

Decorando

by

STYROFORM
E.P.S.

Edição 04 - Ano 2

Boletim Decorando, São Paulo, Maio de 2012

Amor

do latim, representa afeto, afeição, carinho, paixão, atração, desejo...

Dia das mães

Mês das Noivas

Dia dos Namorados

*Uma edição inspirada nas datas
mais românticas do ano!*



Sua Vitrine: Inove! Saiba como atrair clientes com vitrines que aguçam os cinco sentidos

Página 4

Perfil: Conheça a história de uma artesã que envolve biscuit, dedicação e muito sucesso!

Página 6



Anna Modugno



Passo a Passo: Surpreenda com o coração...

Caixa com aplicação de craquelê e decoupage

Página 5



**Mega
artesanal**

Espaço Styro: Novos vasos gigantes da Styroform chegam ao mercado para decorar grandes ambientes

Página 1

Espaço do Lojista: Só Isopor leva produtos Styroform para a Mega Artesanal

2012

Página 3



Styroform Comércio de Isolamentos Térmicos Ltda.

Fone: (55) (11) 3277-3822

www.styroform.com.br

Sua imaginação é o nosso limite

Conheça os Vasos Gigantes da Styroform

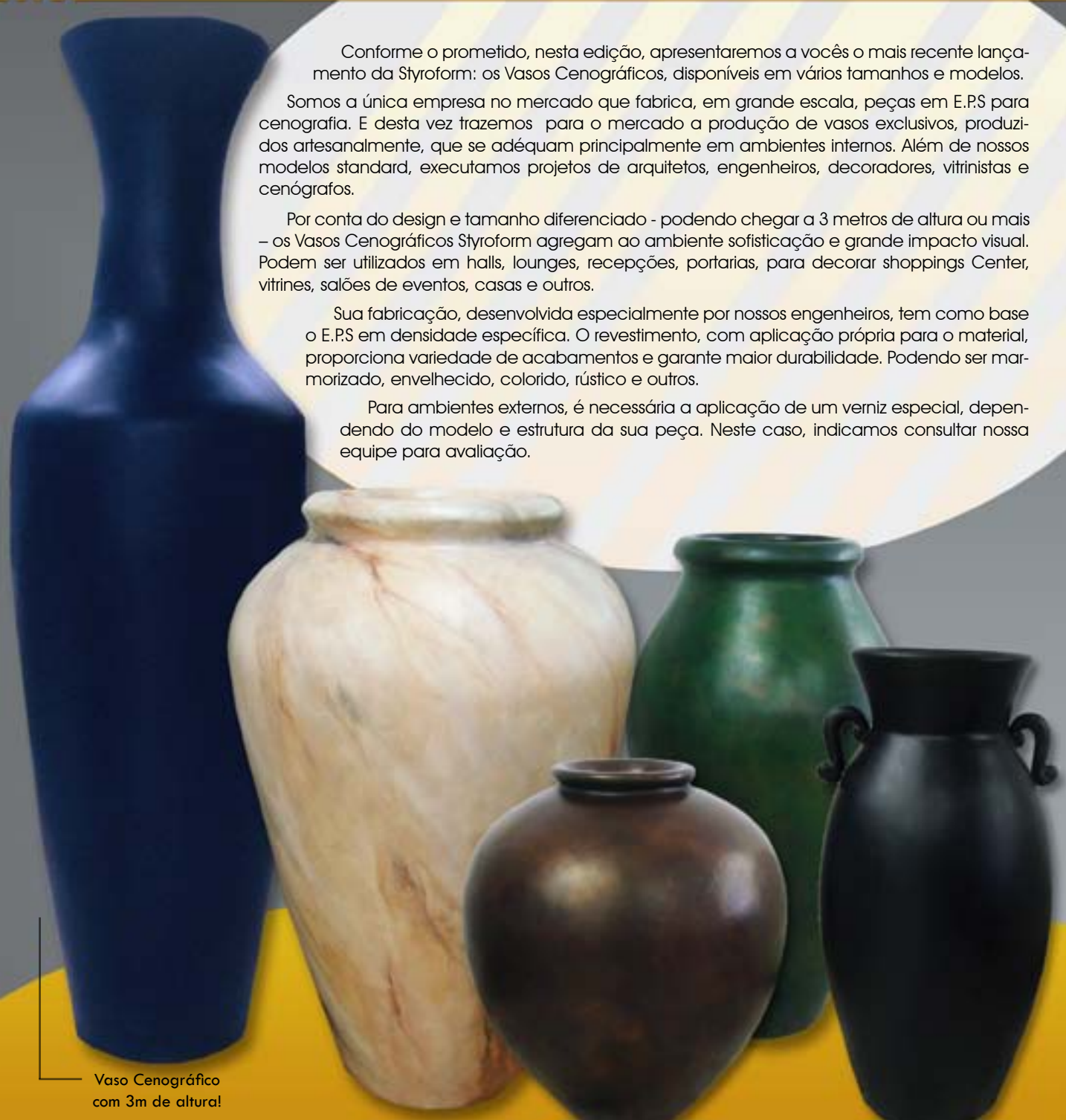
Conforme o prometido, nesta edição, apresentaremos a vocês o mais recente lançamento da Styroform: os Vasos Cenográficos, disponíveis em vários tamanhos e modelos.

Somos a única empresa no mercado que fabrica, em grande escala, peças em E.P.S para cenografia. E desta vez trazemos para o mercado a produção de vasos exclusivos, produzidos artesanalmente, que se adequam principalmente em ambientes internos. Além de nossos modelos standard, executamos projetos de arquitetos, engenheiros, decoradores, vitrinistas e cenógrafos.

Por conta do design e tamanho diferenciado - podendo chegar a 3 metros de altura ou mais - os Vasos Cenográficos Styroform agregam ao ambiente sofisticação e grande impacto visual. Podem ser utilizados em halls, lounges, recepções, portarias, para decorar shoppings Center, vitrines, salões de eventos, casas e outros.

Sua fabricação, desenvolvida especialmente por nossos engenheiros, tem como base o E.P.S em densidade específica. O revestimento, com aplicação própria para o material, proporciona variedade de acabamentos e garante maior durabilidade. Podendo ser marmoreado, envelhecido, colorido, rústico e outros.

Para ambientes externos, é necessária a aplicação de um verniz especial, dependendo do modelo e estrutura da sua peça. Neste caso, indicamos consultar nossa equipe para avaliação.



Vaso Cenográfico
com 3m de altura!



Escreva para:
Styroform Com. e Ind. de Isolamentos Térmicos Ltda.
Rua Silveira da Mota, 629 - Cambuci - São Paulo
CEP: 01521-010 SP

@ imprensa@styroform.com.br



Moldados Styroform participam da Mega Artesanal

Feira que acontece no mês de junho traz as principais novidades da indústria e comércio no setor



A rede de lojas Só Isopor, maior representante dos produtos Styroform no país, levará por mais um ano as peças moldadas em linha para exposição na feira Mega Artesanal, que acontece entre os dias 27 de junho e 01 de julho, em São Paulo.

Todos os anos, a loja prepara um stand com as principais novidades para o mercado de decoração e artesanato, tanto em tendên-

cias quanto os últimos lançamentos da linha de moldados da Styroform. Além disso, também oferece aulas (que são disputadíssimas) de técnicas de decoração em E.P.S para o público.

Para 2012, a novidade será os vasos em diversos tamanhos para decoração de ambientes, sem deixar de lado a sensação do momento para festas: cupcakes, docinhos e bolos cenográficos. ♦

A feira:

A Mega Artesanal é uma das maiores feiras nacionais de produtos e técnicas pra artes e artesanatos. Além dos expositores, que trazem centenas de lançamentos da indústria e do comércio, a programação da feira inclui cursos gratuitos e exposições artísticas durante os cinco dias de evento e possui um dia reservado somente para os lojistas.

A edição deste ano acontece do dia 27 de junho a 01 de julho, no Centro de Exposição Imigrantes, em São Paulo.

Para mais informações, acesse: www.megaartesanal.com.br.



www.soisopor.com.br - (11) 3277-3822



Sustentabilidade é tendência!
Recicle o E.P.S

o Isopor pode ser reciclado se você separá-lo limpo, junto aos demais plásticos



Não jogue este folheto em vias públicas.

Emoção e sensorialidade para o dia dos namorados

A palavra-chave para o dia dos namorados é inovação. Como nesta época é muito normal passar por vitrines cheias de corações e palavras que lembram o amor, o ideal é sair do lugar comum, combinando romantismo e criatividade, para que a sua vitrine seja o destaque da data.

Corações, cupidos e beijinhos não podem faltar, mas é essencial cativar o cliente pela emoção, afinal, essa época é 100% sentimento. Para isso, podemos usar o chamado "marketing sensorial" ou "marketing de experiência", que consiste em criar um ambiente agradável em sua loja por meio de sons e perfumes.

Apesar de ser mais utilizado no ramo alimentício, pois o cheiro agradável da comida é atrativo para as compras, os cinco sentidos (visão, tato, olfato, audição e paladar) são os responsáveis por boa parte das nossas decisões.

Esse tipo de marketing deve levar em conta o público que se deseja atingir,

estudar o comportamento do cliente e suas emoções.

A professora de marketing e gerente de recursos humanos, Valdire Moser, explica: Considerando que 90% das decisões de compra ocorrem no ponto de venda, o objetivo do comerciante deverá ser manter o consumidor por um tempo maior dentro da loja. Uma música ambiente adequada ou um aroma que os clientes sintam ao entrar, não deve ser escolhido ao acaso. Esse tipo de ação faz o cliente associar a marca a uma sensação boa, o que o leva a comprar mais.

A especialista ainda também alerta sobre os exageros, pois o ambiente deve estar em harmonia não só com o público alvo, mas também com os produtos que a sua loja oferece. "É preciso tomar cuidado para não escolher a estratégia errada e acabar colocando musica heavy metal em uma cantina italiana ou colocar aromas fortes demais em ambientes sofisticados", completa. ◆

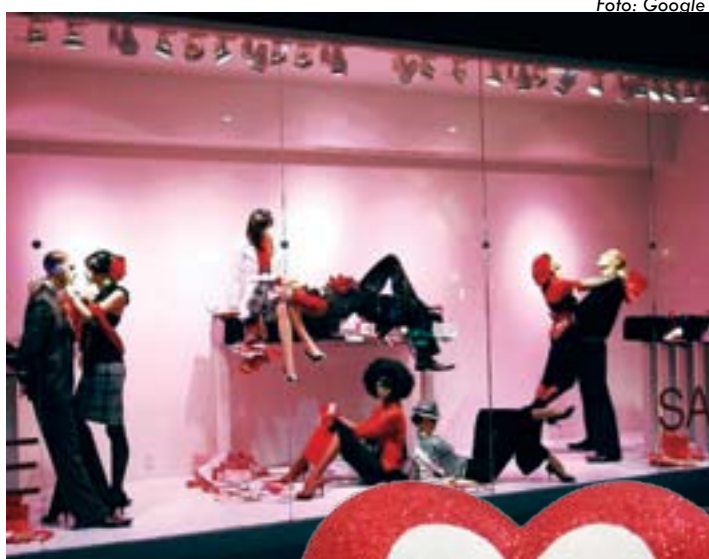


Foto: Google

Loja americana investe no jogo de cores e manequins com posições diferentes

Corações: Styroform by
Claudete Silva



Aguce os 5 sentidos...



Visão: Cuidado com o excesso de cores e imagens, ou seja, evite poluição visual. O produto deve ter destaque sem que as muitas mensagens venham a confundir o seu público-alvo. O estabelecimento deve escolher cores que identifiquem sua ideologia.



Audição: Músicas devem ser adequadas aos ambientes. Em lugares mais agitados a música alta pode vir a atrapalhar. Escritórios, lojas e supermercados devem dispor de uma "rádio" interna própria, com seleções de músicas que envolvam o ambiente e se identifiquem com o perfil dos clientes, num volume ideal ao seu público. Não se coloca, por exemplo, um Heavy Metal em um restaurante italiano no horário do almoço.



Tato: O consumidor brasileiro tem o hábito de "observar" com as mãos. Deixar os produtos ao seu alcance pode ser uma grande oportunidade de agradáveis experiências aos consumidores e novos negócios para a empresa.



Paladar: Este sempre foi o conquistador de todos. Há até o ditado: "conquistou o marido pelo estômago". Oferecer ao cliente agrados como chocolates, balas ou outras guloseimas que agreguem, além do sabor, características visuais e olfativas, pode tornar a experiência de compra inesquecível, bem como satisfazer o cliente por ganhar um brinde.



Olfato: As essências podem ser utilizadas para personalizar o ambiente. É necessário apenas ter cautela quanto ao exagero da quantidade ou excesso de essências distintas em um mesmo ambiente.



Passo a Passo

Caixa Coração para Presente

Por: Claudete Silva

Demonstre todo o seu amor...



Materials:

- Coração Oco 200
- Lixa d'água nº 150
- Cola gel p/ decoupage
- Tinta Látex Vermelha
- Guardanapo p/ decoupage
- Pincel Largo
- Esponja
- Verniz Base p/ Craquelê
- Verniz Craquelador
- Cera Pátina (cor que desejar)



1. Com a lixa d'água nº 150, lixe as duas partes do coração para tirar imperfeições. Repita também na parte interna da caixa.



2. Aplique uma camada de textura (massa corrida com tinta látex branca) em todo o coração e espere secar.



3. Depois que a textura estiver seca, lixe novamente com a lixa nº 150 para deixar a peça bem lisinha.



4. Com o pincel largo e a tinta látex vermelha, cubra toda a extensão de peça. Aplique de maneira uniforme.



5. Recorte o motivo (adesivo, guardanapo, fotografia, papel de presente, etc.) e fixe com cola para decoupage.



6. Agora, passe uma camada de verniz base apenas na parte de fora da peça e deixe secar por 2 horas.



7. Com um pincel limpo, aplique o verniz craquelê apenas na parte exterior do coração. Aguarde secar.



8. Para finalizar, espalhe a cera patina de sua preferência. Em seguida, limpe o excesso com um pano seco.



Conheça a trajetória de Anna Modugno

referência nacional de modelagem em biscuit

Anna Modugno é o principal nome quando se fala em modelagem de biscuit no Brasil. Hoje, depois de mais de 25 anos de trabalho com a massa, e muitos outros no artesanato, se dedica principalmente às aulas em seu ateliê e produção de peças para buffets infantis e casamentos.

Especialista em bolos e flores, Anna começou a trabalhar com biscuit em 1988, quando ela ainda era pouco divulgada no país. A pedido da editora da revista Manequim, produziu 108 rosas para uma publicação de casamento e, a partir de então, tornou-se referência e desenvolvedora das principais ferramentas usadas neste tipo de artesanato. "Depois disso, descobri que com essa massa dava para fazer tudo o que você imaginar", conta.

Em 1994, antes de se dedicar somente aos bolos cenográficos, a artista apresentou seu trabalho para a televisão levando algumas peças até a produção do programa Note e Anote, na época apresentado por Ana Maria Braga. Chegando lá, ela descobriu que eles não estavam mais interessados no biscuit. "Resolvi dizer que não era biscuit, que era porcelana fria, na semana seguinte eu já estava no programa".

Anna se apresentou todas as segundas-feiras, às 10 da manhã, durante 4 anos.

Com o sucesso na TV, passou a receber dezenas de ligações por dia para tirar dúvidas sobre as técnicas apresentadas. "Uma aluna me deu a ideia de fazer uma revista e, com a ajuda dela, montei a Modugno, que foi minha primeira revista de técnicas em biscuit. Depois veio a oportunidade, de fazer a Arte em Biscuit para ser vendida nas bancas". A Revista Modugno, que não circulava nas bancas de jornal, vendia aproximadamente 500 exemplares por dia.

Durante anos o sucesso de Anna Modugno não parou de crescer. Além das revistas e gravações, ela tinha sua própria loja na região do Belém, em São Paulo, onde vendia sua arte e ministrava cursos de diversas técnicas.

Há aproximadamente três anos atrás, o falecimento de sua filha e braço direito, Angela Modugno, abalou profundamente a vida não só da mãe, mas de toda a família.

Angela era quem cuidava da loja - Anna Modugno

Artes-, e administrava seus funcionários. Com a morte da filha, Anna passou um longo período afastada do artesanato. Superado o trauma, ela está voltando ao mercado que só se desenvolveu tão bem graças ao seu esforço. "Se eu parar com isso, não vai existir mais material nenhum para as pessoas trabalharem com biscuit". Ela também é dona da marca Anna Modugno de moldes especiais, máquinas e cortadores.

Atualmente, dedica-se às aulas particulares de bolos cenográficos e flores no ateliê. "Quem faz o curso comigo aprende a montar o bolo e um tipo de flor. Todos os alunos saem daqui com o bolo pronto, podendo até já colocar para vender." O curso dura duas aulas e custa R\$250,00. O bolo produzido pode ser

vendido até por 350,00. Para quem quer aprender mais de um tipo de flor, Anna também oferece cursos específicos, no valor de R\$100,00 e duração de duas aulas. ♦

Base p/ Bolo Falso em E.P.S decorada com biscuit



Anna Modugno recebe o prêmio de artesã do ano (2007)

Expediente:

Comercial e Marketing: Fabiana C. Atui Busani

Edição de Arte: Ana Paula Pascoalotto

Redação: Ana Paula Pascoalotto

Contato: imprensa@styroform.com.br