



[http://www.visiondemujer.com/sites/visiondemujer/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5552:dejate-tentar-por-axe-dark-y-el-nuevo-axe-gold-&catid=59:hogar-y-familia](http://www.visiondemujer.com/sites/visiondemujer/index.php?option=com_content&view=article&id=5552:dejate-tentar-por-axe-dark-y-el-nuevo-axe-gold-&catid=59:hogar-y-familia)

Sección: *Hombre / Mujer*

26/09/2014

## **Déjate tentar por AXE Dark y el NUEVO AXE Gold**

*Título: Europa Espanya Espanyol*

Jueves, 25 de Septiembre de 2014 00:00

AXE presenta su nueva e irresistible fragancia AXE Gold Temptation

- La marca amplía su línea "Temptation" sumando esta innovación a la ya existente fragancia Dark Temptation.

Guatemala, septiembre de 2014. ¿Cuál es su mayor tentación, el oro o el chocolate? La respuesta a esa pregunta puede ser la clave para conquistar a las mujeres que desea o bien la herramienta que utilice ese hombre que la tiene seducida por completo, por ello, AXE los invita a probar y dejarse cautivar con las fragancias Gold y Dark Temptation.

AXE la marca de desodorantes masculinos más vendida del mundo, lanzó una nueva fragancia dentro de su rango de tentaciones, AXE Gold, y apoyó su variedad preferida a nivel global, AXE Dark, dándole opciones de conquista a los hombres con dos fragancias absolutamente irresistibles, que harán que las chicas se vuelvan locas por los hombres que utilizan estas fragancias, deseándolos y brindándoles experiencias inolvidables.

Durante años, AXE se ha preocupado por incitar a los hombres a ser auténticos seductores, a través de "El Efecto AXE", éxito que se ha logrado gracias al desarrollo constante de productos con distintos aromas que, según investigaciones de la marca, atraen a las mujeres.

¿Te dejas tentar?

Tomando como referencia las tentaciones que más provocan a las mujeres, AXE se inspiró en el oro y el chocolate como herramientas de conquista en todo el mundo, desarrollando el AXE Dark Temptation y el nuevo AXE Gold Temptation que atraen a dos tipos distintos de mujeres.

Por ejemplo, a algunas les encanta encontrarse con un hombre romántico y dulce que les regala un cupcake de chocolate; y algunas se sienten halagadas con un hombre elegante y sofisticado que las sorprende con un joya de oro. Lo que los hombres necesitan saber ahora es: ¿qué es más tentador para ellas?

Y para poder tentar a las mujeres, las fragancias de Dark y Gold Temptation tienen fragancias muy características que los hace diferentes.

AXE Dark Temptation, mantiene una mezcla de tradicionales notas de masculinidad con notas gustosas de chocolate fundido para crear una fragancia adictiva y sexy, con notas de fondo orientales sensualmente provocativas, llenas de misterio y tentación.

AXE Gold Temptation está caracterizada por su masculina personalidad y sensualidad. Su aroma contiene un delicado equilibrio de ardientes especias con cálida vainilla que le otorga un carácter único, sin ser una fragancia demasiado dulce.

AXE Dark y el nuevo AXE Gold estarán disponibles cada uno en Body Spray (fragancia para el cuerpo) y antitranspirante (protección para las axilas). Además, en el caso de Dark Temptation el consumidor tendrá disponible las presentaciones de antitranspirante en barra y roll-on.

Para mayor información, ingresar a [www.elefectoAXE.com](http://www.elefectoAXE.com), y seguir a AXE en sus redes sociales de Facebook /elefectoaxecam y Twitter @EIEfectoAXE.

Acerca de AXE:

La marca AXE® nació a mediados de los 80's como una marca de Unilever en Francia y llegó al Mercado Centroamericano dirigida a hombres de entre los 13 y 24 años de edad.

AXE® generó una idea que revolucionó su comunicación y enfoque estratégico: el comercial "jealousy" fue el primero en mostrar el ahora famoso "El Efecto AXE", el cual es en pocas palabras, la atracción que generan las fragancias AXE. El éxito abrumador de "El Efecto AXE" sustentado en una excelente mezcla de producto, le permitió a la marca conquistar la posición de líder en el mercado de desodorantes masculinos

Con el tiempo, AXE® tomó conciencia de que el juego de ligue se volvía cada vez más complejo, lo cual motivó a que "El Efecto AXE" fuera más revolucionario (o innovador, original), volviéndose un aliado de los jóvenes que querían ser más audaces aplicando técnicas y estrategias creativas de seducción.

AXE es la marca de desodorantes masculinos más vendida del mundo. Presente en más de 50 países, sus exclusivas fragancias las podemos encontrar en desodorante (Bodyspray) y antitranspirantes (aerosol, stick y roll on).

Acerca de Unilever:

Unilever es una compañía global que tiene como misión trabajar por un futuro mejor cada día a través de productos que se preocupan por la salud, bienestar y calidad de vida de las personas. Desde el 2010 el objetivo del negocio es el Plan de Vida Sostenible, que tiene como visión duplicar el tamaño del negocio reduciendo el impacto medio ambiental e impactar positivamente a mil millones de las personas en el mundo para el 2020.

Satisfacemos necesidades diarias de nutrición, higiene, cuidado personal y del hogar con marcas que ayudan e inspiran a millones de consumidores, las marcas en Centroamérica son: Rexona, AXE, Pond's, Lux, Vinolia, Dove, Xedex, Surf, Xtra, Unox, Rinso, Maizena, Natura's, Knorr, Ades, Hellmanns, Continental, Sedal, Lipton, Mirasol, Tresemmé, St.Ives, VO5, Lizano, Vasenol, Close up, Lux, Rinso, Country Crock, La Perfecta, I can't believe is not butter.

Para más información ingresa a [www.unilever-middleamericas.com/](http://www.unilever-middleamericas.com/)