



# VOX GRANDES IDEIAS REVISTA 2.0

Como a sua publicação será bem sucedida na era da internet.

**“A VOX se diferencia das outras gráficas pela sua constante preocupação com a qualidade do trabalho, especificamente o atendimento, e a forma profissional como mantém a relação de parceria.**

**Eu recomendo a VOX a todos que procuram por uma equipe que trabalha duro com muita energia e criatividade.”**

**Gabriel Sales, Profashional Editora.**

# O que você faria se tivesse os recursos para transformar a sua publicação?

Prezado Parceiro,

Há quase vinte anos a VOX serve a indústria de publicações onde construímos uma rica história ao lado de editoras e empresas fantásticas. Durante todo esse tempo, nós imprimimos milhares de publicações periódicas dos mais variados temas e segmentos de mercado em máquinas off-set e digital. Nós retocamos centenas de milhares de imagens na premedida. Nós tratamos um gigantesco número de arquivos pdfs e páginas prontas para impressão no serviço de prepress. Nós levamos dezenas de publicações aos mais variados destinos através dos nossos serviços de distribuição. Nós cuidamos do meio-ambiente ao assegurar que os detritos produzidos pela impressão tenham sempre o seu destino adequado.

Mas acima de tudo, nós ajudamos dezenas de editores e executivos a permanecerem relevantes para seus mercados de atuação mesmo quando frente a grandes mudanças econômicas, ou antecipando-se às prováveis turbulências nos negócios.

É uma grande honra servir a indústria de publicações. É extremamente recompensador trabalhar com revistas. Nós acreditamos que a publicação impressa tem o poder único de transformar a vida das pessoas e o destino de uma empresa. Um artigo provocativo, uma foto inspiradora, uma publicidade bem produzida podem mudar a vida de uma pessoa para sempre, além de ajudar a definir novas diretrizes para uma empresa.

Entretanto, a indústria de publicações impressas está mudando profundamente. A globalização, a internet e a China estão transformando rapidamente tudo que conhecemos. Tais mudanças trazem grandes inseguranças para as editoras, mas abrem novas possibilidades para expansão e crescimento.

Nesse cenário dirigido por grandes mudanças, a VOX irá desempenhar um papel cada vez mais relevante para os nossos clientes. Enquanto investe em novos equipamentos, serviços e pessoas para melhor servir aos editores de revistas, a VOX investe em oferecer um canal de comunicação batizado de Vox Grandes Idéias, onde através da distribuição de artigos, web sites, realização de web seminários e eventos ao vivo, nós estaremos promovendo a troca de idéias entre os profissionais da indústria de publicações.

Vamos unir as nossas empresas, compartilhar perspectivas e explorar as possibilidades ilimitadas na era da Revista 2.0.

Um grande abraço,

Fabio Yoshioka  
Diretor Comercial  
fabio@voxeditora.com.br

“Nós ganhamos muito dinheiro vendendo

anúncios de revistas. Mas o modelo econômico tradicional não está mais

funcionando. Se estamos na era da informação, por que os editores de revistas

estão encontrando tantas dificuldades para vender conteúdo?”

Editor brasileiro de uma tradicional publicação de mídia segmentada.

# Às vezes é preciso fazer uma REVOLUÇÃO

A sua revista na Era da Imaginação.

A verdade é que a era da informação está terminando. Da mesma forma como aconteceu com a Revolução Agrícola e com a Revolução Industrial, a Era da Informação está chegando ao seu final.

**O que matou a Era da Informação? Adivinhe.**

A internet, 200 canais de televisão, videogames, 100 estações de rádio, 50 concorrentes em mídia segmentada ou o Wal-Mart?

Tudo e muito mais. O bombardeio de informação que um brasileiro comum recebe todos os dias imunizou as pessoas sobre as mensagens que recebemos.

E mesmo assim as pessoas continuam a consumir mídia. O número de usuários de internet no Brasil duplicou nos últimos 12 meses, o número de celulares no Brasil ultrapassou a marca dos 100 milhões de aparelhos, e o número de televisores vendidos bateu todos os recordes. De acordo com Lee Rainie, “Nos últimos dez anos, a internet e o telefone celular mudaram a maneira que as pessoas interagem umas com as outras, a maneira que trabalham, e a maneira que investem o seu tempo de lazer”, quer dizer, se você está esperando que as coisas vão voltar a ser como antes - você pode parar de esperar - esses dias nunca mais voltarão.

O que acontece quando a informação se torna tão presente na vida das pessoas que perde o seu valor de mercado?

Vira um commodity.

Aqueles que perceberem que a Era de Informação está chegando ao fim e tiverem força de vontade para fazer mudanças drásticas nas suas estruturas serão os sobreviventes. O que está eclipsando a Era de Informação?

A Era da Imaginação.

## Na Era da Imaginação você não publica, você dissemina...

O trabalho tradicional feito pelas editoras tradicionais está diminuindo enquanto novas posições para designers, arquitetos, engenheiros de software e fotógrafos está crescendo. A Era da Imaginação marca a recombinação de mídia e conteúdo em novas maneiras. O podcasting encontra a video conferência, que encontra o instant messenger, que encontra o e-newsletter, que encontra a revista impressa.

Então por que as revistas estão perdendo espaço? A grande maioria das revistas são muito lentas para a Era da Imaginação. Elas exigem que o leitor comprometa a sua atenção por uma, duas ou três horas para absorver o conteúdo, mas o leitor simplesmente não está disposto a fazê-lo. E não é porque o jovem leitor é burro, preguiçoso ou mal educado, é simplesmente porque ele tem muitas coisas para lidar ao mesmo tempo.

A Era da Imaginação é igualmente uma oportunidade e um obstáculo para o sucesso de uma publicação.

**Como pegar o conteúdo atual de uma publicação e quebrá-lo de maneira a ser melhor consumido por leitores que tem limitações de tempo?**

Na Era da Imaginação você deve serializar o seu conteúdo e deixar o seu público consumi-lo da maneira que for mais conveniente para ele, com gráficos na web que cruzam com a história que compõe o poster encartado na sua publicação ou a entrevista que faz parte da última edição do seu podcasting.

Os sobreviventes da Era da Informação, no final do dia, irão evoluir para provedores de conteúdo para estruturas multi-plataforma.

Por mais estranho que pareça, essa transformação não é uma coisa ruim. Por que ter que esperar até a próxima edição da revista impressa para descobrir essas facilidades? Na Era da Imaginação, o cliente terá a

oportunidade de acessar a informação customizada que ele tanto precisa, esteja onde estiver. O cliente poderá acessar as últimas estatísticas do seu mercado de dentro de um avião. O cliente poderá acessar a análise crítica sobre um determinado produto diretamente em seu celular. Na Era da Imaginação você precisa usar a sua imaginação para recombinar palavras, gráficos, música, vídeos em novas maneiras para atingir os olhos, a mente e o coração do seu público.

**É hora dos editores de publicações pararem de focar as suas energias para produzir o mesmo conteúdo impresso, e começar a gerenciar a mensagem em todas as suas formas.**

Na Era da Imaginação você não publica, você dissemina. Você estimula e gerencia o gênio e a criatividade da sua equipe digital e editorial para disseminar a mensagem para o mercado.

Não importa qual seja o conteúdo da sua publicação, você precisa ajustar a sua cabeça para essa nova realidade. Se você edita uma revista de viagens, a editora poderia casar o seu banco de dados de clientes com empresas especializadas em montar pacotes de viagens para fornecer a eles informação personalizada sobre o destino da viagem via celular.

Integre as suas publicações verticalmente. Ao invés de oferecer 20 publicações diferentes, talvez seja o caso de editar apenas 7 ou 8 novos títulos, mas para os sete novos títulos você irá oferecer eventos, serviços de reprints, edições impressas especiais, portal na web, e-newsletters, podcasting entre outras possibilidades. Na Era da Imaginação, reflita sobre a possibilidade de gerenciar o processo inteiro de comunicação - não apenas a revista isolada.

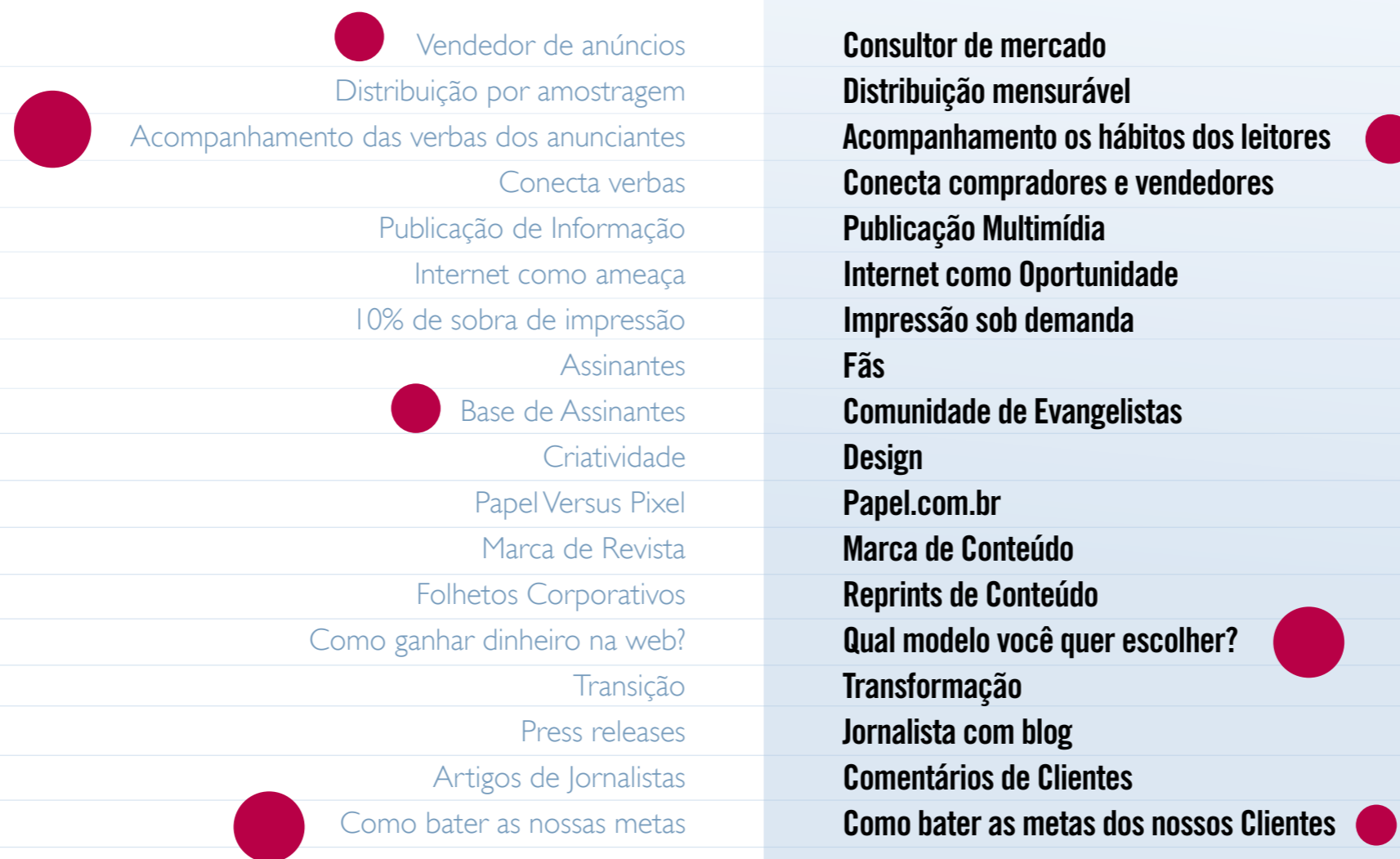
Conclusão, na Era da Imaginação, dissemine o seu conteúdo cara-a-cara, digital, áudio-visual, ou em papel. Não interessa qual seja o seu mercado, a sua profissão é Imaginar! Seja o maestro da informação, orquestre a mensagem por todas as mídias e formatos que você puder imaginar.

# REVISTA2.0

O que você faria se tivesse

# os recursos para transformar SUA PUBLICAÇÃO

Em um momento onde os leitores e os anunciantes nunca tiveram tantas opções de mídias como agora, as revistas continuam a ser relevantes para ambos os públicos, em parte, porque os profissionais da indústria de revistas continuam a reinventar o seu negócio.



# O futuro da sua publicação **está aqui.**

Nunca houve um melhor momento para estar no negócio de fazer revistas. A mudança do modelo de venda de anúncios para o modelo onde é necessário ajudar o cliente a ter sucesso está criando novos desafios para os editores, e novas oportunidades para engajar os clientes e leitores, e assim começar um profundo e lucrativo relacionamento com eles.

**Hoje, os clientes estão personalizando a maneira de comprar, interagir, assistir, escutar e se comunicar.**

O cliente está criando vídeos e assistindo o que os outros estão fazendo.  
O cliente está escutando podcasts e gravando os seus próprios programas. O cliente está escrevendo as suas próprias histórias e lendo o que os amigos estão escrevendo. Os clientes estão compartilhando fotos,

criando redes sociais, assinando RSS feeds e levando assim o conteúdo para dentro dos seus dispositivos móveis para consumir quando for mais conveniente. Hoje, a informação é entregue e desenvolvida fora das empresas de informação que por sua vez perderam o controle que tinham.

**A internet pode ser uma grande ameaça para as editoras e suas publicações, mas também uma grande aliada.**

Nós descobrimos que as tecnologias da Web 2.0 são uma excelente maneira de criar fantásticas relações com os clientes.

**O que nós queremos dizer com Revista 2.0?**

Revista 2.0 significa integrar o poder dos aplicativos da Web 2.0 como streaming mídia, web seminários, blogs, podcastings e vídeos, com os princípios de engagement marketing.

Juntas essas atividades tem o potencial de engajar o leitor em experiências duradouras e fazer o cliente se apaixonar pela marca da publicação.

Mas para assegurar que essas estratégias de engajamento estão realmente transformando leitores ocasionais em clientes de longo prazo - e por que não - em verdadeiros fãs evangelistas da sua publicação -,

você precisa mensurar e otimizar todas as campanhas, e continuamente utilizar as atividades para engajar o cliente e construir fidelidade a marca.

Hoje, ainda poucas publicações estão usando os princípios de engagement marketing de maneira a melhorar a experiência do leitor e ganhar significativa competitividade sobre a concorrência.

Bem vindo a era da Revista 2.0. A sua publicação nunca teve uma melhor oportunidade para estabelecer relacionamentos com os clientes - compartilhar conhecimento, criar experiências relevantes e fidelidade de longo prazo. Divirta-se!



A revista impressa não vai morrer, pelo contrário, tem tudo para sair desse momento mais forte do que nunca.

# Abraça as mudanças.

Frases de 2007 sobre a revolução que vive a indústria de publicações impressas:



“Se você não estiver trabalhando em uma aplicação parecida com a Facebook, você deveria.

Em um ano, eu garanto a você que todos estarão falando sobre a aplicação Facebook que você tem.”

Josh Quittner,  
Editor Executivo da Fortune Magazine.

“Nós não vamos cometer o mesmo erro de George Bush que pousou em um porta-aviões e disse “Missão cumprida”.”

David Carey, Editor da Portfolio,  
sobre os seus 157 primeiros dias na posição.

“Sete de 10 visitantes do nosso web site não recebem a nossa revista ou a nossa newsletter.”

Doug Harbretch,  
Diretor de Novas Mídias da the Kiplinger's.

“A internet é a melhor coisa que aconteceu com o negócio de revistas desde a invenção da máquina de impressão. Por que?

Porque qualquer coisa que cria um relacionamento profundo com os nossos clientes só pode ser bom para nós. A questão é como lidar com isso. A questão é que as empresas que vão vencer são aquelas que abraçarem as mudanças.”

Steven Pleshette Murphy,  
CEO da Rodale Inc dos EUA.

“As revistas continuam a ser uma parte muito importante da nossa indústria.

Foram as revistas que construíram as marcas e estabeleceram outros produtos. Hoje, uma marca pode começar com um web site ou um evento, então você combina com a internet e o cara-a-cara. Se você acrescentar uma revista, será knock-out.”

Gordon Hughes,  
CEO da American Business Media dos EUA.

“Quando o mundo muda, alguns elementos do nosso sucesso continuam os mesmos. Nós temos confiança, e marcas poderosas.

Nós temos um conteúdo editorial premium e jornalistas muito talentosos. Nós conhecemos os nossos leitores, seus hábitos, seus interesses e sua comunidade. Nós conhecemos os nossos anunciantes, o que eles querem e esperam. A realidade é que estamos vivendo uma tremenda transição e toda vez que passamos por um momento de transição, você tem altos e baixos.”

Didier Quillot,  
CEO da Active Media da França.



“Os leitores gostam de criar conteúdo e tem a necessidade de encontrar mais e mais maneiras de participar da ação. Dê a eles a oportunidade. Tenha uma voz e visão única e seja verdadeiro com elas. Seja pessoal. Toque os seus leitores e assegure que eles saibam que você sabe quem são eles.”

Kate White,  
Editora da Cosmopolitan dos EUA.

“O fato de uma revista poder ser lida em qualquer lugar sem o indivíduo ter qualquer stress sobre o tempo de leitura, dá a revista uma vantagem que nenhuma outra mídia tem.”

Tateo Matak, CEO da Dentsu do Japão.

“Nós temos uma vantagem sobre a televisão e o rádio porque nós criamos o nosso próprio conteúdo e temos a habilidade de traduzir esse conteúdo para a web. As pessoas não assistem a canais de televisão, elas assistem programas de televisão.”

Brian Segal,  
CEO da Rogers Publishing do Canadá

“Se você puder visitar clientes com os seus vendedores, faça. Não existe uma melhor maneira de aprender o que os seus clientes desejam.”

Matt Duffy,  
vice presidente de marketing,  
Computerworld



“Na EMAP, nós estamos no processo de mudar o que fazemos e como fazemos. Nós estamos reescrevendo a maneira que nós fazemos negócios. Nós acreditamos que todas as revistas em nossa indústria sofrerão alterações com a nova mídia. O nosso conteúdo, a nossa marca e os relacionamentos que construímos serão super importantes nesse novo mundo.”

Paul Keenan,  
CEO da Emap Consumer Media da Inglaterra.



“Dê aos clientes um amendoim, uma prova do que eles vão encontrar do outro lado do muro.”

Scott McKenzie,  
Diretor do grupo editorial, Billboard.

“Nós precisamos aprender a criar e manter comunidades virtuais especializadas que irão manter a nossa audiência. Qual é a balanço entre o desejo de obter informação e o desejo de contribuir com a informação?”

Patrick J. McGovern,  
fundador e presidente do IDG dos EUA.

“Envolve os bons funcionários no negócio. Os nossos editores adoram as nossas marcas, amam as nossas revistas, mas nós precisamos envolvê-los com a internet. Nós estamos no negócio de pessoas.”

Torsten Klein,  
Presidente de G+J International da Alemanha.

“Fale sobre a qualidade do seu conteúdo. Fale sobre os seus editores. Aprofunde-se nesses tópicos para trazer vida para o seu produto.”

Alan Morris, editor,  
Pharmaceutical Commerce



A responsabilidade da VOX vai além da entrega de serviços gráficos perfeitos.

### Atendimento ao Cliente

Dupla de atendimento: consultor de vendas e assistente de produção.

#### Assistente de produção

- Gerencia agendamento
- Data de entrada
- Pré-produção
- Acompanhamento do trabalho
- Controle de qualidade

#### Consultor de vendas

- Abordagem consultiva
- Proatividade em idéias e sugestões
- Larga experiência em artes gráficas

### PreMedia e PrePress

A preparação dos arquivos digitais para atender a alta expectativa dos parâmetros de impressão.

- Computer-to-plate
- Preparação técnica profissional
- FTP
- Composição de página
- Escaneamento profissional de imagens
- Armazenamento de imagens
- Tratamento de imagens
- Gestão de arquivos digitais
- Fluxo de trabalho 100% digital
- Prova digital
- Serviços de pré-impressão 24x7

### Impressão

A sua revista dentro do prazo e orçamento.

- Agendamento da impressão
- Integração total entre produção, impressão e distribuição
- Impressão em diferentes tamanhos, do formato Pato Donald até tablóide
- Personalização de apresentação e conteúdo
- Impressão até 10 cores
- Computer-to-plate workflow
- 4 cores enriquecidas
- Cores especiais combinadas

### Acabamento

Cria e mantém a vantagem competitiva da sua publicação.

- Hot melt ou PUR
- Capa Flexível
- Capa Dura
- Costura de linha
- Grampo
- Dobra
- Corte e vinco
- Enobrecimento com verniz e laminação
- Hot stamping
- Manuseios diversos

### Distribuição

Operação personalizada 1-a-1 junto com o editor.

- Distribuição e entrega porta-a-porta
- Rastreamento on-line de todas as entregas
- Armazenamento e gerenciamento de estoque
- Montagem de pacotes especiais
- Distribuição nacional

### Impressão Digital e Sob-Demanda

Documentos personalizados que aceleram os negócios para uma publicação.

- Mídia kits da publicação
- Guias de Marketing da publicação
- Mala diretas para captação de clientes
- Propostas comerciais e apresentações de vendas
- Folhetos de produtos
- Manuais e apostilas operacionais
- Guias e materias para eventos
- Itens promocionais.
- Folhas de Rosto

### Agência de Marketing para a Publicação

Cria e mantém a vantagem competitiva da sua publicação.

- Estratégia de internet
- Pesquisa de mercado
- Lançamento ou extensão de produtos
- Conteúdo editorial
- Propaganda e comunicação integrada
- Campanhas para assinatura
- Ações no ponto de venda

### Serviços de Marketing de Internet

Retenção e captação de novos clientes e negócios.

- Campanhas de e-mail marketing
- Criação & Web Design
- E-newsletters
- Web seminários
- Revista digital

### Reprints

A personalização da sua publicação para gerar novos negócios para os seus clientes.

- Terceirização de todo o processo de reprints
- Programa de reprints customizado
- Geração de novas receitas para a publicação sem dor de cabeça
- Armazenamento digital de arquivos
- Marketing proativo dos seus reprints
- Solicitação via internet

o nosso trabalho é ajudar os editores de revistas a pensar diferente.

O que  
**fazemos.**  
(Serviços da capa a contra-capas)

A combinação de serviços gráficos que ajudam o editor a se destacar da concorrência.

A responsabilidade da VOX vai além da entrega de serviços gráficos perfeitos, o nosso trabalho é ajudar os editores de revistas a pensar diferente.

# Nosso portfólio

“A Vox foi indicada por amigos de uma outra editora e logo de cara me ajudou a ‘apagar um incêndio’.

A antiga gráfica onde imprimíamos a revista nos informou numa sexta-feira, 17h, que não cumpriria o prazo de entrega combinado, que era para terça-feira da semana seguinte. Fiz contato com a Vox por volta das 18h, entramos com o arquivo no sábado e na outra semana já estávamos com a revista na mão, muito bem impressa e com acabamento de primeira.

Neste um ano de parceria, a Vox tem sido mais do que apenas uma gráfica onde rodamos a revista. Eles nos ajudam a pensar o nosso produto, a buscar novas possibilidades. O padrão de impressão e acabamento é de alto nível. Eles cumprem com os prazos combinados, o que é importantíssimo para nós, e têm um atendimento realmente diferenciado. Da diretoria aos entregadores, passando pelo pessoal do PCP - e em especial o Marcelo, gerente comercial - parecem estar todos sempre disponíveis e satisfeitos em nos atender e superar nossas expectativas.”

Denis Nunciaroni, Nean Comunicação.



**Editora Casa Nova**  
**Revista Golf & Turismo**  
 ed. 3 – 128 páginas + Capa  
 Capa em couché brilho 230g, 4x4 cores; Miolo: 128 pgs em couché importado brilho 90g, 4x4 cores  
 Acabamento dos cadernos do miolo: dobrados, prova plotter, laminação Boop fosca frente, prova digital.  
 Serviço Contratado: Impressão.

**Espaço Brinquedo**  
**Revista Licensing – 48 páginas + Capa**  
 Capa em couché brilho, 4x4 cores  
 Miolo 48 pgs, em Starmax editorial, 4x4 cores; Acabamento: dobrados, prova plotter, verniz UV brilho frente, dobrados e prova digital.  
 Serviço Contratado: Impressão.

**Yakult**  
**Revista Super Saudável**  
 ed. 36 - 32 páginas + Capa  
 Capa em couché brilho 150g, 4x4 cores  
 Miolo: 32 pgs em Kromma brilho 90g, 4x4 cores  
 Acabamento: verniz UV brilho frente; dobrados. Serviços Contratados: Impressão e Distribuição.

**CASA COR**  
**“O Melhor CASA COR”**  
 Tratamento de imagem, montagem, prova e fechamento de arquivos.  
 Serviço Contratado: PreMedia.

**Editora Casa Nova**  
**Revista Look!**  
 ed. 10 – 112 páginas + Capa  
 Capa em couché brilho 230g, 4x4 cores; Miolo: 112 pgs em couché importado brilho 90g, 4x4 cores.  
 Acabamento: verniz UV brilho frente; dobrados. Serviços Contratados: Impressão e PreMedia.

**Editora Profashional**  
**Revista Profashional Edição Especial**  
 no. 54 - 56 páginas + Capa  
 Capa em couché brilho 170g, 4x4 cores. Miolo de 56 pgs. em couché brilho 115g, 4x4 cores.  
 Acabamento: lombada quadrada, laminação fosca, frente capa verniz UV com reserva, Hot Stamping preta.  
 Serviços Contratados: Impressão e PreMedia.

**Editora Profashional**  
**Minimagazine Gol**  
 no. 12 - 24 páginas + Capa  
 Capa em couché brilho 170g, 4x4 cores; Miolo: 24 pgs. em Starmax 70g, 4x4 cores; Acabamento: verniz UV na frente capa; lombada quadrada.  
 Serviço Contratado: Impressão.

**Reval**  
**Revista Reval**  
**400 páginas + Capa**  
 Capa em couché brilho 150g, 4x4 cores. Miolo em Starmax brilho 80g, 4x4 cores. Acabamento: verniz UV brilho frente; dobrados; prova digital.  
 Serviços Contratados: Impressão, Unitização e Triagem.

**Nean Comunicação**  
**Revista Sua Escolha**  
 no. 30 - 64 páginas + Capa  
 Capa em couché brilho 150g, 4x4 cores; Miolo 64 pgs. em Kroma 80g, 4x4 cores; Acabamento: lombada canoa, verniz UV frente.  
 Serviço Contratado: Impressão.

**BSG – Editora Eventos e Educação Ltda.**  
**Revista Cabeleireiros.com**  
 no. 24 - ano VI - 96 páginas + Capa  
 Capa em couché brilho 230g 4x4 cores. Miolo 96 pgs. em couché brilho 90g, 4x4 cores.  
 Acabamento: lombada quadrada  
 Serviço Contratado: Impressão.

## PRÓXIMO PASSO:

Ligue para um dos consultores de vendas especialista em fazer revistas da VOX, (11) 3871-7300 ou e-mail [inove@voxeditora.com.br](mailto:inove@voxeditora.com.br) ou visite [www.voxeditora.com.br](http://www.voxeditora.com.br)

## QUEM É A VOX:

A VOX é especialista em fazer revistas.

Nós ajudamos as editoras e o mercado corporativo a fazer os seus leitores e clientes agir, se engajar, se mexer, se mobilizar para mudar para melhor a sua própria vida e o futuro do Brasil. A VOX realiza essa missão através da oferta de serviços editoriais, premedia, prepress, impressão gráfica, impressão digital com ou sem dados variáveis, impressão sob demanda e distribuição. Para conhecer mais sobre a VOX, ligue para um dos nossos consultores de vendas especialistas em fazer revistas, ligue (11)3871-7300.

The logo for VOX, featuring the word "VOX" in a bold, red, sans-serif font.

ESPECIALISTA EM FAZER REVISTAS.