Divisão de Consumo. Oferta de produtos de higiene pessoal nas categorias de cuidados infantis, adultos e femininos, além da linha de papéis para fins sanitários (tissues) e cuidados para a casa (households).

Clientes: os produtos da divisão de consumo da K-C são comercializados para as redes de varejo (supermercados e farmácias) e no atacado para redes de distribuidores.