



PUBLICAÇÕES CUSTOMIZADAS COMO ALTERNATIVA DE MÍDIA

case

FLORENSE



REVISTA CUSTOMIZADA

Num momento de transformação da indústria de notícias, a revista customizada apresenta-se como uma nova maneira de informar, comunicar, atrair novos clientes e manter o relacionamento com os já conquistados.



Em relação ao crescimento, a revista customizada só fica atrás da publicidade feita por meio da internet.



Na contramão do que acontece com a mídia tradicional, especialmente jornais e revistas, o número de títulos e a circulação deles só aumenta.



Pesquisa constatou que 78% dos norte-americanos acreditam que a publicação customizada é o meio mais eficaz para as empresas falarem de seus produtos e serviços – além de garantir a fidelização do cliente.



O crescimento ocorre pelo fato de que empresas têm em suas edições conteúdo específico e direcionado para cada segmento.



**DIANTE DESSE QUADRO, POR QUE A FLORENSE
RESOLVEU LANÇAR A SUA REVISTA?**

POR TUDO ISSO!



Para manter um canal direto com seus parceiros,
seus clientes e seus fornecedores, além de buscar
atrair novos parceiros, clientes e fornecedores.



Estratégia editorial: fugir do óbvio. A mensagem que a revista traz é a sintonia com seu público, uma forma de oferecer um material com linguagem e conteúdo que seja pertinente a esse público.



A revista procura expressar a identidade da marca Florense. E, ao mesmo tempo, reforçá-la.



Editorialmente, é uma publicação conceitual,
ligada à construção e reforço da marca.
A Florense mostra seus objetivos, faz sua vitrine e
concilia as expectativas do consumidor final.



A Florense é uma marca de primeira linha.
A revista reflete isso.



Equipe de colaboradores é formada por renomados profissionais da imprensa cultural e de entretenimento do país.

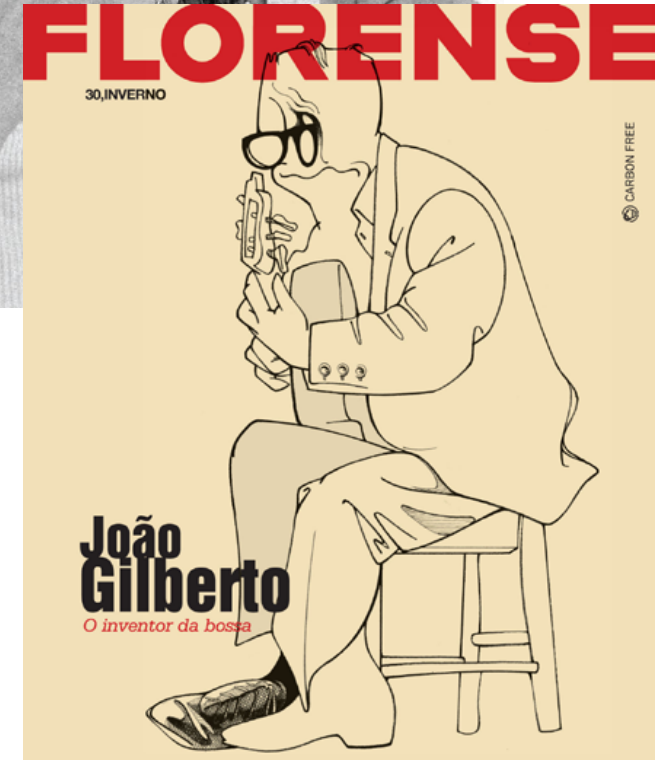


Não se quis uma revista de luxo, mas algo cult,
que criasse uma identificação mais próxima, mais
exclusiva.



Fortalecer a imagem e oferecer um produto que tem especificidades claras, definidas.





FLORENSE

primavera

N 39

CARBON FREE



GAROTO PRODÍGIO

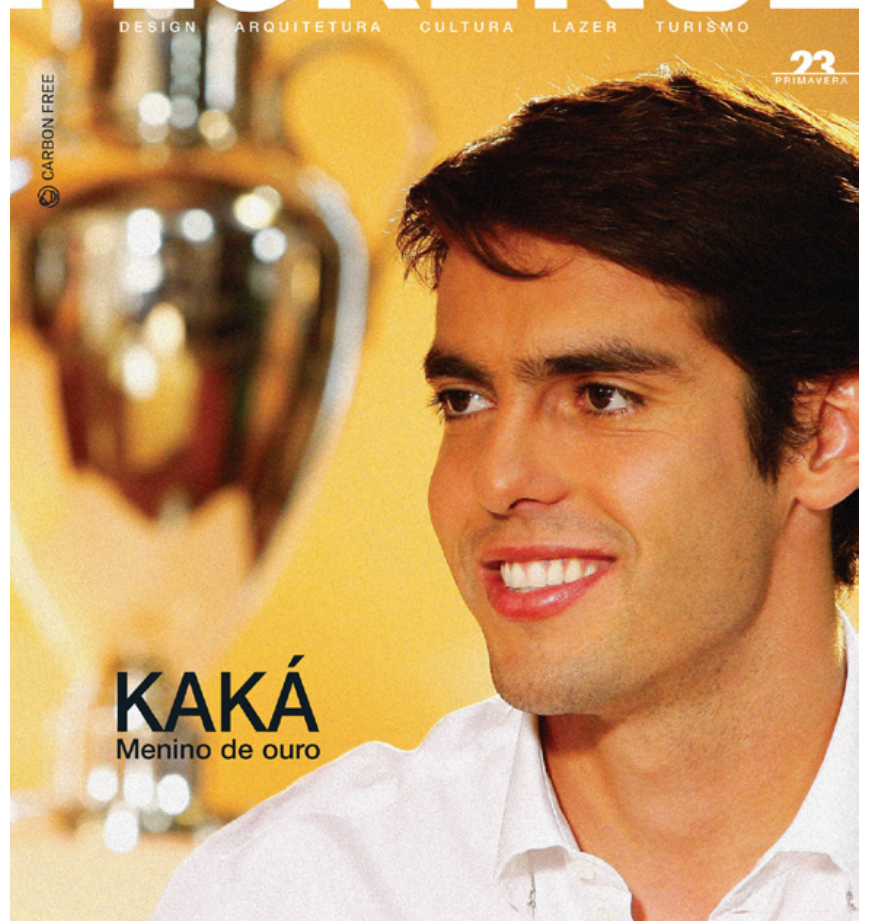
Craque da bola e dos negócios, Neymar se cerca da família e dos amigos para dar os primeiros passos no futebol europeu

FLORENSE

DESIGN ARQUITETURA CULTURA LAZER TURISMO

23
PRIMAVERA

CARBON FREE



KAKÁ

Menino de ouro

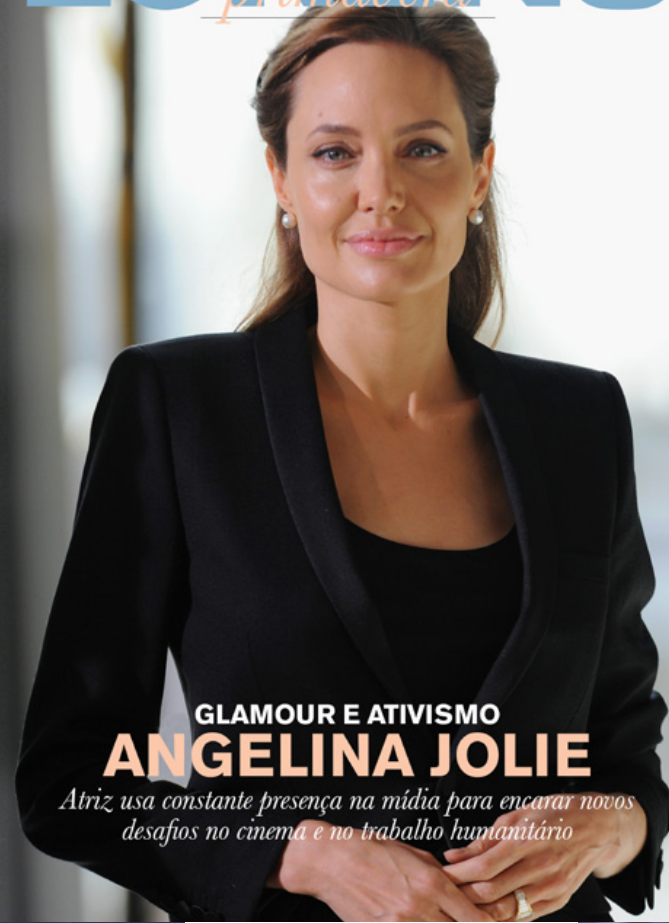


FLORENSE

primavera

Nº 43

CARBON FREE



GLAMOUR E ATIVISMO ANGELINA JOLIE

Atriz usa constante presença na mídia para encarar novos desafios no cinema e no trabalho humanitário

FLORENSE

31, PRIMAVERA



**Harrison
FORD**
Senhor Hollywood

ORENSE

ARQUITETURA CULTURA LAZER TURISMO

27
PRIMAVERA

CARBON FREE



Julia Roberts
Beleza equilibrada

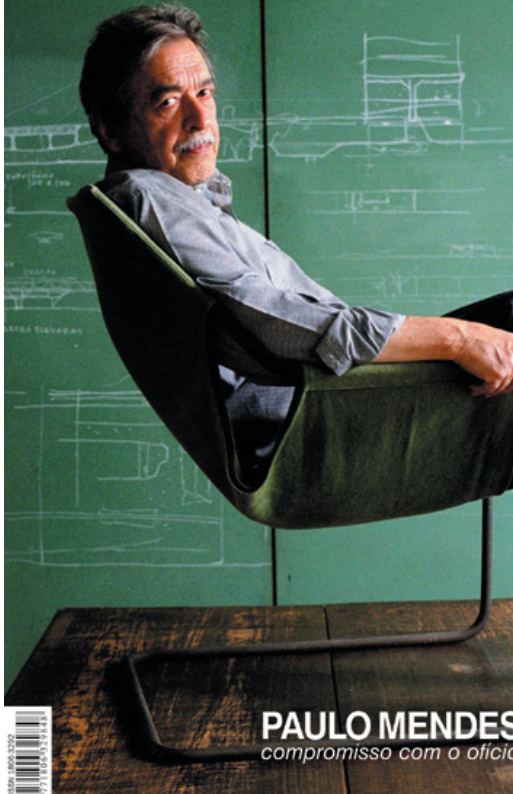
FLORENSE

DESIGN ARQUITETURA CULTURA LAZER TURISMO

18

INVERNO

CARBON FREE



PAULO MENDES da Rocha
compromisso com o ofício

FLORENSE

DESIGN ARQUITETURA CULTURA LAZER TURISMO

20

VERÃO

CARBON FREE

A inspiração orgânica de
SANTIAGO CALATRAVA



FLORENSE

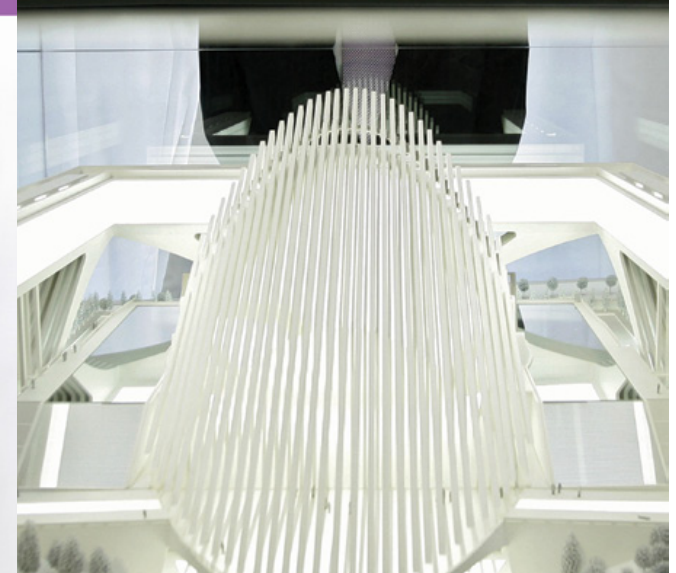
outono

Nº41



A INIMITÁVEL
ZAHA HADID

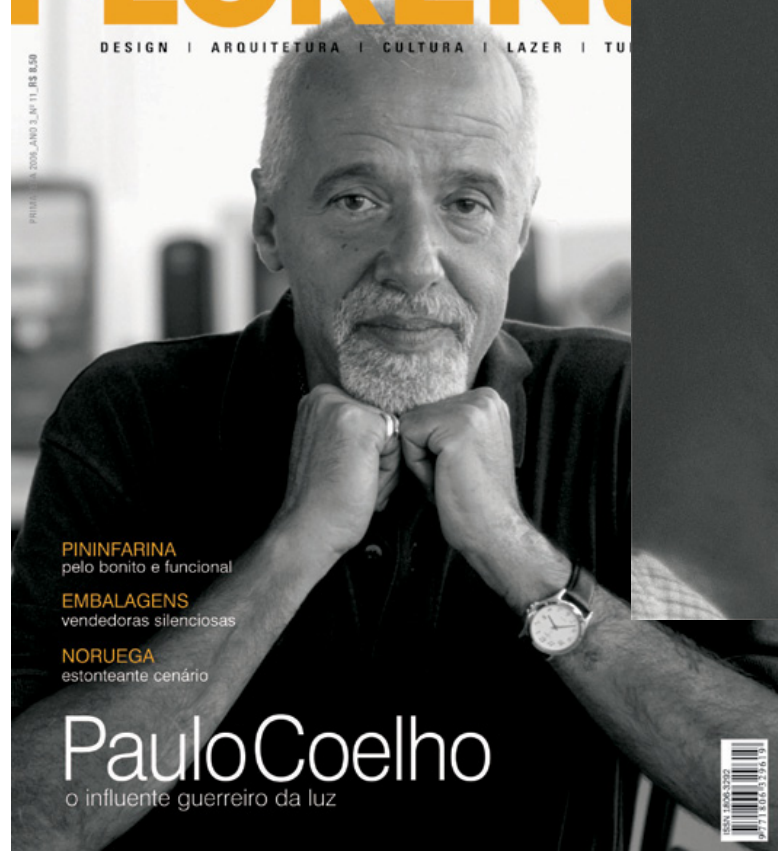
A arquiteta de origem iraquiana inverteu expectativas ao criar projetos ousados e polêmicos, transformando-se em ícone da arquitetura e do design



FLORENSE

DESIGN | ARQUITETURA | CULTURA | LAZER | TURISMO

PREÇO: R\$ 20,00 ANO 2, Nº 11, R\$ 8,50



PININFARINA
pelo bonito e funcional

EMBALAGENS
vendedoras silenciosas

NORUEGA
estonteante cenário

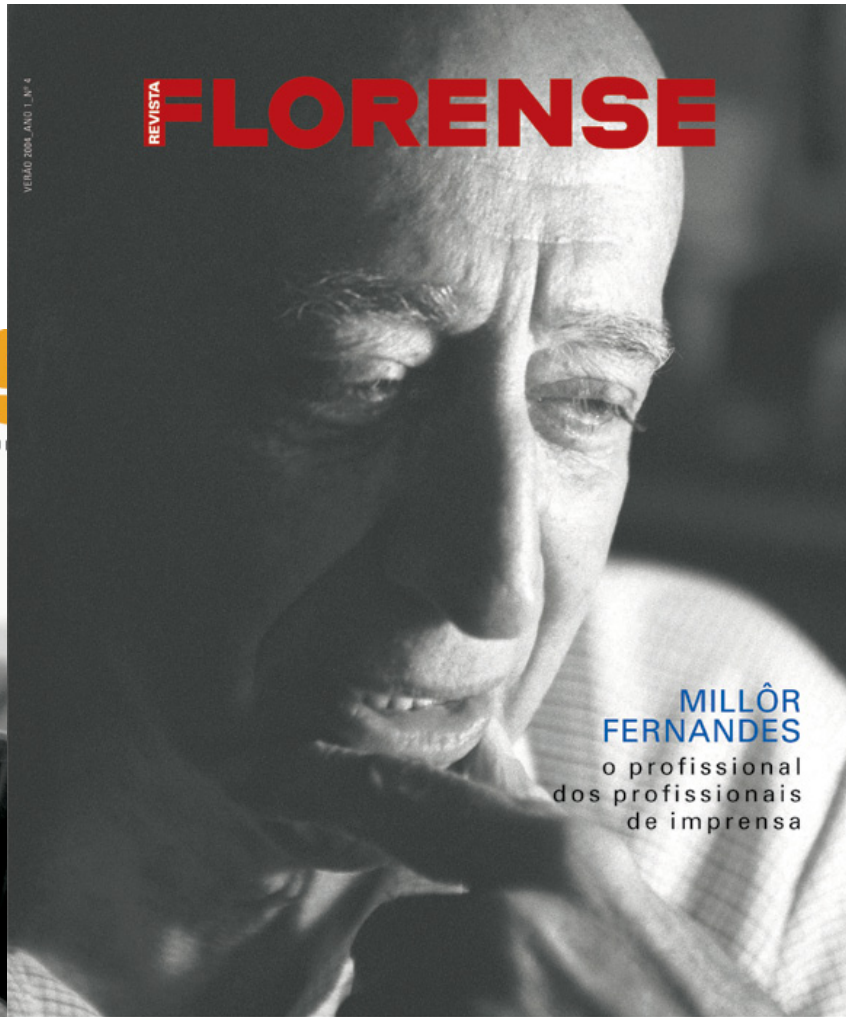
Paulo Coelho

o influente guerreiro da luz



VERÃO 2008, ANO 1, Nº 4

REVISTA FLORENSE



MILLÔR FERNANDES
o profissional
dos profissionais
de imprensa

ARQUITETURA | CULTURA | LAZER | TURISMO

FLORENSE



JORGE WILHEIM
urbanista das metrópoles

MUSEU DA CASA BRASILEIRA
usos e costumes da habitação

BANGKOK
atrativo da cidade começa pelo nome

DESIGNERS
sedução pela capa do livro

FLORENSE

DESIGN | ARQUITETURA | CULTURA | LAZER | TURISMO

INVERNO 2006 - ANO 9, Nº 10 - R\$ 6,50

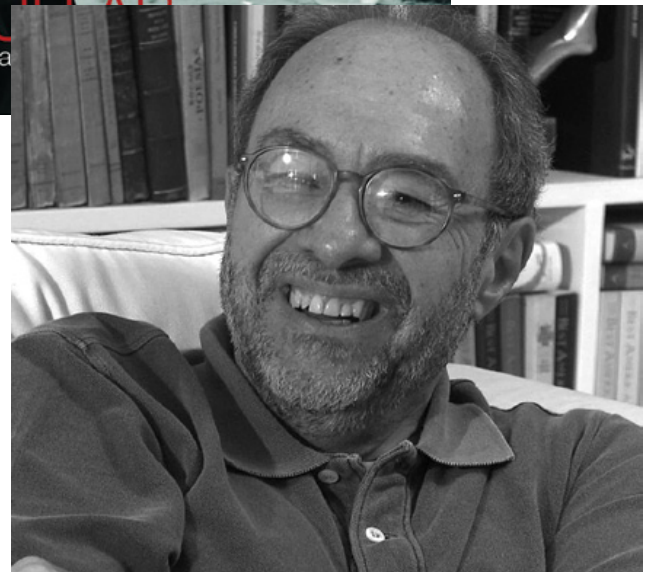
FUNDAÇÃO IBERÊ
projeto premiado para abrigar
obras do artista

MANAUS
porta de entrada para a
Floresta Amazônica

Gisele

o mais bem-sucedido design nacional







Revistas sempre foram pouso natural para escritores, jornalistas, intelectuais.

Moacyr Scliar, Ruy Castro, Sérgio Augusto, Verissimo, Ferreira Gullar, Lya Luft se não são colaboradores, são focalizados...





DRENSE



CARBON FREE

**João
Gilberto**
O inventor da bossa

FLORENSE

primavera

Nº 47

CARBON FREE



ARTE LATINA SE REÚNE EM PORTO ALEGRE

Considerada o quinto grande centro brasileiro de produção de arte, a capital gaúcha reforça sua vocação artística ao promover a décima edição da Bienal do Mercosul.

Uma das atrações é a instalação “Tropicália”, de Hélio Oiticica