



JATOBÁ 2022

Bepantol Derma

JeffreyGroup

Bepantol®
DERMA

Pandemia acelera o **autocuidado**

O autocuidado é um conceito que passou a ser praticado por milhões de brasileiros nos últimos anos, principalmente durante a pandemia. O cuidado com a saúde do corpo e da mente passaram a ser prioridade em um momento que o mundo vivia diversas incertezas. A pesquisa "Autocuidado", encomendada pela Bayer Consumer Health e realizada pelo IBOPE (atual IPEC) durante a pandemia, mostrou que 84% dos entrevistados estavam buscando ter uma rotina de autocuidado.

E uma dessas rotinas, que passou a ser bem conhecida por brasileiros e brasileiras, foi o skincare. A rotina diária de cuidado com a pele do corpo e do rosto ganhou força entre os consumidores. É o que mostra um estudo da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal (Abihpec), que revela que a demanda nacional por itens para o cuidado da pele subiu 21,9% nos primeiros meses da pandemia.



Escuta ativa para as **necessidades** dos **consumidores**

Diante dessa demanda crescente da sociedade, a Bayer Consumer Health começou a preparar um de seus maiores lançamentos no Brasil. Apoiados na premissa de "Autocuidado para uma vida melhor", essa divisão de negócio é responsável por fornecer produtos e soluções para auxiliar os consumidores a praticarem o autocuidado - desde a escolha de estilos de vida saudáveis até o uso eficaz de medicamentos isentos de prescrição.



Nova linha para corpo e rosto

Liderada pela marca Bepantol Derma, a empresa fez um grande anúncio para o mercado brasileiro em março de 2021: a chegada de uma nova linha completa para o cuidado da pele do corpo e rosto. Foram cinco novos produtos desenvolvidos de acordo com as necessidades da pele da mulher brasileira. A fórmula dos produtos contém o exclusivo Dexpantenol Repair Complex com pró-vitamina B5 e vitamina B3, que agem nas camadas mais profundas da pele para uma hidratação rápida e duradoura.

Nesse cenário, o time de comunicação abraçou o desafio de fazer a divulgação desse grande marco na história de Bepantol Derma no país, uma vez que se tratava do maior lançamento realizado pela marca. Pensando em alcançar os mais diferentes tipos de público e gerar um grande impacto e awareness da nova linha, o time desenvolveu um plano robusto de comunicação, contemplando ações em diferentes frentes.



Entendendo os **hábitos** das brasileiras

Como estratégia de comunicação era fundamental que a nova linha de produtos fosse projetada para as necessidades físicas e psicológicas das mulheres brasileiras. Por isso, lançamos a campanha “Mudanças que duram vêm de dentro”, um movimento para estimular o debate sobre os padrões de saúde e beleza da pele. Com foco na diversidade, a campanha foi pensada para lembrar às brasileiras que quem elas são por dentro importa mais do que a aparência de sua pele, a partir da geração de conteúdo para públicos estratégicos.

Como primeira etapa, realizamos uma nova pesquisa nacional em parceria com o IBOPE (atual IPEC), que resultou no estudo “Minha Pele Brasileira”. A pesquisa traçou os mais diferentes perfis e comportamentos das mulheres brasileiras em relação aos hábitos de autocuidado com a saúde da sua pele.



Estrelando o nosso vídeo-manifesto

Ainda na fase de preparação para o lançamento e cientes de que a inclusão e a diversidade são fatores essenciais para se fazer negócio dentro da Bayer Consumer Health, produzimos um filme estrelado por um time de embaixadoras: [Xan Ravelli](#), [Karen Bachini](#), [Penélope Nova](#), [Maxine Silva](#), [Luciellen Assis](#), [Barbarhat Sueyassu](#), [Rosângela Marcondes](#), [Lu Bacchi](#) e [Akemi Inoue](#). A escolha das personagens foi pautada pela diversidade de suas peles.

Além da participação no vídeo-manifesto, a parceria com o time de embaixadoras também contemplou diversas entregas de conteúdo em suas redes sociais, divididos entre stories, IGTV e fotos no feed, que aconteceram ao longo de todo o ano. Os roteiros foram muito focados em trazer sempre uma narrativa consistente, que ressaltasse os principais atributos não só dos novos produtos, mas de todo o portfólio de Bepantol Derma.



Coletiva virtual

Um grande lançamento pede um grande evento. Contudo, sem a possibilidade de fazer uma ação presencial, o time de comunicação coordenou e promoveu um evento virtual para anunciar a novidade a jornalistas e influenciadoras de diferentes editorias e regiões do Brasil. Esse foi o ponta pé inicial do nosso plano tático, pois, além de anunciar os novos produtos, também foram divulgados em primeira mão os dados obtidos na pesquisa “Minha pele brasileira”, apresentados por uma equipe médica, bem como o vídeo-manifesto da campanha.

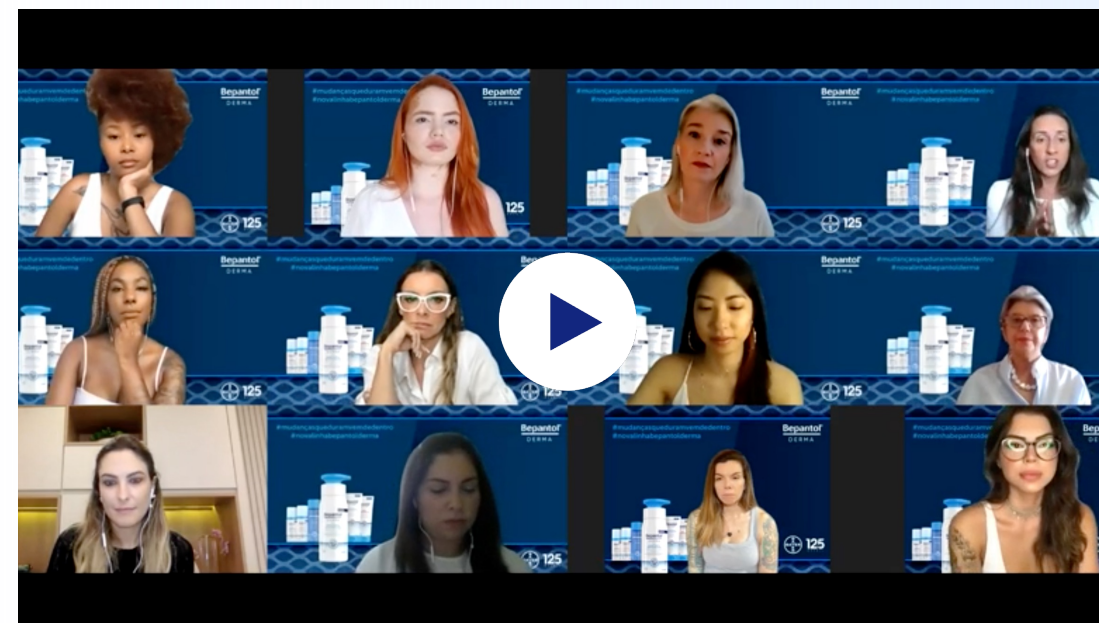
O evento foi um sucesso. Foram 18 jornalistas, sendo a maioria de veículos Tier 1 como Veja Saúde, Marie Claire, UOL, Estadão E+, Crescer, Pais & Filhos e Capricho – e 11 influenciadoras.

Após o evento, os resultados da pesquisa foram amplamente publicados em relevantes veículos da imprensa e também continuaram servindo de insumo para diferentes pautas, as quais foram estrategicamente trabalhadas ao longo do ano para falar sobre saúde da pele na imprensa nacional e regional.

Posteriormente ao evento, o vídeo-manifesto, por sua vez, foi divulgado nas redes sociais da marca e canais proprietários da Bayer. A ação se tornou referência, inclusive na Europa. Para se ter ideia, o mesmo filme foi produzido em outro idioma e divulgado em outros mercados, como na Espanha.

JeffreyGroup

Bepantol®
DERMA

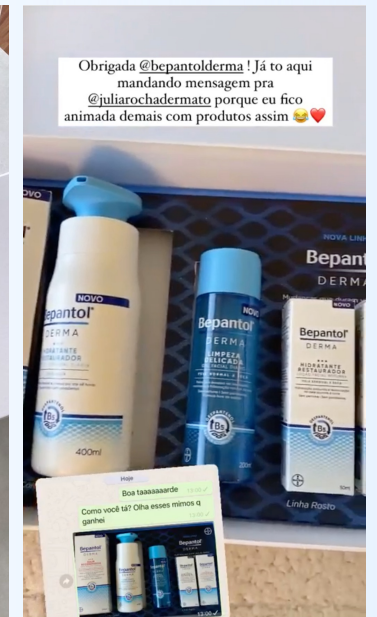
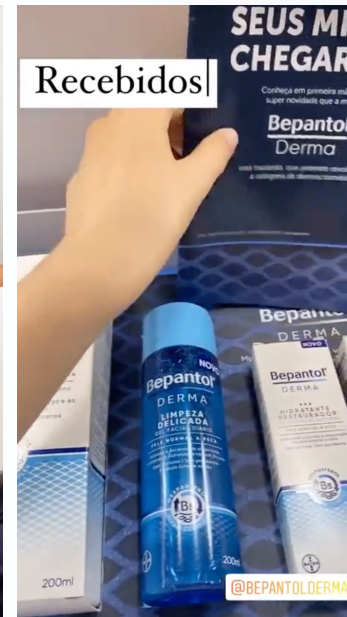
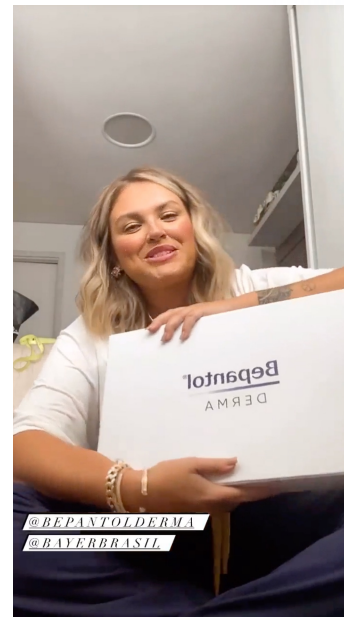


Press kit e branded content

Para reforçar o awareness da divulgação e gerar experimentação dos novos produtos da marca, a estratégica também contemplou o envio de 150 kits para influenciadoras, jornalistas e dermatologistas. Além disso, foram enviados ainda 400 kits para todos os colaboradores da Consumer Health da Bayer e a todo o time de liderança da multinacional, como parte de uma ação de endomarketing para comunicar a chegada da nova linha. Além disso, fechamos um branded content com a Glamour online visando potencializar a divulgação da nova linha e dos dados da pesquisa IBOPE DTM, e garantir a transmissão das principais mensagens da marca em um veículo de grande relevância e alcance junto ao público-alvo da marca.

JeffreyGroup

Bepantol®
DERMA



Alcance e resultados

O lançamento de Bepantol Derma prometeu revolucionar a categoria de dermocosméticos, mas também se tornou um momento crucial para desencadear conversas importantes sobre saúde e diversidade da pele.

A campanha "Mudanças Que Duram Vêm de Dentro" provou ser um sucesso quando os resultados vieram:



1.376 artigos na imprensa



109 artigos em veículos tier 1



Alcance potencial de **200 milhões de pessoas**



29 pessoas participaram do evento virtual, incluindo jornalistas e influenciadores



O volume de vendas de Bepantol Derma cresceu **13%**, comparando 2021 com 2020

JeffreyGroup

Bepantol®
DERMA

meio & mensagem



Em seu maior lançamento no Brasil, Bepantol Derma criou cinco produtos para corpo e rosto

...também da identificação com as clientes, pois já estiveram do "outro lado". A história de Zica é o exemplo claro de

O poder da autoestima

Em março, a Bepantol Derma, marca da Bayer, promoveu o maior lançamento da sua história no Brasil ao apresentar uma linha completa para os cuidados com o corpo e rosto com cinco produtos para regiões específicas da pele. Para embasar o lançamento, a empresa encomendou uma pesquisa ao Ibope DTM e os resultados indicaram que para 78% das entrevistadas a pele impacta em sua autoestima, confiança e na forma como de se entregam, e 37% delas afirmam que quando a pele está com um aspecto ruim, elas não se sentem confortáveis em usar roupas que as expõem muito.

Em relação ao uso dos produtos, a pesquisa indica diferenças regionais nos hábitos. As mulheres do Norte e do Centro-Oeste são as que mais usam hidratantes no corpo diariamente (55%), quando comparado com as demais regiões do País. No Sudeste, 38% das mulheres usam hidratante no rosto todos os dias e 44%, no corpo. No Nordeste, 24% das mulheres afirmaram não usar nenhum tipo de hidratante no rosto, enquanto 27% usam todos os dias. Já no corpo, 45% das nordestinas usam hidratante diariamente. No Sul, 39% usam hidratante facial diariamente, enquanto o corporal é usado por 35%.

GLAMOUR

GLAMOUR APRESENTA
Saúde da pele: brasileiras estão cada vez mais atentas à hidratação

Segundo pesquisa feita por Bepantol® Derma com mulheres de todo o país, 91% das entrevistadas entendem que hidratar é passo fundamental na rotina de autocuidado — e 78% delas veem ligação entre autoestima e qualidade da pele apron

2 min de leitura

CORREIO DO POVO

Mulheres do Sul são as que mais se preocupam e valorizam os cuidados com pele

Um dos principais hábitos adotados é o uso de hidratantes para evitar o ressecamento

26/07/2021 | 17:02



Foto: Pexels

...bem ou confortantes quando a pele está com um aspecto ruim, e há ainda citações à influência do clima das regiões onde vivem nisso.



marie claire

BEAUTY TUDO
Pesquisa revela que brasileiras consideram a hidratação essencial na rotina de skincare

Doze mil mulheres foram entrevistadas em todo o país e evidenciaram relação entre autoestima e a beleza da pele

As brasileiras amam hidratar a pele. Essa já era uma percepção informal, mas agora ganha ares mais formais já que foi embasada por pesquisa por encomenda de Bepantol Derma, da Bayer.

UNIVERSA



De spray às manteigas:
10 hidratantes corporais para a pele ressecada

De Universa

20/07/2021 | 09:00

LOÇÕES E CREMES



Foto: Reprodução/Instagram/Universa

CLAUDIA

Balcão de beleza

ACONCHEGO
Trança do cabelo, perfis femininos com hidratantes, lipglosses, cremes e até queijos, inspirados na sofisticação da culinária. Confira a nossa favorita e não se esqueça de hidratá-la.

1. BOLA D'AMORE - Creme hidratante para o corpo, com açafrão e óleo de amêndoas, para hidratar e nutrir a pele.

2. MANTO - Creme hidratante para o corpo, com açafrão e óleo de amêndoas, para hidratar e nutrir a pele.

3. NIVEA - Creme hidratante para o corpo, com açafrão e óleo de amêndoas, para hidratar e nutrir a pele.

4. BOM DIA - Creme hidratante para o corpo, com açafrão e óleo de amêndoas, para hidratar e nutrir a pele.

5. SÓCIA - Creme hidratante para o corpo, com açafrão e óleo de amêndoas, para hidratar e nutrir a pele.

6. Bepantol Derma - Creme hidratante para o corpo, com açafrão e óleo de amêndoas, para hidratar e nutrir a pele.

veja SAÚDE

AUTOSTIMA

HIDRATAÇÃO DA PELE TEM QUE SER PROFUNDA
O creme não deve ir somente de dentro o tempo todo e um cheiro agradável

TIRA DÓVIDAS
A dermatologista Flávia Boneti resolve suas dúvidas sobre hidratação

A frequência ideal
A pele vive sofrendo agressões — poluição, vento, calor etc. Para recuperá-la, hidrate todos os dias.

As regiões críticas
Cabeleças, pulso e cotovelos tendem a ser mais ressecados por causa de certos hábitos.

O momento perfeito
Aplicar o hidratante logo após a limpeza e antes de dormir garante a melhor penetração e efeito.

Tem sabonete aliado?
Sim. Há um tipo chamado sabonete sem agente agressivo. Mas não substitua o hidratante em si.

É mais ou menos?
Ele requer hidratação. Use cosméticos a cada 15 minutos após a limpeza para garantir a hidratação em si.

É aquele do banho
Sim. Há um tipo chamado sabonete sem agente agressivo. Mas não substitua o hidratante em si.

Um bom hidratante precisa...
...impedir a evaporação da água da pele
...prevenir as agressões com os climas
...funcionar como uma esponja, absorvendo água para a pele
...ajudar na renovação das células

revista **viva saúde**

Hidratação e a saúde da pele
Com uma rotina de cuidados simples dá para garantir reposição de água e equilíbrio da composição corporal

O aspecto da pele e seu impacto na vida das mulheres

78% das mulheres consideram que a pele impacta a autoestima

37% afirmam que, quando a pele está com um aspecto ruim, elas não se sentem confortáveis em usar roupas que as expõem muito

55% das que vivem nas regiões Norte e Centro-Oeste usam hidratantes diariamente

38% das que vivem na região Sudeste, 27% das que vivem na região Nordeste e 39% das sulistas usam hidratante facial diariamente

Mais da metade acredita que o clima pode ser um fator que impacta a saúde da pele

CAPRICHES NO CUIDADO:

1. O banho deve ser rápido e morno, sem bucha e com sabonete que tenha o pH da pele.
2. Uma vez por semana faça uma esfoliação leve para que o hidratante permeie de forma uniforme.
3. O melhor momento para hidratar a pele é após o banho, nos 5 minutos depois de se secar.
4. Use o creme de forma generosa e abundante na pele. Duas vezes ao dia, seguindo recomendações do dermatologista.

INDICAÇÕES

Pele oleosa e acneica: O hidratante deve ser mais leve e seco, evitando a sensação de grudento.

Pele seca e normal: Consistência mais enriquecida e composição com mais nutrientes.

PRECAUÇÕES

Fique atento e evite fatores que contribuem para fadar a pele ressecada:

- Ficar em ambientes secos, onde a água da pele pode evaporar.
- Banhos longos e quentes, uso de sabonetes desaperfeiçoados ao tipo de pele, falta de hidratação pós-banho, uso de buchas e de esponjas agressivas.
- Pouca ingestão de água que reflete em sinais de desidratação no aspecto da pele do rosto.

JeffreyGroup

Bepantol[®]

DERMA