

Quiosque

EDIÇÃO # 64 • 2015

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA AOS AGENTES VASP E SDIM

O PODER
DA
PROXIMIDADE

DOSSIER

DESTAQUE
J.E.ANDRADE:
OS PASSATEMPOS
ESTÃO NA MODA

&

ESPECIAL
ÁRVORE DA
SOLIDARIEDADE 2015



SITE NO AR, PREÇOS EM BAIXO !

WWW.AGENTES.KIOS.PT



ADQUIRA A SOLUÇÃO
KIOS KUBE
ATRAVÉS DO SITE E TENHA UM
DESCONTO
ADICIONAL NO VALOR DE
€156**



Para usufruir do desconto adicional, acesse a **www.agentes.kios.pt/kube** e preencha o formulário. Limitado aos 20 primeiros pedidos. Desconto de 1 euro ao valor semanal, durante 156 semanas.

OFERTA
Estabilizador de
Sobretensão
no valor de
€15.00

ANTES 17.38
€16.16*

PACK START
1 SUBSCRIÇÃO SAGE RETAIL

ANTES 18.38
€17.47*

PACK PRIME
2 SUBSCRIÇÕES SAGE RETAIL

INCLUI:

- POS HP RP2
- Impressora de talões
- Scanner
- Visor de Cliente
- 3 Anos Suporte Técnico

Software:

- Subscrição Sage Retail

Oferta:

- Gaveta Dinheiro
- teclado
- rato

editorial

FATALISMO PORTUGUÊS



De acordo com a Wikipedia, “fatalismo é a concepção que considera serem o mundo e os acontecimentos produzidos de modo irrevogável... é uma corrente aceite por quem se põe de maneira impassível diante dos acontecimentos, não tendo a crença de que pode exercer um papel na sua modificação”. Esta concepção do mundo está muito enraizada na cultura portuguesa e está relacionada com a tradição católica de que “o homem põe e deus dispõe”. Esta corrente de pensamento atravessa toda a sociedade portuguesa e ainda recentemente, na sequência do mau tempo registado no Algarve, assistimos à afirmação de um ministro de que “Deus nem sempre é amigo”.

É com alguma tristeza e apreensão que tenho tido conversas com algumas pessoas relacionadas com o mercado das publicações e verificado que já assumiram uma posição fatalista de que “já não há nada a fazer” e de que “estamos condenados a desaparecer”. Para alguém como eu que trabalhou no estrangeiro, sabe que noutras culturas esta atitude é considerada inaceitável. É minha convicção que nos compete a nós, gestores e empresários, tomar as medi-

das necessárias para voltar a “colocar o destino nas nossas mãos”. Temos que reconhecer que o mundo atual está a mudar e que provavelmente nunca voltará a ser como dantes. Não fazer nada ou continuar a atuar como sempre fizemos não irá certamente dar bons resultados. Há que encarar as ameaças como oportunidades e reinventar o negócio. Esse é o trabalho que temos vindo a desenvolver na VASP e que queremos que sirva como impulsionador da mudança no negócio dos pontos de venda nossos parceiros.

Nesta edição da revista Quiosque destacamos a importância de se estabelecerem laços de proximidade com os nossos clientes, de modo a se encontrarem novos caminhos para o negócio. Damos algumas ideias sobre a forma de o fazer, recorrendo não só ao contacto direto com os clientes mas também à utilização das capacidades complementares disponibilizadas pelas novas tecnologias. Esperamos desta forma estar a contribuir com ideias que possam melhorar o desempenho do vosso negócio e acabar de vez com o típico “fatalismo português”.

Paulo Proença

PROPRIEDADE

VASP—Distribuidora de Publicações, S.A.

SEDE Media Logistics Park,
Quinta do Grajal, Venda Seca,
2735-511 Agualva - Cacém
www.vasp.pt

DIRETORA

Rosalina Festas (rfestas@vasp.pt)

EDIÇÃO E CONCEÇÃO GRÁFICA

TMK - Soluções de TradeMarketing
www.tmk.pt

EDIÇÃO
Rita Godinho
DESIGN E PAGINAÇÃO
Filipe Mamede

PUBLICIDADE

Telefone: 21 433 7066
Fax: 21 432 6009

IMPRESSÃO

Lisgráfica - Impressão e Artes Gráficas
www.lisgrafica.pt
Depósito Legal 197 831/03
Tiragem 9000 exemplares

ÍNDICE

- 04 breves
- 06 novidades
- 08 iniciativas
- 10 destaque:
J. E. Andrade: Os
passatempos estão na
moda
- 12 em campo
- 16 especial
- 18 em foco
- 23 dossier
O poder da proximidade
- 26 dicas KIOS
- 28 clube KIOS
- 34 promoções



breves



DECORAÇÃO À ÉPOCA

Na Papelaria Bom dia, em São Brás de Alportel, o São Martinho foi celebrado com uma decoração bem apelativa para a época.

Seis meses depois de ter aberto a sua loja, Lucie Carmo Sousa Nascimento, de 30 anos, permanece feliz com a opção que tomou. O facto de o seu ponto de venda, com 100 metros quadrados, estar localizado perto de uma escola poderá ser um dos seus fatores de sucesso, mas certamente não é o único.

Manualidades (unhas de gel, srac booking, cake design), papelaria, materiais para realizar festas de aniversário e balões com hélio, são alguns dos artigos que fazem parte da vasta oferta

desta loja.

“Como tenho uma grande área aproveitei para diversificar a gama de produtos e serviços que ofereço”, explica a empresária, acrescentando que as montras são uma das suas principais prioridades. Um bom exemplo disso foi a montra exclusiva que dedicou ao São Martinho.

“Dependendo da ocasião, tento sempre adaptar a época festiva. Acredito que os clientes olham para a montra e ficam com vontade de entrar na loja”, rematou Lucie Nascimento.

INTEGRAR PARA CRESCER

Em poucos meses, José Costa e Maria de Fátima aperceberam-se da mais valia de conjugar vários negócios num só.

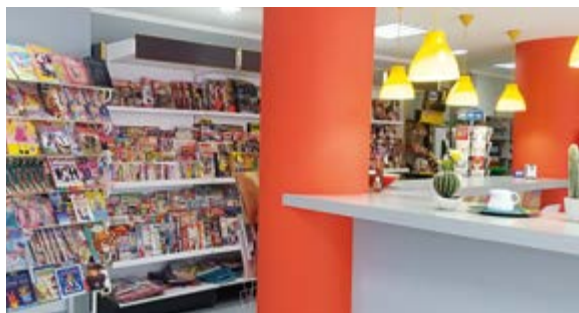
E o que se obtém quando se juntam livros e revistas, a um café quentinho e o desejo de aposta para ganhar um prémio para a vida? A resposta é dada por José Costa, no seu espaço Saberes com Sabor aos Milhões, “uma conjugação de ofertas que se complementam bem e que permite uma rentabilização do investimento bastante interessante, até porque sabemos que os jogos atraem muitos clientes”.

Quando, em novembro de 2014, decidiu investir no negócio da papelaria e tabacaria, não considerou, de raiz, a hipótese de integração de um negócio paralelo, mas com o passar do tempo,

cálculos feitos e a oportunidade de se mudar para uma loja estrategicamente bem posicionada, depressa optou por um novo investimento.

É assim que, desde agosto de 2015, a Saberes com Sabor aos Milhões abriu num novo espaço, com 120 metros quadrados, na urbanização Varandas de Monsanto, no Bairro do Zambujal, em Alfragide.

Sempre atentos às necessidades dos habitantes da zona, José Costa e a sua mulher, Maria de Fátima, comprovaram que, com um pouco de criatividade e inovação, é possível atrair e fidelizar novos clientes num curto espaço de tempo



breves

O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS

Utilizar as redes sociais para dinamizar o negócio e conseguir manter algum contacto permanente com os seus clientes é cada vez mais uma forma de ter bons resultados.

Victor Oliveira, proprietário do Quiosque São João, aberto desde 2013, em Vagos, na Maia, assim o confirma. “As redes sociais têm servido para dinamizar o negócio, ao dar a conhecer os produtos, quer sejam imprensa ou novidades. Há inclusivamente alguns casos que até fazem a reserva dos mesmos pela página de facebook”.

O empresário defende que “as redes sociais são atualmente o maior meio de comunicação e divulgação para qualquer área de negócio”. Partilhando a informação de

uma forma simples, “conseguimos criar a vontade no cliente de querer saber mais ou obter o produto em causa”.

A propósito das principais vantagens de se utilizar o KIOS mobile, nomeadamente no facebook, o agente acredita que “o trabalho de pesquisa de informação, além de importante, é penoso, pois a procura e compilação da informação obriga a perder tempo. Assim, com metade do trabalho já feito, bastam poucos clicks para se manter os clientes informados das novidades”.



novidades



O NORTE

De informação generalista, entrevistas e reportagens de cariz regional, privilegiando a atualidade social, política e desportiva da região Norte.

DATA DE LANÇAMENTO: 2 outubro 2015
SEGMENTO: Informação regional
PERIODICIDADE: Semanal - 6.F.
PÚBLICO ALVO: Adulto
PVP: 1,50€
EXPOSIÇÃO: Junto aos jornais regionais.



D SPORT

Jornal semanal e de informação desportiva, privilegiando a atualidade de diversas modalidades da região de Viseu.

DATA DE LANÇAMENTO: 15 outubro 2015
SEGMENTO: Desporto regional
PERIODICIDADE: Semanal - 5.F.
PÚBLICO ALVO: Adulto
PVP: 1,00€
EXPOSIÇÃO: Junto aos jornais desportivos.



BEBIDAS & COCKTAILS

Dicas passo a passo de como preparar diversas bebidas e cocktails, espaços para degustar um Gin e como surpreender os amigos com bebidas espirituosas.

DATA DE LANÇAMENTO: 12 novembro 2015
SEGMENTO: Gastronomia / Cocktails
PERIODICIDADE: Bimestral
PÚBLICO ALVO: Adulto
PVP: 3,50€
EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de gastronomia.



VIP GOURMET

A VIP Gourmet está repleta de sugestões e novidades que vai gostar de conhecer, experimentar e até provar. Para ser degustada página a página, com prazer.

DATA DE LANÇAMENTO: 3 dezembro 2015
SEGMENTO: Culinária
PERIODICIDADE: Anual
PÚBLICO ALVO: Feminino
PVP: 2,95€
EXPOSIÇÃO: junto às revistas de culinária.



SEGREDOS DE COZINHA ESPECIAL TEMPEROS

Esta edição reúne as melhores receitas que comprovam que o segredo de um bom prato está no tempero.

DATA DE LANÇAMENTO: 9 dezembro 2015
SEGMENTO: Culinária
PERIODICIDADE: Anual
PÚBLICO ALVO: Feminino
PVP: 2,25€
EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de culinária.



RAÍZES

Revista de conteúdos de âmbito regional, abordando temas essencialmente dedicados às regiões de Trás-os-Montes e Alto Douro.

DATA DE LANÇAMENTO: 11 novembro 2015
SEGMENTO: Informação regional
PERIODICIDADE: Mensal
PÚBLICO ALVO: Adulto
PVP: 2,50€
EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de informação geral - regional.



À MODA DO FLÁVIO

Revista de Culinária com dicas, truques e as receitas favoritas de Flávio Furtado, conhecida figura da televisão.

DATA DE LANÇAMENTO: 27 novembro 2015
SEGMENTO: Culinária
PERIODICIDADE: Mensal
PÚBLICO ALVO: Feminino
PVP: 2,50€
EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de culinária.

novidades



BMAG

Nova revista sobre empreendedorismo, lifestyle e negócios.

DATA DE LANÇAMENTO: 19 novembro 2015
SEGMENTO: Negócios/Lifestyle
PERIODICIDADE: Bimestral
PÚBLICO ALVO: Adulto
PVP: 3,50€
EXPOSIÇÃO: Junto às revistas sobre negócios.



POSTAIS PARA COLORIR

Postais para Colorir, uma ideia original de pinturas anti-stress, que se pode colorir, destacar e oferecer, surpreendendo alguém especial nesta época Natalícia e de Ano Novo.

DATA DE LANÇAMENTO: 12 novembro 2015
SEGMENTO: Arte-Terapia
PERIODICIDADE: Aperiódica
PÚBLICO ALVO: Adulto
PVP: 4,99€
EXPOSIÇÃO: Junto a publicações de Arte-Terapia.



LEGO STAR WARS

Revista oficial dirigida a um público dos 5 aos 12 anos, abordando curiosidades e novidades em redor do universo Star Wars, com passatempos, comics, fichas de personagens e de naves, posters e um espaço dedicado aos fãs. Oferta de uma peça de Lego Star Wars exclusiva em cada edição.

DATA DE LANÇAMENTO: 27 novembro 2015
SEGMENTO: Infantil / Juvenil
PERIODICIDADE: Mensal
PÚBLICO ALVO: Fãs de Lego e Star Wars
PVP: 3,99€
EXPOSIÇÃO: Junto a revistas infantis .



ARTEIDEIAS GANGAS

Dicas e ideias originais de como personalizar aventais, capas de livros, individuais, bolsas, almofadas, imprimindo um estilo muito diferente do original, com pequenas mudanças e utilizando a ganga!

DATA DE LANÇAMENTO: 4 novembro 2015
SEGMENTO: Artes-manuais Costura
PERIODICIDADE: Bimestral
PÚBLICO ALVO: Adulto
PVP: 4,90€
EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de artes-manuais.



FORBES PORTUGAL

Revista com foco em notícias e informação de negócios, investimentos, tecnologia, empreendedorismo, liderança e lifestyle.

DATA DE LANÇAMENTO: 30 novembro 2015
SEGMENTO: Negócios/Lifestyle
PERIODICIDADE: Mensal
PÚBLICO ALVO: Adulto
PVP: 5,00€
EXPOSIÇÃO: Junto às publicações sobre negócios.



JN HISTÓRIA

Revista sobre história e património histórico.

DATA DE LANÇAMENTO: 13 novembro 2015
SEGMENTO: História
PERIODICIDADE: Trimestral
PÚBLICO ALVO: Adulto
PVP: 3,500€
EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de história.



CLUBE GO! MINECRAFT

Tudo sobre o jogo do momento: notícias, atualizações, novidades, dicas, segredos e muito mais.

DATA DE LANÇAMENTO: 25 novembro 2015
SEGMENTO: Jogos
PERIODICIDADE: Trimestral
PÚBLICO ALVO: Jovem e adulto
PVP: 2,90€
EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de jogos.

iniciativas



ANA
MARIA
TV7 DIAS

CONJUNTO EM CORTIÇA 'TREVOS'

Entre no novo ano protegido e com boas energias, com este conjunto de colar, pulseira e brincos.

DATA DE INÍCIO: 7 dezembro 2015

DATA DE FIM: 31 janeiro 2016

SEGMENTO: Moda

PERIODICIDADE: Semanal

PÚBLICO ALVO: Feminino

PVP: Colar: € 6,99

Pulseira: € 5,99

Brincos: € 4,99

EXPOSIÇÃO: Junto às revistas femininas



CORREIO DA MANHÃ DVD "ALENTEJO, ALENTEJO"

"Uma viagem a um modo de expressão musical único e à paixão dos seus intérpretes". Prémio de melhor filme português Indielisboa 2014.

DATA DE INÍCIO: 13 dezembro 2015

SEGMENTO: Música

PERIODICIDADE: One-shot

PÚBLICO ALVO: Todos

PVP: 6,95€

EXPOSIÇÃO: Junto ao Correio da Manhã



CARAS
VISÃO
EXPRESSO

DVD'S "O HOBBIT"

3 DVDs - Trilogia completa dos filmes O Hobbit

DATA DE INÍCIO: 9 dezembro 2015

DATA DE FIM: 16 dezembro 2015

SEGMENTO: Cinema

PERIODICIDADE: Semanal

PÚBLICO ALVO: Todos

PVP: 5,95€ cada DVD

EXPOSIÇÃO: Junto à Caras, Visão e Expresso



VISÃO
EXPRESSO

BBC PLANETA HUMANO

Coleção de 8 livros com oferta de DVD - uma grandiosa série documental sobre o Homem e a natureza, produzida pela BBC durante 4 anos.

DATA DE INÍCIO: 12 novembro 2015

DATA DE FIM: 30 dezembro 2015

SEGMENTO: Documentário

PERIODICIDADE: Semanal

PÚBLICO ALVO: Todos

PVP: 9,90€

EXPOSIÇÃO: Junto à Visão e Expresso



VIP GOURMET IDENTIFICADOR DE COPOS

Marque pela diferença e originalidade as suas reuniões familiares e de amigos nesta época festiva. Com estes identificadores de copos, dê um toque elegante, festivo e divertido à sua mesa.

DATA DE INÍCIO: 2 dezembro 2015

DATA DE FIM: 15 janeiro 2016

PERIODICIDADE: One-shot

PÚBLICO ALVO: Feminino

PVP: 6,99€ cada estojo

EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de culinária



JORNAL I SOL CD NATAL 100 SINATRA

CD de Natal de Frank Sinatra, comemorativo do centenário do nascimento de um dos maiores ícones da música.

DATA DE INÍCIO: 11 dezembro 2015

DATA DE FIM: 26 dezembro 2015

SEGMENTO: Música

PERIODICIDADE: One-shot

PÚBLICO ALVO: Todos

PVP: 5,99€

EXPOSIÇÃO: Junto ao jornal I e Sol



JORNAL I SOL LIVRO "DE TI EU CANTO"

Livro com comovedora carta de Barack Obama às suas filhas.

DATA DE INÍCIO: 20 novembro 2015

DATA DE FIM: 20 dezembro 2015

SEGMENTO: Literatura

PERIODICIDADE: One-Shot

PÚBLICO ALVO: Todos

PVP: 4,99€

EXPOSIÇÃO: Junto ao jornal I e Sol



DIÁRIO DE NOTÍCIAS JORNAL DE NOTÍCIAS CALENDÁRIO APCC 2016

Calendário ilustrado por Yara Kono.

DATA DE INÍCIO: 5 dezembro 2015

DATA DE FIM: 18 dezembro 2016

PERIODICIDADE: One-shot

PÚBLICO ALVO: Todos

PVP: 2,50€

EXPOSIÇÃO: Junto ao DN e JN

destaque

OS PASSATEMPOS ESTÃO NA MODA

J. E. Andrade (JEA) vive tempos áureos devido ao sucesso das suas publicações dedicadas a um tema que agora virou moda.



A J.E. Andrade (JEA) é uma editora portuguesa de revistas de passatempos com cerca de 40 anos de experiência no setor. Publica bimestralmente revistas de passatempos 100% nacionais, com produção, impressão e distribuição efetuadas por empresas portuguesas.

O mentor da editora, João Edmundo Andrade, de 63 anos, sempre trabalhou nesta área, devendo o seu sucesso ao irmão que vivia em Bruxelas. "Depois de se aperceber que, em Bruxelas, existiam 23 revistas de passatempos, o meu irmão decidiu lançar a revista Passatempo, em 1974, no mercado português." No mesmo ano, nomeadamente no dia 1 de junho, João Edmundo Andrade lança a Cruzadex, a mais antiga revista de passatempos do mercado.

Com 12 publicações bimestrais, cada uma com uma tiragem de 10 mil exemplares, todas produzidas em Portugal, a editora JEA é composta por uma equipa residente de quatro pessoas. "Somos uma empresa familiar", explica o gestor, referindo que a união é o que tem levado esta família a alcançar bons resultados.

Para além da equipa fixa,

que todos os dias assegura a produção e a continuidade das revistas, a editora JEA conta com o apoio de vários parceiros e colaboradores. Um deles é, sem dúvida, a VASP como o gestor faz questão de sublinhar mais do que uma vez ao longo da entrevista "Somos, por exemplo, muito gratos à VASP pela parte da distribuição e da logística. Sem esta excelente parceria não estaríamos onde estamos hoje", remata. Mas os parceiros são vários. Desde a tipografia, ao fornecedor de passatempos, passando pela designer e pelos colaboradores, "nesta casa, o trabalho é dividido por todos". O gestor madeirense aproveitou ainda a oportunidade para referir a excelente relação que têm com a Agência FERIAQUE, um dos fornecedores de passatempos mais antigos do país.

OS SEGREDOS PARA O SUCESSO

"Estamos sempre muito atentos aos nossos leitores", explica o responsável. "Sabemos que são pessoas mais velhas, alguns até são nossos clientes desde jovens e fazem questão de continuar a lê-lo". Quando questionado sobre como

decorre esta relação com os leitores, o editor explica que são os próprios que os contactam, por telefone.

João Edmundo Andrade acredita, porém, que, para além da qualidade das revistas, existem outros fatores que têm contribuído para serem uma editora conhecida. Por exemplo, em tempos, já foram notícia no telejornal da RTP1 por serem uma família de madeirenses a viver no continente e a trabalhar com publicações especializadas.

Sempre que pode, a JEA aposta em ações de marketing e comunicação, porque acredita que têm bons produtos para desenvolver este tipo de ações. "Mas tudo é realizado com conta, peso e medida", explica o responsável, acrescentando, no entanto, que não vê "estas ações e as assinaturas como uma aposta prioritária para o crescimento da empresa".

Para o editor, a forma como as revistas da JEA estão expostas nos pontos de venda é uma mais-valia e uma ótima forma de promoção dos títulos, pois captam a atenção dos clientes e aumentam as vendas. "Fico sempre surpreendido pela forma como os agentes expõem os nossos produtos. Em qualquer espaço,

as nossas revistas aparecem muito bem expostas, é inácreditável", confessa.

PLANOS PARA O FUTURO

João Edmundo Andrade garante que o futuro será próspero, desde que continuem a trabalhar como uma verdadeira equipa, sempre unida. "Já passamos por tempos difíceis, mas nunca vendemos tanto como agora, até porque muitas pessoas se interessam pelos passatempos, desde as crianças aos adultos. Aliás, os próprios médicos aconselham este tipo de publicações como terapia", salientou o empresário.

O facto de estarem nas grandes superfícies também tem ajudado a aumentar as vendas. Mas o responsável promete não baixar os braços e pretende continuar a apostar em boas capas e a tirar partido das sobras, produzindo os super álbuns. "Os clientes ligam-nos à procura dos álbuns que incluem 5 revistas", confessou.

Para João Edmundo Andrade, o mercado dos passatempos está bem e recomenda-se ou não fosse "esta uma área eterna".



em campo

DÊ COR AO SEU NATAL

A Okupamente continua a apostar tudo nas ações de divulgação e ativação das suas marcas.

O Natal serviu de mote para a empresa madeirense Okupamente, responsável pela marca PUZ, promover duas das suas mais recentes publicações: os Postais para Colorir e a Color Zen.

OS SEUS POSTAIS DE NATAL

Com um total de 32 páginas e papel de alta qualidade, os 16 postais foram criados exclusivamente para a PUZ por uma artista portuguesa, com a temática do Natal e do Fim de Ano.

A Okupamente recorreu, uma vez mais, à ajuda da VASP TMK e colocou 50 stoppers na rede tradicional, de 14 de novembro a 5 de dezembro, para promover esta nova publicação para adultos repleta de pinturas anti-stress.



COLOR ZEN SOMA E SEGUE

Em simultâneo, a editora implementou a quarta ação consecutiva com a Color Zen, colocando a publicação em 50 parasitas da rede tradicional, de 1 a 22 de dezembro.

Lançada no verão, com uma periodicidade bimestral, esta publicação veio reforçar a tendência de produtos de arte-terapia para os mais velhos e foi desde logo considerada a primeira revista de colorir para adultos.

A Color Zen oferece 32 desenhos criados por ilustradores portugueses, alguns feitos à mão, e pretende ser uma fonte de relaxamento.

Recorde-se que a Okupamente, que opera no mercado desde 2011, através da marca PUZ, detém 17 publicações de passatempos, distribuídas todos os meses, a nível nacional, com uma tiragem que chega a atingir os dois milhões de exemplares por ano.



COFINA APOSTA NA DIVULGAÇÃO

A Cofina continua a inovar e a desenvolver ações dinâmicas que aproximam as suas publicações do público.

Recorrendo novamente ao apoio da VASP TMK, a editora Cofina lançou mais duas ações de sensibilização para os leitores do Correio da Manhã e do Record.

CORREIO DA MANHÃ EM DESTAQUE

De 17 de outubro a 7 de novembro, a Cofina colocou stoppers alusivos ao Correio da Manhã em 50 lojas da rede tradicional, espalhadas por vários pontos do país.

Esta é já a terceira vez que a consagrada editora resolve destacar este diário português, dando-lhe maior visibilidade junto dos seus leitores, e contribuindo, assim, para o aumento das suas vendas.

RECORD VOLTA A BRILHAR

Também o Record não tem ficado de fora nestas ações, que resultam sempre em relações de ganhar-ganhar. De 27 de setembro a 18 de outubro, a editora fez mais uma aposta estratégica na disseminação do seu título desportivo recorrendo, para o efeito, ao apoio técnico e logístico oferecido pela VASP TMK.

50 pontos de venda da rede tradicional colocaram os stoppers do Record em destaque nos seus espaços, aumentando a visibilidade da publicação.

Os objetivos destas iniciativas passaram, uma vez mais, pelo aumento de vendas das publicações e pela criação de notoriedade para as duas marcas. No final, o balanço destas ações concertadas com a VASP TMK é sempre positivo.



em campo

O PODER DA PLOT

Ciente de que divulgar as publicações é cada vez mais essencial nos dias que correm, a Plot Content Agency voltou a realizar várias ações com a ajuda da VASP TMK.

Mais do que uma revista, a Saber Viver é a assistente pessoal que qualquer mulher sonha ter, para delegar e confiar as principais áreas da sua vida. Esta é a publicação ideal para quem é obrigada a conciliar uma agenda pessoal e profissional exigente.

Desta forma, e apesar de já ser uma marca reconhecida no mercado, a Plot aproveita todas as oportunidades que tem para dar o merecido destaque a esta publicação feminina nos pontos de venda. Assim, de 24 de setembro a 15 de outubro, a Saber Viver voltou a estar destacada em 50 parasitas, espalhados por todo o país.

PARABÉNS, PREVENIR!

O 10.º Aniversário da Prevenir também não foi esquecido e deu o mote para a segunda ação levada a cabo pelo editor, num curto espaço de tempo.

Esta edição especial, que contou com a colaboração da atriz Cláudia Vieira, e teve duas capas diferentes, decorreu em dois momentos diferentes e a estratégia passou pelo recurso a 50 parasitas, de 23 de outubro a 13 de novembro, e a 30 montras, de 29 de outubro a 4 de novembro.

APRENDA A JARDINAR

Por último, a terceira ação realizada pela Plot Content Agency, em parceria com a VASP TMK, centrou-se na revista Jardins, a publicação prática de jardinagem que ajuda os leitores amadores a aprender a plantar, a cuidar e a tratar das plantas. De 28 de outubro a 18 de novembro, esta revista esteve em destaque em 50 parasitas, nas lojas da rede tradicional.

No final, todas as ações acabaram por revelar-se eficazes não só pela possibilidade de divulgação junto dos clientes habituais, mas também pela captação de potenciais leitores para as três publicações.



especial

MUDE VIDAS, DISTRIBUA SORRISOS

A “Árvore da Solidariedade” vai voltar a espalhar sorrisos de norte a sul de Portugal. Uma vez mais, pontos de venda, editores e clientes unem-se à VASP nesta campanha solidária.

A “Árvore da Solidariedade” está de regresso, sob o lema “Um Gesto por Um Sorriso”. Este ano, viva o seu Natal de uma forma duplamente feliz: multiplique sorrisos e ajude quem realmente necessita.

Nesta época tão especial, incentive os seus clientes a oferecerem um presente diferente e convença-os a enfeitarem as suas árvores de Natal com as nossas “Caixinhas Mágicas”, que têm o preço unitário de 0,50€.

A campanha “Árvore da Solidariedade”, que irá decorrer de 1 de dezembro de 2015 a 31 de janeiro de 2016, será amplamente divulgada na Comunicação Social, por isso, dê-lhe a visibilidade que merece, colocando o Expositor e as nossas “Caixinhas Mágicas” num lugar de destaque na sua loja.

VASP E ENTRAJUDA: PARCERIA DE SUCESSO

À semelhança do que tem acontecido nos anos anteriores, esta ação volta a contar com o apoio de todos os pontos de venda da VASP, dos seus editores e da Entrajuda, a instituição responsável pela seleção das associações e pessoas carenciadas, que são beneficiadas com a totalidade dos fundos obtidos.

Isabel Jonet, diretora desta reconhecida organização solidária, não podia estar mais feliz com os resultados alcançados pela campanha do ano passado, pois com os 9.000€ angariados foi possível ajudar ainda mais pessoas do que em 2013.

“A iniciativa ‘Árvore da Solidariedade’, promovida pela VASP por ocasião do Natal, tem enorme valor social já que mobiliza muitas pessoas, em diversos pontos do país, para



apoiar deficientes a poderem ter uma vida melhor, ajudando-os a dispor de equipamentos que não teriam possibilidade de comprar, por falta de recursos. Para além disso, o facto de ser proposta todos os anos, com o mesmo objetivo, permite gerar confiança e sustentabilidade. A ENTRAJUDA tem muito orgulho em ser parceira da VASP, nesta ação de responsabilidade social verdadeira, que tantas pessoas tem ajudado”, confessou a responsável pela instituição de solidariedade.

OS AGRADECIMENTOS SUCEDEM-SE

A campanha do ano passado voltou a superar as nossas expetativas. Ajudámos a melhorar mais algumas vidas e os agradecimentos não se fizeram esperar.

“Eu só posso agradecer este carinho! Para mim o Natal chegou mais cedo! Estes presentes vão fazer com que possa tomar banho em segurança, sem medo! Muito obrigada por este presente, não posso estar mais feliz!”, confidenciou Laurinda Cardoso, uma das pessoas beneficiadas com a campanha de 2014.

Também Ivone Félix, diretora executiva da Cercioeirias, uma das quatro instituições visadas este ano, fez questão de deixar o seu testemunho, em nome de Cátia Fernandes: “Como podem ver, com esta cadeira, a Cátia encontra-se posicionada corretamente, o que lhe proporciona uma maior qualidade de vida e bem estar!”.

Mas o sorriso também chegou à Carina Rocha. “Como mãe não tenho palavras para descrever o que sinto, pois esta ajuda veio no momento certo em que a minha filha mais precisava”, revela Ana Rocha, mãe da jovem, que agora está mais autónoma, podendo sair de casa sem necessitar da ajuda de ninguém. “Esta cadeira não só ajudou a Carina fisicamente a ser autónoma como também psicologicamente (é uma jovem mais feliz e confiante)”, garantiu.

Este ano há mais... e o sucesso da campanha que está agora a começar só depende de si! Ajude-nos a multiplicar sorrisos e a melhorar vidas. Não se esqueça: Um Gesto por Um Sorriso!



Laurinda Cardoso



Cátia Fernandes com os seus amigos da Cercioeirias.



Carina Rocha

A CAMPANHA EM NÚMEROS:

Em 7 anos, mudámos a vida de dezenas de pessoas com graves limitações físicas:

- Angariámos cerca de 75 mil euros;
- Beneficiámos 70 instituições de Solidariedade Social;
- Distribuímos perto de 154 equipamentos de ajuda técnica (camas articuladas, colchões especiais, cadeiras de rodas, macas, andarilhos, entre outros bens essenciais).

emfoco

OS SEGREDOS DA TABAK

Nesta época natalícia, a Tabak promete brindar os seus clientes com algumas iniciativas e surpresas.

Com um espírito guerreiro de quem não se deixa intimidar pela crise, Carlos Lomba investiu, em 2011, no seu espaço comercial Tabak, em Loures. Três anos passados e, ainda em plena recessão, surge a vontade de voltar a investir, desta feita no Centro Comercial Colombo onde se encontram desde fevereiro de 2014. A certeza do que deve fazer é uma das redes que sustentou e continua a sustentar este risco que decidiu correr, mas que tem valido a pena.

Com o Natal a aproximar-se, chega a época em que, por tradição, há um aumento de vendas. Sempre atento a todas as nuances desta altura, Carlos Lomba prevê, para além de todas as iniciativas internas, a participação “nas atividades que os Centros Comerciais, onde nos encontramos, desenvolvem”.

Por isso mesmo, e imbuída no espírito natalício, a “Tabak oferecerá a todas as famílias que visitem o espaço do Pai Natal um vale de desconto

para usufruir nas nossas lojas”.

Apesar da situação do país não se encontrar ainda estabilizada, o empresário começa a perceber que “a maioria dos nossos clientes, embora ainda prudentes, já começam a fazer mais compras, sobretudo nesta época do Natal”. Comparativamente a 2014, este parece ser um ano mais otimista, quer para quem tem espaços abertos ao público, quer para os seus visitantes.

De acordo com Carlos Lomba, o segredo para o sucesso passa por “diversificar os artigos que comercializamos e inovar. Paralelamente a isso, e não menos importante, é termos uma equipa de vendas motivada, com elevados padrões de profissionalismo e fortemente orientada para o sucesso. É fundamental, por um lado, atendermos os nossos clientes com simpatia, disponibilidade e toda a atenção e, por outro, sabermos trabalhar no backoffice, com o todo o rigor e organização que um negócio destes exige”.

Tal como em todos os negócios, para a Tabak é fundamental a criação de laços que assumam um papel capital, como o que tem com a VASP, por exemplo. “Para criar parcerias de sucesso há que trabalhar em equipa e unir sinergias”, assegura o empresário, frisando que esta relação diária, que mantém com a distribuidora de publicações, é essencial para “garantir a dinamização dos seus espaços comerciais e uma boa performance de vendas. Os nossos clientes sabem que podem contar com artigos novos, diferentes e originais, assim como com diversas ações promocionais, ao longo de todo o ano”.



emfoco

MADEIRA

TUDO PRONTO PARA O NATAL

O Natal está a chegar e já começaram os preparativos na Tabacaria Sousa.



A Tabacaria Sousa abriu há 30 anos e serve fielmente a população da Camacha e arredores. Na época natalícia, a loja ganha outra vida, com novos motivos de interesse para os clientes enfeitarem esta quadra festiva.

A época traz oportunidades específicas de negócio, o que obriga a algumas alterações na loja. Nas prateleiras, há um reforço e uma maior variedade de revistas de decoração e de culinária, alusivas à época festiva, para corresponder à grande procura que se regista todos os anos. Tabaco e charutos são igualmente muito procurados. O jogo, sobretudo a lotaria, vende-se mais no Natal.

"Nesta altura, investimos numa maior variedade no setor dos gifts, para que os clientes tenham mais por onde escolher, na hora de procurar uma prendinha natalícia.

Neste contexto, os sacos e o papel para prendas também são muito requisitados, bem como os postais de Natal", conta Emília Ferreira, dando

conta de que a tradição ainda é o que era: "Ainda se compram postais de Natal, sobretudo as pessoas mais velhas e aqueles que têm família em outros países. Estes, inclusivamente, procuram adquirir com antecedência, para enviar por correio e chegar ao destino antes do Natal".

Emília e João Paulo ajudam a gerir o espaço e são a segunda geração deste negócio familiar, que começou há 30 anos, pela mão de Basilíssa e do marido Luciano.

"Em abril de 1985, abrimos uma pequena tabacaria, para concorrer à exploração dos jogos da Santa Casa. Inicialmente funcionou no centro da Camacha, num vão de escada, numa altura em que predominava o Totobola, e o Totoloto estava a dar os primeiros passos", recorda Basilíssa.

Entretanto, o negócio cresceu e a necessidade obrigou a mudar para um segundo espaço, maior, também no centro, junto à Igreja Matriz. A terceira mudança aconteceu no ano 2000, aquando da abertura do Camacha Shopping. "Começámos no andar de baixo e há dois anos mudámos para esta loja, mais perto da entrada e numa zona de maior movimento. Este novo espaço, mais amplo, permitiu-nos apostar também num serviço de fotocópias, impressão e plastificação", salientou Emília Ferreira.

Trabalho e dedicação são a receita para o sucesso de um negócio que já dura há 30 anos. A variedade e a vontade de dar resposta às necessidades dos clientes ajudam a prosperar, mas há outros ingredientes especiais: "Temos amor àquilo que é nosso e oferecemos um bom atendimento. Isto não é apenas um ponto de passagem. Aqui conhecem-se as pessoas e já há uma ligação com muitos clientes."



CAMPANHA DE NATAL

ÁRVORE DA SOLIDARIEDADE

UM GESTO POR UM SORRISO



Este ano, viva o seu Natal de uma forma duplamente feliz: multiplique sorrisos e ajude quem realmente necessita!

Contribua para que a “Árvore da Solidariedade” continue a crescer.

Por apenas €0.50, enfeite a sua Árvore de Natal com as nossas “Caixinhas-Mágicas” e ajude-nos a melhorar vidas.

Organização:



Apoio:



Parceiros:

Editores participantes na Campanha
Pontos de Venda de publicações VASP

Campanha em vigor de 1 de dezembro de 2015 a 31 de janeiro de 2016.

dossier

O PODER DA PROXIMIDADE

EM TEMPOS MAIS DESAFIANTES, ONDE A REDUÇÃO DO PODER DE COMPRA AMEAÇA AS MARGENS DE NEGÓCIO E SURGEM OUTROS FATORES EXTERNOS, COMO O ACESSO GRATUITO À INFORMAÇÃO, É FUNDAMENTAL IR AO ENCONTRO DOS CLIENTES E CRIAR UMA LIGAÇÃO DE PROXIMIDADE COM CADA UM DELES.



Os consumidores tendem a culpar a recessão pela redução do seu poder de compra e os comerciantes atribuem culpas dos seus maus resultados aos grandes comerciantes, à internet e a uma variedade de outros fatores resultantes dos tempos que cor-

rem. Os indicadores não mentem: as tiragens dos jornais estão a descer, a imprensa digital está em crescimento e os clientes passam cada vez menos pelos pontos de venda. Mas desistir não é hipótese. Encontrar novas formas de dinamizar o negócio é o caminho!

Se há quem consiga vencer em tempos de crise, porque não há-de ser um desses casos? Não fique à espera que a sorte lhe bata à porta. Tem de querer mudar e lutar para que isso aconteça, até porque o sucesso de um negócio depende do esforço,

vontade e dedicação para fazer mais e melhor.

Na maioria das vezes, as principais alterações a efetuar passam por coisas simples, que tendemos a ignorar, mas é nos conceitos mais básicos do negócio que residem os seus maiores segredos.

dossier

O PODER DA PROXIMIDADE

CONHECIMENTO É PODER

Comece por elaborar uma simples prospeção de mercado que lhe permita identificar novos e potenciais clientes. Como? Em primeiro lugar, trace o perfil dos seus clientes habituais. São jovens, adultos ou idosos? Têm um nível de rendimentos alto, médio

ou baixo? Porque vão à sua loja e não a outras? Será que disponibiliza todos os produtos que gostariam de adquirir?

O grande desafio passa por tirar partido dessas informações para melhorar o serviço prestado, conquistar novos clientes e incrementar os resultados do negócio.

De seguida, iden-

tifique quais as publicações e os artigos mais vendidos no seu ponto de venda, pois uma análise cuidada, objetiva e quantificável dos hábitos de consumo irá ajudar a revelar tendências e oportunidades escondidas.

Lembre-se que, acima de tudo, os seus clientes são pessoas normais, cujos gostos deve conhecer. Por isso, não espere que lhe perguntem por determinado produto. Seja pro ativo e antecipe as suas necessidades.

A PROXIMIDADE É O CAMINHO A SEGUIR

Comece por construir uma boa base de dados. Fale com cada cliente que entra no seu espaço. Tente conhecê-lo melhor. Preencha uma ficha de cliente que lhe permita obter mais informações. Aproveite esses contactos para ir divulgando as novidades da sua loja, através do telefone e/ou email. Crie um site ou uma página de facebook para dinamizar o seu espaço. Tire partido das vantagens que a internet e as redes sociais lhe oferecem para aumentar as suas vendas e criar uma maior ligação com os seus clientes. Faça com que se sintam únicos e especiais. Seja simpáti-

co. Receba-os com um sorriso. Dedique-lhes o máximo de atenção que puder. Ofereça brindes, realize campanhas promocionais. Forneça um cartão de fidelização onde possa premiá-los com descontos e consiga avaliar, de forma fácil e imediata, quais os seus artigos favoritos. Tudo é válido para mostrar que os valoriza.

EXPLORE O SEU ESPAÇO E FAÇA PUBLICIDADE

A próxima etapa passa por perder algum tempo a analisar a sua loja. Será que está a tirar o melhor partido do seu espaço e da sua localização? Quem são os seus concorrentes? É importante fazer este balanço, pois só assim conseguirá identificar as suas forças, as suas fraquezas e as melhores estratégias a adotar para ser capaz de prestar o serviço certo no lugar certo.

Torne a sua loja num espaço apetecível, onde os seus clientes encontrem tudo o que necessitam. Faça com que o seu ponto de venda deixe de ser um local de passagem ocasional e se transforme num lugar de paragem obrigatório.

De seguida, não tenha receio de sair à rua para dar a conhecer o seu projeto. Mostre o que tem para oferecer,



distribuindo posters ou flyers nas zonas mais próximas da sua loja. Lembre-se de que o seu negócio não se limita ao espaço em que está inserido. Qualquer pessoa que more, trabalhe ou passe perto da sua porta é um potencial cliente. Cabe-lhe a si eliminar qualquer tipo de distância que possa existir.

VÁ AO ENCONTRO DE NOVOS CLIENTES

Antigamente, a paragem no ponto de venda fazia parte da rotina diária da maioria das pessoas. Ao vendedor, bastava-lhe estar lá, para satisfazer as suas necessidades. Atualmente, o cenário é bem diferente e a passagem pelo ponto de venda deixou de fazer parte do quotidiano das pessoas... Mas é tempo de reagir! Saia do seu ponto de venda e leve os produtos aos clientes. Se confiar apenas na sua localização e ficar escondido atrás do balcão, não resultará.

Com o planeamento certo e sem grande esforço adicional é possível alargar a sua área de negócio para outro tipo de clientes, que não só os individuais. Empresas e/ou serviços públicos, estabelecimentos de

hotelaria ou entidades oficiais são consumidores habituais de informação. São clientes imunes às flutuações do mercado ou às oscilações do poder de compra, tendo em conta que compram diariamente vários títulos, por vezes, em largas quantidades. Importa, ainda, salientar que são clientes regulares e fiéis, que asseguram um volume de vendas constante e garantem estabilidade.

Por isso, já sabe, adequar o serviço aos meios que possui, definindo uma área para entregas, sem implicar grandes investimentos, e certamente não se arrependerá dos resultados.

TORNE OS SEUS INIMIGOS EM ALIADOS

Por último, mas não menos relevante, não encare a crise que se instalou no país e todas as condicionantes externas que daí advêm, como os seus principais inimigos. Aprenda a tornar algumas das principais fragilidades da sociedade atual nas suas maiores forças e recupere as rédeas do seu negócio.

Lembre-se que a maioria das pessoas continua a preferir fazer compras nos estabelecimentos mais pequenos em detrimento das

grandes superfícies. O motivo? É simples. Nos primeiros, se houver um atendimento personalizado e familiar, sentem-se únicos e especiais, nos segundos, como é tudo mais distante e impessoal, acabam por sentir-se apenas mais um indivíduo entre as centenas que por ali passam diariamente. Todos nós gostamos de entrar numa loja e ver uma cara conhecida, por isso, não se esconda. Dê-se a conhecer. Tire partido desta preferência dos clientes, demonstre que está atento a todas as suas necessidades e aproveite todas as oportunidades para fidelizá-los.

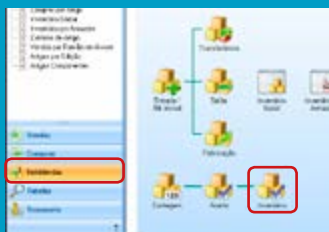


dicas @ KIOS

KIOS KUBE

NÃO TEM O STOCK CONTABILIZADO À DATA DO INVENTÁRIO? NÓS AJUDAMO-LO!

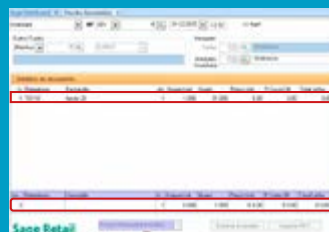
1 Aceda ao programa de GESTÃO, e na coluna do lado esquerdo, selecione a opção EXISTÊNCIAS e de seguida INVENTÁRIO.



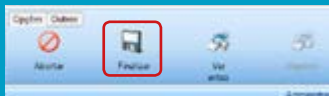
2 Coloque a data 31 de Dezembro de 2015, pois o inventário é referente a este ano.



3 Com a ajuda do scanner, leia o código de barras dos artigos que tem em loja. Deverá carregar na tecla ENTER para ir avançando nos campos. No campo da quantidade deverá colocar as unidades do artigo à data de 31-12-2015. Certifique-se que o programa criou a linha com o artigo que selecionou. Use sempre a tecla "enter" para o efeito.



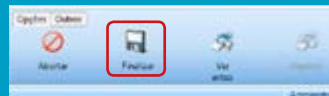
4 Sempre que seja necessário sair do inventário pode clicar no FINALIZAR.



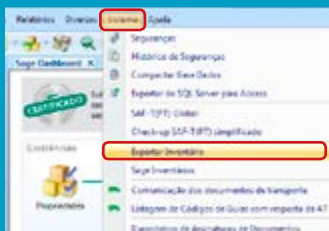
5 Quando quiser retomar o "Inventário", basta ir novamente às EXISTÊNCIAS- INVENTÁRIO - selecionar o documento que trabalhou e continuar a dar entrada dos artigos.



6 Depois de ter introduzido todo o stock a incluir no inventário, deverá fazer novamente FINALIZAR.



7 Para exportar o inventário, deverá na cabeçalho do ecrã selecionar a opção SISTEMA e em seguida EXPORTAR INVENTÁRIO.



8 Tem de seleccionar o ano correspondente ao inventário elaborado, 2015. Selecione onde irá querer guardar o ficheiro do inventário.



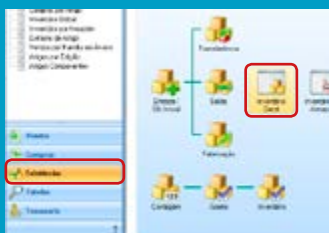
9 Em seguida clique em EXPORTAR. Deverá aguardar, este processo demora algum tempo.



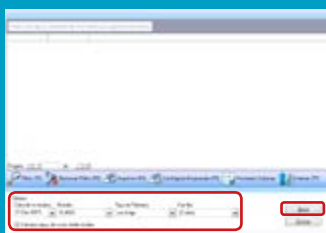
KIOS KUBE

JÁ TEM O STOCK CONTABILIZADO À DATA DO INVENTÁRIO? SAIBA O QUE TEM DE FAZER!

1 No programa da GESTÃO, na coluna do lado esquerdo, selecione a opção EXISTÊNCIAS e escolha INVENTÁRIO GERAL.



2 Indique a data de 31-12-2015, coloque um visto na opção "CALCULAR PREÇO DE CUSTO MÉDIO À DATA" e faça GERAR.



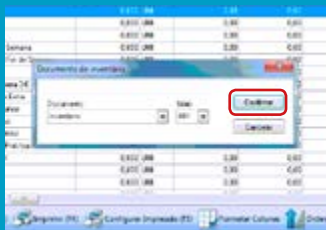
3 Esta operação demora algum tempo, deverá aguardar.



4 No final do processo, clique em FECHAR e confirme que "deseja guardar o inventário".



5 Faça "CONFIRMAR".



6 Para exportar o inventário, deverá no cabeçalho do ecrã seleccionar a opção SISTEMA e em seguida EXPORTAR INVENTÁRIO.



7 Tem de seleccionar o ano correspondente ao inventário elaborado, 2015. Selecione onde irá querer guardar o ficheiro do inventário.



8 Em seguida clique em EXPORTAR. Deverá aguardar, este processo demora algum tempo.



Clube

KIOS

notícias

CADA VEZ MAIS PERTO DE SI

O universo de soluções KIOS vai passar a estar todo disponível num único espaço: o novo site Agentes.kios.pt.

A VASP prepara-se para lançar mais uma novidade no universo KIOS: o site Agentes.kios.pt. A partir de agora, poderá encontrar, num só local, todas as novidades, campanhas, promoções e informações referentes às soluções que temos vindo a disponibilizar, desde 2011.

Nesta nova plataforma, poderá ficar a conhecer melhor cada uma das nossas soluções KIOS. Saiba, em primeira mão, quando serão as próximas for-

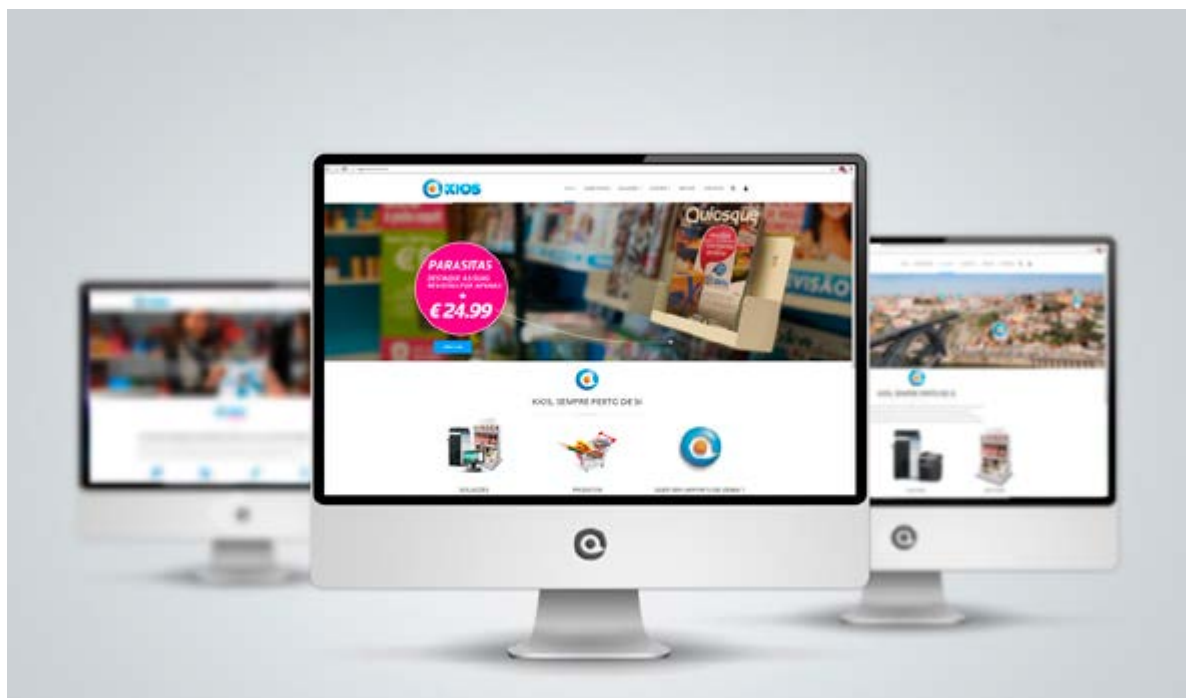
mações do KIOS academy. Descubra quais as campanhas e/ou promoções que temos disponíveis para o KIOS kube, store e print. Aprenda a usufruir dos serviços de entrega de encomendas da VASP Expresso.

Com as oscilações que o mercado tem sofrido nos últimos anos, acreditamos que é cada vez mais importante que os pontos de venda se mantenham atentos e sejam capazes de antecipar as necessidades dos seus

clientes.

O site agentes.kios.pt é mais um exemplo de que estamos aqui, sempre, disponíveis para ajudá-lo a ganhar eficiência na gestão do seu negócio e melhorar o serviço prestado aos seus clientes.

Aceda a www.agentes.kios.pt e venha descobrir o mundo de oportunidades KIOS que temos à sua disposição. Embarque nesta viagem juntamente com a VASP, rumo à loja do futuro.





O CARTÃO QUE LHE DÁ DESCONTOS

E se, de repente, lhe oferecessem um cartão personalizado de descontos imediatos em abastecimentos Galp?

As vantagens de ser um ponto de venda KIOS não param de aumentar. Desta vez, associamo-nos à Galp e prometemos dar-lhe mais uma fonte de energia para dinamizar o seu negócio.

É verdade, brevemente, vamos lançar outra novidade: um cartão personalizado da Galp Frota Business (GFB), criado exclusivamente para si, que receberá brevemente no seu ponto de venda. Sem qualquer custo de adesão ou reemissão associado e não estando, para já, limitado ao número de cartões disponíveis, esta mais-valia criada para as lojas KIOS promete oferecer benefícios acumulados a todos os seus aderentes.

Direcionado exclusivamente a PME (frotas de pequena e média dimensão), o GFB é extensível ao respetivo

segmento de colaboradores, desde que utilizem o NIF da empresa para o efeito, permitindo obter um “desconto imediato” sobre o preço praticado na bomba.

Outra das vantagens é o facto de o cartão GFB poder ser acumulado com os descontos “Happy Days”, praticados em alguns postos de abastecimento. Apesar de estes descontos não serem acumuláveis com outras campanhas e promoções, como as do Continente, pode ser utilizado em simultâneo com o cartão Fast, representando uma dupla vantagem, já que permite uma acumulação de pontos Fast.

Os descontos atribuídos podem variar entre os 4, 6 e os 7 centimos por litro, dependendo do consumo em cada abastecimento e do consu-

mo efetuado no mês anterior. Assim, abaixo dos 30 litros o desconto será de 4 centimos por litro, aumentando para 6 centimos em abastecimentos iguais ou superiores a 30 litros e chegando aos 7 centimos em consumos iguais ou superiores a 30 litros, na condição de o consumo em cartão referente ao mês anterior ser superior a 120 litros.

Em relação às limitações de utilização, há que ter em atenção que estes descontos são válidos para os primeiros 60 litros de cada abastecimento, até dois abastecimentos por dia e até 1.500 litros com descontos por mês.

Nesta primeira fase, o cartão GFB só terá aceitação em Portugal Continental, estando previsto o alargamento a Espanha e Regiões Autónomas, numa segunda fase.

EQUIPA KIOS AO SEU DISPÔR

Se tem alguma dúvida sobre as nossas soluções ou algum problema com os nossos equipamentos, a nossa equipa de suporte técnico KIOS ajuda-o.

Trabalhamos por si e para si ao longo de todo o ano. Por isso, se tem alguma dúvida ou problema com uma das nossas soluções KIOS, não hesite em falar com um dos nossos técnicos altamente qualificados nos softwares comercializados. O nosso call center KIOS assegura o suporte técnico, via telefone ou email, seis dias por semana, a mais de 1500 pontos de venda e a cerca de 200 lojas Amanhecer.

A esmagadora maioria das incidências é resolvida por contato telefónico, através de um interface de assistência remota. No entanto, caso a avaria persista, asseguramos

a substituição do equipamento no prazo de um dia útil (salvo ruturas de stock).

De forma a tornarmos a assistência técnica mais personalizada e oferecermos resoluções à medida de cada ponto de venda, desenvolvemos um histórico para cada cliente, alertamos sobre alterações legais de faturação e damos-lhe algumas dicas para potenciar o seu negócio. Aproveitamos, ainda, para informá-lo que todo este apoio dado aos clientes KIOS é totalmente gratuito, não tem qualquer pacote de horas, podendo recorrer à equipa técnica sempre que desejar.



Clube KIOS



O KIOS ACADEMY AJUDA-O A MELHORAR O SEU NEGÓCIO. VENHA FAZER AS NOSSAS FORMAÇÕES E APRENDA A GERIR MELHOR O SEU PONTO DE VENDA.



WORKSHOP CONTABILIDADE E FISCALIDADE NO PONTO DE VENDA

Aprenda a atuar com rigor e a não perder dinheiro.

- Módulo 1
Contabilidade
- Módulo 2
Gestão de stocks
- Módulo 3
Fiscalidade

PREÇO: 50,00€
(IVA incluído)

MAIS INFORMAÇÕES:
kiosacademy@vasp.pt
214 337 082



WORKSHOP ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DO PONTO DE VENDA

Saiba como ter um negócio bem sucedido.

- Módulo 1
A VASP e os seus processos
- Módulo 2
Gestão e dinamização do espaço comercial
- Módulo 3
Informatização do Ponto de Venda KIOS kube

PREÇO: 50,00€
(IVA incluído)

MAIS INFORMAÇÕES:
kiosacademy@vasp.pt
214 337 082



WORKSHOP KIOS KUBE AVANÇADO MODALIDADE PRÁTICA

Fique a conhecer todas as funcionalidades do KIOS kube.

- Módulo 1
Registo avançado de produtos
- Módulo 2
Faturação
- Módulo 3
Gestão de produtos e de fornecedores
- Módulo 4
Planeamento de campanhas
- Módulo 5
Relatórios e mapas
- Módulo 6
Operações avançadas de gestão de informação

PREÇO: 75,00€
(IVA incluído)

MAIS INFORMAÇÕES:
kiosacademy@vasp.pt
214 337 082



**PAGUE
EM 3X SEM
JUROS**
(válido para compras
superiores a €300 em
produtos desta
página)

GÔNDOLA

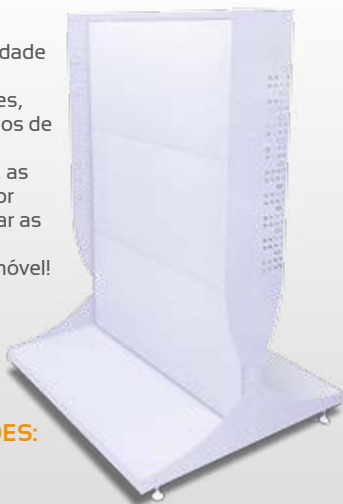
Tire partido da versatilidade deste móvel. Exponha as publicações, livros e/ou outros artigos de forma apelativa. Utilize as duas frentes, as laterais e a parte inferior da gôndola para colocar as peças como desejar. Tudo isto, num único móvel!

Altura 135 cm
Profundidade 70 cm
Largura 100 cm

PREÇO: 190,00€*

MAIS INFORMAÇÕES:
214 337 082.

ENCOMENDAS:
kiostore@vasp.pt



PRATELEIRA SIMPLES

alt. 24cm
prof. 16cm
larg. 100cm
€18,00*



PRATELEIRA DIREITA

alt. 9,5cm
prof. 30cm
larg. 100cm
€17,50*



PRATELEIRA DUPLA

alt. 37,5cm
prof. 22,5cm
larg. 100cm
€51,00*



PARASITA

alt. 19cm
prof. 8cm
larg. 23,5cm
€8,90*



PRATELEIRA TRIPLA

alt. 52cm
prof. 32cm
larg. 100cm
€69,00*



ZIG-ZAG JORNAIS

alt. 10cm
Prof. 40cm
Larg. 97cm
€39,90*



Os preços dos artigos acima mencionados são válidos exclusivamente na compra da base da gôndola. Ao custo inicial da gôndola acresce o valor unitário de cada peça pretendida. Preço não promocional do zig-zag para jornais: €51,50.



EXPOSITOR DE DESTAQUE

Este expositor, fácil de manusear, dá-lhe a possibilidade de destacar as revistas do dia.

Altura 153 cm
Largura 34 cm

PREÇO: 30,00€*

MAIS INFORMAÇÕES:
214 337 082.

ENCOMENDAS:
kiostore@vasp.pt



ILHA EM MELAMINA

A ilha é um espaço perfeito para exposição de livros ou "gifts".

Altura 85 cm
Comprimento 120 cm
Largura 85 cm

PREÇO: 184,50€*

MAIS INFORMAÇÕES:
214 337 082.

ENCOMENDAS:
kiostore@vasp.pt



IDENTIFICADOR MAGNÉTICO DE LINEAR

Organize a sua loja e destaque cada segmento com o nosso pack de 22 identificadores magnéticos.

Altura 4 cm
Largura 30 cm

PREÇO: 7,90€*

MAIS INFORMAÇÕES:
214 337 082.

ENCOMENDAS:
kiostore@vasp.pt



PACK DE TRÊS PARASITAS

Ideal para destacar publicações e, ao mesmo tempo, ganhar mais espaço no seu linear!

Altura 19 cm
Profundidade 8 cm
Largura 23,5 cm

PREÇO: 24,00€*

MAIS INFORMAÇÕES:
214 337 082.

ENCOMENDAS:
kiostore@vasp.pt

Clube KIOS



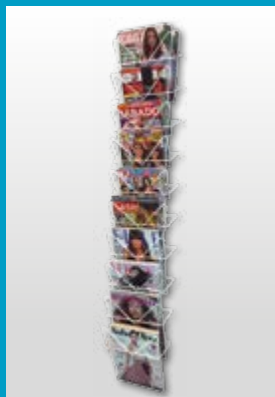
CAIXA VASP PARA PUBLICAÇÕES

Construção robusta em metal ideal para o exterior, cor azul.

Altura 70 cm (sem pés)
Comprimento 60 cm
Largura 90 cm

PREÇO: 170,00€

MAIS INFORMAÇÕES:
contactcenter@vasp.pt
214 337 001



EXPOSITORES DE PAREDE PARA JORNAIS E REVISTAS

EXPOSITOR P/ REVISTAS
3662 - Simples - **16,90€**
3660 - Duplos - **35,90€**

EXPOSITOR P/ JORNAIS
3663 - Simples - **17,30€**
3661 - Duplos - **34,61€**

MAIS INFORMAÇÕES:
contactcenter@vasp.pt
214 337 001



SOLUÇÃO COMPACTA KONICA MINOLTA

- Impressão, cópia e digitalização até formato A4
- Papel até 210grs incluindo frente e verso automático;
- Impressão a preto e a cor até 33 páginas por minuto.

RENTING SEMANAL:
3 anos - 15,90€ ou
5 anos - 11,90€

- Inclui 100 impressões/ cópias a preto e 25 a cor, por semana.
- Impressões/cópias excendentes: 0,014€/un. preto e 0,119€ un. cor.

MAIS INFORMAÇÕES:
kiosprint@vasp.pt
214 337 026.



SOLUÇÃO AVANÇADA KONICA MINOLTA

- Impressão, cópia e digitalização até SRA3 (320mmx450mm);
- Papel até 300grs. (frente e verso automático até 256grs.);
- Impressão a preto e a cor até 22 páginas por minuto;
- Impressão de faixas com 297mm de alt., até 1,20m de comp.;
- Impressão de documentos a partir da internet

RENTING SEMANAL:
3 anos - 29,00€ ou
5 anos - 19,85€

- Inclui 200 impressões/ cópias a preto e 50 a cor, por semana.
- Impressões/cópias excendentes: 0,0085€/un. preto e 0,065€ un. cor.

MAIS INFORMAÇÕES:
kiosprint@vasp.pt
214 337 026.

PRODUTO	CUSTO	PVPR	MARGEM
Convite A5 (Díptico)	0,23€	2,80€	890%
Faixa de 1 metro personalizado	1,33€	8,00€	390%
50 Flyers A4	4,85€	25,00€	320%
5 Cartazes SRA3	1,35€	18,00€	985%



**VEJAS AS
PROMOÇÕES
KIOS KUBE**

NA PÁGINA 2 E EM
AGENTES.KIOS.PT

2000



KIOS KUBE

- HP RP2 Retail System Modelo
- Intel® Pentium® J2900 2,41 GHz
 - Memória 4 GB 1333 MHz DDR3 SDRAM
 - Disco Rígido 320 GB SATA (7200 rpm)
 - Placa gráfica HD Intel integrada
 - Ecrã panorâmico 14 pol. com tecnologia tátil resistiva
 - Dimensões (L x P x A) 35,59 x 22,53 x 36,62 cm
 - Peso 6.83 kg com suporte

Oferta da gaveta de dinheiro, teclado e rato.

PREÇO:

Pack Start - 17,38€/semana
Pack Prime - 18,97€/semana
Pack Cloud - 23,35€/semana

MAIS INFORMAÇÕES:

kioskube@vasp.pt
214 337 026



GAVETA DE DINHEIRO

Caixa metálica com ligação RJ11, para impressora ou caixa registadora.

PREÇO: 50,00€

MAIS INFORMAÇÕES:

kioskube@vasp.pt
214 337 026



UPS MGE EATON NOVA AVR 500

Tecnologia line-interactive
Proteção telefónica,
modem, internet e adsl, 10 minutos de autonomia.

Capacidade: 500 va
Entrada: 1x power iec 320
Saída: 3x power iec 320

PREÇO: 78,00€

MAIS INFORMAÇÕES:

kioskube@vasp.pt
214 337 026



SCANNER SYMBOL LS1203

Scanner funcional, fiável e duradouro que permite uma maior eficiência na gestão do negócio sendo ideal para pequenos retalhistas.

Ligação: USB

PREÇO: 120,00€

MAIS INFORMAÇÕES:

kioskube@vasp.pt
214 337 026



IMPRESSORAS TÉRMICAS STAR TSP-100 CITIZEN CTS-310 II

Impressoras térmicas com rapidez de impressão de 160mm/seg.
Possuem cortador parcial/total.
Eco USB Power Save Mode

PREÇO: 170,00€

MAIS INFORMAÇÕES:

kioskube@vasp.pt
214 337 026

promoções

produtos diversos



13608
Tubo Best of
Chupa Chups
sabores variados
display 100 un.

antes
~~€15,00~~
promoção
€10,99

unidade
€0,11

13532
Smint Xylicare
Peppermint
display 12 un.

promoção
€6,59

unidade
€0,55

NOVIDADE



13552
Mentos
Choco Preto
display 24 un.

antes
~~€16,00~~
promoção
€11,99

unidade
€0,50



13533
Mentos
Choco Branco
display 24 un.

antes
~~€16,00~~
promoção
€11,99

unidade
€0,50



13550
Mentos Stick
Rainbow
display 20 un.

antes
~~€9,00~~
promoção
€6,99

unidade
€0,35



13547
Mentos Stick
Menta
display 20 un.

antes
~~€9,00~~
promoção
€6,99

unidade
€0,35



13549
Mentos Stick
Frutas
display 20 un.

antes
~~€9,00~~
promoção
€6,99

unidade
€0,35



ESTE NATAL FAÇA UMA BOA IMPRESSÃO!

WWW.AGENTES.KIOS.PT

VISITE O NOVO SITE E ENCONTRE AS NOSSAS PROMOÇÕES



Para usufruir do desconto acesse a www.agentes.kios.pt/print e preencha o formulário. Limitado aos primeiros 5 pedidos

KONICA MINOLTA bizhub c224e

FORMATOS DE PAPEL
A6-A3; SRA3; banner 1,2 metros
e formatos individualizados.
Papel até 300g.

IMPRESSÃO
Cores e Preto & Branco.
Impressão PDF, XPS, JPEG, TIFF.

PRINT CLOUD
Impressão de documentos
a partir da Internet.

DIGITALIZAÇÃO
Frente e verso de originais com
dois lados, numa só passagem.
Scan para eMail.

REDUÇÃO DE CUSTOS
Baixo consumo de energia
e baixo impacto ambiental

**DESCONTO
ESPECIAL**

Limitado aos
primeiros
5 pedidos

SUBSCRIÇÃO PELO SITE
renting semanal

5 ANOS ~~€19.85~~
€18.00* 3 ANOS ~~€29.00~~
€27.00*

CAMPANHA ATÉ 6 JANEIRO
renting semanal

5 ANOS ~~€19.85~~
€18.85* 3 ANOS ~~€29.00~~
€27.35*



**INCLUI: 200 300 cópias a preto e branco
e 50 a cores por semana.**

Excedente a preto:
0,0085 €/unid + IVA

Excedente a cores:
0,065 €/unid + IVA



214 337 026
agentes.kios@vasp.pt

*Aos valores mencionados acresce o IVA à taxa em vigor.
Oferta limitada ao stock existente.