EDIÇÃO # 57 • 2014

Quiosque

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA AOS AGENTES VASP E SDIM

KIOS PRINT

A IMPRESSÃO DO FUTURO

DOSSIER

GRUPO V OS ESPECIALISTAS

DESTAQUE

& BEM VINDOS À TOCÁLER!

ANTES & DEPOIS

PAPERGIFT
CONVITE DESTACÁVEL NO INTERIOR

KIOS KUBE

O SISTEMA DE VENDAS IDEAL PARA GERIR A SUA LOJA.

FIL paper gift

ADIRA JÁ, E APROVEITE A PROMOÇÃO PAPERGIFT!

13 A 16 MARÇO

EXPORTAÇÃO SAF-T
Comunicação à AT

GUIAS DE TRANSPORTE
Comunicação à AT

MÓDULO VASP
Criação automática de produtos. Devolução e Comunicação AT

SERVIÇOS
Encomendas PNE´S

CONTINENTE

Versão START (1 licença)
€14.17* Valor semanal **

Versão PRIME (2 licenças)
€15.88* Valor semanal **

ARQUIPÉLAGO DA MADEIRA

Versão START (1 licença)
€15.17* Valor semanal **

Versão PRIME (2 licenças)
€16.88* Valor semanal **

kioskube@vasp.pt
Tel. 214 337 026
www.kioskube.pt

vasp sage hp

*A todos os valores acresce IVA, à taxa legal em vigor.
** Valor referente a contratos pelo periodo de 36 meses

editorial

KIOS PRINT
A IMPRESSÃO DO FUTURO

Quando há cerca de 6 anos iniciei funções na Vasp, foram várias as pessoas que me questionaram sobre o futuro da distribuição de publicações em papel. Ainda hoje é frequente ouvir dizer que "o futuro será digital e o papel vai acabar por morrer". Sem negar que há um fundo de verdade neste tipo de afirmações, penso que o futuro não será assim tão drástico para o papel e que o papel e o digital podem coexistir. As tendências mais recentes demonstram que os consumidores continuam e irão continuar a valorizar certos conteúdos em papel. O papel tem algumas características únicas que o diferenciam claramente de outros meios. É um meio físico e por isso é sensível à visão, ao toque e ao cheiro. É dobrável, pode-se recortar, colar, pendurar, etc. Fica a pergunta clássica: quem não prefere receber um postal em papel a um postal digital?

No seguimento deste raciocínio, penso que o papel impresso terá certamente um lugar no futuro. E como será feita essa impressão? Com o crescimento do digital a tendência é de redução de tiragens, quer sejam publicações, livros, folhetos, postais ou outros materiais impressos, o que coloca dificuldades de tempo e custo à tradicional impressão em offset. A impressão direta em papel a partir de ficheiros em formato digital será certamente a solução do futuro. Num futuro próximo (que é já presente em alguns países), os pontos de venda de publicações terão a capacidade de "baixar" ficheiros da nuvem e imprimir publicações para os seus clientes "na hora".

Nesta edição da Quiosque damos-vos a conhecer a nova solução de impressão digital no ponto de venda designada por Kios Print. Trata-se de uma solução completa, tecnologicamente avançada e a um preço muito competitivo. Foi desenvolvida não só a pensar nas vossas necessidades do presente mas também nas vossas necessidades do futuro. Engloba-se no conceito de ponto de venda Kios que queremos que seja um ponto de venda moderno, atraente e rentável.

Fale connosco e venha conhecer o que será a impressão no futuro!

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
Carla Sofia Marques
(csmarques@vasp.pt)
Telefone: 21 433 7066 Fax: 21 432 6009

IMPRESSÃO
DPS - Digital Printing Services
www.dps.pt
Depósito Legal 197 831/03
Tiragem 9000 exemplares

ÍNDICE

04 breves
06 iniciativas
08 novidades
10 destaque Grupo V
12 em campo
18 antes & depois
20 em foco
25 dossier KIOS Print
28 catálogo PNE's
32 Clube KIOS

Esta edição está escrita nos termos do novo acordo ortográfico.

breves

MARQUE A DATA

Uma tradição de vários anos transformada em ação promocional e clientes que são amigos... eis os principais segredos para o sucesso do Quiosque Bernardino.

Os 365 dias do ano são pautados por datas importantes, quer sejam aniversários ou compromissos profissionais, festividades ou feriados municipais e nacionais. Um calendário torna-se um mapa desses acontecimentos e, reconhecendo a importância deste objeto, Américo Bernardino resolveu oferecer aos seus clientes calendários alusivos ao estabelecimento.

Esta ideia surgiu há mais de 30 anos e, desde então, tornou-se uma tradição muito apreciada. "Costumo oferecer o calendário um mês antes do Natal. Mas com o aproximar da data há logo quem pergunte quando chegam!", conta o agente. O que começou como uma pequena ação promocional provou ser, ao longo das últimas três décadas, uma peça chave na solidez deste quiosque, cimentando a relação com os clientes e contribuindo para um aumento das vendas.

"Dos cerca de 700 calendários que faço todos os anos, a maioria é para os clientes já fidelizados, que frequentam regularmente o quiosque e que levam o calendário para casa todos os anos. Mas costumo guardar alguns para oferecer a quem cá vem pela primeira vez e normalmente essas pessoas gostam do gesto e voltam cá", garante o agente.

Situado perto do mercado de fruta das Caldas da Rainha, no Largo José Malhoa, o agente coloca sempre uma fotografia do quiosque no calendário para facilitar a sua localização geográfica. Aberto há cerca de 40 anos, uma das principais preocupações de Américo Bernardino é oferecer serviços úteis aos seus clientes e, por isso mesmo, para além das habituais revistas e livros, ali podemos encontrar desde brindes até cópias de chaves feitas na hora.

O Quiosque Bernardino é a prova de que pequenos gestos criam laços fortes com os clientes e acabam por ser um elemento vital para o sucesso de um estabelecimento.

UM BAZAR DIFERENTE

Criar um ambiente mais positivo e levar alegria e sorrisos aos pacientes do Hospital Padre Américo fazem deste um bazar especial.

Os hospitais também são lugares de grande felicidade e é isso que se celebra todos os dias no Bazar do Hospital Padre Américo, em Guilhufe, no concelho de Penafiel. Um espaço renovado que retomou a sua atividade no início deste ano, este ponto de venda dá continuidade a uma tradição com alguns anos, ao levar os jornais e revistas diários ao encontro dos pacientes deste centro hospitalar.

"Abrimos a loja há muito pouco tempo, mas resolvemos manter esta ideia que já era da antiga gerência", comenta Sónia Moreira, a nova proprietária do Bazar. "Todos os dias enchemos um carrinho com as publicações diárias e alguns dos artigos que temos para venda, como por exemplo algumas roupas de bebé e brinquedos. De seguida, vamos a quase todas as alas do hospital, fazendo uma espécie de visita aos pacientes e familiares, que ficam sempre muito contentes por nos ver".

Esta iniciativa permitiu ainda criar uma lista de pedidos diários que representam um volume de vendas considerável, facilitando uma gestão inteligente de stocks. Ao comunicar diretamente com os clientes, os responsáveis deste ponto de venda podem aferir com maior sensibilidade quais os produtos com melhor adesão, tal como as expectativas dos clientes em relação a produtos a introduzir futuramente no estabelecimento.

"Nós colocamo-nos no lugar das outras pessoas", sublinha Sónia Moreira. "Tentamos dar-lhes a ajuda que nos é possível para superarem as situações difíceis que enfrentam. No final, é muito gratificante receber os agradecimentos dos pacientes e auxiliares do hospital, assim como os elogios pelo novo espaço, que acham mais agradável e apelativo!"

Criando uma relação de proximidade com os clientes, o Bazar do Hospital Padre Américo consegue, assim, potenciar o seu negócio e elevar-se para além da sua função comercial, sendo hoje uma presença importante nas vidas dos pacientes deste centro hospitalar.

iniciativas

LIVROS A CASA DA NOITE

11 Livros "A Casa da Noite" que podem ser adquiridos juntamente com a TV Mais e a Telenovelas - em cada semana estarão disponíveis entre 3 a 4 títulos distintos.

DATA INÍCIO: 12 março
DATA FIM: 26 março
SEGMENTO: Ficção
PERIODICIDADE: Semanal
PÚBLICO ALVO: Adulto
PREÇO: €4,95
EXPOSIÇÃO: Junto da TV Mais e da Telenovelas

COLEÇÃO DE CROMOS NUTRIVENTURES

Nova coleção de cromos Nutriventures, com as personagens da série de desenhos animados em exibição na TV.

DATA INÍCIO: 29 janeiro
DATA FIM: -
SEGMENTO: Brinquedo
PERIODICIDADE: One shot
PÚBLICO ALVO: Infantil/Juvenil
PREÇO: Álbum=€1,99 Saqueta=€0,60
EXPOSIÇÃO: Balcão/Local de grande visibilidade.

LANCHEIRAS DOS FAMOSOS

Conjunto constítuido por 3 peças: Lancheira com duas divisões; Sanduicheira e Lancheira hermética.

DATA INÍCIO: 4 fevereiro
DATA FIM: 21 março
SEGMENTO: Utensílios de cozinha
PERIODICIDADE: Semanal
PÚBLICO ALVO: Todos
PREÇO: Lancheira=€2,99 Sanduicheira=€1,50 Lancheira=€2,99
EXPOSIÇÃO: Com a TV7 Dias

CROMOS ANGRY BIRDS GO!

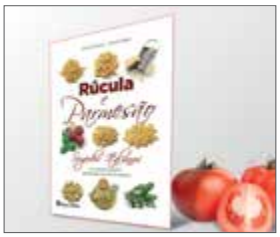
Nova coleção de cromos das conhecidas personagens do jogo disponível em diversas plataformas-Angry Birds GO!

DATA INÍCIO: 5 fevereiro
DATA FIM: -
SEGMENTO: Brinquedo
PERIODICIDADE: One shot
PÚBLICO ALVO: Infantil/Juvenil
PREÇO: Álbum=€1,99 Saqueta=€0,60
EXPOSIÇÃO: Balcão/Local de grande visibilidade.

COLEÇÃO LITERATURA SENSUAL

Coleção da Sábado e Flash, de 14 livros de literatura sensual e romântica.

DATA INÍCIO: 13 março
DATA FIM: 24 abril
SEGMENTO: Literatura
PERIODICIDADE: Semanal
PÚBLICO ALVO: Adulto
PREÇO: €4,99
EXPOSIÇÃO: Junto às revistas Sábado e Flash.



LIVROS DE CULINÁRIA

Coleção de 7 livros de culinária.

DATA INÍCIO: 15 fevereiro
DATA FIM: 29 março
SEGMENTO: Culinária
PERIODICIDADE: Semanal
PÚBLICO ALVO: Feminino
PREÇO: €4,90
EXPOSIÇÃO: Junto ao jornal i

JN ANO NOVO A GANHAR

Cartões numerados que dão acesso a sorteio.

DATA INÍCIO: 5 janeiro
DATA FIM: 29 março
SEGMENTO: Concurso
PERIODICIDADE: Diário
PÚBLICO ALVO: Todos
PREÇO: grátis na compra do JN
EXPOSIÇÃO: Entrega com o JN

O JOGO ANUÁRIO 2013

Revista com o resumo desportivo de 2013.

DATA INÍCIO: 29 janeiro
DATA FIM: 21 março
SEGMENTO: Desporto
PERIODICIDADE: One shot
PÚBLICO ALVO: Todos
PREÇO: €1,99
EXPOSIÇÃO: Junto com o jornal O Jogo

iniciativas

ANIMALITOS CRYSTAL FAMILIES

Coleção de 12 pequenos animais com as suas crias, e respetivas casas.

DATA INÍCIO: 11 fevereiro
DATA FIM: -
SEGMENTO: Brinquedo
PERIODICIDADE: One shot
PÚBLICO ALVO: Infantil
PREÇO: €2,00
EXPOSIÇÃO: Balcão

BOA CAMA BOA MESA LOW COST

4 Guias - Cada Guia mostra uma oferta de qualidade de alojamentos e restaurantes a preços económicos "Sítios para Comer e Dormir: Bons e Baratos".

DATA INÍCIO: 8 março
DATA FIM: 29 março
SEGMENTO: Turismo/Lazer
PERIODICIDADE: Semanal
PÚBLICO ALVO: Todos
PREÇO: Oferta
EXPOSIÇÃO: Junto com o Expresso

KISS MUAH

Coleção de 18 bonecos (gatos, porcos, pandas, cães, ursos e tigres), que se colam em qualquer lugar.

DATA INÍCIO: 30 dezembro 2013
DATA FIM: -
SEGMENTO: Brinquedo
PERIODICIDADE: One shot
PÚBLICO ALVO: Infantil
PREÇO: €2,00
EXPOSIÇÃO: Balcão

DVD'S HUNGER GAMES

DVD's dos dois filmes de grande sucesso no cinema: Hunger Games / Hunger Games - em Chamas.

DATA INÍCIO: 13 março
DATA FIM: 22 março
SEGMENTO: Cinema
PERIODICIDADE: Semanal
PÚBLICO ALVO: Jovem/Adulto
PREÇO: 1º DVD=€5,95
2º DVD=€12,95
EXPOSIÇÃO: Junto à Visão e Expresso.

CARROS MINIATURA MAJORETTE

Blisters com carros miniatura.

DATA INÍCIO: 29 janeiro
DATA FIM: -
SEGMENTO: Brinquedo
PERIODICIDADE: One shot
PÚBLICO ALVO: Infantil
PREÇO: €2,49
EXPOSIÇÃO: Balcão

PISTOLA NERF JOLT

Blister com pistola "NERF JOLT".

DATA INÍCIO: 29 janeiro
DATA FIM: -
SEGMENTO: Brinquedo
PERIODICIDADE: One shot
PÚBLICO ALVO: Infantil/Juvenil
PREÇO: €5,99
EXPOSIÇÃO: Balcão

COLEÇÃO LIVROS DE RECEITAS

Coleção de 7 livros de receitas "A Mesa dos Portugueses".

DATA INÍCIO: 9 março
DATA FIM: 20 abril
SEGMENTO: Culinária
PERIODICIDADE: Fim de semana
PÚBLICO ALVO: Todos
PREÇO: Oferta com o CM
EXPOSIÇÃO: Encartado no CM

DOLCE DOLCE

Expositor com 10 saquetas com coloridas e divertidas figuras para brincar e colecionar.

DATA INÍCIO: 23 janeiro
DATA FIM: -
SEGMENTO: Brinquedo
PERIODICIDADE: One shot
PÚBLICO ALVO: Infantil
PREÇO: €2,00
EXPOSIÇÃO: Balcão

novidades

CRUZADAS AUTO DEFINIDAS

Nova revista de passatempos dedicada em exclusivo aos passatempos de auto defenidos, também conhecidos por Directas.

DATA LANÇAMENTO: 24 janeiro
SEGMENTO: Passatempos
PERIODICIDADE: Bimestral
PÚBLICO ALVO: Adulto
PREÇO: €1,60
EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de passatempos

ÁFRICA TODAY

Revista de informação geral que aborda temas relacionados com Angola.

DATA LANÇAMENTO: 31 janeiro
SEGMENTO: Informação geral
PERIODICIDADE: Mensal
PÚBLICO ALVO: Adulto
PREÇO: €6,00
EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de informação geral

POKER SUPER DIRETAS

Revista dedicada somente às Cruzadas Diretas, com trabalhos inéditos e originais e respeitando o acordo ortográfico. Contém trabalhos da nova modalidade de diretas (QUAL DAS 5?)

DATA LANÇAMENTO: 21 fevereiro
SEGMENTO: Passatempos
PERIODICIDADE: Bimestral
PÚBLICO ALVO: Adulto
PREÇO: €1,70
EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de passatempos

AUTO GUIA

Auto Guia é uma nova revista mensal que se debruça sobre as diferentes temáticas relacionadas com o Automóvel, Novo e Semi-Novo.

DATA LANÇAMENTO: 1 março
SEGMENTO: Automóvel
PERIODICIDADE: Mensal
PÚBLICO ALVO: Adulto
PREÇO: 1ª edição=€0,90, restantes=€1,00
EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de automóveis

destaque

Nuno Gomes, diretor-geral do Grupo V, em Portugal.

GRUPO V
OS ESPECIALISTAS

Há 15 anos em Portugal, o Grupo V conquistou o seu lugar no mercado com um portefólio diversificado de revistas de nicho. São publicações com leitores fiéis e geradoras de bons negócios para o editor, a distribuidora e os pontos de venda.

A presença do Grupo V em Portugal foi uma expansão natural da atividade que esta editora já tinha em Espanha, onde está estabelecida há 25 anos. A Super Foto foi a primeira publicação do grupo no nosso país, que atualmente já edita quase uma dezena de títulos. A estes somam-se alguns especiais publicados ao longo do ano, nas várias áreas de especialização em que o grupo trabalha.

"Somos especializados em mercados de nicho", começa por dizer Nuno Gomes, diretor-geral do Grupo V, em Portugal. A editora funciona no nosso país numa lógica de complementaridade e sinergia com Espanha – o que lhe permite publicar conteúdos que, pela reduzida dimensão dos mercados de nicho no nosso país, dificilmente se conseguiriam trazer aos leitores portugueses, se não fosse pela estrutura editorial instalada no país vizinho.

"Tentamos ter um pouco de tudo aquilo que Espanha tem", conta Nuno Gomes. No entanto, realça, se no início as publicações nacionais se limitavam a traduzir os conteúdos espanhóis, hoje todas as revistas são produzidas a pensar nas especificidades do público local – e cada vez mais artigos fazem o trajeto inverso, de Portugal para as páginas das revistas espanholas.

"O perfil do leitor, em muitos casos, é diferente", justifica Nuno Gomes. Aliás, "o nosso leitor é mais exigente do que o leitor espanhol", afiança, apontando a produção mais cuidada dos títulos portugueses como uma exigência do mercado.

A recompensa vem sob a forma de leitores fiéis, que criaram já o hábito de ler e guardar as revistas do Grupo V. E os títulos da empresa são um exemplo de longevidade, mesmo em áreas (como a caça ou a pesca) em que, à partida, o público-alvo é limitado. "Os nossos títulos têm todos mais de cem edições", realça Nuno Gomes, com orgulho, demonstrando que o Grupo V tem uma posição sólida e sustentável no mercado português.

AS REVISTAS DO GRUPO V

A Super Foto foi a primeira revista do Grupo V em Portugal. Hoje o portefólio alargou-se a várias outras áreas com públicos fiéis e bem informados:

Motos de Ocasião - Revista de compra-venda de motos, com reportagens e artigos de fundo sobre o mundo motorizado das duas rodas.

Carros e Motores - Pensada para todos os públicos, esta revista traz informação prática sobre as últimas novidades do mundo automóvel, a preços acessíveis.

Futebolista - É a revista referência no mundo do futebol em Portugal, com entrevistas aos melhores jogadores e reportagens de fundo sobre tudo o que se passa no futebol nacional e internacional.

Gadget & PC - As últimas novidades de informática e gadgets, desde computadores a tablets, passando por câmaras de vídeo, telemóveis e acessórios.

Caça & Cães de Caça - É a revista do Grupo V especializada em caça, com reportagens e artigos de conhecedores sobre gestão cinegética, armas, munições e acessórios de caça.

Caça Maior & Safaris - Dedicada ao melhor da caça maior, em Portugal e no estrangeiro, com reportagens captadas um pouco por todo o mundo e informação prática sobre artigos e acessórios de caça.

Mundo da Pesca - Revista líder de pesca desportiva em mar e rio, reúne mensalmente artigos sobre técnicas de pesca, testes de material, apresentação de bons destinos de pesca e muitos outros conteúdos para os amantes deste desporto.

Cães & Companhia - Revista mensal sobre animais de companhia, acompanha temas como a educação e treino dos animais, nutrição, veterinária e conselhos úteis.

FIDELIDADE MÁXIMA

Captar leitores em áreas tão restritas como a caça não é uma tarefa fácil. "O nosso público-alvo não é o consumidor comum", reconhece Nuno Gomes. Em alguns temas, como o futebol ou os gadgets, o universo de leitores é mais vasto e a comunicação mais simples. Mas no que toca às revistas mais especializadas, não é com campanhas de comunicação em massa que se chega ao destino. A equipa do Grupo V faz, por isso, muita promoção dirigida a associações de caçadores ou pescadores e vai regularmente a feiras da especialidade.

Não que as revistas sejam novidade para os leitores. Atentos e exigentes, os consumidores encontram nos títulos do Grupo V uma relação próxima com os temas que lhes são caros. "Quase se sentem sócios da empresa", brinca Nuno Gomes. A recompensa é um elevado grau de fidelização em títulos que, por serem especializados, oferecem margens de negócio mais atrativas para a editora e para os pontos de venda.

O diretor-geral do Grupo V nota que os agentes da rede Vasp sabem expor bem os títulos, porque também reconhecem que é esta imprensa que lhes traz clientes regulares. "Há muita gente que não assina as revistas porque gosta de ir ao ponto de venda comprar. Têm um grau de fidelização muito grande com o ponto de venda", reconhece.

A Vasp, por seu lado, tem também um papel essencial em garantir que as tiragens são bem distribuídas. "O Grupo V é muito exigente nesse sentido e trabalhamos de forma muito próxima com a Vasp", conta o responsável. A rede está hoje bem estruturada e os pontos de venda aproveitam bem estes títulos especializados.

"A Vasp tem feito o seu trabalho da melhor forma possível", concluiu Nuno Gomes.

A equipa está visivelmente satisfeita com os excelentes resultados que a empresa tem obtido.

em**campo**

A IMPORTÂNCIA DA OPINIÃO

A promoção das publicações é sempre um desafio. No caso da revista XXI Ter Opinião, cada novo lançamento é uma oportunidade para comunicar a marca.

O destaque da XXI Ter Opinião na FNAC de Viseu.

Se é difícil para as publicações convencionais manter uma relação de proximidade e confiança com os leitores, o desafio é ainda maior no caso de uma revista anual. Uma periodicidade regular é importante para criar uma relação de confiança e proximidade com os leitores, capaz de tornar a compra num hábito quotidiano. Para a Fundação Francisco Manuel dos Santos, responsável pela publicação da XXI Ter Opinião, essa relação é naturalmente mais difícil de estabelecer.

Revista com características únicas no mercado, a XXI Ter Opinião é apresentada pela Fundação como uma revista anual de opinião e debate. O objetivo é olhar com algum distanciamento para os principais problemas que moldam a sociedade contemporânea, num projeto pensado para ser colecionável (ou seja, lido e guardado de ano para ano) e abrir, no final de cada ano, novas perspetivas sobre o tempo que aí vem.

Lançada a terceira edição da revista, dedicada às questões da Europa (que vai a votos em 2014, em eleições para o Parlamento Europeu), a XXI Ter Opinião renovou a sua aposta na boa exposição da publicação em pontos de venda selecionados. Coincidindo com o lançamento, a Fundação Francisco Manuel dos Santos aliou-se à Vasp-TMK para uma ação especial de visibilidade nas lojas FNAC. A campanha consistiu na montagem de parasitas (estruturas acopladas às prateleiras) que deram maior destaque à revista durante o mês de dezembro.

A XXI Ter Opinião conquistou já no nosso país uma legião de leitores fiéis, que seguem os temas, estudos e ensaios de opinião publicados em cada edição anual. Para que o título não passe despercebido, a boa exposição, através de campanhas de visibilidade especialmente pensadas em torno do lançamento, tem sido uma aposta da Fundação. O retorno do investimento mede-se no acréscimo de vendas e na capacidade dos leitores continuarem a encontrar nos postos de venda um título que se tornou já uma referência no debate público das questões contemporâneas.

A Vogue em destaque na Presslinha do Oeiras Parque.

MONTRAS INOVADORAS

A mais recente iniciativa promocional da Vogue comprova que inovar na apresentação é um fator de diferenciação.

É cada vez mais frequente encontrar produtos associados a publicações, com especial incidência nas revistas de moda direcionadas para o público feminino. Suscitar o interesse do público para este tipo de promoções passa geralmente por uma apresentação cuidada dos produtos, com especial atenção para a sua presença nas montras dos pontos de venda.

A pensar nisso, a Vogue levou a cabo uma ação promocional em 30 lojas, espalhadas um pouco por todo o país, associando uma mala de senhora à sua edição de fevereiro.

O foco principal desta iniciativa era incentivar o uso criativo do espaço de montra na altura de promover os packs revista/brinde, algo que a Presslinha, do Oeiras Parque, fez na perfeição.

Esta ação funcionou a favor tanto dos pontos de venda como dos editores, porque promoveu não só a imagem da publicação como também acabou por gerar um maior espirito criativo e empreendedor, no sentido de encontrar soluções diferentes e irreverentes de expor produtos frequentes.

O balanço final desta ação não podia ser mais positivo, tendo em conta que, para além de se terem cativado mais clientes, houve um aumento substancial do volume de vendas da Vogue.

13 ANOS DE SUCESSO: PARABÉNS, GQ!

A revista GQ marcou o seu aniversário em Portugal com uma campanha especial de visibilidade nas lojas FNAC.

A revista GQ, publicada no nosso país pelo Grupo Cofina Media, comemora com a edição de fevereiro/março o 13º aniversário de contacto com os leitores portugueses. A efeméride criou o pretexto para um conjunto de iniciativas de promoção da revista, que incluíram, entre outras atividades, a distribuição de DVD de oferta.

A publicação, recentemente distinguida como a revista masculina do ano, trouxe a atriz Sofia Ribeiro para a capa, numa sessão fotográfica inspirada na icónica imagem erótica dos filmes "Emmanuelle" e onde não falta o bolo de aniversário da GQ.

A Cofina Media aproveitou também para organizar uma ação especial de visibilidade nas lojas FNAC por todo o país. A edição de aniversário teve assim honras de destaque, com a instalação de um parasita nas prateleiras dos pontos de venda e o selo de recomendação da cadeia de lojas. Foi uma forma simples, mas muito eficaz, de trazer a revista para junto dos leitores e promover a sua visibilidade e a compra por impulso entre os clientes da FNAC.

A GQ é editada em 17 países nos cinco continentes e é uma das marcas editoriais mais conhecidas no segmento masculino. Em Portugal, a publicação cobre áreas que vão desde moda ao desporto, passando pelos automóveis, cultura e tecnologia. A edição portuguesa descreve-se como "séria, mas com humor: sóbria, mas com glamour; masculina, mas com sofisticação".

A edição de aniversário da GQ teve o merecido destaque na FNAC do Aeroporto de Lisboa.

emcampo

EXERCITAR A MENTE

Provar que as publicações de passatempos não se destinam apenas ao tempo de praia foi o grande objetivo da ação de promoção da Okupamente

A Okupamente na papelaria Isamar, em Rio Maior.

Palavras cruzadas, sopas de letras… Quem nunca se entreteve com um livro de passatempos? Este tipo de publicação é a companheira ideal para umas horas bem passadas e é quase uma imagem de marca das férias de verão. Mas exercitar o cérebro não tem época marcada no calendário e, para provar isso mesmo, a Editora Okupamente levou a cabo uma ação de promoção, no mês de janeiro, na qual destacou as suas nove publicações mensais e as duas bimestrais.

A Okupamente, que opera no mercado desde 2011, elegeu 100 pontos de venda espalhados pelo país para promover as suas publicações, bem como a própria marca, e a aceitação não podia ter sido melhor.

Jorge Andrade, editor responsável pela Okupamente, confessa-se satisfeito com esta ação de promoção, que resultou "num aumento substancial das vendas quando comparadas com o mesmo período do ano anterior, o que é um bom empurrão neste nosso combate à sazonalidade".

Alguns fatores que ditaram o sucesso desta ação foram as novidades apresentadas em algumas destas publicações, tais como o formato A5, mais transportável, e a inclusão de passatempos mais curtos, apelidados de "coffee breaks", destinados a pausas curtas.

Na papelaria Isamar, em Rio Maior, esta ação foi recebida de braços abertos. "O cartaz esteve em grande destaque e ajudou a aumentar as vendas", refere Isabel Grilo, há mais de 19 anos à frente do estabelecimento. "Este tipo de publicação tem sempre um público fiel, estável, mas com esta ação notei que mais pessoas aderiram a estas revistas de passatempos, porque se sentiam atraídas pelo stand-up".

Ações como esta serão, de acordo com Jorge Andrade, "algo que voltaremos a realizar com toda a certeza, porque funcionam a favor tanto da Okupamente como dos pontos de venda. E os clientes também ficam a ganhar, porque no fundo as nossas publicações acabam por se tornar num vício saudável. Funcionam como uma maneira relaxante de escapar ao stress diário, ajudam a melhorar a saúde dos nossos cérebros e ocupam a mente, que é o que todos queremos e necessitamos atualmente".

emcampo

A PEDALAR PELO SUCESSO

Chegou ao fim a digressão de aniversário que o Expresso promoveu por todo o país. Uma ação promocional que surpreendeu os transeuntes e captou novos leitores.

A ação promocional do Jornal Expresso no Porto.

Os 40 anos do semanário Expresso exigiam uma celebração especial. Para marcar a data, o Grupo Impresa decidiu organizar uma digressão nacional, apresentando em várias cidades do país uma exposição alusiva ao aniversário do jornal, onde se mostravam algumas das imagens mais icónicas destes últimos 40 anos e se passava em revista a história recente do país e do mundo, tal como foi apresentada nas páginas do Expresso.

A exposição, que andou em digressão de fevereiro a dezembro do ano passado, ocupou algumas das praças principais de várias cidades portuguesas. A VASP-TMK juntou-se à Impresa nesta celebração, com uma ação especial de promoção associada à exposição itinerante. O desafio foi colocado a agentes nas cidades por onde o Expresso foi passando: disponibilizar o Expresso com um desconto de 40 por cento e apoiados por uma bicicleta apetrechada com um escaparate especial para vender o jornal nas ruas da cidade.

Depois de terem passado por Coimbra, Aveiro, Viseu, Faro, Covilhã e Évora, as bicicletas acabaram a sua digressão no Porto, quando o Expresso se instalou na praça envolvente à Casa da Música. Mais uma vez, a bicicleta associada à exposição teve um efeito muito positivo junto dos portuenses, que ficaram agradavelmente surpreendidos com a ação.

"As pessoas acharam engraçado", aponta Rui Manuel Pereira, o agente localizado ali ao lado, na Rotunda da Boavista, e que dinamizou a bicicleta da VASP. "A bicicleta chama sempre a atenção, é algo que não se vê todos os dias". Para este agente, o balanço é positivo. As vendas do jornal tiveram um crescimento associado à campanha, embora Rui Manuel Pereira confesse que gostaria de ter vendido um pouco mais. A zona da Boavista é uma zona de escritórios, explica, com menos tráfego, em geral, aos fins de semana, quando sai o Expresso.

De qualquer modo, a experiência foi bem acolhida. Eventos ou iniciativas que chamem a atenção e criem polos de novidade capazes de surpreender os visitantes têm dado resultados muito interessantes para os pontos de venda. A campanha dos 40 anos do Expresso é um exemplo bem sucedido do que pode acontecer quando os editores, a distribuidora e os pontos de venda juntam forças para criar eventos imaginativos e mobilizadores.

antes & depois

BEM-VINDOS À TOCÁLER!

O espaço renovado e a variedade de produtos são alguns dos segredos desta loja, mas não são os únicos...

Aos 19 anos trabalhou numa papelaria e esta experiência marcou-a de tal forma que, depois de ter ficado desempregada recentemente, Carla Sá decidiu que havia chegado a altura de se aventurar por conta própria e realizar o sonho antigo de abrir o seu negócio.

A TocáLer abriu as portas ao público no passado dia 6 de fevereiro e, desde então, tem sido alvo da curiosidade alheia. Muitos têm sido os clientes e moradores do Lourel, em Sintra, que procuram saber o que o novo ponto de venda da localidade tem para oferecer.

Um espaço sombrio, triste e pesado deu lugar a uma loja cheia de vida, luminosa e harmoniosa. A aposta nas cores claras foi, sem dúvida, uma mais-valia para o local que, apesar de pequeno, está muito bem decorado e aproveitado.

"Até agora está a valer a pena. O mobiliário que comprei através do vosso serviço do KIOS Store é excelente para mim, foi mesmo o indicado para o meu espaço. Ficou tudo muito bem aproveitado e muito apelativo para quem entra na loja", confessou a Agente, visivelmente satisfeita.

Otimista quanto ao futuro e sempre com um sorriso na cara, Carla Sá revelou que a crise que o país está a enfrentar não a assusta. "Acho que tudo se consegue com trabalho. Sou otimista. Nestes primeiros dias têm cá vindo muitas pessoas curiosas com o que isto é e acho que os serviços que disponibilizamos aqui são muito importantes para esta zona, por isso tem tudo para dar certo", admitiu, acrescentando: "também vou ter de apostar nas fotocópias, nos pagamentos de água, luz e gás, porque aqui vivem muitas pessoas de idade e já me apercebi que necessitam e valorizam muito este tipo de serviços".

O facto de conhecer bem o local onde a sua loja está inserida e de ter frequentado o Workshop do Kios Academy, que a VASP oferece a todos os seus novos Agentes, foram duas armas essenciais para que Carla pudesse começar o seu negócio com uma ideia bem clara do que deve fazer para conseguir cativar e fidelizar mais clientes.

"Gostei imenso do Workshop. Achei muito útil não só pelo conhecimento que os formadores nos transmitem, como também pela troca de experiências que há entre todos os agentes. Aprendi muito. Aliás, todos os vossos serviços são muito vantajosos para nós. O Kios Kube, por exemplo, tem-me facilitado muito nas minhas tarefas diárias", confidenciou a dona da TocáLer.

Ciente de que são cada vez mais os agentes que optam por vender outros produtos nos seus pontos de venda, para além dos típicos artigos de papelaria, Carla é peremtória: "Tenho que apostar na diferença, como por exemplo na cortiça. Já encontrei um fornecedor que vende peças lindas e vou vendê-las certamente. Acima de tudo, vou tentar centrar-me nos produtos de gama mais alta, para me distanciar e diferenciar do que se vende nas grandes superfícies comerciais."

Uma coisa é certa, se as vendas desta Agente dependerem da sua simpatia, boa vontade e ambição, o sucesso da TocáLer está garantido!

A agente recorreu à ajuda da VASP (ver clube KIOS) para tornar este espaço sombrio numa loja cheia de cor e de vida.

emfoco

Na Atmosferas Urbanas, em Carcavelos, reina a boa disposição e a diversidade.

ATMOSFERA ESPECIALIZADA

Pode a diversidade ser especializada? Com um serviço personalizado e produtos bem definidos, a Atmosferas Urbanas prova que sim.

Uma boutique de jogos, tabacaria e papelaria com jornais e revistas – assim se define em traços largos a Atmosferas Urbanas. Estabelecimento recente, localizado no Centro Comercial Riviera, em Carcavelos, este é um local a que muitos clientes já se habituaram na hora de procurar os seus produtos favoritos de tabaco, acompanhados de uma vasta oferta de jogos de tabuleiro, inúmeras publicações e vários produtos onde a qualidade e o requinte são fatores de diferenciação.

Papel preponderante no sucesso deste estabelecimento, o serviço prima pela personalização: "Basta pedir uma vez um determinado produto e o cliente sabe que pode contar connosco para o fornecer sempre que cá vier". Esta é a garantia de Sérgio Vaz, proprietário deste ponto de venda, que viu no mercado atual uma necessidade premente de criar um local com forte vocação para todos os produtos relacionados com o tabaco, mas que fosse ao mesmo tempo complementado com a oferta de outros produtos.

Desta forma, a Atmosferas Urbanas é também uma referência para quem procura produtos distintos, tais como: canetas de marcas conceituadas como a Cross e Sheaffer, peças variadas feitas em cortiça, canivetes suíços e jogos de tabuleiro, entre outros. Toda esta oferta conjuga na perfeição com o foco deste ponto de venda, especializado em vários tipos de tabaco nacionais e internacionais, cachimbos e boquilhas, com especial destaque para o seu "Habano Point", onde se encontram os melhores charutos cubanos.

"Mais do que direcionada para um público, a Atmosferas Urbanas veio colmatar uma grande necessidade na zona da Grande Lisboa", sublinha Sérgio Vaz. "Procuramos ser uma referência em tudo o que diga respeito ao tabaco e os seus acessórios, mas a venda de jornais e revistas tem também um grande papel nessa estratégia, funcionando como um fator de atração para um público que quer encontrar os seus produtos de eleição num só espaço".

Ciente de que o nível de fidelização do cliente depende em grande parte não só da variedade mas também da gestão adequada das quantidades, Sérgio Vaz trabalha sempre no sentido de ter os melhores produtos e publicações, evitando as ruturas de stock. Ao dar esta garantia de serviço aos seus clientes, a Atmosferas Urbanas torna-se assim uma espécie de reduto fiel para os rituais hedonistas que todos nós partilhamos, tão simples como a revista ou jornal de referência quotidiana, ou tão refinado como um charuto da melhor qualidade.

MESTRIA EM VÁRIOS OFÍCIOS

Espaço multifacetado em Bragança, o Delícias do Forno é um polo social com uma vasta oferta de serviços a pensar na comunidade local.

A equipa do Delícias do Forno está sempre atenta às necessidades dos seus clientes.

"Bragança pode não ser dos lugares com maior densidade populacional do país, mas não é por isso que deixamos de querer estar na vanguarda." Quem o diz é Joana Serra, sócia-gerente de um estabelecimento com cinco anos de existência, que já tem uma posição de elevada credibilidade em Santa Maria, Bragança.

Oferecendo os serviços de cafetaria, pastelaria, mini-mercado e quiosque, o Delícias do Forno tornou-se um ponto de encontro obrigatório para os habitantes locais, com a sua polivalência, qualidade e elevado nível de serviço a criar uma reputação muito favorável. "Quisemos desde logo oferecer vários serviços que se complementam. Criámos um espaço acolhedor que espelhe aquilo que é também importante para nós, enquanto negócio de família", sublinha Joana Serra.

Contando com a experiência do seu pai e sócio, há mais de 40 anos nesta área de negócios, Joana Serra apresenta aos seus clientes um estabelecimento inovador com as valências práticas de um mini-mercado. Apesar de dar especial destaque para o talho, peixaria e algumas das especialidades regionais como o folar, a pastelaria e o fabrico de pão de qualidade, a zona de quiosque é também um dos pontos fortes deste estabelecimento e a principal razão por detrás dos planos de expansão que estão prestes a arrancar.

"Por estarmos localizados numa das zonas residenciais mais densas de Bragança foi-nos possível criar uma sinergia entre os diversos serviços que providenciamos", comenta Joana Serra. "A nossa zona de quiosque tem sido um dos fatores mais importantes no aumento do nosso volume de negócios, com especial destaque para as vendas de publicações e raspadinhas, o que justifica a nossa vontade de aumentar o espaço destinado a este tipo de produtos".

A gerente pretende criar uma imagem cada vez mais forte do seu estabelecimento, enquanto polo social. Joana Serra quer tornar o Delícias do Forno num lugar onde os clientes podem conviver em família, descontrair com um café, uma revista, um doce tradicional. Acima de tudo, quer que este espaço, que está aberto todos os dias do ano, se torne num acolhedor ponto de encontro e até pretende criar alguns espaços dedicados às atividades dos mais novos.

Com os olhos postos no futuro, Joana Serra confessa-se feliz com os últimos cinco anos: "É importante receber as indicações positivas dos nossos clientes, porque Bragança já precisava de um estabelecimento como este. E por isso mesmo, o nosso futuro passa por melhorar e expandir".

em foco MADEIRA

AQUI ENCONTRA QUASE TUDO!

Da mercearia ao bazar, da padaria à frutaria, não esquecendo, claro está, os típicos artigos de papelaria e tabacaria na Mercearia das Madalenas encontra de tudo um pouco.

Há cerca de quatro meses, Tobias Silva e o seu cunhado Ricardo Gomes resolveram unir esforços e abriram uma loja, que procura reavivar o cariz tradicional das mercearias.

Este espaço reúne uma vasta gama de produtos, desde frutas e legumes, a arroz ou açúcar, não esquecendo os habituais jornais e revistas, tanto regionais, como nacionais.

Toda a loja está bem aproveitada. Nos mais de 150m2, estes dois agentes procuram ter aquilo que os clientes querem. Por isso mesmo, ao longo destes primeiros meses de negócio têm vindo a alargar a gama de produtos que disponibilizam na Mercearia das Madalenas, na tentativa de ir ao encontro daquelas que são as reais necessidades de quem já se tornou cliente habitual.

"Temos cada vez mais produtos. Os clientes vão sugerindo aquilo que mais usam ou precisam e como queremos que saiam daqui satisfeitos, tentamos aceder a todos os pedidos que nos têm feito", confessa Tobias Silva.

Situada numa zona residencial bastante moderna, no Edifício Séc. XXI, loja 77A, a Mercearia das Madalenas pode ser vista como uma loja de conveniência. Aqui, o cliente poderá encontrar de tudo um pouco, sem ter de se sujeitar a deslocações mais demoradas ou à confusão das grandes superfícies.

Complementar as ofertas é, cada vez mais, a melhor forma para dinamizar este tipo de negócio, sobretudo em tempo de crise.

"Aqui à volta vivem muitas pessoas e todas elas são nossas potenciais clientes. Infelizmente, ainda nem todas sabem que estamos abertos e que tipo de produtos comercializamos, mas estamos confiantes e acreditamos que num futuro próximo conseguiremos alcançar um patamar ideal de confiança e estabilidade", garantiu Tobias Silva.

Empenhados em fazer desta uma aposta de sucesso e conscientes de que os próximos tempos são fulcrais para cimentar o negócio e rentabilizar o investimento, os dois sócios prometem continuar a ter sempre o cliente como foco principal de toda a ação.

Na Mercearia das Madalenas os desejos dos clientes são "ordens".

dossier

KIOS PRINT: A IMPRESSÃO DO FUTURO

A FAMÍLIA KIOS CONTINUA A CRESCER. AGORA, OS PONTOS DE VENDA TÊM AO SEU DISPOR UMA SOLUÇÃO DE IMPRESSÃO INOVADORA QUE DÁ RESPOSTA ÀS SUAS NECESSIDADES ATUAIS E PERMITE ABRIR NOVAS ÁREAS DE NEGÓCIO LUCRATIVAS JUNTO DOS CLIENTES FINAIS

dossier

KIOS PRINT: A IMPRESSÃO DO FUTURO

Ganhar eficiência na gestão do negócio, melhorar o serviço prestado aos clientes e abrir novas oportunidades de negócio tem sido o triplo objetivo da gama de soluções Kios que a Vasp disponibiliza à sua rede de agentes. Numa altura em que os hábitos de consumo estão a mudar, o potencial dos pontos de venda como lojas de conveniência junto dos seus clientes deve ser aproveitado ao máximo. Como? Diversificando a oferta de produtos e criando novos serviços para impulsionar as vendas e os clientes. Em paralelo, tudo o que possa ser feito para diminuir o tempo e esforço gastos em tarefas administrativas é bem vindo – razão pela qual o programa Kios tem dado uma atenção especial à introdução neste negócio de ferramentas de informação tecnologicamente avançadas e capazes de aligeirar o trabalho do dia a dia.

Diversificar e economizar são as palavras de ordem. E é precisamente para cumprir estes desígnios que nasceu o Kios Print, uma solução avançada criada à medida das necessidades de impressão de documentos dos pontos de venda e dos seus clientes. "De uma forma resumida, o Kios Print é a solução profissional mais competitiva para o ponto de venda, tanto para satisfazer as suas necessidades do dia a dia como para disponibilizar soluções inovadoras e práticas de impressão, quer para o consumidor final quer para empresas", explica Sandro Silva, diretor executivo da Digital Printing Services (DPS) e diretor de Inovação e Projetos da VASP.

Ao disponibilizar aos agentes soluções de impressão inovadoras e competitivas, pretende aumentar-se a rentabilidade do negócio do ponto de venda, seja poupando nos custos de impressão inerentes à atividade (como a impressão de faturas, guias de sobras e devoluções, entre outros), seja gerando mais receitas através da venda de serviços de cópia e impressão aos seus clientes.

Esta era uma necessidade que os pontos de venda tinham expressado há já algum tempo, explica Sandro Silva, e é uma área em que a Vasp tem investido nos últimos anos. O mercado da impressão tem sofrido uma evolução para trabalhos de pequena dimensão e com necessidade de prazos muito apertados, talhados para uma solução de impressão digital de grande proximidade. Agora, era uma questão de desenvolver uma solução à medida da rede de pontos de venda Vasp. É disso que trata o Kios Print.

PARTILHAR VALOR

A nova solução alia a dimensão e a experiência do Grupo Vasp neste mercado à capacidade dos parceiros tecnológicos selecionados. Compreende o fornecimento de equipamentos de várias dimensões e características a preços muito competitivos e com boas facilidades de pagamento. E porque os pontos de venda não são todos iguais, estão previstos três tipos distintos de equipamento e de serviços, desde o mais simples para apoio à atividade quotidiana dos agentes, até ao mais complexo, capaz de prestar serviços de cópia e impressão de alta qualidade.

Para além disto, a Vasp mantem-se atenta aos pedidos específicos da sua rede, pronta para encontrar a melhor solução e dar todo o apoio técnico que for necessário, de forma rápida e gratuita. "O céu é o limite!", aponta Sandro Silva.

Para além dos equipamentos e da assistência, a ideia é disponibilizar o conhecimento e a experiência para os agentes a colocarem ao serviço do seu negócio. Torna-se então possível abordar os clientes não só com o serviço normal de fotocópias ou

AS OPÇÕES KIOS PRINT

1-Económica: Equipamento multifuncional simples e económico, ideal para imprimir, copiar e digitalizar documentos de forma fácil e muito mais barata do que a tradicional impressora de jato de tinta. Serve sobretudo para dar apoio às operações do ponto de venda, de forma a poupar custos. É também a solução ideal para lojas ou quiosques com pouco espaço, que pretendem apenas imprimir a sua documentação e tirar algumas cópias.

2-Compacta: Equipamento de gama mais elevada, com ótima qualidade de impressão e robustez suficiente para vender serviços simples de cópia e impressão. A máquina está, no entanto, limitada a um formato máximo A4, mas tem dimensões compactas que lhe permitem arrumar-se eficazmente em pontos de venda mais pequenos.

3-Avançada: Equipamento com vocação para a venda de serviços de impressão e cópia especializados. Esta máquina está equipada com um navegador de internet no próprio ecrã que permite imprimir documentos a partir de uma solução Cloud (Google Drive, Dropbox, Evernote, etc) e a partir de qualquer dispositivo móvel, sem necessidade de passar a documentação em pen drives. Com qualidade profissional, permite fazer faixas e cartazes de largo formato, ao melhor preço do mercado.

impressão, mas sugerir-lhes produtos mais complexos e projetos mais ambiciosos: uma faixa de "Feliz Aniversário" para uma festa de anos, um convite ou um postal personalizados? Cartões de visita? Não há problema! O Kios Print fornece os equipamentos e materiais necessários para tudo isto.

A Vasp poderá ainda ajudar a calcular custos e preços, para estes novos serviços que têm margens de lucro interessantes e, portanto, muito apetecíveis. "Em resumo, queremos oferecer uma solução chave na mão que visa criar uma mini-gráfica local com uma oferta diversificada de produtos a preços competitivos", explica Sandro Silva.

As inovações do Kios Print não se ficarão por aqui. O responsável de Inovação da Vasp garante que o projeto continuará a crescer, com novos produtos, ajustados a cada época do ano e novas funcionalidades. Uma das novidades a lançar em breve será o site Kios Print Lab, que irá permitir aos agentes venderem serviços mais complexos e/ou de maior dimensão, que não possam ser feitos localmente.

"No fundo o ponto de venda aderente ao Kios Print terá acesso a colocar encomendas à Vasp, que por sua vez produzirá os trabalhos de impressão solicitados", explica Sandro Silva. O Kios Print é por isso, muito mais do que uma solução de venda ou aluguer de equipamento. O projeto é o início de uma rede de serviços complementares para os agentes, que podem abrir novas áreas de negócio e estreitar a sua relação com os clientes. Com a confiança de que, por detrás do projeto, estará sempre uma equipa disposta a inovar e a criar novas oportunidades para melhorar a rentabilidade dos pontos de venda e imprimir nova dinâmica ao negócio.

IMPRIMIR "NA NUVEM"

Associado ao Kios Print está o serviço Kios Print Cloud, uma solução inovadora para facilitar o envio de ficheiros a imprimir – e, com isso, facilitar a vida aos clientes. O Kios Print Cloud é uma solução que permite ao cliente final enviar os ficheiros que quer imprimir para um local seguro na internet, onde o ponto de venda depois o descarrega para fazer a impressão. Tudo sem necessidade de o cliente ir ao ponto de venda, de pen drive em punho, e ficar à espera da impressão. O envio pode ser feito por e-mail ou através de upload num site do Kios Print Cloud, ou de outras soluções de partilha de ficheiros, como o Google Drive. "Em qualquer dos casos, os ficheiros ficam encriptados de forma a garantir a segurança e o sistema indica uma senha ao cliente final", explica Sandro Silva. Com esta senha, o cliente pode ir a qualquer ponto de venda equipado com o Kios Print, inserir esse código no equipamento de impressão e, a partir daí, imprimir tudo o que quiser. "Por um lado permite ao cliente final mobilidade total e dá-lhe a possibilidade de imprimir onde quiser", explica o responsável da DPS. O ponto de venda, por seu lado, "pode cativar o cliente por ter um sistema muito fácil para imprimir a partir de qualquer dispositivo móvel".

catálogo produtos não editoriais

ARTIGOS DE FUMADOR

CÓDIGO	PRODUTO	P. VENDA S/ IVA	IVA	UN.VENDA
António Borges				
13005	Dark Horse - Caixa Filtros 6mm	14,50 €	23%	34
13006	Dark Horse - Caixa Filtros 8mm	14,50 €	23%	30
13007	Dark Horse - Tubos (Caixa 100)	0,46 €	23%	1
13008	Dark Horse - Tubos (Caixa 350)	1,02 €	23%	1
13009	Dark Horse - Tubos (Caixa 500)	2,05 €	23%	1
13010	Dark Horse - Maq Tubos	3,95 €	23%	1
13011	Máquina Roller Box (exp 8)	20,00 €	23%	8
13012	Smoking nº8 RED (50 livros)	16,75 €	23%	50
13013	Smoking nº8 BLUE (50 livros)	16,75 €	23%	50
13014	Smoking Arroz (100 livros)	36,95 €	23%	100
13015	Smoking De Luxe (100 livros)	45,75 €	23%	100
13016	Smoking KS De Luxe (50 livros)	23,75 €	23%	50
13397	Máquina Roller Box (exp 6)	15,00 €	23%	6

Máquina de Tubos
€3,95

Caixa Filtros 6mm
€14,50

Tubos (Caixa 500)
€2,05

ARTIGOS DIVERSOS

CÓDIGO	PRODUTO	P. VENDA S/ IVA	IVA	UN.VENDA
Renova				
3201	L.Bolso Renova Sensitive	4,56 €	23%	60

CARTÕES TELEFÓNICOS

CÓDIGO	PRODUTO	P. VENDA S/ IVA	IVA	UN.VENDA
AR Telecom				
5000	Euro Mega Card 5€ x 5	16,26 €	23%	5
5070	Euro Card Gold 5€ x 5	16,26 €	23%	5
13907	Euro Card Classic	16,26 €	23%	5
CJSuper				
13499	Cartão Brasil	32,52 €	23%	10
ONI				
5520	Brasil Card €5 x 10	32,52 €	23%	10
PT				
1266	Hello Portugal	32,52 €	23%	10
1269	PT Card 5€ (Pack 10)	32,52 €	23%	10
13135	PT Card 3€ (Pack 10)	19,51 €	23%	10
13501	PT Hello	32,52 €	23%	10
3673	Hello Brasil	32,52 €	23%	10
3674	Hello Leste	32,52 €	23%	10
3675	Hello Palop`s	32,52 €	23%	10
3801	Hello Brasil 10€	65,04 €	23%	10
3807	Easytalk	32,52 €	23%	10
13319	PT Card 10€ (Pack 10)	65,04 €	23%	10
UZO				
3511	Cartão UZO 5€ (Pack 5)	16,26 €	23%	5
13485	5 cartões UZO + 2 cartões Oferta *	16,26 €	23%	5
13486	10 cartões UZO + 5 cartões Oferta *	32,52 €	23%	10
13487	15 cartões UZO + 10 cartões Oferta *	48,78 €	23%	15

* - Produtos em campanha, sujeitos à disponibilidade de stock

VODAFONE				
5201	Vodafone Directo 5€ x 4	13,01 €	23%	4
LYCAMOBILE				
13405	Pack 5 Lycamobile	16,26 €	23%	5
13406	Pack 10 Lycamobile + 10€ Vales de Combustível*	32,52 €	23%	10
13407	Pack 15 Lycamobile + 20€ Vales de Combustível*	48,78 €	23%	15

* - Produtos em campanha, sujeitos à disponibilidade de stock

AR Telecom
Eurocard Card Classic
€16,26 (pack5)

CJSuper
Cartão Brasil
€32,52 (pack 10)

ONI
Brasil Card
€32,52 (pack 10)

Cartão PT
Hello
€32,52 (pack 10)

Cartão
Uzo 5€
€16,26 (pack 5)

Cartões
Lycamobile
+ €10 vales
*combustível**
€32,52 (pack 10)

Clube KIOS fantásticas promoções

SCANNER

Symbol LS1203

-Scanner funcional fiável e duradouro que permite uma maior eficiência na gestão do seu negócio sendo ideal para pequenos retalhistas
-Ligação USB

€120

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

€170

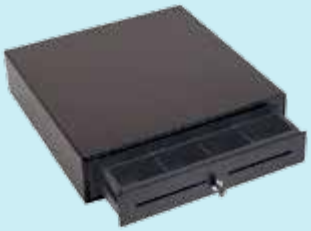
UPS MGE

EATON NOVA AVR 500

- Tecnologia line-interactive
- Capacidade : 500 va
- Entrada : 1 x power iec 320 en 60320 c6
- Saída : 3 x power iec 320 en 60320 c13
- Proteção telefónica, modem, internet e adsl
- 10 Minutos de autonomia

€78

GAVETA DE DINHEIRO



Symbol LS1203

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

€60

Mais informações através de kioskube@vasp.pt ou através do número 21 433 7026.

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
Cód.VASP: 0619

€150

EXPOSITOR

20% DESCONTO

para jornais e revistas

EXPOSITORES REVISTAS PAREDE
Simples Cód.VASP: 3662 - **€20,30**
Duplos Cód.VASP: 3660 - **€43,10**

EXPOSITORES JORNAIS PAREDE
Simples Cód.VASP: 3663 - **€20,80**
Duplos Cód.VASP: 3661- **€41,50**

Mais informações através de contactcenter@vasp.pt ou através do número 21 433 7001.

Aos valores acima descritos, acresce IVA à taxa legal em vigor.

Clube KIOS

exponha **bem**
venda **mais!**

QUER REMODELAR A SUA LOJA?

TEMOS SOLUÇÕES À MEDIDA DO SEU ESPAÇO. CONTACTE-NOS!

os **mais** vendidos

EXPOSITOR DE DESTAQUE PARA REVISTAS

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

Alt. 153cm
Larg. 34cm

30€*

PARASITA

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

Alt. 19cm
Prof. 8cm
Larg. 23,5cm

8,90€*

Encomendas através de kiostore@vasp.pt. Para mais informações ligue 21 433 7082.

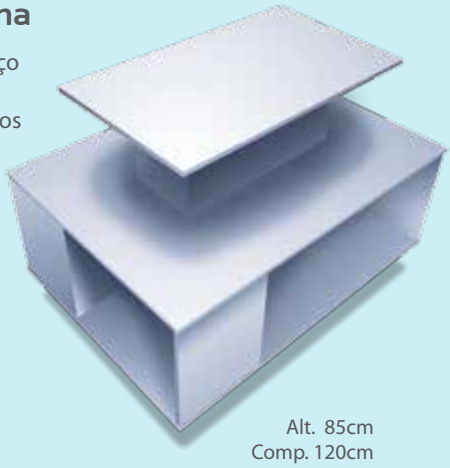
* Despesas de transporte e montagem não incluídas.

Aos valores acima descritos, acresce IVA à taxa legal em vigor.

ILHA

Em melamina

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



Escolha uma destas tonalidades

- Branco
- Creme
- Cinzento
- Faia
- Cerejeira
- Carvalho
- Wenge

Alt. 85cm
Comp. 120cm
Larg. 85cm

184,50€*

BALCÃO EXPOSITOR

Tire o máximo partido do seu balcão, tornando-o num expositor de excelência.

Alt. 92cm
Profund. 55cm
Larg. 140cm

679,90€*

ZIG-ZAG PARA JORNAIS

Uma peça eficaz para organizar os jornais, facilitando a escolha do seu cliente!

Alt. 10cm
Comp. 97cm
Larg. 40cm

51,50€*

BALCÃO KIOS KUBE

O balcão ideal para instalar o seu KIOS KUBE.

Alt. 105cm
Prof. 55cm
Larg. 60cm

299,90€*

Encomendas através de kiostore@vasp.pt. Para mais informações ligue 21 433 7082.

* Despesas de transporte e montagem não incluídas.

Aos valores acima descritos, acresce IVA à taxa legal em vigor.

Clube KIOS

Mais informações através de kiosacademy@vasp.pt ou do número 21 433 7082.

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. ESPERAMOS POR SI!

WORKSHOP ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DO PONTO DE VENDA

Saiba como ter um negócio bem sucedido.

Módulo I – A Vasp e os seus processos
Módulo II – Gestão e dinamização do espaço comercial
Módulo III – Informatização do Ponto de Venda – Kios Kube

€50

WORKSHOP CONTABILIDADE E FISCALIDADE NO PONTO DE VENDA

Aprenda a atuar com rigor e a não perder dinheiro.

Módulo I – Contabilidade
Módulo II - Gestão de Stocks
Módulo III – Fiscalidade

€50

WORKSHOP KIOS KUBE AVANÇADO MODALIDADE PRÁTICA

Fique a conhecer todas as funcionalidades do Kios Kube.

Módulo I – Registo avançado de produtos
Módulo II – Faturação
Módulo III – Gestão de produtos e de fornecedores
Módulo IV – Planeamento Campanhas
Módulo V – Relatórios e Mapas
Módulo IV – Operações avançadas de gestão de informação

€60

Aos valores acima descritos, acresce IVA à taxa legal em vigor.