empresário digital

edição 184
ISSN 1808-2319
9 771808 231002 00184



Conheça a fábrica da swissQprint, na Suíça, e entenda o fenômeno das impressoras digitais

TECNOLOGIA DO AMANHÃ, HOJE

Leia a revista Empresário Digital Também no Tablet.

MULTIPLIQUE O RETORNO SOBRE SEU INVESTIMENTO COM AS IMPRESSORAS DIGITAIS SINÔNIMO DE DESEMPENHO E DURABILIDADE.

Indiscutivelmente, as impressoras digitais AMPLA são reconhecidas por sua performance, baixo custo de operação e vida útil de dar inveja. Todos estes atributos, somados as suas tintas genuínas - com o melhor custo do mercado - fazem seus proprietários multiplicarem resultados a cada *"print"* na impressora.

Entre em contato conosco que auxiliaremos você a identificar o melhor equipamento AMPLA para seu negócio e descubra como nossas soluções em impressão digital multiplicaram os lucros de centenas de empresas ao longo da nossa história.





A MAIS COMPLETA LINHA DE IMPRESSORAS DIGITAIS DO BRASIL
NAS TECNOLOGIAS ECO SOLVENTE, SOLVENTE, LED UV E SUBLIMAÇÃO

41.3525.9300 | www.ampladigital.com.br

AMPLA

BNDES FINAME CDC PROGER Leasing Cooperativas de Crédito Consórcio Contemplado Ampla

SÓ APOSTE NO QUE VALER A PENA

Em Las Vegas, Wall Street ou qualquer outro lugar onde houver risco para ganhar dinheiro, não ignore o clichê: "só se deve apostar o que se possa perder". Bem, em primeiro lugar devo dizer que apostar onde vale a pena é de fato muito vago até descobrir que não se tem muita segurança sobre o controle das ações e resultados. Nesse ponto quanto maior o número de informação, maior o conhecimento e mais seguro se torna o investimento.

Mas é fato que nos dias de hoje, a inquietude empreendedora tira as fichas do próprio negócio para investir em outros meios. E ai vem algumas reflexões. Esse dinheiro vai fazer falta? O segundo ponto é: o retorno sobre o investimento é maior do que eu teria no meu negócio? Eu conheço onde eu irei aplicar o dinheiro mais do que eu conheço o meu negócio?

Parece um papo vendedor de alguém que quer lhe vender um investimento, mas eu preciso lhe contar uma coisa. E eu poderia usar dezenas de axiomas para chamar a atenção sobre o movimento quem vem acontecendo com muitas empresas no Brasil. O OLHO DO DONO É QUE ENGORDA O GADO.

A empresa começou pequeno, pensou grande e cresceu rápido. Isso não é um caso isolado. Tão difícil quanto alcançar o ponto de equilíbrio e entender o tamanho ótimo da empresa, é descobrir o resultado e entender a necessidade de capital de giro. Tantas vezes o lucro vem de uma estratégia contábil, tributária ou logística que o foco principal deixa de lado alguns pontos importantes como atendimento, qualidade e posicionamento de produto. A voracidade tem ainda gastos invisíveis e o desafio para a questão do que vale a pena, muitas vezes fica de lado.

Damos ouvido ao que é mais fácil e mais confortável. Quando nos damos conta, o clube da Luluzinha está propagando com falso otimismo, um caminho que leva nada a lugar algum. A vaidade decide no lugar da competência e os erros só parecem preocupantes quando a soma de tudo isso é maior que o desejo real de prosperar. Nesse momento, o desespero começa a cortar o que está pela frente e sem dar conta da pergunta: mas o que vale a pena, demitimos a qualidade e damos ouvidos a quem consegue gerar expectativas. Até se dar conta que as pessoas que valem a pena estão desmotivadas, cansadas e começam a deixar o que vale a pena de lado.

Esse editorial é um composto de 5 histórias reais de mercado, que deixarão de existir, ainda que hoje o seu faturamento seja de milhões por ano. Uma pena. Mas outras exatas 187 empresas vão facilmente atender essa demanda. Porque ninguém é insubstituível quando o valor percebido deixa de existir. O que vale a pena investir, além da sua marca? As pessoas, os processos...

Leia a revista Empresário Digital Também no Tablet.

Marco Marcelino, diretor editorial
Twitter do editor: @marco_marcelino
Twitter da revista: @revista_ESD
www.empresariodigital.com.br (notícias todos os dias)



CAPA
Tecnologia do amanhã, hoje
Pág. 26

4 Novidades
6 Impressão
8 Técnico
10 Impressão
12 Economia
14 Out of Home
16 Marketing
18 Vendas
20 Tintas Digitais
22 Pessoas de Resultados
24 Branding
34 Opinião
36 Atendimento
38 Impressão

SERINEWS comunicação e marketing

Avenida Paulista, 1079 • 8° andar
Bela Vista • São Paulo/SP • Brasil
Fone/Fax: (11) 2787-6386
www.serinews.com.br

Publisher: Marco Marcelino {44.446}
mmarcelino@serinews.com.br

Comercial: Fabio Peres
fperes@serinews.com.br

Marketing: Jéssica Câmara
jcamara@serinews.com.br

Gerente Editorial: Jorge Luiz Mussolin {15.978}
jmussolin@serinews.com.br

Jornalista: Alexandre Carvalho {44.252}
alecarvalho@serinews.com.br

Redação: Fernanda Pilão
fpilao@serinews.com.br

Designer: Patricia Barboni
patricia@be-erredesign.com.br

As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores, não refletindo necessariamente a opinião da editora. As fotos publicadas têm caráter de informação e ilustração das matérias. Os direitos das marcas são reservados aos seus titulares. As matérias aqui apresentadas podem ser reproduzidas mediante prévia consulta por escrito à Editora. O não cumprimento dessa determinação sujeitará o infrator as penalidades previstas na Lei de Direitos Autorais. (Lei 9.610/98).

CERÂMICA PORTOBELLO AMPLIA PARCERIA COM A DURST

Uma das maiores fabricantes de cerâmica do mercado brasileiro utiliza atualmente 15 sistemas de impressão Durst Gamma



O Grupo Portobello anunciou o investimento em dois novos sistemas de impressão Gamma. O grupo é um dos líderes do segmento cerâmico no Brasil, são clientes da linha Gamma desde 2011. Em todo o mercado, os produtos Portobello são reconhecidos pela alta qualidade, detalhes finos nas imagens impressas e cores brilhantes.

Recentemente, a empresa investiu em um sistema Gamma 108 XD 4.0, com tecnologia de cabeças de impressão Durst DM. Com essa tecnologia, a Portobello poderá produzir pisos cerâmicos especiais com cobertura otimizada de tinta. Além disso, produzir grandes peças, com 90x90, 100x100 e 120x120 cm.

Em 2015, a Portobello atingiu um volume de produção de mais de 30 milhões de m^2 aproveitando a ampla capacidade de produção e robustez da família Gamma XD. A impressora consegue operar 24 horas por dia, sete dias na semana. A empresa chega a vendas totais de mais de R$ 1 bilhão por ano e emprega 2.600 colaboradores. O serviço e a manutenção também desempenham um papel importante para esses números de produção. Além disso, a Portobello pode se beneficiar, ainda, do baixo custo e do esforço reduzido oferecido pela tecnologia Durst.

"O Grupo Portobello é um exemplo bastante ilustrativo do que a tecnologia da família Gamma pode oferecer ao segmento de impressão digital cerâmica através de sua robustez, estabilidade e performance. Estamos muito felizes que nossa série Gamma e nossa tecnologia de impressão estejam contribuindo para o sucesso da companhia", disse Ricardo Pi, diretor geral da Durst Brasil. "Trata-se de um mercado em que a Durst é líder absoluta, e no qual queremos expandir mais e mais nossa base instalada, de modo que os clientes possam aumentar sua rentabilidade e produtividade através de nossa consagrada tecnologia."

cmy
innovation



tel. (11) 3488 6363

www.cmybrasil.com.br

Novas impressoras UV com **recorte conjugado**

A Mimaki, marca japonesa de impressoras digitais, lança no Brasil dois modelos de impressoras UCJV. A série de impressoras de UV LED conta com dois modelos (UCJV150-160 e UCJV300-160), ambos possuem recorte integrado. A linha estará disponível no Brasil a partir de fevereiro deste ano. Os novos modelos são ideais para impressão de rótulos e etiquetas, papel sintético, vinil, displays, protótipos e entre outros.

O modelo UCJV150-160 é o modelo de entrada da série UVLED da Mimaki. Já o modelo UCJV300-160 é um específico para impressão de 4 camadas. As principais diferenças entre os dois são as cabeças de impressão, enquanto o UCJV150-160 tem apenas uma única cabeça piezoelétrica, o 300-160 possui duas. Outra diferença é a velocidade máxima das duas, a 150-160 atinge 8m^2/h, enquanto a 300-160 consegue chegar a 13,4m^2/h.

Os dois modelos da nova série da Mimaki possuem a funcionalidade de corte integrada. Essa funcionalidade permite a produção de diversos materiais diferentes com praticidade. A capacidade de pré-cortar antes da impressão impede alguns problemas comuns, como a separação do filme e outras questões relacionadas ao pós-corte em materiais finos. As impressoras da série UCJV possuem Instant-dry para uso instantâneo, que elimina a necessidade de acabamento, economizando tempo e dinheiro.

Além dessas outras funcionalidades, as máquinas UCJV serão enviadas com o software RasterLink6 Plus atualizado. Esta nova versão rica em recursos inclui uma função ID Cut para tornar a impressão e corte mais fácil e rápido. Além das marcas de registro, o software RasterLink6 Plus incluirá um código de barras na impressão. O código de barras, lido pelo sensor de marca de corte na impressora / cortador UCJV, contém informações de corte e rotação. Isso permite que a impressora / cortador UCJV automatize o processo de corte. Esta função é particularmente útil ao executar trabalhos de impressão cortados aninhados, pois a impressora continuamente lê os dados para trabalhos únicos e convergentes.

O software RasterLink6 também inclui uma visualização de impressão para impressão de quatro camadas que permite aos operadores visualizar o efeito de transição antes da impressão.



durst

IMPULSIONE
SEUS NEGÓCIOS

Flexibilidade ilimitada

Imprime em até

78ml/min

Tau 330 RSC



Rho P10 250 HS PLUS



A **Rho P10 250** define o padrão de qualidade em termos de impressão UV de grande formato, redefinindo os conceitos de produtividade e versatilidade em sua categoria.

Custo-benefício: 15% de economia em tinta

Versatilidade: Impressão em relevo - rolo-a-rolo - frente e verso

Endereço

Av. Antonio Artioli, 570 - Sala 8

Edifício Locarno - Swiss Park Office

Campinas (SP) - CEP 13049-900

Atendimento

55 11 3059-5900

55 19 3113-7450

contato@durst.com.br

www.durst.com.br



Por Cesar Augusto Rancura*

Mude o pensamento que você tem sobre os detalhes na impressão

Eu quero dividir mais uma experiência prática e por ter acontecido em mais de um caso, estou seguro que outros empresários do ramo de impressão também possam ter o mesmo problema. Antes de apontar a questão e parecer um crítico sem noção, quero ressaltar que o meu objetivo é ajudar com conhecimento prático. Me considero um técnico engajado e não é por acaso que eu tenho esse espaço na Revista Empresário Digital. Então vamos lá...

A questão são as inúmeras variáveis que o processo de impressão tem. Já parou para contar quantas ações são envolvidas até que o impresso seja entregue para o seu cliente?

A soma de cada um dos detalhes gera o resultado, que se mensurarmos tecnicamente, vamos encontrar inúmeras questões de melhorias. Quantificar o processo é um modo prático para descobrir onde precisa haver melhorias. Recentemente, em mais uma oportunidade incrível de vivenciar uma empresa de comunicação visual, trabalhei por dias junto a uma equipe de operadores qualificados numa missão de melhorar os indicadores.

Uma imagem ruim dificilmente ficará boa. Mas uma imagem boa pode ficar ruim, se os cuidados em relação aos detalhes e as variáveis não estiverem de acordo. Mas o arquivo do cliente que chegou com uma expectativa de tons e saiu outra totalmente diferente é mais simples de ser resolvida do que muitas pessoas imaginam. Mas algumas dicas nem sempre são óbvias e valerá você estar atento para propor uma mudança junto ao time de pré-impressão.

Na hora de instalar os programas de edição de imagens ou edição de vetores, pense que eles interferem diretamente na qualidade final do seu trabalho. Um técnico de informática, não é o profissional conhecedor de cor, embora ele acredite ter conhecimento muitas vezes porque instala centenas de programas iguais a esse. As configurações do arquivo do cliente estão de acordo com as configurações padrão da sua empresa? É aí que começa o grande problema de impressão.

Perdemos muito tempo e material comparando e fazendo testes, para atingir o resultado ideal. Quando não ajustamos as configurações, os arquivos podem estar nas cores erradas, e em desacordo com o processo produtivo. Então, definimos alguns procedimentos que devem ser informados aos seus clientes, e estes devem segui-lo rigorosamente, para obter maior produtividade e sucesso.

Depois de discussões, pensamos em uma "cartilha de fechamento de arquivos", simples documento para ser distribuído aos clientes com as recomendações necessárias para o fechamento dos arquivos. Somente nossos computadores utilizarem as configurações não faz sentido, e seguimos perdendo tempo e material.

Depois de algum tempo utilizando essa cartilha, conseguimos observar que os arquivos recebidos, mesmo sendo passados por diferentes rasteirizadores de imagens, obtiveram um resultado satisfatório. Gerando, também, economia de material, insumos e tempo de entrega.

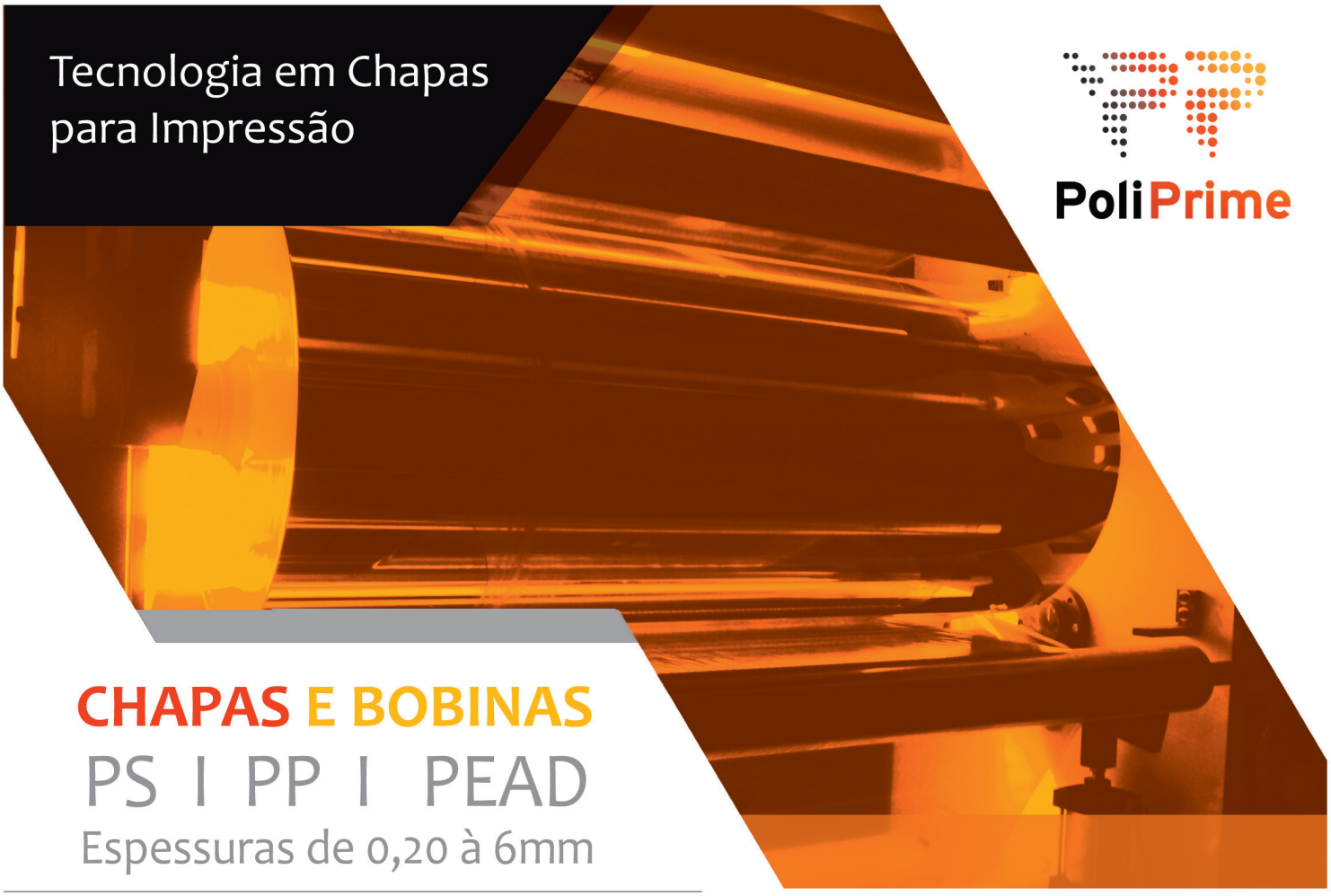
Você pode se perguntar qual é a real conclusão de todo este caso. É a seguinte: quando instalamos alguns programas em nossos computadores, não verificamos as configurações de cores pré-definidas e já começamos a utilizar, podemos cometer erros. Sim, às vezes o tempo é curto e esses detalhes são deixados de lado. Mas pense bem: temos que ter a humildade de reconhecer nossos erros e procurar uma resolução.

Todos os clientes entenderam as dificuldades e numa ação conjunta todos os problemas foram sanados e o mais importante, a confiança entre cliente/bureau consolidada mais uma vez.

*Cesar Augusto Rancura é técnico e especialista em Impressão Digital – www.thecnicos.com.br

Tecnologia em Chapas para Impressão

PoliPrime



CHAPAS E BOBINAS

PS I PP I PEAD

Espessuras de 0,20 à 6mm

PS em chapas ou bobinas
Cristal / natural / branco / colorido / alto brilho / bicamada / tricamada / tricamada com alto brilho

PP em chapas ou bobinas
Transparente/natural/branco ou colorido
Texturas: liso , fosco , camurça ou liner

PEAD em chapas ou bobinas
Natural / branco ou colorido
Textura fosca ou lisa

UMA NOVA ESTRUTURA FABRIL E TECNOLOGIA CAPAZ DE PRODUZIR **MAIS DE 20 TONELADAS DE CHAPAS POR DIA**

A melhor matéria prima, criteriosamente selecionada por nossos valores de entregar qualidade aos nossos clientes.

Produção com agilidade para atender os mais complexos desafios e empresas em todo território nacional.

Alta capacidade produtiva e qualidade para receber tintas de impresão, pintura, corte, e termoformagem.

FLEXIBILIDADE E RESISTÊNCIA EM **CHAPAS E BOBINAS PLÁSTICAS**



Avenida Casa Grande, 140 - Diadema - São Paulo
Telefone: (11) 4066-1091 - www.poliprime.com.br

Por Marco Marcelino

Porque comprar uma impressora Nacional

Nova impressora UV de mesa, com até 1.200 dpí's e gota variável será a grande novidade apresentada ao mercado, de 20 a 24 de março em São Paulo

Um evento presencial é sempre uma excelente oportunidade para tirar as dúvidas e fazer bons negócios. Em eventos como a ExpoPrint Latin America, que acontece de 20 a 24 de março, em São Paulo, é grande a participação de empresas da indústria gráfica e comunicação visual a procura de algum diferencial que possa ajudar na estratégia dos negócios para o ano.

Com a crise assombrando as empresas nos últimos anos, 2018 chega como um ano de muita expectativa e recuperação. Pela evolução das vendas, comum o entendimento de que o parque de impressão digital de muitas empresas já está sucateado. Ainda que com boa e razoável entrega de uma impressão de qualidade, em 5 anos a tecnologia de impressão evoluiu muito. Esse ano, vamos ver equipamentos de maior qualidade, e melhor desempenho produtivo. Para conseguir manter o nível de competitividade de seu negócio, ganhar eficiência e preservar margens, é muito provável que precisará investir em novos equipamentos que produzam melhor, de forma mais rápida e mais barata.

Para a fabricante nacional Ampla Digital, a ExpoPrint será a primeira grande oportunidade do ano para mostrar impressoras digitais como a Cromax, uma máquina eco solvente que terá novidades também em suas soluções de tintas. Já a New Samba UV se apresentará como uma forte candidata às empresas que necessitam de produtividade com baixo custo por metro quadrado e TCO. A Elite também vem para atender de forma mais acessível a demanda por baixo custo de produção, e tem como diferencial a tecnologia de solvente com resolução de até 1.200 dpi's.

A empresa ainda possui uma série de outras tecnologias de impressão para tecidos e materiais rígidos, e além dos equipamentos, conjugam a escolha de software e tintas. É o caso do Caldera V11, que muito além do que as pessoas conhecem, é um sistema que ajudará nas métricas de resultado da empresa, além de otimizar o fluxo e qualidade de impressão. Com ele é possível fazer contas assertivas acerca do valor de produção e gerar certificação de cor para dar garantias de qualidade ao cliente, e através de uma arquitetura inteligente de rede e ferramentas de produtividade, trazer ganhos significativos de eficiência no processo de impressão.

Um fator interessante ressaltar é que as principais empresas do mercado já compraram uma impressora nacional da Ampla e o saldo é positivo. A Ampla além do Brasil, está presente em cerca de 20 Países e o respeito pelos esforços da tecnologia estão crescendo. Já são mais de 3.500 impressoras instaladas no Brasil e no Mundo.

É comum empresas que continuam a investir em equipamentos internacionais, comprarem também uma Ampla, o que fortalece o conceito de que a indústria brasileira está pronta para entregar equipamentos altamente competitivos em termos de resultados.

Para o diretor de Negócios, sócio da Ampla e Presidente da CSMEG da Abimaq, Ricardo Augusto Lie, o momento da retomada de investimentos no país vem acompanhada de um pensamento estratégico na tomada de decisão. "Atualmente, há um cuidado e uma consciência muito maior por parte dos empresários, principalmente na hora de realizar seus investimentos. Isso tem inspirado grande otimismo e confiança no crescimento do setor e da Ampla. Essa postura exige também um maior grau de planejamento. Isso vai exatamente ao encontro da nossa abordagem. Buscamos sempre trabalhar nossas vendas de forma consultiva, entendendo as reais necessidades do negócio de cada cliente. Para que no final do processo, a escolha seja a mais assertiva e adequada às suas demandas. É um setor muito dinâmico, o que faz com que o nosso portfólio seja bastante diversificado para atender da pequena à grande empresa".

Um dos principais benefícios é que a fábrica nacional está acessível aos empresários e tudo se resolve em tempos muito mais reduzidos, quando comparado a um competidor internacional. Além do fato de que é possível fazer o investimento com um custo financeiro menor. Você irá negociar na nossa moeda local e poderá utilizar linhas exclusivas do BNDES como Cartão BNDES e Finame, válidas apenas para equipamentos fabricados no Brasil.

EXPOPRINT
LATIN AMERICA 2018



EM 2018, CRIE OPORTUNIDADES

A **ExpoPrint Latin America** vem superando as expectativas junto com a evolução do mercado de impressão global, que hoje busca por soluções inovadoras, com alta tecnologia e extrema eficiência. A feira vai apresentar um acervo imenso de ferramentas para o empresário gráfico otimizar processos e realizar novos negócios.

INSCREVA-SE NA EXPOPRINT
E CONCORRA A UM IPHONE.

WWW.**EXPOPRINT**.COM.BR

IMAGEM MERAMENTE ILUSTRATIVA

Afeigraf
Associação dos Agentes de Fornecedores de Equipamentos e Insumos para a Indústria Gráfica

aps marketing de eventos

SE É IMPRESSÃO É EXPOPRINT 2018!

O MAIOR EVENTO DE IMPRESSÃO DAS AMÉRICAS.

20 A 24 DE MARÇO, 2018 - SÃO PAULO - SP - BRASIL
EXPO CENTER NORTE - PAVILHÕES AZUL E BRANCO

EXPOPRINT
LATIN AMERICA 2018

11/01/2018

PARCEIRO DE SOLUÇÕES
MS PRINTING SOLUTIONS

APOIO ENTIDADES | ENTITIES SUPPORT | APOYO ENTIDADES
ABFLEXO · ABIEA · ABIGRAF NACIONAL · ABIMFI · ABL · abre · abro · ABTCP · ABTG · anatec · ANER · ANJ · SENAI

APOIO INTERNACIONAL | INTERNATIONAL SUPPORT | APOYO INTERNATIONAL
ANIDIGRAF · ATDL · CONLATINGRAF · FESPA · NPES · VDMA



Por Ricardo Amorin*

A 4ª revolução industrial já chegou

Se você acha que inteligência artificial (I.A.) é algo futurista, embrionário ou encontrado apenas nas histórias de ficção científica, é hora de repensar. Ela já é uma realidade muito mais presente em nossas vidas do que você, provavelmente, já se deu conta. A 4ª revolução industrial chegou. E veio para redefinir nosso jeito de pensar, fazer, comunicar e viver.

Há uma década, vivemos a era dos telefones inteligentes - os smartphones - e seus aplicativos. Waze, WhatsApp, Uber, redes sociais, e aplicativos de jornais, revistas, bancos e tantos outros passaram a fazer parte do nosso dia a dia. Há uma nova (r)evolução tecnológica em curso, que vai colocar a anterior no bolso, com o perdão do trocadilho.

Segundo estudo do Bank Of America Merril Lynch, sistemas dotados de I.A. movimentarão US$70 bilhões já nos próximos quatro anos, começando pelo próprio setor bancário, com redução de custos, ganhos de eficiência, automatização de processos e sistemas antifraude. Até 2025, 75% das equipes de desenvolvedores devem incluir inteligência artificial em um ou mais serviços e o mercado de computação cognitiva deverá representar mais de US$ 2 trilhões.



De acordo com uma pesquisa recente da IBM com 525 líderes de marketing e 389 líderes de vendas de empresas globais, 64% dos executivos acreditam que suas empresas usarão I.A. nos próximos três anos e 91% acreditam que a computação cognitiva ajudará suas organizações. Ginni Rometty, CEO global IBM, afirmou que o Watson, plataforma de solução cognitiva da empresa, já é usada por cerca de 1 bilhão de pessoas. Sim, 1 bilhão de pessoas!

Sabendo ou não, você já deve ter sido atendido ou ter conversado com um sistema de computador que simula um ser humano - como ChatBots, Siris ou Google Assistente - mas Inteligência Artificial é muito mais do que isso. Ela veio para revolucionar nossas vidas e os negócios. O Bradesco, por exemplo, já usa o IBM Watson em seu call center e em todas as suas 5.650 agências no país para ajudar os atendentes e gerentes a responderem mais de 200 mil perguntas sobre os produtos e serviços do banco.

Outra realidade já presente são empresas, organizações e marcas investindo em uma comunicação personalizada com seus clientes. Hoje, já é possível responder de forma específica às necessidades das pessoas e de pequenos grupos e não apenas de forma genérica à grande massa. A consultoria de soluções cognitivas Nexo, parceira da IBM no país, já faz isso para empresas como Whirlpool, Vertiv, Smiles e até mesmo o Tribunal de Justiça de São Paulo, por exemplo. Recentemente, em uma feira de lançamento do primeiro caminhão elétrico da Volkswagen, a Nexo implementou uma solução de I.A. para que o público pudesse conversar com o novo modelo da montadora. Isso mesmo, conversar com o caminhão.

E você e o seu negócio, estão prontos para a revolução?

*Ricardo Amorim é autor do bestseller Depois da Tempestade, apresentador do Manhattan Connection da Globonews, o economista mais influente do Brasil segundo a revista Forbes, o brasileiro mais influente no LinkedIn, único brasileiro entre os melhores palestrantes mundiais do Speakers Corner, ganhador do prêmio Os + Admirados da Imprensa de Economia, Negócios e Finanças, presidente da Ricam Consultoria e cofundador da Smartrips.co e da AAA Plataforma de Inovação.

NOVA IMPRESSORA HP LÁTEX 115

Mais economia, mais qualidade, mais produtividade.

Microempresários, donos de pequenas lojas de comunicação visual e copiadoras:
falem com a **Day Brasil** e impulsionem os seus negócios!



VANTAGENS QUE **FAZEM TODA A DIFERENÇA:**

- Operação fácil, rápida e intuitiva.
- Impressão seca, inodora e pronta para acabamento e entrega no mesmo dia, graças à tecnologia **HP Látex** à base de água.
- Impressão em seis cores para alta qualidade de imagem e transições suaves.
- Produção de alta qualidade com impressões de alta resolução entregues em até **1200 dpi** nativos em toda uma gama de aplicações.

O QUE DÁ PARA PRODUZIR COM A **NOVA HP LÁTEX?**

Etiquetas ▸ Roupas Personalizáveis ▸ Adesivos ▸ Decalques ▸ Materiais Visuais

Conheça também outras soluções **HP Látex.**
Uma delas cabe perfeitamente no seu negócio.

- HP Látex **série 300**
- HP Látex **560** e **570**
- HP Látex **1500**
- HP Látex **3200** e **3600**
- HP Scitex **FB550**



www.daybrasil.com.br
+55 11 3613-7744

SIGA AS NOSSAS MÍDIAS SOCIAIS:

DAY BRASIL

Por Jorge Mussolin

CAMPANHA DE MÍDIA EXTERIOR FAZ BRINCADEIRA COM DIGITAL

CAMPANHA DA SINERGY NOVAS MÍDIAS INOVA AO APRESENTAR RELACIONAR OOH COM MÍDIA DIGITAL



Ultimamente, quando se trata de verbas para a publicidade, as empresas e veículos têm dado mais atenção para as mídias online e Out Of Home (OOH). Os motivos são diversos, como alcance, penetração e mensuração. Pensando nisso, a Sinergy Novas Mídias criou sua nova campanha institucional, com o slogan: "Aqui não pula". A ideia da campanha é fazer um joguete entre a mídia exterior (OOH) e a mídia digital.

A Sinergy quer mostrar que que nas ruas não existe a possibilidade de pular a propaganda. Como na maioria dos canais de vídeo da internet.

Eduardo Ferreira, Presidente da Sinergy, explica que não se trata de crítica, muito menos alfinetadas, apenas uma brincadeira ou homenagem. "Estamos brincando com os vídeos do Youtube, que todos adoram e assistem. Eu mesmo assisto vídeos no Youtube frequentemente. Nessa campanha institucional, só fizemos uma brincadeira lúdica com essa situação de quando queremos assistir a um vídeo e entra a propaganda. Mas, na verdade, tudo o que queremos é clicar rápido na opção de pular o comercial e partir para o vídeo", explica Eduardo.

Outra questão levantada pelo empresário é o dano causado pela propaganda empregada desta maneira. "Quando consumimos um produto online estamos buscando informação de acordo com o que queremos e escolhemos. Mas quando surge uma janela pop-up, que abre de repente, ou um comercial que entra sem a nossa permissão".

Para ilustrar a campanha, a empresa utiliza uma arte similar a um player de vídeo. Com imagens de um pula-pula, um canguru, um goleiro na hora do pênalti, um sapo ou até mesmo um disco de vinil. As peças estão expostas em bancas de revistas e no mobiliário urbano de Porto Alegre e ficarão até o final deste ano.

CIDADE LIMPA CONTRARIADA?

PAINÉIS PUBLICITÁRIOS DA MARCA AVON SERÃO INSTALADOS NO IBIRAPUERA SEM AUTORIZAÇÃO

Matéria publicada, no jornal Folha de São Paulo mostra que a Prefeitura de São Paulo autorizou a instalação de sete painéis publicitários da empresa de cosméticos Avon no parque Ibirapuera, contrariando o texto da Lei Cidade Limpa, que regula a publicidade nas ruas da cidade.

Segundo o texto, a aprovação da instalação, válida por 7 dias, foi obtida três meses após a empresa ter anunciado doações de R$ 2,8 milhões para a prefeitura (livros, eventos de caráter social e uma pesquisa sobre câncer de mama). Segundo a informação, os painéis serão instalados nesta quinta (23) no parque, sob a marquise, em razão da 22ª edição do Prêmio Avon de Maquiagem, que ocorre na mesma noite no prédio da Bienal. As peças medem 3,29 metros de altura por 4,6 metros de largura, formando a exposição "Faces de um Reflexo", do fotógrafo Gabriel Wickbold.

Apesar dos painéis remeterem ao nome da empresa, as peças não trazem explicitamente a marca Avon.

O artigo nono da lei 14.223, de setembro de 2006, aprovada na gestão do prefeito Gilberto Kassab (2006-2012), afirma expressamente que é proibida a veiculação de anúncios nos parques da cidade de São Paulo. Mas, apesar da regulamentação, a instalação dos painéis foi autorizada pela Secretaria Municipal do Verde e do Meio Ambiente e pela CPPU (Comissão de Proteção à Paisagem Urbana), órgão formado por representantes da prefeitura e da sociedade civil. Como o parque Ibirapuera é tombado, os painéis teriam de ser liberados também pelo Condephaat e pelo Conpresp, órgãos responsáveis pela preservação do patrimônio histórico e artístico. O primeiro atua em âmbito estadual. O outro, no município.

www.tecnopaint.com.br
+11 2085-4876

Solução REAL
para IMPRESSÃO DIGITAL



SOLVENTE - ECO SOLVENTE - ULTRAVIOLETA

FABRICANTE **NACIONAL**
QUALIDADE INTERNACIONAL
CERTIFICAÇÃO **ISO 9001:2008**
< 220 mil litros/mês

TECNOPAINT®
Tecnologia em Tintas na Medida Certa

Por Marco Marcelino

Como **mensurar** o retorno de marketing



O KPI é a sigla para o termo em inglês Key Performance Indicator, que significa indicador-chave de Desempenho. Esse indicador é utilizado para medir o desempenho dos processos de uma empresa.

Por meio dos KPIs, todos conhecem e tornam-se envolvidos na missão da empresa, a fim de alinhar os esforços em torno das estratégias.

Em resumo, se a empresa quer dobrar a participação de mercado é fundamental medir as possibilidades e traçar ações práticas.

Uma das possibilidades de mensurar resultados é entender o momento do cliente em relação ao seu negócio. Dar pontos para um potencial cliente (lead) é uma das possibilidades. Numa escala que representa o valor percebido que cada lead simboliza para a sua empresa. Ou seja, se a sua empresa não conhece o cliente, dificilmente você conseguirá ser efetivo na sequência de comunicação e relacionamento com ele. Da mesma forma, se o cliente não tem acesso ao conteúdo dos seus produtos, não tem estímulo para comprar. Muitas vezes o vendedor detém informação do cliente, mas não tem o hábito de passar para a empresa. Quando ele vai embora, você tem que começar o trabalho do zero.

Então o objetivo é mapear o universo de clientes interessante para o seu negócio. Depois de identificar o cliente, você precisa aumentar a percepção para que ele tenha interesse em fazer negócio com a sua empresa. Para esse processo, vamos dar pontos e medir em qual momento devemos apresentar uma proposta de valor. Quanto mais rápido a necessidade de giro do produto, mais intenso são as ações para promover a marca e classificar o cliente.

Você pode fazer com critério e calma, a definição e pontuação do cliente e depois usar ações de marketing para escalar essa relação com toda a base de mercado.

Para classificar um cliente você poderá usar pontos que são atribuídos de acordo com critérios: Dados cadastrais parece

básico, mas muitas empresas se perdem ao meio de um "bando" de dados. Algumas vezes não tem o telefone para um contato imediato, outras o e-mail está errado, enfim... a organização das informações básicas significa o quanto você conhece um cliente. Com informações básicas conseguimos saber mais do cliente. Podemos traçar um perfil em relação a localização, programar uma sequência de visitas, além de conhecer sobre a atuação e os clientes da empresa através do site.

Depois precisamos pontuar o interesse do cliente a cada ponto de contato. Quando ele entra no site, quando ele abre um e-mail, quando ele participa de um evento ou quando ele preenche um formulário. Quando determinamos pontos por um período de tempo para essa relação, conseguimos medir o quão interessado o cliente está por receber uma proposta comercial.

Pontuar leads ajuda a segmentar e entender cada cliente, por maior que seja a base. Ajuda você a dar um maior nível de atenção e antever problemas, a partir de padrões que se repetem. O desafio de toda empresa é aumentar os resultados, mas só podemos melhorar aquilo que conseguimos medir.

Entender o ciclo de compras do seu cliente pode mudar a sua realidade e prioridade de investimentos. Pode ajudar na redução de estoques e gestão da capacidade produtiva. Isso porque um processo montado com base na experiência do cliente, elimina metas impostas aleatórias que depois são revertidas em promoções com descontos que acabam com as margens.

Quando categorizamos os clientes por pontos, usamos ciência para identificar o quão interessante uma pessoa está de fazer negócio. A medida com que essa relação esfria, temos condição de entender o que está acontecendo e o que precisa mudar. É importante você saber que os dados se deterioram numa taxa de 30% ao ano. O mundo é dinâmico e ter uma relação de clientes não vai fazer você prosperar ou buscar novas metas com foco em resultado.

Isso porque além de buscar novas metas você precisa se preocupar com os atuais clientes. Classificar os clientes por pontos não só em termos de cadastro, mas também no relacionamento para melhorar as métricas de resultados. Vamos entender como você pode construir uma matriz de pontuação para leads.

Imagine que sem os dados básicos, você não consegue mandar um brinde no final de ano para os seus melhores clientes, então vamos começar pelo básico. Vamos atribuir um ponto para cada campo, de modo que mostra claramente, o quanto a sua empresa conhece do seu cliente. E vamos começar pelo CNPJ que é a chave no Brasil para Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica.

Uma dica simples que na maioria dos casos funciona é buscar no site registro.br em ferramentas e depois clicando em Whois. Você preenche o site da empresa e descobre o CNPJ dela. Na maioria dos casos funciona. Mas você também pode solicitar a ficha cadastral para a própria empresa.

Além da chave principal que é o CNPJ, procure relacionar o nome e cargo do contato. Depois e-mail e telefones para contato. Pergunte se você pode fazer contato imediato usando Whatsapp. Além dos dados de contato, não esqueça ou ignores os dados de localização. Isso pode toda diferença para prospecção ativa e estratégias de logística. Vamos dar a esse grupo de informações 1 ponto para cada um dos campos. Inclua dados como número de funcionários, receita, fonte dos leads (de onde você os conheceu ou de onde ele o conheceu) para desafiar a sua empresa a conhecer melhor o seu cliente. Vamos então imaginar que temos 10 pontos somados aos dados cadastrais da empresa.

Essa relação é a base, e importante, mas mostra que uma escala de 0 a 100 você está no começo e precisa atingir o mínimo de 50% para que esse cliente tenha interesse em fazer negócio contigo. Então os demais 90 pontos devem ser em razão do relacionamento.

Nesse momento você começa a atribuir notas mais valiosas quando o cliente procurar por você. Quando ele preenche um formulário com interesse imediato em algum produto. Quando ele participa de um evento presencial ou online, demostrando busca por informações relevantes.

Você também pode aplicar um indicador de subtração a cada negativa do cliente em relação a uma proposta ou mudança de comportamento que possa impactar num futuro relacionamento.

A soma dessa pontuação vai posicionar os clientes que estão mais propensos a fazer negócio contigo do que aqueles que estão com baixa pontuação e precisam de um esforço maior de comunicação. A publicidade bem utilizada e independente do meio, pode ajudar na construção do valor percebido e aumentar a nota do lead.

Então, fica assim: um lead com uma nota baixa, precisa de estímulos para conhecer melhor o seu negócio e esse é o papel do marketing. Um lead que tem alta pontuação está pronto para criar novas oportunidades e isso é um papel fundamental para o departamento de vendas. Se os dois tiverem maturidade para trabalhar juntos, o potencial nos negócios vão posicionar a empresa num outro patamar.

Se você precisa de uma ajuda para fazer isso com maior facilidade a partir de um software de automação de marketing, escreva para a Jéssica Camara, que ela terá o prazer em lhe apresentar a ferramenta que utilizamos aqui na revista.
jcamara@serinews.com.br



Por Iara Luz*

Como planejar suas ações para **vender mais**

Definir as metas para o ano que se inicia é praticamente um ritual comum para muitas pessoas. Afinal essa época do ano marca exatamente o fim de um ciclo e o começo de um outro. O ato de listar os objetivos para o próxi-mo ano é primordial para o planejamento de ações pessoais/profissionais e na tomada de decisões que surgirão ao longo do ano.

O plano de vendas é determinante para uma empresa pois é ele que dá clareza para os esforços de vendas, define qual será o foco para a equipe e fornece as informações essenciais para uma melhora positiva em todos os aspectos. É importante lembrar que todos os departamentos da empresa precisam de um planejamento estratégico, mesmo que o de vendas seja o departamento que acaba criando demanda para os demais.

Para elaborar um plano de vendas, sugiro levar em consideração os pontos abaixo que detalharei no decorrer desse texto.

1- Definição de um objetivo
2- Estabelecimento de metas
3- Organização do planejamento
4- Treinamento da equipe
5- Comunicação

DEFINIÇÃO DE UM OBJETIVO

Muitas pessoas se confundem com a diferença entre objetivos e metas. Os objetivos dão descrições concretas de onde está se querendo chegar, ou o que está se tentando alcançar, ou seja: o propósito. O objetivo é estratégico e abrangente.

ESTABELECIMENTO DE METAS

Andando junto com os objetivos, as metas são tarefas específicas para alcançá-los, sendo que elas são temporais, ou seja, estipulam prazos.

No coaching é muito comum usar o sistema de metas S.M.A.R.T (especifica, mensurável, alcançável, relevan-te e temporal).

S: Específica (Specific)

Exclui qualquer possibilidade de ambiguidade de seu entendimento.

Perguntas que podem te ajudar a definir este item: "O que? Por quê? Quem? Onde? Qual é?".

M: Mensurável (Measurable)

Toda meta precisa ser mensurável. Se a meta não pode ser medida, quer dizer que ela nunca será alcançada.

Perguntas que podem te ajudar a definir este item: "Quanto custa? Baseado em que valor eu saberei que essa meta foi atingida?".

A: Alcançável (Attainable)

A meta tem e deve ser desafiadora, mas isso é diferente de ser "impossível". Tenha uma meta desafiadora, mas viabilize estrutura para que ela aconteça.

Perguntas que podem te ajudar a definir este item: "Como saberei se a meta foi atingida? Baseado em qual pa-râmetro?".

R: Relevante (Relevant)

Uma boa meta é aquela que traz grandes propósitos à empresa. E, na prática, só o empreendedor ou responsável pela empresa saberá se a meta é relevante ou não para tal.

Alguns critérios que podem ser levados em conside-ração são o impacto nas métricas (faturamento, número de clientes, etc.), timing e se o conjunto de metas faz sentido para o planejamento da empresa.

T: Temporal (Time-bound)

As metas são passos de um planejamento completo. Por este motivo é importante colocar prazo em cada um dos passos. Se você não organizar o seu tempo, com toda certeza, o final será prejudicado.

ORGANIZE SEU PLANEJAMENTO

Após estabelecer os objetivos e metas, o próximo passo é a organização. O planejamento tem que ser documen-tado em um flip chat ou apresentação. Uma dica é criar planilhas e documentos do que precisa ser concluído. Não se esqueça de colocar prazos e prioridades.

TREINAMENTO DA EQUIPE

Treinar a equipe de vendas é fundamental para atingir os melhores resultados possíveis. O treino leva o time de vendas a buscar novos conhecimentos e traz informações relevantes que vão modificar os métodos de trabalho aplicados pelos vendedores.

COMUNICAÇÃO

Na maioria das vezes o planejamento de vendas não é compartilhado com as demais áreas da empresa, o que dificulta a interação entre as áreas e o que é esperado de cada uma delas. Compartilhar estratégias é fundamental para empresas. Trate o planejamento de forma simplificada, mostrando que todos não só podem como devem participar do processo de forma construtiva. Muito mais que teoria, o planejamento é feito para atender às neces-sidades da empresa e de todas as equipes.

Cumprir e executar novas promessas está diretamente relacionado em tomar novas atitudes, e esse passo depende só de você. Reserve um tempo para realizar o seu planejamento de vendas. E não se esqueça que nós da Direc-tion Coaching estamos sempre prontos para te ajudar.

*Iara Luz é Master Coaching pela Sociedade Brasileira de Coaching e fundadora da Direction Coaching. Atua há mais de 20 anos na área de liderança de equipes e trabalha como coach de vendas aplicando técnicas de Coaching e PNL com lideranças e equipes comerciais. LinkedIn https://www.linkedin.com/in/iara-luz

SERIGRAFIA SIGN FUTURETEXTIL 2018

25 A 28 JULHO 2018

13H ÀS 20H
SÁBADO, 10H ÀS 17H

EXPO CENTER NORTE | SP – BRASIL

TRADIÇÃO EM IMPRIMIR RESULTADOS

GARANTA JÁ SUA PARTICIPAÇÃO E AMPLIE SEUS NEGÓCIOS PARA 2018!

EXPOSITORES
Impressão digital têxtil • Impressão em grandes formatos • Materiais promocionais, brindes e personalização • Serigrafia • Sinalização • Sinalização Digital • Softwares • Sublimação • Substratos

VISITANTES
Agências de publicidade • Birôs de impressão / gráficas • Comunicação visual • Designers gráficos • Estamparia / indústria têxtil • Materiais promocionais • Revendedores

Serigrafia SIGN Future TEXTIL 2018, o maior e mais completo palco dos lançamentos e novidades em tecnologias de impressão.

www.serigrafiasign.com.br

/SERIGRAFIASIGN

Apoio

Local EXPO CENTER NORTE Centro de exposições e convenções

Promoção e organização informa exhibitions

Filiada à UBRAFE União Brasileira dos Promotores de Feiras



O que você precisa saber antes de trocar as Tintas Digitais

A Tecno Paint é uma marca de tintas digitais 100% brasileira. Junto com eles, separamos algumas dicas para quem quer trocar de tinta sem nenhum problema. Uma das primeiras coisas que devem ter em mente é: fornecimento garantido. Certifique-se de que o seu fornecedor sempre tenha a tinta em estoque. A fabrica da Tecno Paint, localizada em Pindamonhangaba, interior de São Paulo, por exemplo, tem capacidade para armazenar mais de 200 mil toneladas de tinta.

O segundo ponto, tão importante quanto o primeiro, é a estabilidade do preço. Observe que, com nossa economia em baixa, os fornecedores internacionais tendem a ter uma variação de preço maior, menos estabilidade. Em empresas completamente nacionais, como a Tecno Paint, é possível formatar o preço na moeda nacional. Mesmo tendo alguns fornecedores internacionais, a estabilidade é muito mais fácil de manter.

A qualidade das cabeças de impressão também é importante na hora da escolha de uma tinta. Para sua cabeça de impressão ter uma vida útil maior, sua tinta tem que funcionar a partir de baixas voltagens e baixas temperaturas. A Tecno Paint aprendeu a desenvolver suas tintas dessa maneira, depois de cruzar o caminho de uma multinacional francesa.

Por fim, mas não menos importante, a rentabilidade das suas tintas. Saiba que a tinta que você está comprando, é o melhor custo-benefício para você. As tintas digitais ideais são projetadas a partir de pigmentos de alta performance, também com as resinas e ativos que entregam qualidade de cores e garantem o uso mínimo de tinta.

SUBLIMAÇÃO

SOLVENTE

VERNIZ



Subli Eco
Royal Bag 2lt



Verniz de
Proteção WPV







Linha
DIGITAL



TINTAS DIGITAIS



Médio Solvente
Piezo FP (7pl à 80pl)



Ecosolvente
Piezo FPE (7pl à 80pl)



Sublimáticas Eco
(cabeças Epson à Kyocera)



Ecosolv Max Micro Piezo
(DX 4 a DX 7)

Cromajet
TINTAS PARA IMPRESSÃO DIGITAL

Fremplast tintas

+55 11 2489-6960
fremplast.com.br



Por Aline K. Molinari

Um **novo ciclo** para todos

A chegada do novo ano ainda mistura euforia, reflexão, além de muita vontade em dar certo. O que deu errado vira aprendizagem e o planejamento precisa sair do papel. Vamos continuar com a cultura de aprimorar a visão e se preparar para dar conta em relação aos conflitos que permeiam nosso negócio.

Certamente você já ouviu: "Fazer coisas iguais nos permite resultados iguais". Mas você já parou para pensar, o por que fazer algo novo é tão desafiador? Para cada coisa nova que imaginamos fazer, há uma série de ações necessárias que se subdividem em outras tantas e que precisam seguir uma estrutura lógica, uma estratégia coerente com os valores da empresa, um objetivo claro em bem definido e metas audaciosas.

Segundo a neurociência, o cérebro foi designado a economizar energia e, portanto, busca voltar ao estado inicial no qual estávamos acostumados. Ou seja, a tendência é continuarmos fazendo as coisas como sempre fizemos.

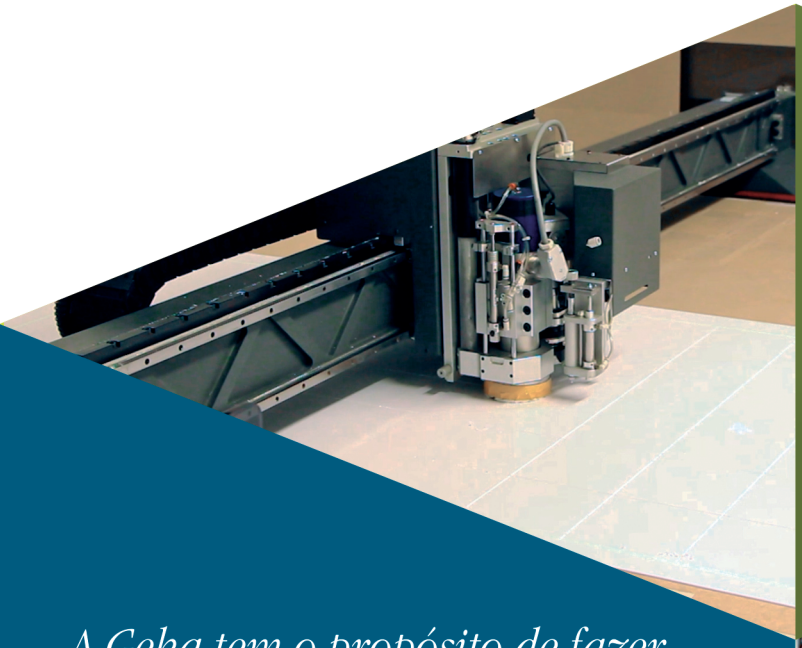
Nos últimos anos, tive o prazer de trabalhar com um significativo número de empresários que sofrem do mesmo problema. Avaliar os resultados é sempre um problema, em especial se as metas propostas não foram alcançadas. Quando o resultado não vem, a frustração toma conta e muita coisa volta a "estaca zero". Alguns até reconhecem alguns pontos, mas deixam a nova estratégia para um outro momento.

Muitos dos casos são resolvidos, quando num processo junto ao empresário, uma pessoa de fora e dissociada da rotina dos negócios, consegue ajudar no monitoramento sistemático. Alguém que ajuda na orientação e fase de execução. Um corredor profissional que tem como meta de percorrer 100 metros em 9,9 segundos tem num treinador experiente, o "feedback" necessário para fazer pequenos ajustes para melhorar o desempenho.

Na grande maioria dos casos, os ajustes são pequenos, mas precisam acontecer dentro de um tempo específico. Muitos fatores externos impactam na necessidade de corrigir um planejamento de médio prazo e deixar a proposta de inovação cada vez mais assertiva. Nenhum planejamento pode ser estático quando o mundo nos dias de hoje tem uma forma dinâmica e tudo muda a todo tempo.

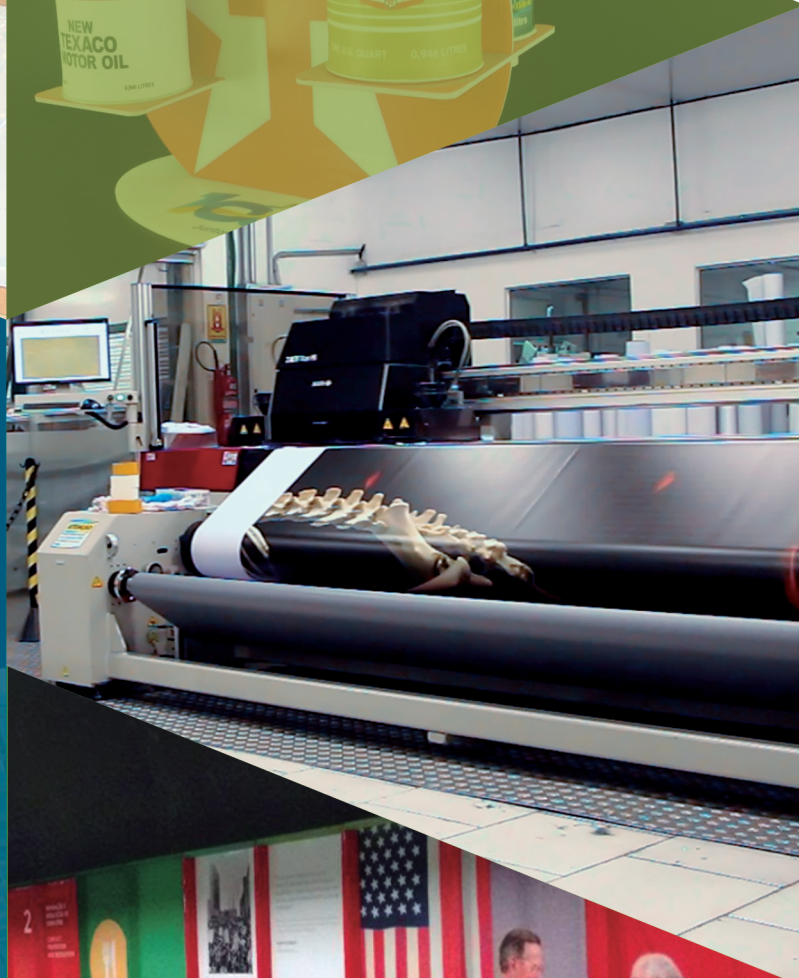
Com o advento da tecnologia e mobilidade urbana, a noção de tempo e espaço mudou. Para cada atitude precisamos mensurar o resultado e validar se continuamos com o plano ou partimos para uma nova rota. Embora a expectativa de um novo ano é notável para a renovação dos votos, crenças e costumes, precisamos de forma objetiva, entender que nada mudará se continuarmos os mesmos e que um número a mais, não vai por si só transformar a vida em algo melhor.

www.geka.com.br
+55 21 3850-2600





A Geka tem o propósito de fazer o melhor para a sua marca, atendendo suas reais necessidades, ***com qualidade, no menor tempo*** *e com o melhor preço.*







Eventos
Cenografia
Soft Signage
Materiais para PDV
Embalagens
Decorações de Ambientes
Mídias OOH
Sinalização

geka

WPP unifica redes de *branding*, estratégia e design

Epigram Brand Union, empresa do grupo no Brasil desde 2014, mantém Marcelo M. Bicudo como CEO da nova operação. Faturamento global das empresas é de US$ 100 milhões

O grupo britânico WPP, controlador de algumas das maiores redes de agências de comunicação do mundo, anunciou hoje, terça-feira (23), a unificação de suas cinco redes globais de branding, consultoria estratégica, digital design, brand guardianship e design de embalagens debaixo de uma nova bandeira: Superunion. O movimento, anunciado pelo novo CEO global Jim Prior, em Londres, reunirá as marcas Brand Union, The Partners, Lambie-Nairn, Addison Group e VBAT, que, juntas, têm 23 escritórios em 18 países, com 750 pessoas e faturamento global de US$ 100 milhões. Simon Bolton, até então CEO da Brand Union, passa a responder como chairman da operação global.

No Brasil, a Superunion estará presente como Epigram Superunion, integrando o escritório da Lambie-Nairn no País. O comando será de Marcelo Bicudo, sócio e fundador da Epigram, agência comprada pela Brand Union em 2014. O executivo também integra o Leadership Board da empresa. Os principais clientes da nova bandeira do WPP em todo mundo são Aetna, Airbus, Bank of America Merrill Lynch, Colgate-Palmolive, Dell, Deloitte, Diageo, FIFA, Ford, IAG, Land Rover, Nestlé, Pfizer, Prudential, Tesco and Vodafone. Os primeiros alinhamentos que beneficiarão a Epigram Superunion serão as contas da Deloitte e também da Telefônica, atendida pela Lamb-Nairn no Brasil.

Marcelo Bicudo, CEO da nova operação, destaca como principal ganho para a agência a incorporação das especialidades de cada uma das redes unificadas. Além do branding estratégico, core business da Epigram e da britânica Brand Union, a operação brasileira amplia a oferta de serviços em design estratégico (The Partners), marketing digital (especialidade da Addison), design de embalagens (VBAT) e a gestão de marca (brand guardianship), principal expertise da Lambie-Nairn, que também tem escritórios em Buenos Aires e Bogotá.

"A integração de empresas especialistas em estratégia, construção de marca e negócios, estabelecida com a sinergia global da Superunion, significará oferta mais completa para todos os clientes atendidos hoje", afirma o executivo. Um exemplo prático dessa integração, segundo ele, foi a recente oportunidade de ingressar em concorrência de uma multinacional de bebidas por conta da nova diversidade de disciplinas oferecidas.

Bicudo destaca ainda que a autonomia da operação brasileira, assegurada no processo de venda ao WPP, em 2014, seguirá plena dentro da Superunion. "Nada muda em nosso dia a dia, continuamos operando com a liberdade de sempre, de forma dedicada e próxima aos nossos clientes. Temos também liberdade de ajustarmos nosso posicionamento e oferta ao mercado de maneira local, reconhecendo as peculiaridades de cada mercado, tanto do ponto de vista criativo quanto estratégico", afirma.

O CEO da Epigram Superunion destaca ainda a qualidade criativa da nova bandeira, cujas empresas juntas acumulam mais de mil prêmios internacionais, com destaque para 10 Leões em Cannes (cinco ouros) e em festivais como D&AD, Clio e no Digital Impact Awards. "Nunca antes criatividade, estratégia e execução estiveram tão integrados em uma única empresa", conclui Bicudo.

FEBRATEX

FEIRA BRASILEIRA PARA A INDÚSTRIA TÊXTIL

prodv

2018

21 a 24
de agosto de 2018
das 14h às 21h
Parque Vila Germânica
Blumenau/SC

www.**febratex**.com.br

Apoio: ABIT, ABIMAQ, ABIT Têxtil e Confecção

Agência de viagens oficial: FEIRATUR Agência de Viagens www.feiratur.com.br

Empresa Associada: UBRAFE União Brasileira dos Promotores de Feiras

Promoção: Fcem Feiras e Congressos | FEBRATEX GROUP


Swissoprint



TECNOLOGIA DO AMANHÃ, HOJE.

Fomos conhecer a fábrica da swissQprint na Suíça e entender o fenômeno da impressoras digitais



A swissQprint é uma sociedade anônima independente com sede em Kriessern (Suíça), e recebeu o nosso publisher Marco Marcelino em dezembro, que teve acesso a todos os detalhes de fabricação. Você acompanha com exclusividade o conteúdo da visita e entenderá porque o sistema de impressão digital de altíssima qualidade da empresa suíça vem sendo admirado no Brasil e no mundo. São impressoras capazes de imprimir do mais comum até os mais inusitados materiais.

"Eu já conheci outras empresas fabricantes de equipamentos digitais e espero conhecer outras mais, mas sai da swissQprint impressionado pela precisão, confiabilidade e simplicidade na construção das impressoras", comenta nosso editor.

No Brasil não é a primeira vez que a marca tenta se fazer presente. Alguns anos, um distribuidor de equipamentos fez um péssimo trabalho e depois de quebrar ainda deixou péssima imagem para os fabricantes suíços. A segunda chance só veio, quando a Components, cujo um dos sócios alemão, apresentou um plano de trabalho sério. A frente do projeto, Jungles Antonow, executivo da Components e especialista técnico em impressão para mercados industriais.

O Brasil tem hoje 4 equipamentos instalados em fábricas industriais e cerca de 1.000 impressoras em funcionamento pelo mundo.

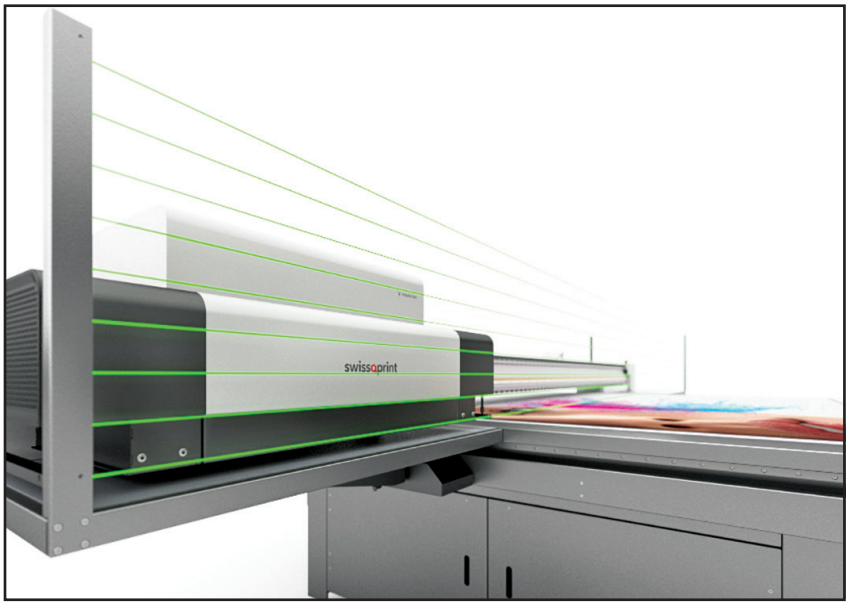
Mas, quem são eles?

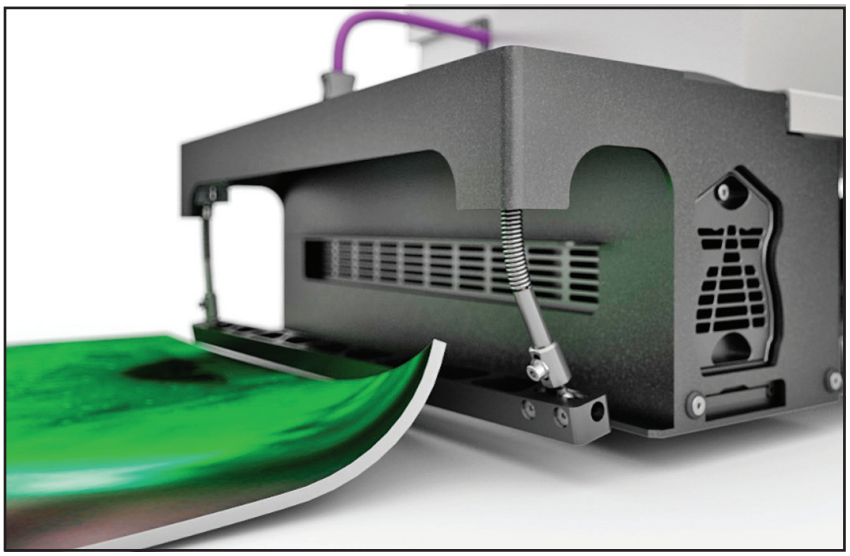
A empresa surgiu como Mechatron e teve início em 1996. Em 1999 foi comprada pela Zund. A empresa vendeu essa área de impressão em 2007, para os engenheiros que trabalharam na zund e fundaram no mesmo ano, a swissQprint.

Em maio de 2008 apresentou a primeira Oryx, lançou a Impala em outubro de 2010 e a Nyala 2012 em maio de 2012. Em 2014 a empresa lançou a segunda geração dos equipamentos com as configurações que tem hoje.

A impressora Oryx LED, mesa "flat-bed" com dimensões de 2,5×2 metros e uma velocidade de até 65 m^2/h. A Impala LED com sua mesa de 2,5×2 metros produz até 180 m^2/h. E a Nyala LED, uma máquina imponente com a área de impressão de 3,2×2 metros e velocidade máxima de 206 m^2/h.

Todos os equipamentos têm o mesmo padrão e conceito de qualidade. Variam entre 360 e 1080 dpi's com resolução visual de 2160 dpi's em função das cores auxiliares e redução do ponto. Variação de 9 a 42 pirolitos e 1024 nozzles. Os equipamentos têm um canal especial como primer para trabalhar em materiais como metais e vidros. Ou então escolher canais como vernizes e cores especiais como laranja, verde e violeta, para facilitar atingir cores do tipo PANTONE. São nove canais configuráveis entre essas possibilidades. São ao todo 18 cabeças de impressão. Os equipamentos fazem impressão de alta velocidade da máquina com resolução máxima de 1080. Entender essas variações entre os modelos é uma parcial e certamente um melhor entendimento só é possível quando de posse das amostras e apresentação feita pela própria empresa. Mas vale a pena entender o conceito.





Em janeiro de 2015 lançaram a nova fábrica. Em 2016 apresentaram o ROB, o primeiro Robo operando uma impressora digital. Em 2016, lançaram uma unidade nos estados unidos, Em 2017 Japao e Alemanha. Em maio de 2017 lançou a Impala LED e Nyala LED durante a FESPA de Dusseldorf. 2018 a expectativa da Components é mostrar ao mercado brasileiro as vantagens competitivas das impressoras swissQprint.

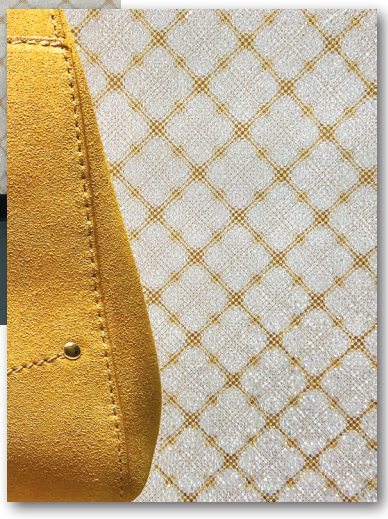
Na Suiça, a empresa que começou com 5 funcionários em 2007, hoje tem cerca 110 funcionários e uma média de 160 equipamentos instalados por ano para cerca de 40 países.

Ao todo, são 2.200 partes nas máquinas, sendo 80% produzidas na Suíça. Itens como tintas têm como parceiro a Sun Chemicals e a Nutec, em lâmpadas LED, um fabricante na Índia, e Cabeça de Impressão, a Konica Minolta.

Os três modelos variam em velocidade com configuração das cabeças. Oryx LED com 1 cabeça de impressão por canal. A Impala LED e Nyala LED são duas ou quatro duplas de cabeças por canal. Dentro da configuração de 4x4 usam o Branco uma gota de 30 picolitros e nas coloridas com 9 ou 14 pirolitos. A cabeça Konica Minolta 1024. A impressão de 2.5 por 4 metros no caso da Oryx e Impala e no caso da Nyala 3.2 x 4







metros com opcional. Alguns casos imprimir chapas de até 8 metros. Imprime até 5 cm de altura. É um processo que duplica a produção a partir do sistema de alimentação contínuo.

Você também pode utilizar os equipamentos para imprimir rolos de materiais flexíveis. Você pode imprimir dois rolos de metragens menores e materiais diferentes. Impressão de 2,5 no caso da Oryx e Impala e 3,2 m no caso de Nyala. É possível imprimir a largura máxima ou diferentes rolos. Um sistema de encolders garante a precisão em relação ao posicionamento do material e a impressão.

O robô funciona com medidas 70 cm x 100 cm e mídias de até 7 quilos. Mas existem outras possibilidades industriais com abastecimento robótico inclusive com chapas de vidro.

Uma tecnologia de impressão para todos os tipos de substratos.

Imprimir sobre materiais plásticos não é novidade ou particularidade de nenhuma impressora, mas imprimir sobre vidro, sem prime, e peças irregulares é um diferencial que a swissQprint incorporou em seus equipamentos.

Ter uma espécie de antena que de maneira simples identifica a presença de uma pessoa e reduz a velocidade do carro impressor até sua parada imediata caso seja detectada uma colisão.

Interessante é que, mesmo com a parada do carro no meio de uma impressão e retrocesso do carro para a base, a tecnologia da swissQprint tem recurso para voltar a imprimir e você não perde a peça. E o mais incrível foi ver essa simulação e não conseguir identificar uma marcação do antes ou depois. Isso confere a tecnologia uma altíssima precisão.

Outro caso interessante é o sistema de ajuste do vácuo da mesa de impressão, não sendo necessário tampar com papéis, lonas ou adesivos. Um sistema simples,

prático e inteligente fecha as áreas que não serão utilizadas e concentra o vácuo apenas onde tem a impressão.

A mesa de impressão ainda tem um sistema para fixação de pinos que agilizam o posicionamento das peças a serem impressas.

No modo Tandem, a máquina e o operador trabalham combinando forças. Ambos estão permanentemente trabalhando. A mais alta produtividade da máquina e um verdadeiro treino de academia para o operador.

O princípio é simples: a mesa de impressão pode ser equipada com mídias tanto pela área dianteira como pela área traseira. Enquanto um lado está sendo impresso, o operador prepara o outro lado e assim sucessivamente. O resultado é uma produção sem interrupções.

Quando você compra uma swissQprint com 4 cores, por exemplo, pode facilmente habilitar as demais cores no futuro, pois a empresa quando produz o equipamento já prepara a impressora com todos os possíveis canais.

A montagem dos equipamentos está dividida em 12 etapas e em cada uma tem uma impressora estacionada, sendo preparada. Quando um equipamento é vendido a fila anda e o processo produtivo se torna contínuo. São feitas duas revisões por duas diferentes equipes em duas semanas antes da impressora sair para ser instalada no Cliente.

A swissQprint entende que é fabricante de tecnologia de impressão e trata o abastecimento das tintas com muita versatilidade, tendo dois fornecedores homologados. Você pode escolher entre Sun Chemicals ou Nutec.

Para o empresário Alessandro Witoslawiski, o ROB ainda é uma iniciativa pouco atrativa do ponto de vista de investimento, mas certo que a swissQprint está no caminho certo e tal inovação será fundamental para trabalhos contínuos 7 dias por semana, 365 dias por ano. “Se o material a ser impresso for um vidro por exemplo eu acho que o



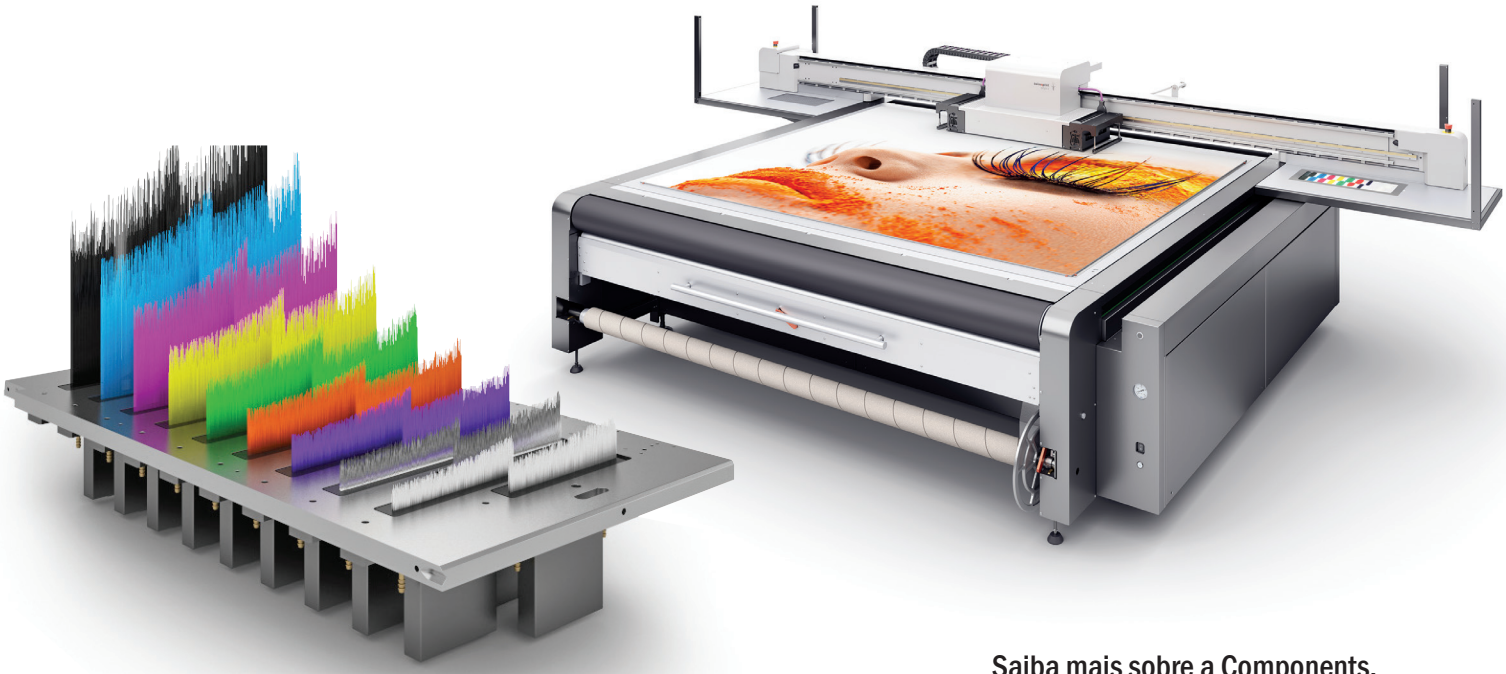
ROB é um investimento fundamental, mas para mercados de comunicação visual, talvez a próxima geração já seja algo imprescindível”.

Toda máquina swissQprint que possui um canal de verniz é, capaz de imprimir lentes que produzem um efeito 3D e dão profundidade na imagem impressa. As impressões desse recurso são geralmente ideais para materiais transparentes, como o vidro ou o acrílico que podem variar de 2 mm a 6 mm de espessura. O resultado final do efeito Droptix é algo de altíssimo valor agregado e ideal toda e qualquer marca de luxo teriam seus produtos muito bem representado, causando um impacto muito diferenciado.

O processo Droptix é patenteado e a swissQprint oferece um software que permite fazer a reprodução do efeito de maneira muito simples. Veja o link: youtu.be/qX4XZLv8Jdo

Diferente das chapas lenticulares pré-fabricadas, o efeito Droptix permite destacar parte da imagem numa outra dimensão visual. Além de não ter problemas com encaixes das lentes sobre a chapa e o desperdício de um material caro.

As impressoras da swissQprint não custam mais caro, mesmo com esses efeitos diferenciados: seja o Droptix, impressão em relevo, cores intensas, impressão frente e verso contínuo e muito mais. Basta ter os canais além das 4 cores e pronto, mão a obra. É bem verdade que para a maioria dos





efeitos, menor a velocidade de produção, mas dividir o custo de operação por hora versos o preço de mercado é inegável a vantagem competitiva.

Então antes de pensar em produtividade de impressão pense em tempo de produção e o quanto o custo pode ser revertido em faturamento para o seu negócio. Uma coisa é imprimir rápido, outra coisa é produzir rápido.

Durante a nossa visita a fábrica, acompanhamos um cliente que fez exaustivos testes e comparou com a atual tecnologia que eles têm no Brasil. O resultado impressionante mostra superioridade do equipamento que tem uma filosofia um pouco diferente em relação aos atuais equipamentos competidores.

Detalhes para uma câmera que identifica eventuais falha de impressão e identifica o Nozzle que precisa de atenção. Você pode marcar esse ponto e o sistema cria um processo de compensação capaz de ajusta a impressão sem a necessidade de parar a produtividade.

Impressionante também é a baixa quantidade de tinta expelida antes de iniciar a produção. Um processo extremamente limpo e diferenciado.

Saiba mais sobre a Components, a empresa que está distribuindo a swissQprint no Brasil

A cidade de São Bento do Sul, no estado de Santa Catarina, é essencialmente industrial e possui destaque no ramo moveleiro. Este cenário serviu como inspiração para Flávio Schuhmacher, diretor-presidente da Components Importação e Exportação, o qual identificou neste ramo grandes oportunidades comerciais. Assim fundou a Components que iniciou suas atividades há mais de uma década e que funciona como importadora de componentes para móveis e como exportadora de móveis fabricados na região. Seguindo sempre um planejamento estratégico de crescimento contínuo a empresa está presente também no setor vidreiro principalmente como fornecedor de tintas a base de água para vidros da fabricante italiana OECE.







Edgar Nogueira Junior da Fábrica de Ideias, Rubin Dettmer da DLaser, Eduardo Franco da vanGogh, Marco Marcelino da Revista Empresário Digital, Alessandro Witoslawski da Plastkolor, Jungles Antonow da Components swissQprint e Marcelo Dias da Fábrica de Ideias. Ao lado, Flávio Schuhmacher, diretor grupo Components

Distribuidora exclusiva no Brasil das tintas para vidro OECE, pertencente ao grupo Sherwin Williams que é líder mundial na produção de acabamentos em vidro, a Components vai muito além da simples ação de distribuir tintas. Atualmente, a empresa conta com uma área física de aproximadamente 4000m^2, destinada à nossa produção, com um moderno laboratório objetivando o aprimoramento, estudo e desenvolvimento de novas tecnologias.

As tintas para vidro OECE, por serem à base d'água, são totalmente livres da emissão de poluentes ao meio ambiente, garantindo a mais alta qualidade e rentabilidade em uma infinidade de cores.

Para Schuhmacher, essa parceria entre a Components e a OECE possibilita criar um grande diferencial aos clientes: "Oferecemos a possibilidade de desenvolver cores e criar diversos efeitos de forma exclusiva, oferecendo ainda o acompanhamento de nossos técnicos para as primeiras aplicações lá dentro da empresa do cliente, em qualquer lugar do país".



Ao lado, Kátia Beatriz Schuhmacher Fischer e Sven Fischer, Diretores da Building Products Brasil

Atendendo as principais e mais bem-conceituadas empresas do setor, a Components não para. E, em total sintonia com os avanços do mercado vidreiro, adquiriu recentemente impressora digital, que traz como principal característica a nanotecnologia aplicando imagens diretamente no vidro. Esta garante alta resolução e total durabilidade das impressões. Esses fatores, somados à política da Components de utilizar tintas livres de qualquer solvente químico, apresentam sem dúvida alguma, uma grande alternativa para todos os processos tradicionais de impressão em vidro.

A aquisição desta impressora é prova do grande diferencial da Components, que é estar sempre inovando e buscando suprir as necessidades do mercado e de seus clientes, oferecendo uma gama de produtos e serviços cada vez mais completa. O Grupo Components conta com profissionais capacitados e integrados no objetivo contínuo da empresa de atender as necessidades e expectativas do mercado, munidos de conhecimento, criatividade e objetividade.

Em meados de 2014 iniciamos a Nano printing (marca comercial da Components grupo) com o propósito de continuar oferecendo o serviço de impressão digital em materiais rígidos, mas também oferecer equipamentos de impressão, e foi neste momento que iniciamos a parceria com a fabricante de equipamentos de impressão digital UV de alto padrão swissQprint. Uma decisão acertada já que o próprio mercado sentia falta de principalmente, equipamentos voltados para a aplicação industrial. Segundo Jungles Antonow, responsável pelas vendas da swissQprint no Brasil "nossa aposta é excelência e clareza em todos os processos, mas com foco total no pós-venda e acompanhamento". A swissQprint se configura hoje como a empresa que mais cresce no seu setor, e já aparece entre as 3 mais importantes do mundo devido a sua alta confiabilidade entre donos e usuários.

Estamos ha mais de 15 anos profundamente comprometidos com nossos recursos técnicos e científicos, na busca contínua dos melhores produtos e serviços para oferecer ao mercado sempre qualidade aliada a novidade.

swissqprint

Sofisticada I Extremamente Rentável I Conceito Modular



O que há de mais tecnológico no mercado de impressoras LED UV de altíssima produção.
Com um conceito inédito de garantias a líder em vendas por 2 anos consecutivos no exigente mercado europeu e vencedora de 2 prêmios internacionais ADP awards na categoria Inovação, chega para colocar a sua empresa à frente nos negócios.

Equipamentos de alto padrão, totalmente automáticos e com atenção aos detalhes que vão revolucionar o seu conceito de impressão digital.
Uma proposta diferente é possível e queremos apresentar ela para você.

Chegamos para inovar.

COMPONENTS Grupo

Rua Vinte e Cinco de Julho, 374 Centro | CEP: 89280-259 | São Bento do Sul | Santa Catarina
www.nanoprinting.com.br - (51) 3058-3963



Por Walter Longo

A diferença entre **prometer** e **se comprometer**



Início do ano é sempre um tempo de promessas. Vou emagrecer, vou procurar outro emprego, vou terminar a reforma, vou cuidar melhor da saúde, vou ler aquele livro ou fazer aquele curso, etc.

Passamos umas duas ou três semanas cheios de planos e perspectivas que acabam ficando no meio do caminho e ao final do ano percebemos que quase tudo que foi prometido acabou não realizado.

Por isso, a grande resolução de início de ano deve ser: Prometer menos e se comprometer mais.

Mais importante que o "to do list" é o "not to do list". Vamos ter a noção de que a mudança de calendário não altera nosso comportamento. Que a única coisa capaz disso é uma mudança interna de perspectiva. Tenhamos coragem de dizer não, as vezes para nós mesmos. Sejamos compreensivos com nossas falhas e limitações, mas rígidos em relação às nossas tentações.

Cada vez que prometemos sem nos comprometermos, a isso se segue um sentimento de frustração e baixa autoestima que precisa ser evitada. Não adianta ser otimista na promessa sem ser realista na execução.

O mundo digital veio se somar ao analógico e o que sofreu com isso foi o tempo. Temos cada vez mais compromissos, atividades e cada vez menos tempo. E com menos tempo, é ainda menor nossa chance de realizar tudo que planejamos. Por isso, o ano de 2018 deve ser o ano do foco.

Uma mudança de comportamento vem com o tempo, mas a decisão de mudar começa em um instante. Precisamos entender a diferença entre promessa e compromisso. E, por isso, prometer menos e se comprometer mais. Esse é o nome do jogo...

GLASS SOUTH AMERICA | TECNOLOGIA & DESIGN

ASSIM COMO O VIDRO, A FEIRA MAIS VERSÁTIL PARA GERAR BONS NEGÓCIOS.

09 A 12
MAIO • 2018
NOVO LOCAL!
SÃO PAULO EXPO



Exponha, visite e esteja entre os melhores do segmento vidreiro.

Venha participar do maior encontro da indústria do Vidro Plano da América Latina. Da produção e processamento aos produtos finais e acessórios, na Glass você encontrará as soluções, inovações e as tecnologias para deixar seu negócio cada vez mais versátil.

Garanta sua participação na feira em 2018:

glass@nm-brasil.com.br
11 3205-5000

Organização: NÜRNBERG MESSE

Parceria exclusiva: abravidro – Associação Brasileira de Distribuidores e Processadores de Vidros Planos

Local: SÃO PAULO EXPO Exhibition & Convention Center

Por Erik Penna*



5 segredos de sucesso da EXCELÊNCIA DISNEY

Sou apaixonado pela magia do encantamento e, após intensa pesquisa literária, diversas visitas aos parques temáticos, curso sobre gestão de excelência junto ao Instituto Disney de Orlando-EUA, me encantei ainda mais. Resolvi me aprofundar no assunto e fiz no mês passado um tour muito especial chamado "Keys to the Kingdom" pelos bastidores da Disney, estudando, desta vez, o túnel secreto e subterrâneo que quase ninguém sabe ou vê quando se diverte pelos parques.

Vou destacar a seguir cinco segredos que mais me chamaram a atenção, e que ainda não foram relatados nos meus textos anteriores, pois são como lições de ouro que podemos implementar em nossas organizações e equipes. Confira:

1. Utilidors

São os corredores por debaixo do parque, locais onde transitam os funcionários, ou melhor, cast member (membros do elenco) como são chamados lá. Quase tudo é preparado neste local para que, quando subir ao local da apresentação, a experiência do cliente possa ser realmente especial. Sabia que até banco existe lá para facilitar a vida dos funcionários?

Em vários locais do túnel há mapas para informar aos colaboradores onde estão, afinal, eles imaginam que não seria bacana ver um robô que é para estar na tomorrowland aparecer andando na frontierland, área destinada ao velho oeste.

2. Uma empresa que você não vê

Os frequentadores da Disney estão acostumados a ver toda a magia, mas nem imaginam que esses colaboradores precisam estar motivados 365 dias do ano, pois é mais fácil um funcionário feliz tornar um cliente feliz.

Já parou para pensar quantos pessoas, que ficam nos bastidores, não aparecem, mas cuidam e motivam toda essa gente que encontramos lá em cima na Main Street (Avenida principal do parque) e nas atrações? Me lembro que, em uma das portas do túnel que dá acesso ao parque, pude ver várias mensagens reflexivas e motivacionais, como:

- Hoje você poderá fazer a diferença na vida de muitos visitantes.
- Você está preparado para criar o melhor final de ano de todos os tempos?

Repare, alguém precisa motivar o cliente interno para que estes motivem, encantem e surpreendam o cliente externo. O resultado financeiro é consequência.

3. Atenção aos detalhes

Você sabia que os parques da Disney nunca fecham, abrem 365 dias do ano? E que todas as noites, assim que o Magic Kingdom fecha, todos os postes da entrada da Main Street são pintados, para que realmente pareçam novinhos quando o parque reabrir na manhã seguinte? Sabia que a tinta dourada que é pintado o Carrossel no Magic Kingdom é feita com pó de ouro de 23 quilates? É bem provável que a maioria dos clientes não perceba, mas o importante para a Disney é que os colaboradores saibam como é fundamental ter tanta atenção aos detalhes.

4. Chaves da excelência

A liderança sabe que precisa empoderar a equipe, conferem certa autonomia para que eles mesmos tomem as decisões. Desta forma, as pessoas se baseiam nas 4 chaves de prioridades, ou seja, na hora de tomar uma decisão, observam a seguinte ordem:

- Segurança: prioridade absoluta, todos precisam se sentir seguros e, aonde alguém se machuca, o show não acontece.
- Cortesia: o convidado deve ser tratado como uma estrela principal, com toda cordialidade e excelência.
- Show: não pode ser mais um espetáculo, precisa surpreender, fazer mais do que o cliente espera e, assim, conquistar do cliente o UAU!.
- Eficiência: tudo precisa funcionar perfeitamente, portanto, o lema é: faça certo da primeira vez.

5. Espelho e relógio

Uma cena fixou na minha mente. Fomos conhecer onde são construídos e cuidados os carros alegóricos, aqueles que aparecem na famosa parada, onde desfilam os personagens, as princesas. Na saída deste local, que separa os bastidores do show, há um espelho bem grande e um relógio. Os dois objetos conferem uma autorreflexão a cada cast member antes de passar pela porta e que cada funcionário deve responder antes de começar a trabalhar:

- Ao olhar para o relógio responde à pergunta: "Estou no horário certo?".
- Ao olhar para o espelho responde para si à seguinte pergunta: "Estou pronto para dar um verdadeiro show?".

Dá para implementar tudo isso com nossa equipe? Sim, é possível. Mas será fácil?

Ai, eu deixo a resposta do próprio Walt Disney: "Eu gosto do impossível porque lá a concorrência é menor".

*Erik Penna é palestrante de vendas e motivação, especialista em vendas com qualificação internacional, consultor e autor dos livros "A Divertida Arte de Vender", "Motivação Nota 10", "21 soluções para potencializar seu negócio", "Atendimento Mágico - Como Encantar e Surpreender Clientes" e "O Dom de Motivar na Arte de Educar". Saiba mais sobre motivação e vendas em: www.erikpenna.com.br

Océ Colorado será lançada oficialmente pela Canon



A Canon do Brasil projeta uma grande participação na ExpoPrint Latin America 2018, que acontece de 20 a 24 de março no Expo Center Norte, em São Paulo. A companhia global vai apresentar ao público seu know-how em diferentes segmentos da impressão digital, como Comunicação Visual, Impressão Comercial, Editorial, Dados Variáveis, Provas, dentre outros.

Para Manuel Valente, Supervisor de Vendas da linha PPS e DGS da Canon, "O mundo da impressão mudou, portanto, em um mercado com mudanças e evolução constantes, é de importância vital a adaptação contínua do modelo de negócio dos nossos clientes. Essa adaptação passa pela adoção de novas tecnologias como a impressão digital. Nosso objetivo é aproveitar da melhor forma possível as novas oportunidades assim que elas surgirem. A ExpoPrint Latin America 2018 se encaixa perfeitamente neste contexto, pois é uma oportunidade única para troca de informações afim de entendermos as necessidades e tendências dos clientes dos nossos clientes".

Na ExpoPrint Latin America 2018, a Canon vai promover o lançamento oficial da Océ Colorado, que pode ser usada em diferentes aplicações como banners internos e externos, papel de parede, Floor graphics, Backlights. O equipamento utiliza a nova tecnologia de tinta UVgel que, segundo Valente, "incorpora as vantagens de cada tecnologia atualmente existente com custo menor, alta velocidade e qualidade incomparável".

A Canon vem trabalhando para levar as soluções que os empresários precisam, conforme destaca o Supervisor de Vendas: "Com uma linha de produtos cada vez mais ampla, podemos ajudar o gráfico em todas as aplicações tradicionais de impressão com as vantagens das pequenas tiragens, personalização, produção de livros em alta velocidade e excepcional qualidade, podendo atender quaisquer necessidades de impressão".

A empresa busca inicialmente entender o objetivo do cliente, quais suas pretensões, quais os mercados que pretende atingir para oferecer o produto correto, assessorando no pós-vendas na busca por novas aplicações, otimização dos fluxos de trabalho e quaisquer necessidades de suporte.

Manuel Valente reforça: "A Canon tem diversas opções de impressoras digitais tanto coloridas como preto e branco, laser e jato de tinta, pequeno, médio e grande porte, pequenos e grandes formatos, temos a maior linha de produtos digitais para atender o mercado gráfico com qualidade e custos competitivos", e finaliza: "Todas as plataformas Canon são desenvolvidas para fornecer integração com o workflow do cliente e, através de parcerias com os maiores fabricantes de software do mundo, temos oferecido soluções completas para nossos clientes".

Eles contam tudo

sobre os negócios da comunicação na RECORD NEWS

Grandes Nomes da Propaganda

DOMINGO às 10h30

RN RECORD NEWS



Canal aberto: SP 42 / RJ 52 / BH 27 / DF 46 / SC 06
TV por Assinatura: 19 SKY / 78 NET / 55 e 86 VIVO TV
14 OI TV / 14 CLARO TV
Demais localidades e operadoras consulte:
www.recordnewstv.com.br

/portalgnp @ProgramaGNP
grandesnomesdapropaganda.com.br

P&D Comunicação

Apoio:

CONTATO futurelab bureau de tecnologia M|Checon cenografia Adstream

identificação

DE CRACHÁS, CARTÕES E CORDÕES



Cartões Inteligentes
Sistemas RFID
e Tecnologia HDI

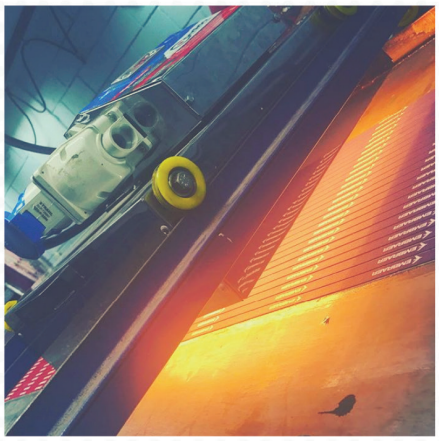


Personalize
a Comunicação
da sua Empresa



Dados Blindados
para Segurança
de Reprodução

Venha Conhecer
as Soluções de
identificação da Activa



Rua Bento Sabino dos Reis, 548
Vila Ema - CEP: 03277-000 - São Paulo
www.activabrasil.com - 11 2024 7374

ACTiVA
solução em identificação