

Quiosque

Edição n.º 96 | Julho 2024

Distribuição gratuita
Exclusiva parceiros VASP e SDI

| Destaque

Dez ideias criativas para fidelizar os seus clientes

| Entrevista

Perfetti consolida liderança no mercado

| Campanhas PNE's

Os melhores produtos aos melhores preços!



O serviço de encomendas que vai ajudá-lo a fidelizar clientes. Adira já!

Envio fácil, entrega cómoda e devolução prática.



comercial.kios@vasp.pt

218 707 307 • 91 389 29 90 • 91 155 80 72

A disponibilidade deste serviço está sujeita a uma avaliação prévia da loja

As melhores estratégias para fidelizar clientes



RUI MOURA

Administrador - Delegado

A fidelização de clientes é crucial para o sucesso das lojas que vendem jornais, revistas e outras publicações. Num mercado em constante evolução, com mudanças rápidas nas preferências dos consumidores, é essencial adotar estratégias inovadoras e estar atento às novas tecnologias e comportamentos. Esta revista destaca a importância da fidelização e apresenta as estratégias-chave para garantir a sustentabilidade e o crescimento da sua loja, detalhando as dez melhores estratégias de fidelização de clientes.

O cenário atual é desafiante, com a competição e coexistência entre o digital e o físico. As compras online oferecem conveniência, mas as lojas físicas são valorizadas pela experiência tangível e pela resposta imediata ao impulso de compra. Portanto, é fundamental unir o melhor desses dois mundos.

É essencial criar um ambiente acolhedor e agradável, utilizando o marketing sensorial para estimular os cinco sentidos dos clientes, organizando bem a loja, criando uma montra atrativa e proporcionando um ambiente agradável. Um atendimento personalizado e eficiente pode ser o diferencial para o retorno dos clientes. Invista na formação da equipe para lidar com diversos tipos de clientes e situações, e use ferramentas de feedback para entender e ajustar os serviços às necessidades dos consumidores.

Programas de fidelização, como cartões de pontos e descontos exclusivos, mantêm os clientes envolvidos e recompensados, criando uma sensação de exclusividade. Promoções em datas festivas incentivam compras por impulso e aumentam a visibilidade da loja. Horários de funcionamento flexíveis, especialmente em períodos sazonais, demonstram compromisso com a conveniência do

cliente, aumentando lealdade e satisfação.

Ofereça uma variedade de produtos, desde materiais escolares até snacks saudáveis, e serviços diferenciadores como pagamentos, impressão e personalização. Uma presença sólida nas redes sociais é indispensável para divulgar produtos e interagir com os clientes, oferecendo uma experiência de compra híbrida. Utilize o marketing digital para promover a loja, mantendo plataformas atualizadas e interagindo regularmente com o público.

Diversifique as formas de pagamento, incluindo métodos modernos, como por exemplo o MB Way, que são muito apreciados por consumidores mais jovens. Adote práticas sustentáveis, como venda de produtos eco-friendly e uso de sacos reutilizáveis, fortalecendo a conexão com clientes preocupados com o meio ambiente.

A fidelização de clientes em lojas que vendem publicações é um processo contínuo que exige inovação e um forte compromisso com a qualidade e a experiência do cliente. Combinando as estratégias que são apresentadas nas próximas páginas, as lojas podem prosperar num mercado competitivo, garantindo crescimento sustentável e um futuro promissor. Invista em tecnologias emergentes, personalize o atendimento, organize o espaço de forma atrativa e aproveite as oportunidades de marketing digital para construir uma base de clientes fiel e satisfeita, que regressarão por certo à sua loja.

FICHA TÉCNICA

PROPRIEDADE: VASP – Distribuidora de Publicações S.A | SEDE: Media Logistic Park, Quinta do Grajal, Venda Seca, 2735-511 Aigualva - Cacém | www.vasp.pt | DIRETORA: Rosalina Festas | EDITORA: Rita Godinho | DESIGN E PAGINAÇÃO: Luis Antunes
CONTACTOS: revistaquiosque@vasp.pt | Telefone 21 433 7066 | Fax 21 4326009
IMPRESSÃO: VASP DPS | DEPÓSITO LEGAL: 197 831/03 | TIRAGEM: 7500 exemplares

ÍNDICE



16

ENTREVISTA

Perfetti consolida liderança no mercado



18

DESTAQUE

Dez estratégias para fidelizar clientes

- 3 Editorial
- 5 Em Foco
- 10 Em Ação

- 24 Novidades e Iniciativas
- 28 Clube KIOS
- 31 Catálogo PNE's



Relay: Um porto seguro para viajantes

A Tabacaria Relay está no Aeroporto da Madeira há mais de duas décadas. É ali que os viajantes encontram tudo o que precisam antes das suas viagens.

A história desta Tabacaria funde-se com a própria trajetória de Rosária Martins e de alguns dos colaboradores que estão na empresa há mais de uma década. Rosária Martins entrou na Relay como vendedora em 2001, e acompanhou de perto o crescimento da loja, assumindo a gerência em 2002. A sua visão e dedicação foram fundamentais para superar os desafios e celebrar as conquistas ao longo dos anos, incluindo a abertura de novas lojas e a expansão do catálogo de produtos.

O dia-a-dia na Tabacaria do Aeroporto é marcado por uma dinâmica única. Rosária Martins descreve com entusiasmo a variedade de clientes que frequentam a loja, desde rostos novos a cada dia até aos colaboradores do aeroporto.

Essa diversidade de clientes enriquece o ambiente e torna cada dia uma experiência singular.

Embora o tabaco seja o produto mais vendido na loja, a Relay destaca-se por oferecer muito mais. A equipa está constantemente à procura de novidades, tentando disponibilizar aos clientes artigos diferenciados como livros Best-Sellers em português, inglês, alemão e francês, além de acessórios para telemóveis, artigos de higiene e de viagem. Esta variedade garante que os clientes encontrem tudo o que precisam para tornar a sua viagem mais completa e agradável.

Na Tabacaria Relay, a qualidade está aliada à economia. A loja procura oferecer produtos a preços competitivos. A isto acresce a simpatia e o atendimento personalizado da equipa, que procura atender às necessidades e expectativas de cada cliente.

A Tabacaria do Aeroporto é muito mais do que um simples ponto de venda. É um espaço acolhedor que oferece aos viajantes a oportunidade de encontrar produtos essenciais para sua jornada, além de um atendimento atencioso e personalizado. A dedicação de Rosária Martins e de toda a sua equipa transforma a loja num verdadeiro porto seguro para quem procura comodidade, qualidade e um serviço de excelência.



Gonçalves aproveitou para destacar dois dos seus serviços que mais sucesso fazem entre os clientes. “Utilizamos bastante o serviço KIOS express, em grande maioria na parte das devoluções e para os nossos clientes é uma mais valia ter este serviço na zona, assim como os cartões pré-pagos da epay, pois acabam sempre por trazer novos clientes à nossa loja”. Até ao final do ano, Ricardo Gonçalves promete aumentar ainda mais o leque de artigos que disponibilizam na Lápis de Cor, pois “é desta forma que temos conseguido vários novos clientes para o nosso espaço. Estamos em constante contacto com novos parceiros de forma a aumentar/diversificar os nossos serviços e contamos ter mais novidades em breve”, concluiu.

Uma loja de sucesso

Na Lápis de Cor, os clientes encontram todos os artigos de que necessitam e dois serviços que valorizam bastante, o KIOS express e os cartões pré-pagos da Epay.

A Papeleria Lápis de Cor abriu as suas portas “há um ano e meio, mas parece que foi ontem”, começa por contar o empresário Ricardo Gonçalves. Localizada na Amadora, na zona da Brandoa, esta loja oferece uma vasta gama de produtos e serviços, para ir ao encontro de todas as necessidades dos seus clientes.

“Disponibilizamos publicações (jornais e revistas), cromos, tabaco, jogo, material escolar, livros escolares, serviços de pagamentos e carregamentos, serviços de cópias/impressões e plastificações e o serviço de envio e receção de encomendas”, prosseguiu.

Ciente de que é, cada vez mais, essencial “ter uma grande variedade de produtos para conseguir chegar ao maior número de clientes e agradar a todas as faixas etárias”, Ricardo



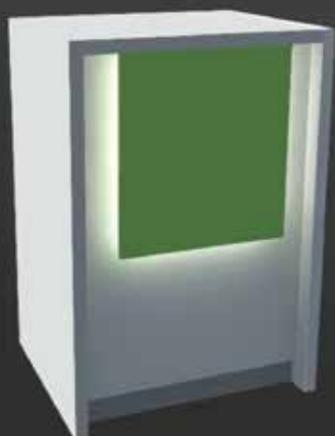
geral@decorshop.pt
232 467 000|Viseu

DECOR
Shop

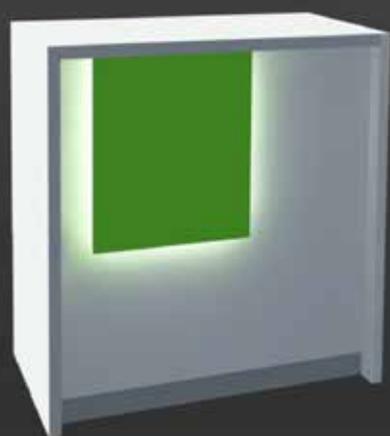
MOBILIÁRIO COMERCIAL

www.decorshop.pt

NOVAS MÁQUINAS



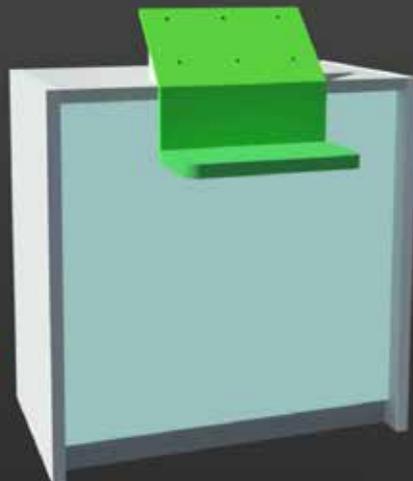
Só Jogo
60cm



Caixa + Jogo
90cm



Suporte
CDU



Iluminado

NOVOS BALCÕES

Projetamos

Fabricamos

Montamos

Campanha Recondicionados

Equipamentos recondicionados com garantia

POS TYSSO 7715**

apenas por:

225.00* €

Campanha válida limitada ao stock existente

Sistema Operativo
Windows 10 Professional
Processador

I3

Memória

8GB DDR

Ecrã

15" tft



Um ponto colorido em Oeiras

Esta loja ajuda a colorir a vida dos seus clientes, com a variedade de artigos e serviços que disponibiliza.

Há 15 anos, surgiu um espaço que se tornou referência para quem procura conveniência e variedade de produtos e serviços, em Oeiras, a Papelaria Ponto Colorido.

Desde então, a loja do empresário Paulo Rodrigues tornou-se um ponto de encontro essencial para os habitantes locais e visitantes, oferecendo desde tabaco, a jogos, a cartões pré-pagos, a serviços de impressão e de envio de encomendas.

Um dos principais segredos do sucesso do Ponto Colorido é, acima de tudo, a constante procura por artigos que podem fazer a diferença na vida dos seus clientes, como foi o caso dos packs Odisseias, a mais recente aposta desta loja.

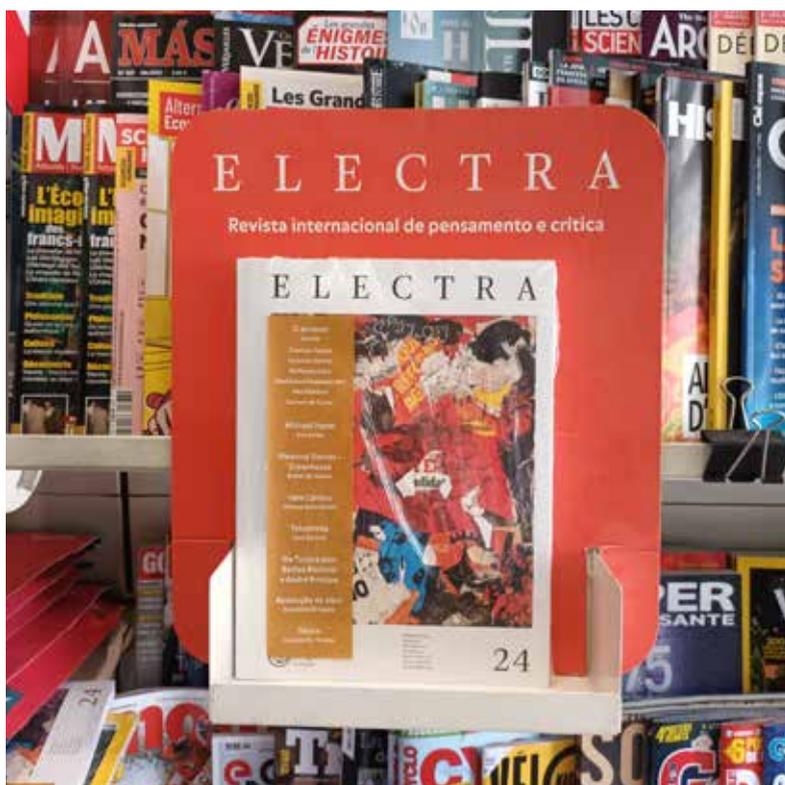
“Ao oferecer uma gama abrangente de serviços,

podemos atender às diversas necessidades dos nossos clientes, e desta forma ampliar o número de clientes, como também a fidelidade dos clientes já existentes”, partilha o proprietário Paulo Rodrigues, enquanto sublinha que os cartões pré-pagos EPAY também têm sido uma ótima aposta, pois até agora foram uns dos artigos que mais clientes atraíram para o seu ponto de venda. Até ao final do ano, o empresário não pretende adquirir mais novos produtos, no entanto, afirma estar sempre receptivo e atento a novidades que possam vir a cativar novos clientes e a contribuir para fidelizar (ainda mais) os que já estão a visitar habitualmente o seu espaço.

Fundação EDP sempre dinâmica

A Electra continuou destacada em centenas de pontos de venda da rede tradicional, Fnac e Continente.

À semelhança do que tem acontecido nos últimos meses, a revista Electra continuou destacada nos parasitas das lojas Fnac, das lojas Note e da rede tradicional. Esteve também em foco nas montras das lojas Presselinha, captando assim a atenção de todos os clientes que visitaram estes pontos de venda.



A Bola divulga iniciativa

O diário desportivo promoveu a sua mais recente iniciativa com uma ação de stoppers.

A Sociedade Vira Desportiva apostou numa ação de stoppers em 100 pontos de venda da rede tradicional, estrategicamente escolhidos, para promover a iniciativa que lançou, em abril e maio, para os leitores do seu jornal A Bola.





Impala na revista do dia

A Nova Gente e a Tv7 Dias continuaram em destaque no Continente.

O editor aproveitou os meses de primavera e verão para continuar a realizar a ação de destaque, com as revistas Nova Gente e Tv7 Dias, nos expositores da

“Revista do dia”, que estão presentes em cerca de 40 lojas Continente.



Medialivre em acção

A Sábado e a Tv Guia continuaram em destaque nas lojas SONAE.

Durante os meses de abril, maio e junho, a MediaLivre continuou a apostar fortemente na ativação das suas marcas, Sábado e Tv Guia, realizando a ação de destaque no balcão de 20 lojas Note e estando presente nos expositores da “Revista do Dia”, em 40 lojas Continente.

Topps promove coleção do Euro

Os cromos e as cartas do Euro 2024, da Topps, estiveram em destaque em centenas de lojas.

Ciente de que é essencial aumentar a visibilidade das suas iniciativas nos pontos de venda, a Topps apostou nas ações de stoppers e na colocação de expositores, para promover as suas coleções de cromos e cartas do Euro 2024.



Pokémon em destaque

A Creative Toys apostou em ações de promoção na rede tradicional.

Durante os meses de abril e maio, o editor escolheu 50 pontos de venda da rede tradicional, de norte a sul do país, para realizar uma ação de stoppers e ativar a marca junto dos clientes.





Publicações voltam às praias

Os jornais e as revistas voltam a andar sobre rodas nas principais praias portuguesas.

De 12 de julho a 31 de agosto, a VASP une-se, uma vez mais, aos seus editores, parceiros e pontos de venda, para realizar a 17ª edição da ação bikes verão. De norte a sul do país, 25 bicicletas marcam presença em algumas das principais praias, para levar as notícias do dia e da semana a todos os veraneantes.

**Aposte nestes serviços
e fidelize mais clientes!**



- Melhores comissões do mercado
- Sem investimentos
- Sem riscos





Perfetti consolida liderança no mercado

O grupo que detém a Chupa Chups Portugal adquiriu, recentemente, à Mondelez, algumas das marcas mais importantes de pastilhas elásticas, uma aposta que já está a dar os seus frutos e veio reforçar o ADN vencedor desta reconhecida empresa.

No passado mês de abril, a Perfetti van Melle Group adquiriu à Mondelez algumas das principais marcas de pastilhas elásticas do mercado, como a Trident, a Chiclets e a Bubbalo. Um reforço que permitiu “alcançar uma maior diversidade de produtos e satisfazer uma gama mais ampla de preferências dos consumidores”, confessa Simão Tavares, em entrevista à Quiosque.

O Key Account Manager da Chupa Chups Portugal assegura também que esta aquisição “consolida ainda mais a nossa posição no mercado global de pastilhas elásticas e confeitaria” e comprova que “estamos constantemente a inovar e a trazer novas tendências de mercado”. Os resultados desta nova aposta já são muito positivos e, por isso mesmo, Simão Tavares garante que já têm “planeado lançar novas variedades e sabores destas mesmas marcas”.

Qual o balanço que fazem destes primeiros meses a trabalhar com marcas estratégicas, como a Trident, Chiclets e Bubbalo, no vosso portefólio?

A aquisição de marcas como Trident, Chiclets e

Bubbalo trouxe um impacto positivo e muito significativo para o nosso portefólio. Estes primeiros meses revelaram um aumento substancial na nossa presença no mercado e uma resposta muito positiva por parte dos consumidores finais e dos nossos clientes. O reforço destas marcas permitiu-nos alcançar uma maior diversidade de produtos e satisfazer uma gama mais ampla de preferências dos consumidores, consolidando ainda mais a nossa posição no mercado global de pastilhas elásticas e confeitaria.

Esta aquisição alinha-se totalmente com o vosso objetivo estratégico de se tornarem líderes a nível mundial, no segmento das pastilhas elásticas. Já têm alguma novidade planeada para lançar em breve nesta categoria?

A aquisição de marcas top of mind como Trident, Chiclets e Bubbalo alinha-se perfeitamente com o nosso objetivo estratégico de nos tornarmos líderes mundiais na categoria de confeitaria e impulso. Faz parte do nosso ADN estarmos constantemente a inovar e a trazer novas tendências de mercado,



onde temos planeado lançar novas variedades e sabores destas mesmas marcas no futuro. Fiquem atentos às nossas comunicações oficiais para mais detalhes sobre os lançamentos, que prometem surpreender os nossos consumidores e atrair novos!

Relativamente às outras marcas do grupo Perfetti, como a Chupa Chups, a Mentos e a Smint, qual o vosso compromisso para o futuro?

No que diz respeito às outras marcas do grupo Perfetti, como Chupa Chups, Mentos e Smint, continuamos fortemente comprometidos com a inovação, a qualidade e a satisfação do consumidor. Estamos focados em fortalecer cada uma das nossas marcas do portefólio atual, com vista a expandirmos as nossas linhas de produtos e explorando novas oportunidades de mercado. O nosso compromisso é manter a confiança e a lealdade dos nossos consumidores, proporcionando-lhes produtos de alta qualidade e experiências inovadoras.

Tendo em conta que os pontos de venda são importantes parceiros estratégicos, querem aproveitar esta oportunidade para dar alguma dica de exposição de todos os vossos produtos nas lojas?

A exposição adequada dos nossos produtos

nas lojas é crucial para maximizar as vendas. Recomendamos uma disposição estratégica que destaque a variedade e a inovação das nossas marcas. Para as pastilhas elásticas, sugerimos criar uma mancha de produto próxima aos pontos de checkout, onde a decisão de compra por impulso é mais frequente. Produtos como Chupa Chups podem ser expostos em expositores (próprios) atrativos e perto de áreas de alta visibilidade, usando de preferência a nossa mítica roda ou tubo. Além disso, é importante manter os produtos sempre organizados, facilitando a escolha ao consumidor.

Qual o balanço que fazem da parceria com a VASP?

A parceria com a VASP tem sido extremamente positiva. A VASP tem demonstrado um forte compromisso com a distribuição eficiente e o alcance dos nossos produtos em diversos pontos de venda pelo país. Essa colaboração tem permitido uma maior capilaridade de nossas marcas, assegurando que os consumidores em Portugal tenham fácil acesso a toda a nossa gama de produtos. Estamos satisfeitos com os resultados alcançados até agora e confiantes de que esta parceria continuará a ser um fator chave para o nosso sucesso no mercado português, na área de conveniência.

As dez melhores estratégias para fidelizar clientes

Adotar estratégias inovadoras e estar atento ao que se passa no mercado são dois dos principais segredos para o sucesso de qualquer negócio. Por isso mesmo, damos-lhe dez ideias que deverá colocar em prática, a partir de agora, para angariar e fidelizar ainda mais clientes.

Atualmente, as estratégias para captar a atenção dos clientes estão mais sofisticadas, não só pelas alterações tecnológicas que têm existido, como também pelas mudanças no comportamento dos consumidores, que definem, cada vez mais, uma marca ou loja pela totalidade de experiências e serviços que disponibiliza, tanto a nível físico como no mundo digital. O aumento das compras online é uma realidade, mas as lojas físicas continuam a ser muito procuradas, quer seja pela urgência de o cliente ter o produto nas mãos, pelo bom relacionamento que tem com os funcionários, ou por ter mais confiança em realizar o pagamento nas lojas físicas. Há inúmeros motivos válidos para que isso aconteça, mas o mais importante é entender que, com estratégias simples, pode unir o melhor destes dois mundos e garantir que o cliente passa a encarar a sua loja como uma referência a todos os níveis.

1) Melhore a experiência de compra do cliente

Aposte na criação de um ambiente cuidado e agradável, implementando o marketing sensorial. Estimule os cinco sentidos, a visão, a audição, o olfato, o paladar e o tato, para fazer com que o cliente se sinta bem na loja. Crie uma montra única e atrativa. Organize bem o espaço, colocando cada produto e serviço no local correto, para que sejam facilmente identificáveis. Utilize um perfume suave, para que o cliente goste e passe a associá-lo ao seu espaço. Escolha uma música calma, que se adeque ao local onde está situado e à tipologia de clientes que tem, para que criem um vínculo emocional e uma memória afetiva. Tudo isto são pequenos truques cada vez mais utilizados para influenciar o comportamento do cliente. Experimente e verá que funcionam.

2) Priorize um atendimento de excelência

Um atendimento de alta qualidade e personalizado é outro ponto crucial para garantir que o cliente regressa à sua loja. Seja simpático, dê respostas rápidas e eficientes a dúvidas ou questões. Crie uma ligação de proximidade. Faça algumas perguntas simples que demonstrem que está interessado em conhecer

um pouco melhor cada cliente. Aposte, ainda, num bom serviço pós-venda, questionando posteriormente se ficou satisfeito com o artigo que adquiriu. Saber ouvir os clientes, para melhorar constantemente os seus produtos e serviços, é fundamental. Atualmente, existem algumas ferramentas de feedback, como pesquisas de satisfação e avaliações online, que permitem que as empresas entendam melhor as necessidades dos seus clientes. Existem também algumas soluções tecnológicas que lhe permitem conhecer melhor os seus clientes e oferecer recomendações personalizadas, promoções exclusivas e serviços sob medida, com base nas compras que vão fazendo. Informe-se sobre isso e encontre formas alternativas e dinâmicas de obter a opinião e o histórico de compras dos seus clientes, para que possa melhorar de modo contínuo.

3) Crie um programa de fidelização

Os programas de fidelização são outra ótima opção a que inúmeras marcas recorrem para manter os clientes satisfeitos e recompensados. Podem incluir descontos, pontos que podem ser trocados por diferentes produtos, o acesso antecipado à informação sobre a disponibilidade de novos artigos e serviços. O acesso a eventos exclusivos e a experiências VIP na sua loja, por exemplo. Tudo isto são pequenas estratégias que podem ajudá-lo a fortalecer a relação com os seus clientes. Teste e comprove por si mesmo, quais as que melhor funcionam e se adequam ao seu espaço.

4) Assinale datas festivas com promoções

Defina as datas festivas que deve assinalar, até ao final do ano, com algumas promoções. Durante essas épocas, os consumidores estão mais propensos a comprar. Por isso, aproveite, ofereça descontos e promoções especiais para incentivar à compra por impulso e à fidelização dos clientes, que passarão a ver a sua loja como um lugar onde podem encontrar boas opções nestas alturas. Além do impacto imediato que estas iniciativas terão nas suas vendas, se souber aproveitar bem estas oportunidades, vai certamente desta-



car-se da sua concorrência, construindo uma imagem de marca mais forte e cada vez mais atrativa para os seus clientes.

5) Tenha horários alargados e flexíveis

Tenha um horário alargado e flexível, que amplie a acessibilidade e a conveniência do seu espaço. Adapte também os seus horários de funcionamento em resposta às necessidades sazonais ou a eventos especiais, como no período do regresso às aulas ou no Natal. Todos estes pontos podem proporcionar-lhe vantagens competitivas muito interessantes, pois demonstram um compromisso da sua parte para com o atendimento ao cliente, o que pode aumentar a lealdade e a satisfação do mesmo.

6) Aposte em artigos e serviços diferenciadores

Disponibilize uma ampla gama de artigos que respondam às necessidades dos seus clientes.

Além das publicações, aposte em material escolar, como cadernos, lápis, canetas, mochilas e estojos, que são indispensáveis para alunos de todas as idades. Produtos de escritório, artigos de papeleria mais sofisticados e de alta qualidade. Alguns snacks saudáveis e guloseimas. Além dos produtos físicos, ofereça serviços diferenciadores e agregadores de valor. Serviços de impressão e encadernação são fundamentais para estudantes e profissio-

nais, que precisam de material impresso com qualidade e rapidez. A personalização em agendas, canetas e cadernos, pode ser outro importante diferencial competitivo, permitindo aos seus clientes criar produtos únicos e exclusivos na sua loja. Adira aos serviços de transferência e pagamento, como a Moneygram e os artigos pré-pagos da Epay e da Odisseias. Sem riscos, nem investimento inicial, vão atrair e fidelizar, certamente, os clientes mais jovens. Com o crescimento exponencial das compras online é também essencial ter um bom serviço de envio de encomendas, como o KIOS express, no seu estabelecimento. Tire partido dos seus horários alargados, para se tornar num ponto de referência onde os seus clientes sabem que poderão realizar os envios e devoluções das suas encomendas da melhor forma, no dia e horário que lhes for mais conveniente.

7) Crie um site e aposte nas redes sociais

No seguimento destes serviços inovadores, é importante que adote uma estratégia integrada entre a sua loja física e o mundo digital. Atualmente, quem não está presente na internet é como se não existisse. Por isso, crie um site simples, mas atrativo, que demonstre o que tem para oferecer no seu espaço e aposte na dinamização das redes sociais.

Dê uma experiência de compra híbrida aos seus

clientes, permita que façam a compra dos artigos no seu site ou nas suas páginas de Facebook e Instagram e depois vão levantar a encomenda à loja. Deste modo, garante que os clientes têm uma experiência integrada e consistente em todos os pontos de contato com a sua marca.

8) Aposte no marketing digital

Mantenha o site atualizado e as redes sociais também, pois estas são, atualmente, as plataformas mais poderosas para comunicar com os clientes. Divulgue os seus produtos e serviços. Vá promovendo as principais novidades. Crie inquéritos de satisfação e sondagens, para ir interagindo regularmente com o seu público-alvo e saber quais os artigos que os seus clientes mais gostariam de ver no seu espaço. Crie campanhas promocionais e faça publicidade ao seu espaço nas redes sociais e no Google, por exemplo.

9) Tenha diferentes formas de pagamento

Além dos métodos de pagamento habituais, como o dinheiro e multibanco, aposte em meios de pagamento alternativos, como o MB Way, por exemplo, porque oferece conveniência, rapidez e segurança, fatores essenciais para a satisfação dos consumidores mais jovens, que já estão muito familiarizados com esta tecnologia. Ao permitir transações sem contacto físico e sem a necessidade de cartões ou dinheiro, como o MB Way, simplifica a experiência de compra, reduz as filas na sua loja e agiliza o processo de pagamento.

10) Aposte na sustentabilidade

A sustentabilidade e a responsabilidade social são outro tema que está na ordem do dia para as gerações mais jovens. As empresas que demonstram um compromisso genuíno, com práticas sustentáveis e com a comunidade local, tendem, por isso, a fidelizar estes clientes com maior facilidade. Implemente, por exemplo, um sistema de separação de lixo reciclável do indiferenciado. Incentive o uso



Diz Hello a um bom negócio

PACOTE 10 CARTÕES
COMPRA POR €40
E VENDE POR €50





consumidores. Embarque na era digital, criando um site e redes sociais, para anunciar os seus produtos e divulgar os seus serviços. Faça uma correcta gestão destas plataformas digitais e convença os seus clientes a visitarem a sua loja física, para realizar as compras que idealizaram e, quem sabe, adquirirem mais algum artigo.

Implemente ações sustentáveis e amigas do ambiente. E, acima de tudo, não se esqueça de partilhar com os seus clientes todas as novidades e melhorias que for implementando, para que acompanhem a evolução da sua loja, rumo a um caminho mais inovador, sustentável e amigo do ambiente.

de sacos reutilizáveis. Aposte na venda de artigos eco-friendly. no uso de alguma tecnologia em detrimento do papel, para arquivar a documentação referente à sua loja. Estabeleça uma relação com fornecedores que também possuem essa preocupação.

Lembre-se que é possível implementar estas e outras estratégias em qualquer etapa e tipo de negócio. Analise todos os processos e entenda o que pode ser melhorado, aos poucos.

Em resumo...

Procurar formas alternativas de fidelizar clientes é, cada vez mais, essencial, para garantir o sucesso e a sustentabilidade de qualquer negócio. Inove e adote a combinação de várias estratégias em simultâneo, para garantir que alcança os resultados pretendidos.

Invista nas tecnologias emergentes para se manter competitivo e melhorar a experiência de compra do seu cliente. Adote um atendimento cuidado e personalizado. Mantenha a sua loja organizada. Crie programas de fidelização. Assinale datas festivas, lance campanhas promocionais e tenha horários alargados, que deem flexibilidade aos seus clientes. Aposte em serviços e artigos de conveniência, que sejam diferenciadores e vantajosos para os



Faça os seus **clientes**
mais **felizes!**

✔ Mais clientes
✔ Poucas burocracias

✔ Aumento da faturação
✔ Sem custos adicionais

Requisitos:

KIOS kube ou módulo VASP (Gespos) | Impressora multifunções

comercial.kios@vasp.pt • 218 707 307 • 91 389 29 90 • 91 155 80 72



Coleção Marvel

O Correio da Manhã e o Record lançam a Coleção Marvel, uma coleção histórica com os livros originais das aventuras dos super-heróis que fizeram e continuam a fazer sonhar gerações de fãs.

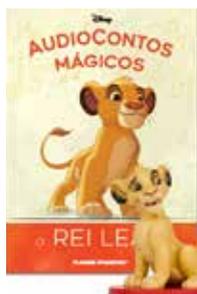
Data:	Início: 11/05/2024 Fim:11/11/2024
Segmento:	Livros
Períodicidade:	Semanal
Público-Alvo:	Todos
Exposição:	Junto do Correio da Manhã e Record
PVP:	1ª edição: 1.95€; Restantes edições: 9.95€



Betty Boop

Uma coleção de miniaturas da mítica heroína dos desenhos animados, que, aqui, calça os sapatos de bailarinas de todo o mundo.

Data:	Início: 11/03/2024
Segmento:	Colecionável
Períodicidade:	Quinzenal
Público-Alvo:	Adulto
Exposição:	Junto ao balcão
PVP:	Ed1: €2.50 / Ed2: €7.99 / Ed3 e seg: €14.99



Audiocentos Mágicos 2ªED

Uma coleção de livros e figuras interativas com os melhores contos da Disney. Um mundo de magia e emoções para toda a família! Histórias para ler e escutar com as personagens mais cativantes da Disney.

Data:	Início: 10/04/2024
Segmento:	Colecionável
Períodicidade:	Semanal
Público-Alvo:	Infantil
Exposição:	Junto ao balcão
PVP:	Ed1: €2.50 / Ed2: €7.99 / Ed3 e seg: €14.99



Velocidade Furiosa

Uma coleção única dos carros mais extraordinários desta mítica saga. Miniaturas, à escala 1/43, fiéis aos modelos originais dos filmes, fabricadas em metal e ABS injetado.

Data:	Início: 10/04/2024
Segmento:	Colecionável
Periodicidade:	Semanal
Público-Alvo:	Infantil
Exposição:	Junto ao balcão
PVP:	Ed1: €2.49 / Ed2: €7.99 / Ed3 e seg: €15.99



Dundun Baby

Descubra os 12 adoráveis e simpáticos bebés animais.

Data:	Início: Junho
Segmento:	Infantil
Periodicidade:	One Shot
Público-Alvo:	Infantil
Exposição:	Junto ao balcão
PVP:	4.99€



Il Mio Papa

A primeira revista do mundo dedicada ao Papa Francisco. Com uma linguagem simples e acessível a todos, transmite o sentido de proximidade e confiança que o Papa evoca nos fiéis. Através de 68 páginas coloridas, oferece as imagens mais emocionantes e as palavras mais belas de Francisco que conquistou os nossos corações.

Data:	Início: 05/02/2024
Segmento:	Religião
Periodicidade:	Bimestral
Público-Alvo:	Adulto
Exposição:	Junto ao balcão
PVP:	4.10€



Planet WOW

Uma revista muito educativa, com muitas curiosidades sobre o Mundo Animal, em que a 1ª edição é 100% dedicada aos Lagartos.

Data:	Início: 18/05/2024
Segmento:	Infantil
Periodicidade:	Trimestral
Público-Alvo:	Infantil
Exposição:	Junto às revistas Infantis
PVP:	4.99€



A Casa de Bonecas da Gabby

Uma revista repleta de magia e fantasia, com muitos jogos, atividades e receitas, que os mais pequenos vão adorar.

Data:	Início: 07/06/2024
Segmento:	Infantil
Períodicidade:	Bimestral
Público-Alvo:	Infantil
Exposição:	Junto às revistas Infantis
PVP:	4.99€

Panda Toalha - Poncho

Uma Toalha Poncho muito colorida com o amigo Panda, ideal para os mais pequenos levarem para a praia e piscina.



Data:	Início: 06/06/2024
Segmento:	Infantil
Períodicidade:	One Shot
Público-Alvo:	Infantil
Exposição:	Junto às revistas Infantis
PVP:	14.99€

Masha e o Urso - Trono

O trono da Masha é uma cadeira para brincar e uma caixa para guardar todos os brinquedos.



Data:	Início: 14/06/2024
Segmento:	Infantil
Períodicidade:	One Shot
Público-Alvo:	Adulto
Exposição:	Junto às revistas infantis
PVP:	19.99€

Panda-Jogo 2 em 1 - Alvo Velcro e do Galo

Jogo do Panda é um verdadeiro 2 em 1 ! Um jogo do Galo e um jogo de tiro ao alvo, muito divertido para as crianças.



Data:	Início: 15/06/2024
Segmento:	Infantil
Períodicidade:	One Shot
Público-Alvo:	Infantil
Exposição:	Junto às revistas infantis
PVP:	9.99€



AUMENTE OS SEUS LUCROS COM ESTA MONTRA DIGITAL!

Estabeleça parcerias com empresários locais e rentabilize o seu investimento, aproveitando os dois spots publicitários mensais, que lhe oferecemos, para publicitar artigos que vende na sua loja ou outros negócios vizinhos.

PACK TOTAL**

SOFTWARE + TELEVISOR PROFESSIONAL

9.50€

8.50€*

156 semanas

Inclui:

NOVA Smart tv Samsung de 32"

A passagem de:

- Capas de publicações diárias, semanais e mensais
- Notícias atualizadas a cada 5 minutos (RSS feed)
- Conteúdos publicitários dos pontos de venda ou dos seus parceiros**

Conteúdos publicitários de editores ou parceiros
VASPMeteorologia

**Cada ponto de venda tem direito a dois spots publicitários por mês.

Tel.: 21 870 7307 | Email: kiostv@vasp.pt

KIOS tv 12:09

Beba um **café** e compre
o seu **jornal** na

Pastelaria Especial

Visite-nos



VASP SAMSUNG

* Ao valor acima mencionado acresce o IVA à taxa legal em vigor.
Válido apenas para um contrato de 156 semanas.

Descontos de verão!

Campanha válida até 1 de setembro de 2024

PAGUE EM
3X
SEM JUROS*



-5%

Balcão melamina branca

Interior com 3 prateleiras
Sem portas na parte de trás
1000x550x900mm

~~291.50€~~
276.93€



-5%

Balcão montra alta

Móvel em aglomerite branca, com tampo e frente em vidro, para exposição.
Sem portas na parte de trás.
1000x550x900mm

~~462.00€~~
438.90€



-5%

Balcão montra baixa

Móvel em aglomerite branca, com tampo e pequena frente em vidro, para exposição.
1000x550x900mm

~~434.50€~~
412.78€



-5%

Balcão KIOS POS

A ilha é um espaço perfeito para a exposição de livros ou "gifts".
1200x850x850 mm

~~302.50€~~
287.38€



-5%

Linear completo com pala e prateleiras direitas | M9

1000x400x1960 mm || 5 Prateleiras Direitas (ajustáveis) 1000x300 mm
1 Pala de topo inclinada 1000x600 mm
Base 1000x400x150 mm

~~451.00€~~
428.45€

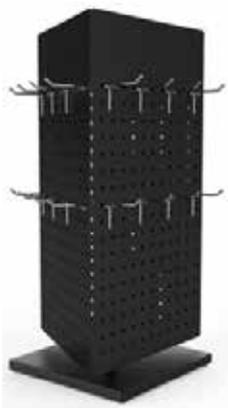


-5%

Linear completo com prateleiras para publicações | RV19

1000X400X1960mm| Prateleiras:
1 Simples 1000x160x240 mm
2 Duplas 1000x225x275 mm
1 Zig Zag 970x400x100 mm
Base 1000x400x150 mm

~~533.50€~~
506.83€



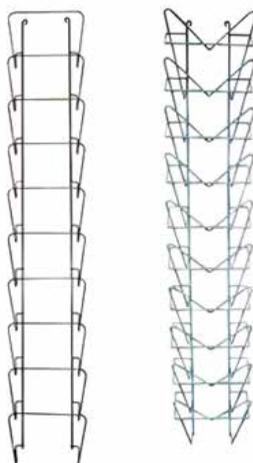
Expositor Cartões Epay

Expositor de balcão ferro perfurado c/ 3 faces Gancho ferro perfurado
300x300x600 mm Zincado
Ø3,5x80 mm

49.98€

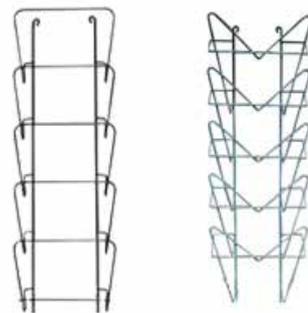
0.48€

Nota: Ambos os artigos são vendidos em separado e à unidade.
Se encomendar Expositor + Ganchos só paga uma taxa de entrega.



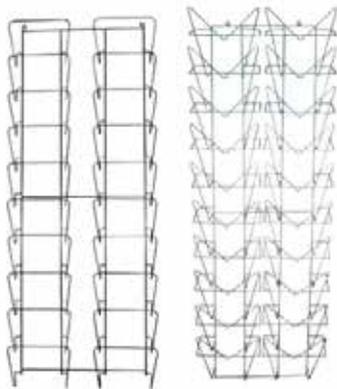
Expositor de jornais/revistas simples lacado parede

27.56€



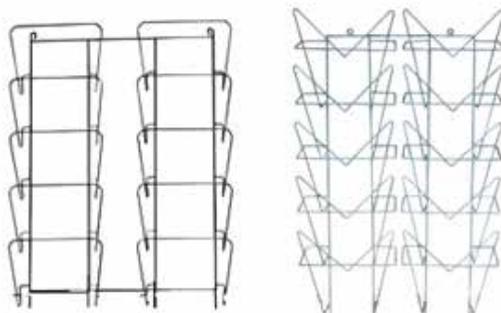
Expositor de jornais/revistas simples lacado pequeno parede

12.48€



Expositor de jornais/revistas duplo lacado parede

36.40€



Expositor de jornais/revistas duplo lacado pequeno parede

15.60€

Para mais informações contacte: 214337065 | E-mail – kiostore@vasp.pt

Despesas de transporte e montagem não incluídas | Aos valores acima descritos, acresce IVA à taxa legal em vigor.

*Válido para compras superiores a 300€ em produtos KIOS Store

Os melhores produtos aos melhores preços!



Impressora Térmica

Impressora Térmica

140€



Scanner BR-200

Omnidirecional, 1D e 2D

130€



Gaveta de Dinheiro

Caixa em chapa de aço, com chave

60€



Teclado e Rato

Conjunto de Teclado e Rato

14€

Despesas de transporte e montagem não incluídas. Aos valores acima descritos acresce IVA à taxa legal em vigor.

GRANDES DESCONTOS EM GRANDES MARCAS!

Aceda já a loja.vasp.pt
*OFERTA dos portes de envio
em compras superiores a 30€



EDIÇÕES ESPECIAIS

APROVEITE JÁ!

Exp Isqueiros BIC 50 Anos J25 (150)
Cód. 501787-97

Exp Isqueiros BIC J26 (50) + Esf. 4 cores (24)
Cód. 500505-98

OFERTA!
BIC Cristal Original



OFERTA!
BIC Cristal Original



GRANDES DESCONTOS EM GRANDES MARCAS!

Aceda já a loja.vasp.pt
*OFERTA dos portes de envio
em compras superiores a 30€

As melhores marcas de Bolachas e Chocolates do mercado



- 53332 Milka Triple Chocolate 90g
Caixa 20 Un.
- 53328 Milka Oreo 100g
- 53329 Milka Avelãs 100g
- 53331 Milka Chips Ahoy! 100g
- 53333 Milka Oreo Brownie 100g
Caixa 22 Un.
- 53330 Milka Caramelo 100g
Caixa 23 Un.
- 53326 Milka Oreo 37g
- 53327 Milka Leite 100g
Caixa 24 Un.



- 53342 Toblerone Leite 100g
Caixa 20 Un.
- 53341 Toblerone Leite 35g
Caixa 24 Un.



- 53334 Dairy Milk 45g
- 53335 Dairy Milk Fruit & Nut 45g
- 53336 Dairy Milk Wholenut 45g
- 53337 Dairy Milk Crunchie 45g
Caixa 12 Un.
- 53340 Dairy Milk Wholenut 110g
Caixa 16 Un.
- 53339 Dairy Milk Fruit & Nut 110g
Caixa 18 Un.
- 53338 Dairy Milk 110g
Caixa 21 Un.



- 53322 Tuc Craker 31g
Caixa 20 Un.
- 53323 Tuc Original 100g
- 53324 Tuc Bacon 100g
- 53325 Tuc Cream & Onion 100g
Caixa 24 Un.



- 53307 Chips Ahoy! 128g
- 53308 Mini Chips Ahoy! 160g
Caixa 12 Un.
- 53306 Chips Ahoy! 40g
Caixa 20 Un.



- 53360 Break Chocolate
- 53361 Break Pepitas Chocolate
- 53362 Break Cereais & Leite
- 53363 Break Honey & Nut
Caixa 10 Un.



- 53290 Oreo Original 66g
- 53291 Mini Oreo 160g
Caixa 12 Un.
- 53292 Oreo Tubo Original 154g
- 53293 Oreo Tubo Golden 154g
- 53294 Oreo Tubo Cheesecake 154g
- 53295 Oreo Tubo Choco Brownie 154g
- 53296 Oreo TRemix Caramelo 154g
- 53297 Oreo TRemix Framboesa 154g
Caixa 16 Un.
- 53289 Oreo Original 66g
Caixa 20 Un.



- 53315 Triunfo Manteiga 168g
- 53317 Digestive Chocolate Leite
- 53318 Digestive Chocolate Preto
Caixa 12 Un.
- 53319 Digestive Gal Avelã & Maça
- 53320 Digestive Gal Avelã
- 53321 Digestive Gal Chocolate
Caixa 14 Un.
- 53314 Triunfo Avelã 190g
Caixa 24 Un.



- 53357 Choco Brownie 150g
Caixa 13 Un.
- 53299 Choco Biscuits 150g
Caixa 14 Un.
- 53300 Choco Mini Stars 185g
- 53304 Cake & Choco 175g
Caixa 16 Un.
- 53298 Choco Wafer Leite 185g
Caixa 18 Un.
- 53301 Cookie & Choco 135g
- 53302 Choco Jaffa Framboesa 147g
- 53303 Choco Jaffa Laranja 147g
Caixa 24 Un.



Novo sabor



Cód. 53393
Red Bull Summer Edition
Mango & Banana



Red Bull



ENERGY DRINK



O melhor ice tea!

AriZona



Pêssego



Chá verde c/ mel



Chá verde c/ romã

AriZona Ice Tea
6 x 500ml

Bebida de chá gelado.

AriZona é a marca de ice tea n.º 1 nos Estados Unidos, sendo também um sucesso a nível internacional.

Bebida de chá gelado que também pode ser consumida quente.

Aceda já a loja.vasp.pt

*OFERTA dos portes de envio em compras superiores a 30€

Novidades

PROZIS

Os melhores snacks aos melhores preços!

Cód. 53282

Zero Bar Caramelo

Cx 12 Un.



Cód. 53357

Billion Protein Peanut & White

Cx 20 Un.



Cód. 53274

ChocoNuts - Hazelnut & Milk

Cx 24 Un.



Cód. 53283

Zero Bar Brownie

Cx 12 Un.



Cód. 53358

Billion Protein Peanut & Milk

Cx 20 Un.



Cód. 53275

Choco Peanuts - Peanut & Milk

Cx 24 Un.



Cód. 53273

Nutzer Bar - Pistachio

Cx 24 Un.



Cód. 53359

Nutzer Bar - Hazelnut & Milk

Cx 24 Un.



Cód. 53589

Nutzer Bar - Hazelnut

Cx 24 Un.



Cód. 53365

Energy Crunch Bar Dark Choc

Cx 12 Un.



Cód. 53071

Energy Crunch Bar Cookie

Cx 12 Un.



Cód. 14394

Protein Snack Cookies & Cream

Cx 12 Un.



ON EN CAJA™



PROZIS

Os cartões pré-pagos da Prozis chegaram à VASP!

Destaque-os na sua loja e fidelize os clientes mais novos!

- Melhores margens do mercado
- Sem risco de quebra
- Zero investimento inicial

**Produto
exclusivo
VASP**


VASP

comercial.kios@vasp.pt

214 337 065 • 218 707 043



MobiWire F3 DS
€19,99

Código: 53240 Compra por: €15,44 (€ IVA)



Nokia 105 DS
€24,99

Código: 53371 Compra por: €19,30 (€ IVA)



TCL 4022S SENIOR
€39,99

Código: 53372 Compra por: €30,89 (€ IVA)



Alicte S24 DS 4G
€54,99

Código: 53002 Compra por: €42,47 (€ IVA)

DESBLOQUEADOS

Todos os equipamentos incluem 1 cartão UZO com €15 em chamadas: €5 saldo inicial + €5 nos dois primeiros carregamentos de valor igual ou superior a €5



SEM CARREGAMENTOS OBRIGATORIOS

Inclui €15 em chamadas

PVP €5

BÔNUS 3GB + 500MB

1GB nos 3 primeiros carregamentos desde €5

em todos os carregamentos desde €7,5

Cartão inclui saldo inicial €5 e 2 bônus €5 nos 2 primeiros carregamentos desde €5. Bônus 1GB nos 3 primeiros carregamentos desde €5 efetuados até 90 dias após ativação do cartão. Bônus válidos por 30 dias.

Campanha	Compra	Vende	Ganha
compra 5 cartões UZO oferta 2 cartões UZO	€20	€35	€15
compra 10 cartões UZO oferta 5 cartões UZO	€40	€75	€35
compra 15 cartões UZO oferta 10 cartões UZO	€60	€125	€65

Valores com IVA incluído. Campanha Limitada ao stock existente.



6GB/mês

Inclui 1.000 min/mês +50 sms/dia

€3,49/semana

PVP €9,90

BÔNUS 12GB

3GB nos 4 primeiros carregamentos desde €10

Campanha	Compra	Vende	Ganha
compra 10 cartões UZO 6GB oferta 1 cartão UZO 6GB	€79,20	€108,90	€29,70
compra 20 cartões UZO 6GB oferta 4 cartões UZO 6GB	€158,40	€237,60	€79,20

Valores com IVA incluído. Campanha Limitada ao stock existente.

Encomendas em loja.vasp.pt ou através de encomendaspne@vasp.pt • +info: 214 337 001

A informação contida nesta monofolha, nomeadamente preços e tarifários encontram-se em vigor até 30-09-2024, salvo rutura de stock e poderá ser alterada sem aviso prévio. Esta campanha anula e substitui a anterior. O cartão UZO é um cartão para telemóvel que funciona em todos os telemóveis desbloqueados ou bloqueados à rede MEO. Campanha limitada ao stock existente. Atendendo à atual conjuntura política e socioeconómica, o PVP dos telemóveis poderá sofrer alterações.