

Projeto Vibrio: Revolucionando o Bem-Estar Íntimo

Categoria - Agência Boutique

- Evento de Comunicação
- Assessoria de Imprensa / Relacionamento com a Mídia



A hand in a dark, textured sleeve holds a magnifying glass over a circular component with a complex circuit pattern. The background is a dark, solid color.

APRESENTAÇÃO

Vibrio

Marca de Bem-Estar Íntimo

Data de Inauguração: 11 de maio de 2023

Local: Metropolitan Mall, Jardim Goiás, Goiânia

Sócios: Edson Benati, Marcela Benati, João Franco, Malu Perini,
Dani Noce, Raul Sena e Thamyris Fernandes



Vibrio

Fundada em 2021, a **Vibrio** é uma marca de bem-estar íntimo com atuação em todo o país através do e-commerce, presença física em Goiânia e líder em seu segmento. Indo além da comercialização de acessórios eróticos discretos, elegantes e luxuosos, investe numa comunicação disruptiva com naturalidade. O posicionamento inovador evidencia sua forma única de tratar a sexualidade como parte fundamental da saúde física e mental, promovendo autoconhecimento e transformando relacionamentos.

No dia 11 de maio, a **Vibrio** inaugurou sua primeira loja física, no Metropolitan Mall, no Jardim Goiás. A noite de luxo, elegância e muito glamour, inspirada nos anos 50, contou com a presença de jornalistas e influenciadores digitais. A equipe da **FatoMais Comunicação** ficou responsável pela assessoria de imprensa, planejamento e execução do evento em conjunto com os CEO's da Vibrio e a seleção e convite (mailing-list) de convidados. O objetivo era receber 40 pessoas no evento.



Vibrio

A hand holding a pen, with the word 'DESAFIOS' written in white text across the center.

DESAFIOS

- Conquistar **menções positivas e espontâneas** em diferentes tipos de mídia, gerando maior reconhecimento e conscientização sobre a marca junto ao público-alvo.
- **Reforço de imagem positiva** da marca como referência em bem-estar íntimo, como empresa líder e inovadora no setor.
- **Atrair o interesse de novos clientes** através da mídia espontânea gerada.
- Tratar o **assunto na mídia**, ainda tabu para muitas pessoas, de forma natural e levando o conceito de que a sexualidade é parte fundamental da saúde física e mental.
- Levar informações sobre os **benefícios da sexualidade para o público por meio da mídia espontânea**, norteadas as temáticas de forma natural e promovendo autoconhecimento.
- Oferecer um **evento exclusivo** para apresentação da loja e produtos, oferecendo uma experiência personalizada.





FASES DO TRABALHO

FASE 1

Produção de briefing para levantamentos dos conteúdos a serem divulgados.

Planejamento da divulgação dos conteúdos para a imprensa, como releases e sugestão de pauta, além da criação de cronogramas com datas limites para envio de convites do evento e contratação de fornecedores.

Identificação de influenciadores digitais com uma base de seguidores em Goiânia e região, especialmente aqueles cujo público-alvo tem fit com o perfil de clientes da Vibrio.

Sugestão de texto para constar no convite digital, envio de convite da inauguração e confirmação de presença, cujo objetivo era receber até 40 convidados. A relação de convidados contemplou jornalistas de TV, rádio, jornais impressos, web e influenciadores digitais com foco em lifestyle.

Levantamento de orçamentos de fornecedores para a realização do evento.



FASE 2

Produção de release para a imprensa apresentando a Vibrio e abordando sobre o evento de inauguração de sua primeira loja física.

Produção de sugestão de pauta para veículos de comportamento sobre a importância dos cuidados com o bem-estar íntimo como parte da rotina.

Produção de sugestão de pauta para veículos de economia sobre o crescimento do mercado de bem-estar íntimo.

Estímulo às demandas de imprensa, investindo no monitoramento de material informativo enviado às redações checando o interesse de divulgação.



FASE 3



Envio de fotos para colunas nos pós evento potencializando a imagem dos empresários à frente da marca.



Produção de sugestão de pauta sobre dicas de presentes para do Dia dos Namorados.



Apresentação de relatório digital com as principais menções do período.





EQUIPES

JORNALISMO

Nayara Reis



Diretora de jornalismo
(Coordenação geral)

Lorena Rodrigues



Assessoria de Imprensa
(Jornalista)

RELAÇÕES PÚBLICAS

Dienys Rodrigues



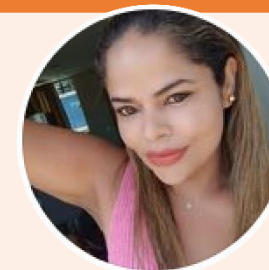
Diretora executiva
(Coordenação geral)

Ana Paula e Silva



Diretora administrativa
(Planejamento)

Diane Gomes



Staff
(FatoMais)



CRONOGRAMA

CALENDAR PLANNER

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
29	30	31	●	2	3	4
5	Holiday ●	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
Marketing Plan Meeting 26	Marketing Plan Meeting 27	Marketing Plan Meeting 28	29	Holiday ●	1	2

06/04

Apresentação de cronograma com datas limites, tendo como base a realização do evento no dia 11 de maio de 2023

A partir de 11/04

apresentação gradativa dos orçamentos já realizados com ênfase na escolha do cardápio

Até 13/04

Envio de briefing a ser respondido pelo cliente.

Até 18/04

Retorno com as respostas do briefing pelo cliente.

A partir de 18/04

Produção dos releases a serem trabalhados com a imprensa.

Até 19/04

Envio de mailing-list com nomes de convidados para aprovação

Até 20/04

Sugestão de texto para constar no convite digital + save the date (arte a cargo do cliente)

Até 24/04

Recebimento da arte save the date produzido pelo cliente

Até 25/04

Fechamento de planilha de custos/fornecedores (orçamentos serão apresentados gradativamente antes dessa data)

Até 26/04

Envio de save the date para imprensa e influenciadores digitais (mailing aprovado)

A partir de 02/05

Envio dos conteúdos aprovados para o mailing de imprensa. Estímulo às demandas de imprensa (follow up), investindo no monitoramento de material informativo enviado às redações checando o interesse de divulgação.

Até 10/05

Montagem de press-kit

Até 02/05

Recebimento da arte do convite de digital produzido pelo cliente

04/05

Envio de convite digital tendo como meta a recepção de até 40 convidados (incluindo staff)

08 a 09/05

Confirmação de presença dos convidados

10/05

Envio de lembrete para os jornalistas/influencers que confirmaram presença

10 a 11/05

Checagem da lista de fornecedores e recepção do material no Metropolitan da marca.

11/05


Dia do Evento: Acompanhamento dos fornecedores contratados, incluindo desmontagem do evento.

11/05

Envio de fotos para colunas no pós evento potencializando a imagem dos empresários à frente



ORÇAMENTO

A hand holding a pen is positioned over a budget spreadsheet. The spreadsheet contains various numerical entries, likely representing budget items and amounts. The background is dark and slightly blurred, focusing attention on the text and the hand.

21057920	414264			
21215720	5498216			
326225				
32255021	32154316	3322144	3221	32186664
1245755	1245755	32366987	21258	232312
2154756	2154756			
320659	32659	121554	32186664	12457
221233		323150	232312	2154
		221550	12789452	32

**Custo do
Evento**

R\$ 18.458,00



A grayscale background image of a person in a business suit holding a tablet. Overlaid on the image are several business-related icons: a large upward-pointing arrow, a 3D bar chart, and a 3D pie chart. The text 'RESULTADOS ALCANÇADOS' is centered in a large, bold, white font. A small number '5' is positioned below the letter 'Ç' in the second line of text.

**RESULTADOS
ALCANÇADOS**
5

**Total de
publicações**

128

**Mídia
espontânea**

R\$ 101.086,53

**Audiência
estimada**

4.721.588





CLIPPING



Fábio Lima

ISADORA ALVES:
"Confesso que antes de começar a trabalhar na área eu não tinha tanta facilidade de falar sobre o assunto por vergonha e por ser um assunto tabu para muitas pessoas"

Luísa Guimarães
luisa.guimaraes@popo.com.br

O termo saúde íntima abrange muito mais que a higiene da região. Solucionar problemas e incômodos, tirar dúvidas e enxergar os cuidados como parte importante da manutenção do bem-estar são movimentos importantes para a saúde física e mental e para a qualidade de vida das mulheres. No entanto, falar sobre o órgão sexual feminino ainda hoje é um tabu. E quando o assunto chega no âmbito do prazer e satisfação na atividade sexual, então, nem se fala.

O resultado de não tratar o tema com naturalidade impacta diretamente o dia a dia e os relacionamentos. A pesquisa Love Life Satisfaction, promovida pelo Instituto Ipsos, aponta que 4 em cada 10 brasileiros dizem estar insatisfeitos com sua vida sexual e amorosa. Já o levantamento do Projeto de Sexualidade do Hospital das Clínicas da Universidade de São Paulo (USP) mostra que cerca de um terço das mulheres brasileiras nunca tiveram um orgasmo.

"Confesso que antes de começar a trabalhar na área eu não tinha tanta facilidade de falar sobre o assunto por vergonha e por ser um assunto tabu para muitas pessoas", diz Isadora Alves, de 22 anos, diretora de suporte e vendas de um sexshop voltado para o bem-estar íntimo. Ela fala diretamente com as clientes que buscam os produtos da loja, inclusive aquelas mais tímidas ou que estão se "aventurando" pela primeira vez em busca de um vibrador.

"Hoje já vejo todo esse universo de outra forma. Sei que muitas mulheres ainda não se conhecem totalmente. Nosso trabalho, então, é feito juntamente com especialistas como fisioterapeutas pélvicas, sexólogos e psicólogos", comenta. Isadora lembra dois atendimentos que a emocionaram. "São relatos de mulheres com traumas de relacionamentos anteriores, que fizeram com que a vida sexual delas

Sem tabus

MULHER Saúde e bem-estar íntimos envolvem autoconhecimento e tratamento do tema da sexualidade com naturalidade

acabasse. Me emociona saber que essa pessoa se sentiu confortável para dividir sua história comigo, falou abertamente sobre o tema e que eu pude ajudar de alguma forma."

NATURALIDADE
"Bem-estar íntimo é uma forma sólida de ver a sexualidade como parte fundamental da saúde física, mental e do relacionamento", explica Marcela Benati, terapeuta de casal, sexóloga e sócia da Vibrio. "Ou seja, não se trata apenas do ato sexual em si, mas todo o re-

lato de se estar sexualmente ativo, como a liberação de hormônios que influenciam no bom funcionamento físico e mental, regulação do sono, maior vinculação entre os parceiros, maior vitalidade e autoconfiança", continua.

De maneira geral, pensar o bem-estar íntimo é perceber o sexo como saúde e processo de autoconhecimento. A definição da Organização Mundial da Saúde (OMS) diz que "é um aspecto fundamental da vida humana, uma necessidade básica e um aspecto do ser humano

que não pode ser separado de outros aspectos da sua vida". Apesar de natural, a sexualidade pode variar não só de pessoa para pessoa, como de cultura para cultura, destaca.

"O Brasil tem evoluído nessas questões, especialmente nas últimas décadas. Temos uma diversidade cultural muito grande, e isso se reflete na forma como as pessoas abordam a sexualidade. No entanto, ainda há muito a ser feito para que a sexualidade seja abordada de forma mais aberta e saudável, e isso inclui a educação sexual", aponta.

Entre os aspectos culturais citados estão, por exemplo, as diferenças ao tratar do assunto en-

tre homens e mulheres. "Para a grande maioria dos homens, o assunto é mais fácil, pois são culturalmente estimulados ao ato sexual. Já a maioria das mulheres se ensina que sexo é errado, sujo e só uma forma de agradar aos homens. Esse é um dos motivos pelos quais tantas mulheres se desinteressam pelo sexo", diz a sexóloga.

No caso de casais, ela destaca o diálogo como ponto fundamental. "Vejo muitos casais que têm libido individual, mas que pela falta de intimidade sexual perdem a libido como casal", diz. "Para que isso não aconteça, o casal precisa estar sempre em diálogo aberto sobre o assunto, falando de suas preferências e vontades, experimentando coisas novas e se desafiando", explica.

E o uso de brinquedos sexuais? "É importante entender que o uso de brinquedos e acessórios sexuais não está necessariamente relacionado à insatisfação com o parceiro ou a uma tentativa de substituí-lo. Pelo contrário, pode ser uma forma de adicionar variedade e novidade à vida sexual e de promover uma exploração e autoconhecimento, o que pode, na verdade, fortalecer a intimidade e o vínculo emocional entre os parceiros", aponta.

O Brasil já ocupa a posição de liderança no ranking mundial de realização de cirurgias íntimas femininas, segundo levantamento da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética. "Mulheres começaram a me contar sobre seus desafios, dificuldades e frustrações, inclusive no relacionamento conjugal, não raro correlacionando esses problemas com a aparência da região genital, comenta.



Aspectos físicos

Solucionar incômodos e problemas na região íntima também impacta a relação que as mulheres têm com a sexualidade. Há alguns anos, o termo rejuvenescimento vaginal ou rejuvenescimento

íntimo tem ganhado destaque e, apesar do nome sugerir, não se trata apenas de insatisfações com o aspecto estético e visual da região. "Principalmente as mulheres na menopausa têm uma quantidade hormonal diminuída, o que faz com que vários sintomas genitais apareçam, como o ressecamento vaginal, levando a quadros de incontinência urinária e dor na relação sexual", explica a

ginecologista Larissa Chaveiro. Ela aponta que existem diversos tratamentos para o problema, como o uso de cremes na região, de terapia hormonal e do laser de CO2, que também melhora a elasticidade da mucosa vaginal. O descontentamento com a estética da região íntima, apesar de não ser o único foco de quem passa por procedimentos e cirurgias, também é uma realidade.

Segundo a médica cirurgiã plástica Renata Magalhães, ainda há muita dificuldade em abordar o tema. "As mulheres que sofrem com essa insatisfação geralmente enfrentam uma angústia solitária, pois não têm coragem de conversar com amigas ou até com o parceiro ou parceira", diz. Ela conta que o volume de consultas e cirurgias íntimas cresceu muito nos últimos tempos, e não só no seu

Para curtir a dois

COMEMORAÇÃO Para apimentar as comemorações, confira sugestões de presentes para o Dia dos Namorados

Luísa Guimarães
luisa.guimaraes@popo.com.br

O Dia dos Namorados é o momento ideal para renovar o relacionamento e trazer novidades para o casal. Para quem prefere algo mais sofisticado, dá para optar por produtos de beleza e cuidados pessoais. O perfume é uma opção que sempre funciona, e o presente pode ser escolhido de acordo com o gosto de quem recebe. Confira as sugestões de presentes para o Dia dos Namorados.



● Magenta Cardé - Luísa
A linha de produtos de beleza da Luísa Guimarães é conhecida por sua sofisticação e qualidade. O perfume Magenta Cardé é uma opção elegante e sofisticada para quem busca um presente que seja uma declaração de amor. O perfume é uma mistura de notas de baunilha, cardamomo e cardámo, criando uma fragrância única e sofisticada. **R\$ 89,00** (link completo em bit.ly/luisa)



● Olfato Único - Luísa
Olfato Único é um perfume que traz uma sensação de frescor e vitalidade. A fragrância é uma mistura de notas de melancia, melão e mel, criando uma fragrância doce e refrescante. **R\$ 89,00** (link completo em bit.ly/luisa)

● Olfato Único - Luísa
Olfato Único é um perfume que traz uma sensação de frescor e vitalidade. A fragrância é uma mistura de notas de melancia, melão e mel, criando uma fragrância doce e refrescante. **R\$ 89,00** (link completo em bit.ly/luisa)



● Coffee Seduction Touch - Luísa
O perfume Coffee Seduction Touch é uma opção sofisticada e elegante para quem busca um presente que seja uma declaração de amor. O perfume é uma mistura de notas de café, baunilha e cardámo, criando uma fragrância única e sofisticada. **R\$ 139,00** (link completo em bit.ly/luisa)



● Ralph's Club - Ralph Lauren
O perfume Ralph's Club é uma opção sofisticada e elegante para quem busca um presente que seja uma declaração de amor. O perfume é uma mistura de notas de baunilha, cardamomo e cardámo, criando uma fragrância única e sofisticada. **R\$ 139,00** (link completo em bit.ly/luisa)



● Olfato Único - Luísa
Olfato Único é um perfume que traz uma sensação de frescor e vitalidade. A fragrância é uma mistura de notas de melancia, melão e mel, criando uma fragrância doce e refrescante. **R\$ 89,00** (link completo em bit.ly/luisa)



● Olfato Único - Luísa
Olfato Único é um perfume que traz uma sensação de frescor e vitalidade. A fragrância é uma mistura de notas de melancia, melão e mel, criando uma fragrância doce e refrescante. **R\$ 89,00** (link completo em bit.ly/luisa)



● Calceopress - Bené
O perfume Calceopress é uma opção sofisticada e elegante para quem busca um presente que seja uma declaração de amor. O perfume é uma mistura de notas de baunilha, cardamomo e cardámo, criando uma fragrância única e sofisticada. **R\$ 139,00** (link completo em bit.ly/luisa)



● Olfato Único - Luísa
Olfato Único é um perfume que traz uma sensação de frescor e vitalidade. A fragrância é uma mistura de notas de melancia, melão e mel, criando uma fragrância doce e refrescante. **R\$ 89,00** (link completo em bit.ly/luisa)



● Olfato Único - Luísa
Olfato Único é um perfume que traz uma sensação de frescor e vitalidade. A fragrância é uma mistura de notas de melancia, melão e mel, criando uma fragrância doce e refrescante. **R\$ 89,00** (link completo em bit.ly/luisa)



● Olfato Único - Luísa
Olfato Único é um perfume que traz uma sensação de frescor e vitalidade. A fragrância é uma mistura de notas de melancia, melão e mel, criando uma fragrância doce e refrescante. **R\$ 89,00** (link completo em bit.ly/luisa)





SALA V I P

RAFAEL GARCIA

CASSIMIRO



Marcela Benati, Malu Perini, Dani Noce e Thamyris Fernandes é o time feminino a frente da Vibrio. A marca de bem-estar íntimo é sucesso de vendas on-line em todo o país e escolheu Goiânia para inaugurar sua primeira loja física

Home > Negócios

Marca de bem-estar íntimo que mais cresce no país inaugura loja em Goiânia

Vibrio abre as portas para os goianos a partir do dia 12 de maio

por STG News Redação — 9 de maio de 2023 em Negócios · Reading Time: 3 mins read



Divulgação

Compartilhar

Compartilhar

Compartilhar

Fundada em 2021, a Vibrio é uma marca de bem-estar íntimo com atuação em todo o país através do e-commerce, presença física em Goiânia e líder em seu segmento. Indo além da comercialização de acessórios eróticos discretos, elegantes e luxuosos, investe numa comunicação disruptiva com naturalidade. O posicionamento inovador evidencia sua forma única de tratar a sexualidade como parte fundamental da saúde física e mental, promovendo autoconhecimento e transformando relacionamentos.

Como novidade para o mercado goiano, a marca apresenta para convidados, a sua primeira loja física, que estará



Porque é importante cuidar do bem-estar íntimo

Tratar a sexualidade com conhecimento e sem tabus, é fundamental para perceber o sexo como natural e necessário.

10/05/2023 10h45 | 61

Por: Lorena Lázaro



Marcela Benati, terapeuta de casais, sexóloga e sócia da marca Vibrio.

Antigamente, quando se falava em melhorar o sexo, logo vinham à mente vibradores, filmes picantes e lubrificantes saborosos. Mas hoje em dia, essa visão está mudando graças ao movimento pelo bem-estar íntimo. Esse movimento encara a sexualidade como parte essencial da saúde física, mental e do relacionamento, tudo isso através do autoconhecimento. A ideia é que o prazer sexual é algo natural e humano, que pode melhorar a vida cotidiana sem a sensação de culpa. Vamos deixar de lado essa ideia ultrapassada de que sexo é algo errado e abraçar a nossa natureza!

De acordo com a Marcela Benati, terapeuta de casais, sexóloga e sócia da marca Vibrio de bem-estar íntimo, ainda existe muito tabu e preconceito quando se trata de sexo. Infelizmente, quatro em cada 10 brasileiros (40%) estão insatisfeitos com sua vida amorosa e sexual, segundo o levantamento "Love Life Satisfaction" do Instituto Ipsos, realizado em dezembro do ano passado. Mas, felizmente, temos visto cada vez

mais iniciativas que promovem conhecimento e informação para que as pessoas possam falar sobre o assunto de forma natural. E não é à toa que esse mercado está em ascensão, sendo avaliado em 108 bilhões de dólares até 2027, de acordo com a Allied Market Research.

CASAS & MARCAS

Vibrio inaugura sua primeira loja física em Goiânia
PRODUTOS ERÓTICOS - Após dois anos de atuação em todo o País através do e-commerce, a goiana Vibrio marca de bem-estar íntimo (sex shop) expande a sua operação e abre a primeira loja física em Goiânia. Nesses primeiros 24 meses de atuação, a marca atendeu mais de 40 mil clientes e 90 mil produtos comercializados. Com um portfólio superior a 60 itens, a maioria de fabricação própria e importados exclusivos, os produtos são selecionados e totalmente livres de parabenos e ftalatos ou qualquer outro ingrediente que possa ser danoso para a saúde. Na sua lista de produtos consta lubrificante íntimo, vibrador, gel excitante, entre dezenas de outros benéficos para o prazer e saúde sexual. fale@vibrio.com.br



canal uol VivaBem

MARCELA RAHAL
@marcelarahal

MARCELA BENATI
psicóloga especialista em terapia de casal

#VivaBemHoje

O AMOR ESTÁ NO AR: NAMORAR PODE TRAZER BENEFÍCIOS PARA A SAÚDE MENTAL

Relacionamentos longos precisam de 'manutenção', diz psicóloga | VivaBem Hoje

VivaBem 48,6 mil inscritos [Inscrever-se](#)

[Compartilhar](#) [Download](#)

GLAMURAMA

HOME MODO DE VIDA CULTURA E ENTERTENIMENTO MODA E DESIGN CORPO E ALMA VÍDEOS

Brinquedos diferentes e deluxe para aproveitar o Dia do Orgasmo

por Redação GLAMURAMA 31 de julho de 2023 às 14:10 03 minutos de leitura

Photo: Getty Images

E vamos de Dia do Orgasmo, comemorado nesta segunda-feira, 31 de julho. A data surgiu em 1999, na Inglaterra, quando vários sex shops se juntaram em uma ação não só para alavancar as vendas, mas principalmente para promover o prazer, levantar o debate e assim quebrar o tabu em torno do tema.

Bom, por aqui queremos, tanto que aproveitamos a data para indicar brinquedinhos sexuais indispensáveis para o orgasmo perfeito. Com diferentes formas, funções, ritmos e tamanhos, esses brinquedos adultos são diferentes e feitos para alavancar a busca pelo orgasmo. Se joga!

O verdadeiro companheiro independente da ocasião

Sabe aquele vibrador perfeito para se aventurar independente da ocasião? O Charlotte, mais conhecido como vibrador de calcinha da Vibrio, é a prova de que os encontros nunca mais serão os mesmos. Seja no restaurante, na balada, no cinema ou onde preferir, ele possui um encaixe por meio de um ímã que fixa na calcinha e permite que a brincadeira seja segura e mega confortável. Ele pode ser usado com ou sem controle remoto, além de possuir 9 modos de vibração diferentes com o encaixe ideal para estimular o clitóris. Preço sugerido de R\$379.



The background is a dark, grayscale image. It shows a pair of hands holding a smartphone. Overlaid on the phone and the hands are various social media icons, including a heart, a speech bubble, a play button, and a share icon. The overall theme is digital communication and social networking.

REDES SOCIAIS

goyazemfoco

goyazemfoco Em uma noite de luxo, elegância e muito glamour, jornalistas e influenciadores digitais goianos conheceram a primeira loja física da Vibrio, marca que mais cresce no segmento de bem-estar íntimo no Brasil. Os sócios Edson Benati, Marcela Benati, João Franco, Malu Perini, Dani Noce, Raul Sena e Thamyris Fernandes (foto) foram os anfitriões da festa, realizada no último dia 11 de maio. Com ambientação intimista, inspirada nos anos 50, o espaço proporciona experiências únicas, por meio de um atendimento personalizado e discreto. A loja fica no Metropolitan Mall, no Jardim Goiás.

Durante a festa de inauguração da Vibrio, a diretora de suporte e vendas Isadora Alves juntamente com a sócia e influenciadora digital Dani Noce brindaram o sucesso da noite.

Marcela Benati, Malu Perini, Dani Noce e Thamyris Fernandes são o time feminino a frente da Vibrio. A marca de bem-estar íntimo é sucesso de vendas on-line em todo o país e escolheu Goiânia para inaugurar sua primeira loja física.

Crédito: Cassimiro

Curtido por anapaulafato e outras pessoas

Adicione um comentário...

instavizinha
Quintango • Por Una Cabeza

instavizinha Goiânia recebe a Primeira loja física @avibrio . A partir do dia 12/05 a loja estará aberta para o Público, para visitar você precisa agendar, o atendimento é personalizado e exclusivo! Conheça a @avibrio e tenha uma experiência incrível para sua vida 🌟🌟🌟

#vibrio #vibriosexshop #sexshopde luxo #maluperini #brunoperini #goiania #sexshopgoiania

1 d • Ver tradução

marienepradoo @avibrio é tudo de bommmms

1 d • Responder • Ver tradução

Ver respostas (1)

benditadicaa 🍷🍷🍷🍷🍷

1 d • 1 curtida • Responder

brendaagontijo Uauuu! 🍷🍷🍷🍷🍷

1 d • Responder • Ver tradução

tay.frodarte 🍷🍷🍷

Curtido por nayarareis1 e outras pessoas

Adicione um comentário...

flavioximenesnews

flavioximenesnews Luxo e bom gosto

Em uma noite de luxo, elegância e muito glamour, jornalistas e influenciadores digitais goianos conheceram a primeira loja física da Vibrio, marca que mais cresce no segmento de bem-estar íntimo no Brasil. Os sócios Edson Benati, Marcela Benati, João Franco, Malu Perini, Dani Noce, Raul Sena e Thamyris Fernandes (foto) foram os anfitriões da festa, realizada no último dia 11 de maio. Com ambientação intimista, inspirada nos anos 50, o espaço proporciona experiências únicas, por meio de um atendimento personalizado e discreto. A loja fica no Metropolitan Mall, no Jardim Goiás. (Foto 1)

Durante a festa de inauguração da Vibrio, a diretora de suporte e vendas Isadora Alves juntamente com a sócia e influenciadora digital Dani Noce brindaram o sucesso da noite. (Foto 2)

Marcela Benati, Malu Perini, Dani Noce e Thamyris Fernandes são o time feminino a frente da Vibrio. A marca de bem-estar íntimo é sucesso de vendas on-line em todo o país e escolheu Goiânia para inaugurar sua primeira loja física. (Foto 3)

2 h • Ver tradução

Curtido por nayarareis1 e outras pessoas

Adicione um comentário...

STG NEWS

Marca de bem-estar íntimo que mais cresce no país inaugura loja em Goiânia

perfulgencas A Vibrio, marca de bem-estar íntimo com elevação em todo o país através do e-commerce, apresenta para vocês e para a primeira loja física, que estará disponível em Goiânia a partir do dia 12 de maio. Saiba mais no site www.vibrio.com.br ou através do link clicável no link 📌

1 d • Ver tradução

perfulgencas #vibriogoiânia #vibriosexshop #vibriogoiânia #vibrio #vibriosexshop #vibriogoiânia #vibriogoiânia #vibriogoiânia

1 d • Responder • Ver tradução

Curtido por julyanna, matheus e outras pessoas

Adicione um comentário...







OBRIIGADA!