

Negócios & Propaganda



Claudia Penteado
negocios.propaganda@jb.com.br

FGV em campanha

Entra no ar nova campanha da Agência3 para divulgar o início do processo seletivo para os cursos de Graduação da Fundação Getúlio Vargas, com o tema *Vestibular FGV. Seleta como o mercado de trabalho*.

Debate na ESPM RJ

A ESPM-Rio realiza hoje workshop gratuito sobre o tema *Paraolimpismo no Brasil* para discutir investimentos para a categoria. Informações: 2216-2002.

Globes Awards no Rio

Paulo Roberto de Souza ministra o treinamento Entrevista Comportamental por Competências no dia 27, sobre técnicas para entrevistas de seleção. Informações: www.youcanbe.com.br.

Redação em Paraty

Volta à cena o Encontro de Redação Publicitária de Paraty, patrocinado pela ESPM Rio e que acontece entre 13 e 14 de agosto em Paraty. Este ano, Elóy Simões recebe o Troféu Jeca Tatu. Mais em www.alaprio.com.br.

Globes Awards no Rio

Pela primeira vez, a MAA - Marketing Agencies Association realizará o Globes Awards fora dos Estados Unidos e escolheu o Rio de Janeiro para sede em 2011. Tudo sobre o prêmio em www.maa-globes.com.

Estafan C no ar

A Binder assina para o antifatigante Estafan C, da Cellofarm, uma ação em rádio em conjunto com o Sistema Globo de Rádio. Também foram criados painéis para estações do Metrô e SuperVía, no RJ e em SP.

Encontro empresarial

Nos dias 29 e 30 de julho acontece o 7º Congresso Corporativo na Firjan. O encontro para discutir tendências e práticas da gestão empresarial tem apoio da Aroma Natural. Mais em: www.congresso-corporativo.com.br.

Script e Kombat assinam novo comercial para Taco Jeans



>> DIA DOS PAIS – Segue a estética surpreendente marca registrada dos comerciais da Taco o novo filme criado por Ricardo Real, Marcello Mendes, João Paulo Medeiros e Guilherme Figueira.

Expo no Shopping

Acontece no Shopping Leblon a instalação *Livre*, que toma conta do primeiro piso. O coquetel de inauguração acontece amanhã. Mais: www.shoppingleblon.com.br.

Design automotivo

Abertas as inscrições para o 4º Desafio Plascar/Sae Brasil de Design Automotivo. Para estudantes de graduação. E-mail: concurso.design@plascargroup.com.

PONTO DE VISTA | CARLOS FICHMAN - DIRETOR EXECUTIVO DA READER'S DIGEST NO BRASIL

Qual o foco, hoje, da Reader's Digest?

– Diversificar o portfólio de produtos para além da área editorial, crescer a receita B2B através da nossa braços de Serviços de Marketing, e avaliar a entrada no mercado de e-commerce - através de marca própria e utilizando nosso know-how em Marketing Direto, desenvolvido ao longo de décadas.

E como criar essa operação de e-commerce?

– A princípio, e até mesmo como forma de criar valor, através de uma operação

própria, mesclando nossa *expertise* com o negócio tradicional de e-commerce. Mais à frente, com o negócio estabelecido e rentável, poderemos avaliar associações ou parcerias com outras empresas.

Como o know-how de marketing direto da empresa vem alavancando os negócios?

– Como nosso know-how é reconhecido no mercado, estabelecemos parcerias onde nos tornamos o "braço comercial" dos clientes, vendendo seus produtos através do canal di-



“Nosso maior know-how, além de desenvolver conteúdo, é saber vender produtos.

gital. Um de nossos parceiros é a revista Caras. É uma linha de receita que vem crescendo 50% ao ano e onde temos ainda muito espaço. É até engraçado uma empresa tí-

pica de venda ao consumidor final criar um negócio onde o foco é a parceria com outras empresas. Mas o fato é que nosso maior know-how, além de desenvolver conteúdo, é

saber vender produtos, o que tem muito valor hoje em dia para qualquer empresa.

Qual é o futuro da revista Seleções?

– A revista continuará sendo por muito tempo nosso produto mais conhecido e, com o tempo, mais e mais assinantes virão do canal digital e receberão seu conteúdo através de múltiplas plataformas, no momento e quantidade desejados.

Esta coluna é uma realização da ABAP-Rio (Associação Brasileira de Agências de Publicidade - capítulo Rio - www.abap-rio.com.br)

XXXX