

ANA ELISA ABBDALA ANGELA CARITÁ BRUNA SALES GABRIELA GIRARDI LEONARDO AMARAL LIVIA ULIAN MANUELLA MANSANI



# pantys

PLANO ESTRATÉGICO DE ASSESSORIA  
DE COMUNICAÇÃO

GLAM

# a pantys

COOL. ABSORBING. OBVIOUS.



Primeira marca  
brasileira  
de calcinhas  
absorventes

Vegana  
Hipoalergênica  
Reutilizável  
Carbono neutro

Para  
mulheres  
brasileiras  
diversas  
modernas

# a pantys

COOL. ABSORBING. OBVIOUS.



antirracismo  
feminismo  
saúde  
autoconhecimento  
inovação  
qualidade de vida  
**SUSTENTABILIDADE**  
estilo  
sexualidade  
relacionamento  
**CONFORTO**  
**EMPODERAMENTO**  
amor  
ser mulher  
menstruação  
moda  
pegada ecológica  
consumo consciente  
cuidado



# a pantys

COOL. ABSORBING. OBVIOUS.



FARM  
+  
pantys

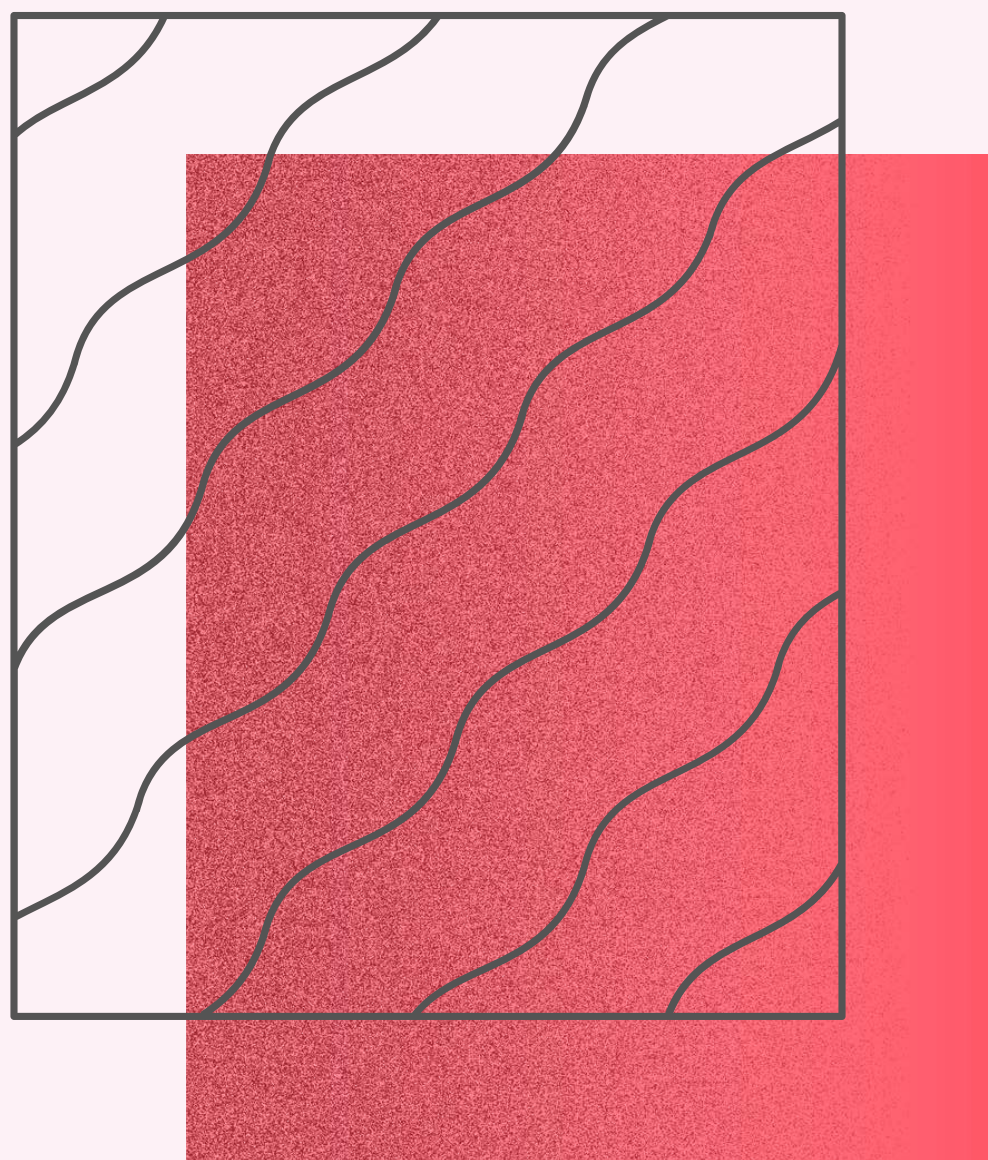
pantys  
e  
*Sempre Livre*

LOUNGERIE  
✶  
pantys

pantys  
+  
AHLMA



# objetivos & metas

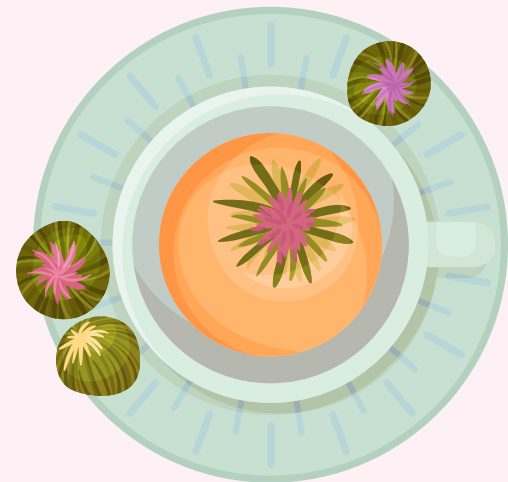


O objetivo deste plano é aproximar a marca do público adolescente e pré-adolescente. Para isso, buscamos:

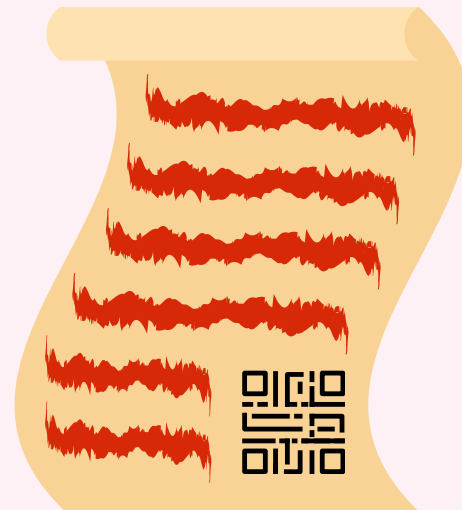
- trazer mais visibilidade à marca e seus valores;
- reativar o perfil do TikTok e aumentar seu alcance;
- melhorar o engajamento da marca no Instagram.



# press kits



flower tea



carta personalizada

vela aromática



calcinha absorvente personalizada



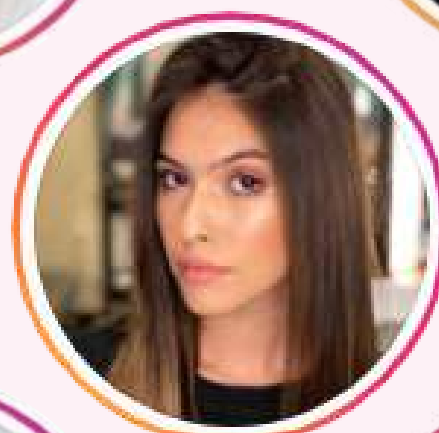
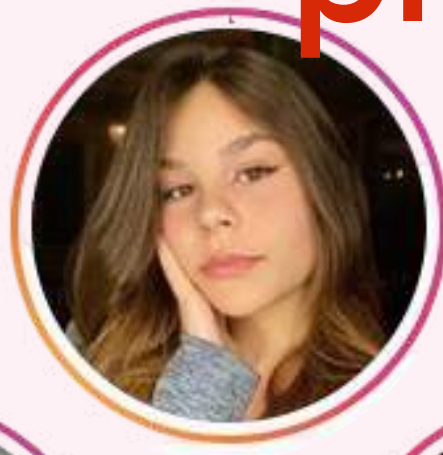
bolsa térmica

pedra da lua



pantys

# quem será presenteado?





# campanha: instagram

O QUE VOCÊ JÁ DEIXOU DE FAZER  
POR ESTAR MENSTRUADA?

A pergunta será  
respondida por 6  
influenciadoras em  
IGTVs e posts no feed

A cada postagem feita  
com a # e com a  
marcação do perfil da  
pantys, uma calcinha  
será doada à meninas  
do Abrigo Reviver e do  
Lar de São José

As influenciadoras vão  
encorajar suas seguidoras a  
fazer o mesmo em seu perfil



# seis influenciadoras X seis abordagens



**Agnes Nunes**

2,6 milhões de seguidores

"Um dia de gravação"



**Paola Antonini**

2,7 milhões de seguidores

"Empoderamento feminino"



**Fernanda Concon**

3 milhões de seguidores

"A história da menstruação"



**Two Lost Kids**

56,3 mil seguidores

"O tabu da menstruação"



**Sophia Medina**

427 mil seguidores

"Um dia de surfe"



**Nátaly Neri**

705 mil seguidores

"Menstruação sustentável"

# campanha: tiktok

Conteúdo para redes  
+ #desafiopantys



criação de um TikTok  
com uma música criada  
pela **Manu Gavassi**  
exclusiva para Pantys



coragem.  
amor.  
pantys.

As 20 garotas mais  
criativas ganharão um kit  
primeira menstruação +  
uma pantys



# como viralizar o #desafiopantys?



Àudio: versão da música  
"Mano Gavassi" exclusiva para pantys



**Hanna Caterine**  
maquiagem



**Giulia Benite**  
atuação



**Luara Fonseca**  
dança



**Any Gabrielly**  
dança

# branded content

Ciclo do empoderamento, conforto & sustentabilidade

**1º dia (17/01):** Menstruei. E agora?

**2º dia (19/01):** Se você pudesse definir a menstruação em uma palavra, qual seria?

**3º dia (21/01):** Como o meu corpo pode ser sustentável?

**4º dia (24/01):** Menstruar é nojento?

**5º dia (26/01):** Compilado de respostas para a pergunta do 2º dia.



JUNTAS SOMOS MAIS FORTES



# branded content

 @greengodictionary

"Virou mocinha"

"Tô de chico"

"Desceu"

"Naqueles dias"

"Mar vermelho"



**Brazilian Visitors** 

**ooh from home** 

**/ôo de casa! (exp.)** 1. Brazilian visitors announcing themselves by shouting and clapping at someone's door.

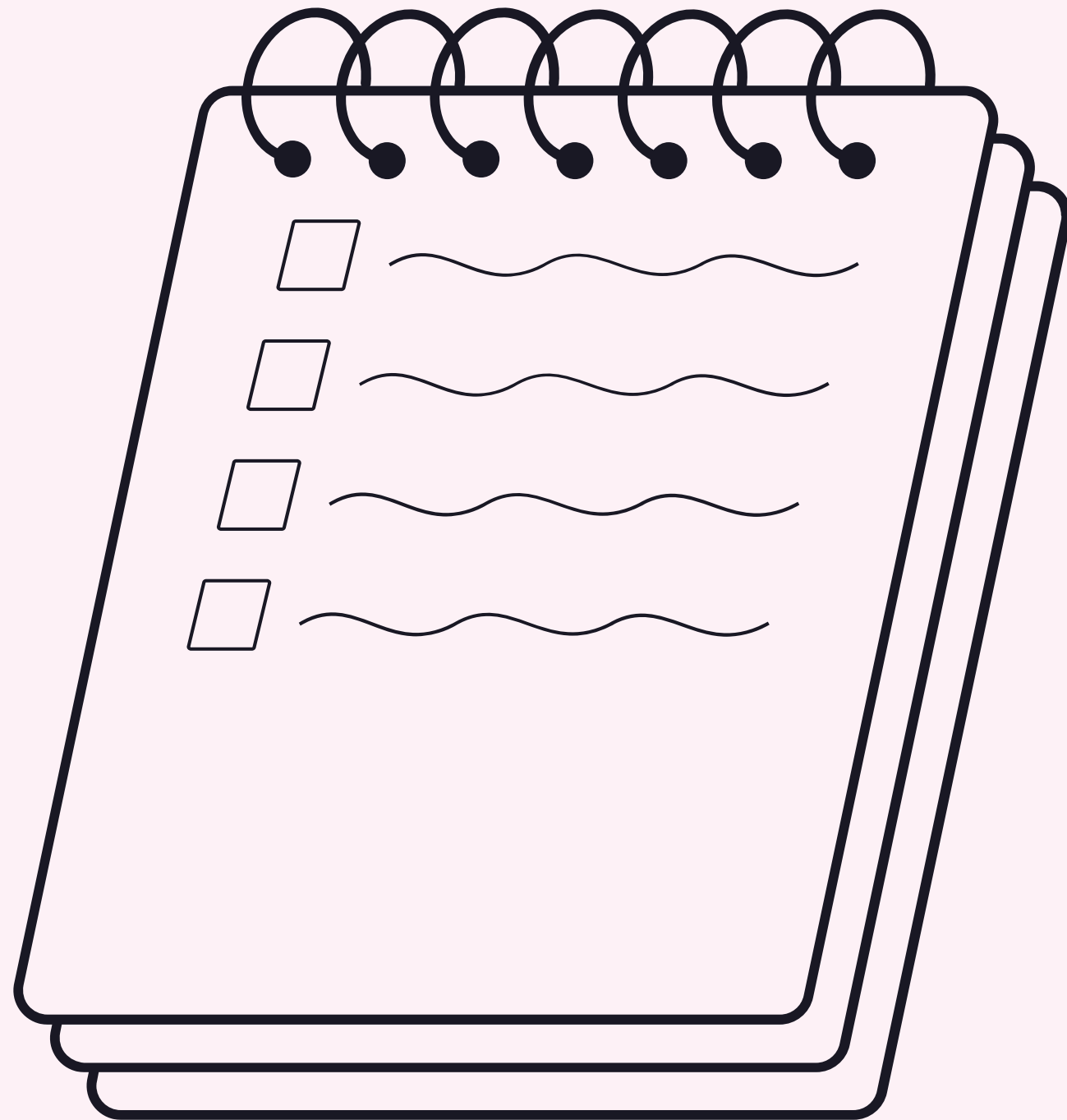
 greengodictionary **MOBLY** 

**Farofer**

**/Farofero(a) (exp.)** 1. Brazilian slang for someone who enjoys taking their own meal wherever they go, especially *Farofa*. 2. most of us are farofers, but few admit it.

 greengodictionary **Yoki** 

# resultados



Durante o processo, nos utilizaremos de algumas ferramentas de assessoria de imprensa. Dentre elas:

- Divulgação de releases da campanha "O que você já deixou de fazer por estar menstruada?" + follow-up
- Clipping de matérias publicadas
- Monitoramento/mensuração da movimentação nas redes sociais
- Mensuração das mídias tradicionais
- Produção de relatório com os resultados

# gerenciamento de crise

11



Pontos sensíveis para a marca:

- Vazamento da menstruação;
- Produto defeituoso;
- Erro na entrega;
- "Cancelamento" de uma influenciadora parceira;
- Crítica à marca por parte de uma pessoa pública;
- O produto causou alergia;
- Mal entendimento em alguma loja física



# gerenciamento de crise

Com foco no caso: vazamento da menstruação

- Potenciais Ameaças:

- perda de consumidor;
- reclamação nas redes;
- [em casos extremos] ação judicial contra a marca.

- Plano de Ação :

- utilização de uma equipe de digital
- elaboração de respostas rápidas para os comentários negativos
- envio de um novo produto

- Comitê de crise

- porta-voz: Emily Ewel (sócio-fundadora)
- líder: representante de Comunicação
- assessoria de imprensa
- equipe de marketing, comunicação e social media
- representantes do time de produto, do financeiro e do jurídico

**G** | **AM** **pantys**