



# Amostra

**GRÁTIS**

NÚMERO 11  
AGO/SET  
2018

## Marketing ] Aposta no conteúdo digital

**QUANDO FALAMOS** em revistas próprias e informativos, é preciso primeiro definir em que meio será publicado o material: impresso ou virtual. Em um cenário de dificuldades econômicas, a opção pelo digital favorece por não ter custos de impressão e baixo custo de distribuição, contando com uma boa plataforma. Além das questões financeiras, a escolha também deve considerar o público que se quer atingir e as possibilidades que o papel e o online oferecem. Vale observar também as transformações do mercado editorial, que ainda está se adaptando ao meio digital.

Quando o assunto é revista online, não estamos nos referindo a um simples PDF em uma tela. Elas precisam ser pensadas com foco no meio digital.

As publicações devem ter recursos adicionais que já estamos acostumados a consumir em sites, como vídeos, áudios e galerias de fotos. Outra vantagem é a presença de *hyperlinks*, para que o leitor possa ler mais sobre uma notícia. É possível ainda mensurar o índice e o tempo de leitura, as páginas mais lidas e os *links* mais acessados.



### VEJA AGORA:



Para conferir um vídeo da revista em realidade aumentada, baixe o app MagiPix, clique em "Novo conteúdo", insira o código "Revista" e direcione a câmera do seu *smartphone* para a imagem ao lado

### RECURSOS ESPECIAIS DA REVISTA:



Quem está sem tempo de ler a reportagem especial pode escutá-la na íntegra, enquanto faz outra coisa

As reportagens trazem vídeos curtos, produzidos pela Temática, como forma de atrair para a leitura



A revista digital permite ainda a montagem de galerias de imagens

### Bens & Serviços digital

Em janeiro deste ano, a revista Bens & Serviços, da Federação do Comércio de Bens e de Serviços do Estado do Rio Grande do Sul (Fecomércio-RS), passou a ter conteúdo somente digital e interativo. A transformação, acompanhada pela renovação dos projetos editorial e gráfico, foi orientada para trazer um texto mais ágil, com apoio de vídeos, áudios e imagens. Produzida desde 2005 pela Temática Publicações, a revista ganhou um novo formato e proposta mais conectada a seu público leitor. Com a mudança, as pautas podem ser enriquecidas com outras mídias – cada edição tem pelo menos dois vídeos e a reportagem especial em áudio.



[ A Palavra é Nossa ]

**QUINZE ANOS** se passaram desde que nos lançamos no mercado, com a cara e a coragem, sem nenhum cliente debaixo do braço, apenas com uma vontade imensa de empreender e muito planejamento. Como não tínhamos portfólio na época, nossa primeira publicação foi o Amostra Grátis – este mesmo informativo que você tem em mãos –, em uma pequena demonstração do nosso trabalho, propagando tendências da comunicação organizacional. Hoje retomamos o periódico, trazendo uma experiência de realidade aumentada na capa – não viu ainda? Confere lá! Atualmente, apesar dos tempos difíceis, a comunicação virou *core business* de praticamente qualquer negócio. Tão importante quanto a atividade-fim, as marcas precisam cada vez mais se comunicar com o consumidor, e é claro que nem toda empresa tem o dom da comunicação em seu DNA. E é aí que entramos, como especialistas terceirizados para cuidar desses assuntos, enquanto você e sua equipe se dedicam ao que sabem fazer de melhor. A próxima edição do Amostra Grátis será totalmente digital, com conteúdos relacionados às áreas de marketing, gestão de pessoas e comunicação, dicas quentinhas de livros interessantes e toques de português, entre outros assuntos. Curtiu? Acompanhe!

Fernanda Reche  
Diretora

## O ambiente que motiva o colaborador



©Stock.com/Squared Pixels

**EM TEMPOS DE** instabilidade, vendas tímidas e desemprego, as empresas enfrentam a dicotomia de haver muita oferta de profissionais à disposição e pouco a oferecer. Para sobressair no mercado, o desafio é motivar os colaboradores de modo que eles não trabalhem apenas para se manter nos cargos. Mesmo em níveis operacionais, as pessoas querem outro tipo de relação com as organizações. Em resumo: o sistema antigo baseado em recompensas e punições está em desuso. De um lado, as receitas estão apertadas. De outro, a motivação absorveu novos fatores.

Segundo o escritor e pesquisador americano Daniel Pink, autor do livro *Motivação 3.0 – Os novos fatores motivacionais para a realização pessoal e profissional*, as pessoas sentem-se especialmente influenciadas a ter uma alta performance se o trabalho/projeto é interessante, faz a diferença na sociedade

ou permite a elas tornarem-se especialistas numa tarefa. Criatividade e inovação exigem autonomia, excelência e propósito. A possibilidade de dirigir o próprio trabalho tem sido cada vez mais valorizada. Tarefas estritamente físicas e cansativas devem ficar a cargo de máquinas.

O reconhecimento não monetário também é uma importante ferramenta de engajamento. No livro *Líder Empreendedor*, o empresário e consultor financeiro Dave Ramsey dá a medida exata do valor da prática: sem ela, é muito difícil ter membros na equipe que sejam criativos, motivados e apaixonados pelo que fazem. “A sensação de aceitação dá às pessoas a oportunidade perfeita para se tornarem as melhores em suas atividades”, escreve. Como fazer? A melhor maneira é simplesmente colocar mãos à obra, tornando isso um hábito. Um simples parabéns pode ser o começo.



Rua Gen. João Telles, 524/602  
Bom Fim – Porto Alegre-RS  
CEP 90035-120 / Fone: (51) 3346-1194  
admin@tematica-rs.com.br



www.tematica-rs.com.br



@tematicapub



Temática Publicações



@tematicaRS

**Edição:** Fernanda Reche (MTb 9474)

**Reportagem:** Claudia Boff, Diego Paiva de Castro e Laura Schenkel

**Colaboração:** Diego Rodrigues e Nathália Lemes

**Edição de Arte:** Eduardo Mello

**Revisão:** Flávio Dotti Cesa



# [Publicações] 15 anos produzindo conteúdo de qualidade

**DESDE 2 DE** outubro de 2003 presente no bairro Bom Fim de Porto Alegre, a Temática Publicações vive como uma agência de conteúdo composta por jornalistas diplomados. Assim é definida por Fernanda Reche, diretora e co-fundadora, que percebeu o potencial da profissão no meio empresarial e há 15 anos abriu as portas na rua General João Telles, onde atua até hoje.

Por meio do trabalho de uma equipe que abarca profissionais de Jornalismo, parceiros comerciais e diversos colaboradores de áreas afins, a Temática celebra seu tempo de mercado acreditando no poder da informação para os clientes. “Vivemos na era da Informação. As empresas que ainda não compartilham conhecimento estão deixando passar uma grande oportunidade”, afirma Fernanda. Reconhecida por vários setores da economia gaúcha, a empresa se preocupa com cada leitor quando produz textos e *layouts* customizados em diversos formatos, desde a concepção do projeto até a entrega do material pela gráfica ou na plataforma digital.

Entre os serviços prestados está a produção de conteúdo para diversas entidades e empresas, nos meios impresso e digital, em forma de revistas corporativas, informativos internos, postagens em mídias sociais, relatórios de gestão, livros comemorativos e projetos especiais, entre outros. A Temática é responsável por todas as etapas de uma publicação: elaboração das pautas, apuração, entrevistas, redação, edição, vídeos, áudios, coordenação editorial, revisão gramatical, edição de arte, diagramação e acompanhamento na gráfica ou abastecimento na plataforma digital. Razões para celebrar não faltam: durante sua trajetória, a agência produziu milhares de edições. E a caminhada não para por aqui.

A empresa enxerga o futuro com ânimo e confiança. Nesses anos, a Temática vem se renovando constantemente, mas uma coisa não mudou: “Qualidade, compromisso com prazos e comprometimento com clientes e leitores são características natas e reconhecidas por quem nos conhece”.



## Cientes de longa data

Com seu histórico de trabalho, dedicação, respeito com os colaboradores e comprometimento total, a Temática consolidou seu espaço no mercado, com qualidade atestada por seus parceiros. Entre os clientes que apostam na empresa há mais de dez anos estão a Associação Gaúcha de Supermercados (Agas), com a Revista Agas (*acima*), a Fecomércio-RS, com a Bens&Serviços, o Sindicato e a Associação da Indústria Gráfica no Rio Grande do Sul (Sindigraf-RS e Abigraf-RS), com serviços variados, e o Serviço Social do Comércio do Rio Grande do Sul (Sesc-RS), entre outros.

# 7 razões para se investir em revistas customizadas

Ter uma publicação própria, que leva o nome da sua marca diretamente ao seu público de interesse, traz muitos benefícios a empresas e entidades. Se sua organização ainda não é adepta dessa ação de marketing, conheça alguns motivos para avaliar a iniciativa:

- 1 **Visibilidade da marca** – É a sua empresa por trás de dicas úteis e informações importantes, por meio de distribuição dirigida a quem interessa. Ajuda a construir e reforçar a imagem da sua marca junto aos seus *stakeholders*.
- 2 **Baixo custo** – Impressa ou digital, custa menos que uma veiculação única de anúncio em jornal de grande circulação (ação que também pode fazer parte do *mix*), por exemplo. No caso do impresso, há ainda isenção de imposto sobre o papel, na comparação com materiais promocionais.
- 3 **Curadoria de conteúdo estratégico** – É possível escolher os temas abordados e ter controle de tudo o que é publicado. Mas atenção: o conteúdo deve ser relevante, e não meramente institucional, para que desperte a atenção do leitor. Sem isso, de nada adiantará a customização.
- 4 **Atração de novos clientes** – Além de fidelizar o seu público, auxilia na captação de novos clientes, que podem conhecer a empresa por meio do material. Gera sentimento de identificação do consumidor com a marca.
- 5 **Transmite os valores da empresa** – Expressa o DNA da sua companhia, em uma época em que as pessoas estão mais atentas a valores e acompanham suas ações de perto.
- 6 **Vantagem competitiva** – Ajuda a diferenciá-lo da concorrência. Em vez de meros catálogos, feitos por boa parte das empresas, o ideal é investir em uma publicação única, com informações de interesse dos seus principais clientes.
- 7 **Credibilidade** – É uma forma de oferecer ao seu público aquilo que não tem preço: conhecimento associado à sua marca. Ainda mais em tempos de *fake news*.



Se por um lado observamos a redução de revistas tradicionais impressas, as customizadas estão em expansão, aumentando globalmente em número e tiragem, pelo fato de serem dirigidas e gratuitas.



Divulgação/Echos

## Mario Rosa: *design thinking*

Um dos sócios e gerente de negócios da Echos Laboratório de Inovação no Brasil, Mario Rosa conceitua *design thinking* como um modelo mental, centrado no ser humano e que acelera a inovação e soluciona problemas complexos. Essa abordagem propõe uma nova maneira de pensar, baseada em empatia, colaboração e experimentação.

### Qual a ligação do *design thinking* com a inovação?

Antes de entender se a solução é tecnicamente possível e financeiramente viável, precisamos saber o que é desejável pelas pessoas. O *design thinking* descobre qual solução vale a pena ser resolvida. Isso é uma mudança significativa de modelo mental, saindo da angústia de pensar sem propósito em ações quando não temos claro qual é o problema. Oferece-se espaço para as ideias emergirem sem pré-julgamentos, fazendo com que o cérebro seja forçado a sair da zona de conforto e, a partir daí, enxergar futuros desejáveis.

### Como essa metodologia pode ser aplicada nas organizações?

Empresas que estão em ambientes altamente regulados ou complexos procuram o *design thinking* como forma de inovar e apresentar novos caminhos. Esse modelo mental e o processo do *design* podem ser adaptados a diferentes contextos, metodologias e ferramentas. O que realmente muda são as pessoas com suas visões de mundo. As ferramentas, assim como as tecnologias, são apenas suporte.

### Quais os benefícios de usá-lo nas empresas?

Os empreendedores conseguem minimizar os riscos (e também os custos) de criar algo novo. Encurta-se o tempo de desenvolvimento do negócio e eleva-se o grau de assertividade dele. Quando aplicado em equipe, há a transformação das pessoas envolvidas em um processo colaborativo, empático e focado na experimentação.