

Marca se inspira no homem do século XXI e lança colônia

Marca do Grupo Boticário fez entrevistas individuais com metodologia exploratória para se aprofundar no universo do público masculino e se aproximar destes consumidores



Colônia Carbon, da Eudora, promete reforçar a autoconfiança do homem

A Eudora realizou uma série de pesquisas com o público masculino para traçar o perfil do homem do século XXI e lançar um produto exclusivo para este consumidor.

Com metodologia exploratória, a marca do Grupo Boticário fez entrevistas individuais em profundidade para chegar ao universo deste indivíduo.

Como resultado, Eudora lança a colônia Carbon, que promete reforçar a autoconfiança do homem, estreitando o relacionamento com este público.

A fragrância foi inspirada na força e na flexibilidade do carbono e conta com notas cítricas de limão siciliano, bergamota, gengibre, folhas verdes de violeta, cisto, âmbar gris e patchouli. O produto está à venda nas lojas da marca e no e-commerce, ao preço de R\$ 92,00.

Fonte: Exame. [Portal]. Disponível em:

<<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/marca-se-inspira-no-homem-do-seculo-xxi-e-lanca-colonia>>. Acesso em: 27 jun. 2012.