

Needs lança linha de cuidados para o cabelo com tecnologia exclusiva

A marca exclusiva da RD Saúde apresenta ao público os novos produtos; clientes tiveram papel ativo na escolha de ingredientes, embalagens e até nomes dos produtos

São Paulo, fevereiro de 2025 – Cabelo é coisa séria para o brasileiro. Foi a partir dessa premissa que a Needs investiu dois anos em pesquisas para ampliar sua participação no mercado de cuidados capilares. Os produtos capilares de Needs chegam às farmácias depois de um processo de desenvolvimento que envolveu a co-criação com consumidores. Os clientes tiveram papel ativo na escolha dos nomes dos produtos, ingredientes e na definição das embalagens.

Principal marca própria da RD Saúde, a Needs investiu em fórmulas e tecnologias exclusivas para atuar em um segmento pelo qual o consumidor brasileiro tem um carinho especial. De acordo com a Euromonitor, o país é o terceiro maior consumidor mundial de produtos para cabelo.

“A nova linha já nasce com a intenção de se tornar um dos carros-chefe da Needs. Assim como a linha de tratamento para a pele, a marca se propõe a oferecer cuidados descomplicados. A proposta é entregar produtos de alta qualidade, democratizando o acesso a soluções inovadoras”, diz Renata Mascarenhas, diretora-executiva de Marcas Próprias da RD Saúde.

A campanha de lançamento da Needs Hair foi produzida pela agência McCann Health e já pode ser vista de forma exclusiva nas farmácias Raia e Drogasil, além de canais de mídias sociais como TikTok e Meta. Também participam 147 influenciadores que foram convidados a experimentar a nova linha.

“O foco principal deste trabalho é fortalecer a confiança do público, demonstrando toda a atenção da marca às demandas de consumo e evidenciando seu compromisso com esse público, além da dedicação em oferecer produtos de qualidade”, afirma Carolina Gonçalves, Consumer Business Director da McCann Health Brasil.

Como agem os produtos da Needs Hair

Os xampus, condicionadores, máscaras da Needs Hair oferecem cuidados específicos para cada tipo de necessidade: hidratação (Hidro Glow), nutrição (Nutry Expert), reparação (Rapair Pro) e cachos (Curly Define).

Todos os produtos têm a tecnologia exclusiva Bio 3 Complex, uma combinação de ativos vegetais ricos em nutrientes. Testes feitos pela marca mostraram que esses ativos garantem uma recuperação mais profunda e duradoura por atuarem

em três frentes essenciais para a saúde dos fios: estrutura capilar, hidratação e reposição lipídica dos fios.

A preocupação com a sustentabilidade está presente em todo o processo. Os produtos são livres de parabenos e testes em animais, formol e seus derivados, sal e óleo mineral. As embalagens da nova linha de produtos Needs são recicláveis e, por meio de parcerias com gestoras de resíduos socialmente responsáveis, a marca garante que, a cada embalagem vendida, outra de mesmo peso e material seja reciclada.

“Esse é um projeto 100% ‘consumer centric’. A campanha de lançamento enfatiza o nosso respeito pela diversidade de tipos de cabelo da consumidora brasileira. A ideia é que as pessoas se surpreendam ao experimentar os produtos e comprovem o seu alto nível de qualidade”, afirma Lah Nascimento, head de comunicação de Marcas Próprias da RD Saúde.

Ficha técnica da campanha

Agência: McCann Health Preview (IPG Group)

Campanha/Evento: Needs Linha Hair

Cliente: RD Saúde

CEO: João Consorte

Diretora Executiva de Criação: Alessandra Gomes Direção criativa: Guilherme Weber

Diretora de Atendimento: Carolina Gonçalves

Gerente de Atendimento: Soluwa Bernardi

Atendimento: Leonardo Pires

Assistente de Atendimento: Nathalia Gallasi

Redação: Paula Souza, Rafael Wit, Guilherme Figueiredo

Diretor de arte: Felipe Castro, Beatriz Candido

Designer de Animação: Pedro Sacon

Audiovisual: Pedro Sacon

Produção: Louise Portela e Camila Galdencio

Líder de planejamento: Leandro Bonilia

Gerente de planejamento: Luan Urban

Supervisor de planejamento: Henrique Castro

Planejamento Jr.: Tatiana Cumplich e Daniel Oliveira

Diretora de mídia: Camila Moraes

Gerente de mídia: Marcela Almeida

Coordenação de mídia: Ananda Ellen e Thiago Ferrari

Gerente de operações: Claudia Giesbrecht

UX/UI: José Silva

RP: Mirela Tavares e Pamela Assunção Aprovação RD Saúde (Raia Drogasil):

Diretora Marcas Próprias: Renata Mascarenhas

Gerente Executiva de Produtos Marcas Próprias: Mariana Senhore

Head de Comunicação de Marcas Próprias: Lah Nascimento

Coordenadora de Comunicação Marcas Próprias: Patricia Gianini

Analista de Comunicação e Branding Marcas Próprias: Mateus Castro e Kessy Santos

Gerente de produtos Marcas Próprias: Luiza Cafruni

Analista de produtos Marcas Próprias: Camila Oliveira

Sobre a RD Saúde

A RD Saúde foi formada em 2011, a partir da fusão entre a Droga Raia e a Drogasil, que combinam mais de 200 anos de história no varejo farmacêutico. Hoje, o grupo está presente em todos os estados do país, com 3.000 farmácias. Em 2024, ao adotar uma nova marca corporativa, a companhia reforçou a sua atuação como ecossistema de saúde voltado para prestação de serviços e cuidados com o bem-estar da população. Por isso, continua ampliando sua capilaridade física e digital, disseminando um novo conceito de farmácia em um modelo de negócio multicanal.

Atendimento à imprensa RD Saúde

Ovo Comunicação

(11) 93245-1224 (somente WhatsApp)

rd@ovocom.com.br

