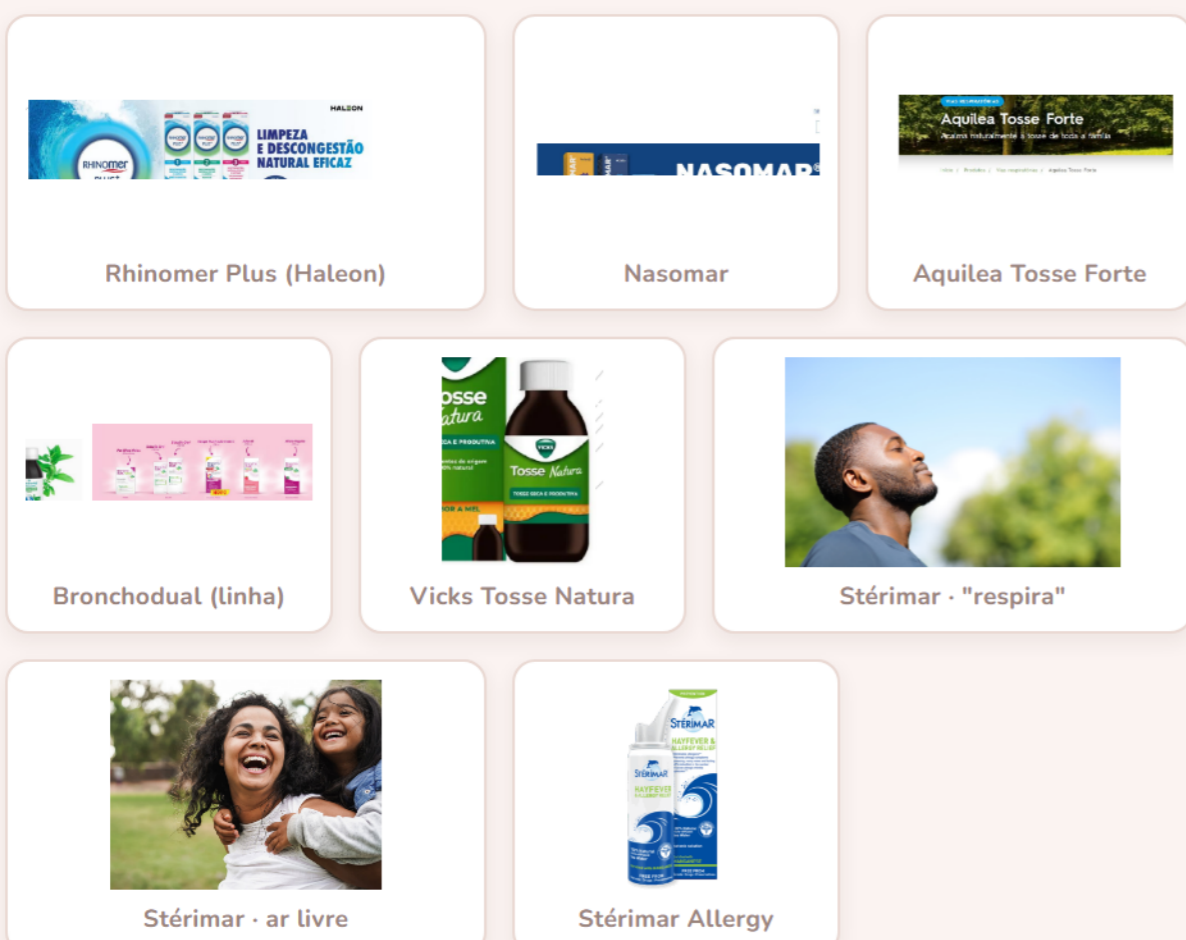


O que a concorrência faz. O que fazemos diferente.

Na água do mar e nos xaropes, a categoria repete-se: toda a gente diz "natural" e fica parada na prateleira. Aqui, as campanhas e produtos reais dos concorrentes (do briefing e dos sites oficiais das marcas) ao lado da nossa proposta para o Quixx.

Quixx Águas do mar + xarope · saúde respiratória natural

● A CONCORRÊNCIA ESTÁ A FAZER



Sterimar · gama por necessidade

Nasalmer · "ação 3 em 1"

Marimer · "Smell the world"

Grintuss (Aboca) · 100% natural

Bisolnatural · "2 em 1"

Puressentiel · óleos essenciais

Padrão da categoria: **toda a gente diz "natural" e "água do mar"**, com a onda e o azul. A comunicação vive na prateleira e na embalagem; ninguém cria interação no balcão e cada marca dispersa-se por sub-produtos.

Fonte: briefing Menarini (slides "Competidores água do mar" e "Competidores xarope") + sites oficiais das marcas (Stérimar), referência de mercado.

● COMO NOS DIFERENCIAMOS

- Uma só plataforma "Respirar Livre" que junta águas e xarope numa narrativa; eles fragmentam a gama em sub-marcas.
- A Roda do Respirar Livre: interatividade física no balcão que nenhum concorrente tem, transforma o claim "natural" numa experiência.
- Aconselhamento guiado por sintoma (isotónica / hipertónica / xarope): educa a equipa, não decora só a prateleira.
- Herdamos o KV corporativo (a onda real) com prova de produto, em vez de só prometer "natural" como todos.

A NOSSA GAMA REAL (PRODUTOS DO CLIENTE)



A categoria toda diz "natural". Nós tornamos o natural numa experiência interativa no balcão.

[Ver o nosso expositor ›](#)

Nota: os visuais de concorrência são recortes do próprio briefing da Menarini, usados apenas como referência de mercado. Marcas e campanhas pertencem aos respetivos titulares. Conceito, não arte final.

[◀ Voltar a Quixx](#)