

Rio de Janeiro, 11 de julho de 2018.

Circular SIGRAF nº 093/2018.

**Assunto: Facebook fica offline: gigante de mídia social lança revista.**

Prezado Associado,

Transcrevemos abaixo, matéria extraída do Site da Two Sides:

“Parece que o Facebook descobriu o que todos nós sabemos - que imprimir é a maneira de transmitir sua mensagem.

A edição de lançamento da Grow, “uma revista trimestral para líderes empresariais” - pelo Facebook - apareceu discretamente nos salões de classe executiva em Heathrow e em alguns lugares exclusivos em Londres.

O Facebook explica sua nova oferta de impressão:

O programa é projetado para fornecer conteúdo em diferentes formatos que atendam ao nosso público. Sabemos que os líderes de negócios têm tempo limitado para longas leituras no trabalho, por isso também criamos uma versão física com viagens em mente. Estamos distribuindo isso para os clientes diretamente, como parte de nossas comunicações de marketing, e em salões de negócios selecionados, assim como em aeroportos e trens, onde sabemos que eles costumam ser encontrados.

Veja como Juan Señor, presidente da Innovation Media Consulting e membro visitante do Instituto Reuters, da Universidade de Oxford, reagiu depois de ver a primeira parcela de sua nova revista no Heathrow: "Quando a maior plataforma de mídia social do mundo quer associar sua marca com credibilidade, ela lança uma revista impressa com estantes de exibição maciça no lounge de primeira classe do LHR. Mas espere! não é impresso morto? O Facebook não o matou?"



Há tantas evidências para apoiar o fato de que uma boa parte da impressão tem o poder de envolver os consumidores em um nível muito profundo. É uma experiência totalmente diferente da mídia digital, que está se tornando cada vez mais um canal manchado para os anunciantes.

Deixe as estatísticas falarem por si.

36% dos destinatários compraram ou pediram algo como resultado do recebimento de mala direta (1)

81% das pessoas compraram um item ou visitaram um lugar depois de ler sobre ele em uma revista (2)

Os anúncios de jornal são visualizados 2,5 vezes mais do que o anúncio digital médio (3)

Tocar em um anúncio aumenta seu valor em 24% (4)

É surpreendente que o Facebook demore tanto para chegar à conclusão de que, se quiserem causar impacto, é melhor escolher imprimir.

Então, Sr. Zuckerberg, é bom que você se junte à comunidade impressa e perceba que está perdendo!”

*Atenciosamente,*

*Sistema SIGRAF / ABIGRAF-RJ*

**Informamos que nossas circulares são publicadas diariamente no site: [www.sigraf.org.br](http://www.sigraf.org.br)**

