

Clipping EMS

notícias do mercado
farmacêutico.

EMS investe R\$ 60 milhões em reposicionamento de Gerovital

Data: 17/07/2023 - Veículo: Meio&Mensagem

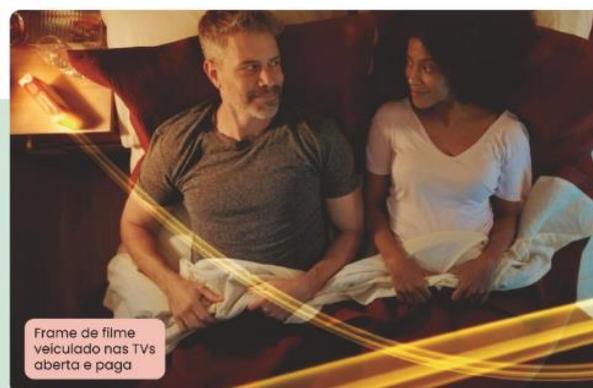
A revista Meio & Mensagem trouxe, no dia 17/07, em destaque, a notícia de que a EMS está reposicionando o Gerovital, suplemento vitamínico, em uma campanha 360º focada em pessoas a partir dos 45 anos. A reportagem contou com entrevista de Cíntia Ribeiro, diretora comercial e de marketing da unidade de marcas.

A íntegra da notícia pode ser conferida abaixo.

14 marketing

EMS investe R\$ 60 milhões em reposicionamento de Gerovital

A farmacêutica EMS está reposicionando o Gerovital, suplemento vitamínico para pessoas a partir dos 45 anos. Para as estratégias comerciais e de marketing, que vão de adequação do público-alvo a ações de comunicação, a companhia está investindo R\$ 60 milhões. O orçamento, segundo Cíntia Ribeiro, diretora comercial e de marketing da unidade de marcas da EMS, é um dos maiores direcionados a um único produto, o que demonstra as expectativas quanto ao item. A meta é alcançar um faturamento de R\$ 100 milhões apenas neste ano e impactar 26 milhões de pessoas. A executiva explica que o novo Gerovital quer se distanciar dos concorrentes. "O mercado está seguindo um movimento de commodity, com preços e marcas baratas, sem nenhum diferencial. O nosso desafio é criar uma subcategoria entre as vitaminas, que é da energia, para consumidores que buscam um produto ligado à saúde física e mental", ressalta. O plano de marketing da EMS possui estratégias de



sell out, com materiais dirigidos ao target 45+, e reposicionamento do produto nas gôndolas das farmácias. Já a campanha 360º, criada pela agência We, inclui emissoras de TV aberta e paga, spots de rádio e merchandising no programa *Hora do Faro*, apresentado por Rodrigo Faro na Record, além de conteúdos nas redes sociais e patrocínios de eventos esportivos, como a aplicação do logotipo da marca no carro do piloto Áttila Abreu, na Stock Car.