

## BRIEFING

Claritin sempre foi uma ótima solução para alergias e já foi um dos maiores competidores do mercado. Por isso, queremos que as pessoas saibam que a marca de anti-histamínicos é a melhor solução para os alérgicos.

## O QUE VOCÊ PRECISA FAZER

Desenvolver uma campanha para os principais veículos digitais para o novo Claritin 2022.

## OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

Estabelecer Claritin como uma marca de anti-histamínico que entrega a melhor solução para aquele que sofre de Alergia.

## QUEM SÃO ESSAS PESSOAS?

**Pessoas com alergia moderada** (mulheres 60% e homens 40% com idades entre 18 e 55 anos, que são moderadamente afetados por sintomas de alergia, tanto persistentes quanto sazonais. A maioria - 80% - sofre de Rinite vs. 35% de Alergia Cutânea)

→ Suas alergias influenciam seu humor. Eles não se sentem como eles mesmos quando sofrem de uma alergia, e muitas vezes sentem que são “pegos de surpresa” quando as alergias aparecem, já que só pensam nela quando a experimentam.

→ Eles colocam ênfase em seguir com sua vida, portanto, o gerenciamento da alergia deve ter uma solução simples, mas eficaz, que não os decepcione, que seja capaz de aliviar todos os sintomas de uma só vez. Novas soluções que podem oferecer algo mais próximo do “alívio completo” são mais atrativas para eles.

→ Os principais fatores que influenciam suas alergias são poeira, mofo e poluição. Os sintomas de alergia mais comuns são espirros, nariz congestionado/com corrimento/com coceira. Irritação nos olhos e garganta também estão presentes.

→ Esses sintomas estão relacionados principalmente a queixas sobre sua capacidade de respirar normalmente, dormir/descansar bem e estar no seu melhor (físico + aparência + mental).

## OUTRAS CONSIDERAÇÕES

- Considerar diversidade para o *casting* de pessoas/seleção de imagens
- Personalidade da Marca: alegre, social e pra cima

### Resumo da situação da marca no mercado

A marca já foi um competidor relevante no passado. No entanto, por falta de investimentos por mais de 10 anos, tem uma base de consumidores muito baixa (1% MS), e baixos níveis de *conhecimento de marca* (<50%) e Consideração (<20%)

Em 2021, a marca reposicionou seu preço para ser mais uma vez competitiva e está reconstruindo sua presença.

### **OBRIGATORIEDADES & CONSIDERAÇÕES LEGAIS**

- Não pode haver pessoas consumindo o produto
- Sem textos imperativos

### **ESCOPO/MERCADOS**

BRASIL

### **DESAFIO DE MERCADO**

Qual é o trabalho que deve ser feito para atingir os principais objetivos de negócios.

**FAZER com que alérgicos que estão comprando produtos livres de prescrição para suas alergias comprem Claritin como seu tratamento.**

**Ao demonstrar a superioridade do produto, alavancar a equidade e construir uma conexão emocional.**

### **PERCEPÇÃO (INSIGHT) DOS CONSUMIDORES**

Eu quero ser capaz de experimentar a vida plenamente, mas as alergias entorpecem minha vida e me arrastam para baixo. Eu só quero ficar livre dos sintomas, para voltar ao que eu quero fazer.

### **PENSAM/SENTEM/FAZEM – RESPOSTA DO CONSUMIDOR**

O que as pessoas fazem ou sentem ou pensam ou acreditam agora? Por que eles acreditam nisso? O que eles fariam, pensariam, sentiriam ou acreditariam depois?

### **AGORA**

*“Estou feliz com meu anti-histamínico atual. Faz o trabalho, e não conheço nenhuma opção melhor disponível, mesmo que às vezes me deixe sonolento”.*

### **DEPOIS**

*“Percebo claramente que Claritin é a melhor solução, pois me dá alívio total dos meus sintomas de forma rápida e eficaz, deixando-me seguir minha vida, como se a alergia não existisse”.*

#### **PRINCIPAL MENSAGEM QUE QUEREMOS PASSAR**

Claritin proporciona um alívio completo e duradouro dos sintomas da alergia sem causar sono.

#### **RTB – POR QUE OS CONSUMIDORES ACREDITARIAM EM NÓS?**

- #1 marca no mundo
- 24h de alívio com apenas um comprimido por dia
- Não causa sono
- Trata os sintomas de mais de 200 alérgenos
- Alívio rápido, dura o dia todo