

Brazilian Publishing Consortium

October 2014



Business Models

- * **Books in Chapters**

- * Printed and Digital Distribution



- * **Digital Library**

- * Subscription and Perpetual Sales

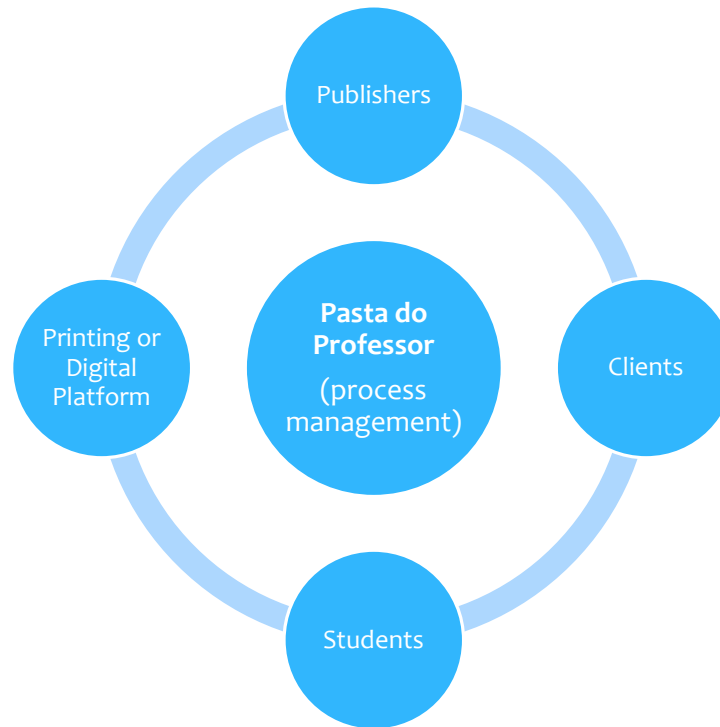


Books in Chapters



- * This is a pioneering initiative of book publishers in Brazil and aims to provide content of their published works to be alternatively purchased in a fractional form.
- * Any Brazilian publisher can participate in this project. The priority is always customer's demands for a particular content.
- * 37 Publishers participants and a portfolio with more than 1 million pages.

Books in Chapters Process Management

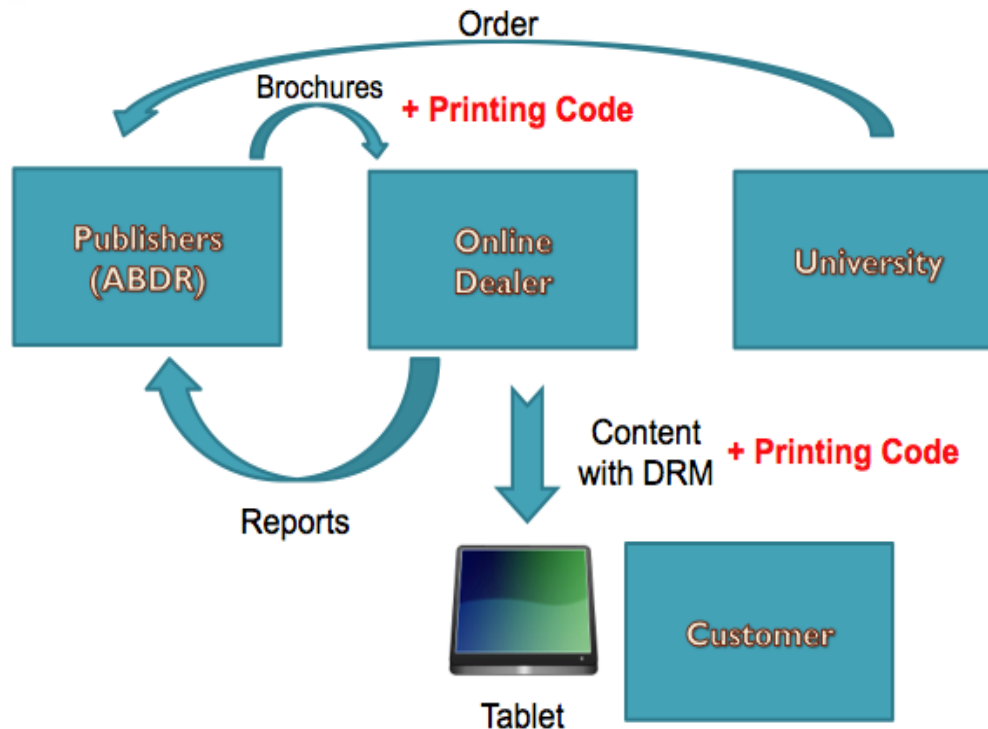


Books in Chapters Process Management



- * Publishers send Book Files and Metadata to Pasta do Professor's host.
- * Pasta do Professor slices the Files in chapters and organizes them in a system.
- * Clients access the Pasta do Professor system, choose the chapters and build a folder for each subject.
- * Clients send a request to Pasta do Professor System, asking the amount from each Folder and basic students data.
- * Clients also choose the media provider and pay directly for it.
- * Pasta do Professor System inserts a water mark with institution and student data in all pages and releases the folder to printing or digital platform.
- * Pasta do Professor sends a sales report to the publishers.
- * Publishers send invoices directly to customers.

Pdp E-books sales model



B to B

Digital Library



- * 5 Publishers and 18 Imprints
- * 5800 titles
- * Subscription and Perpetual Sales

Digital Library

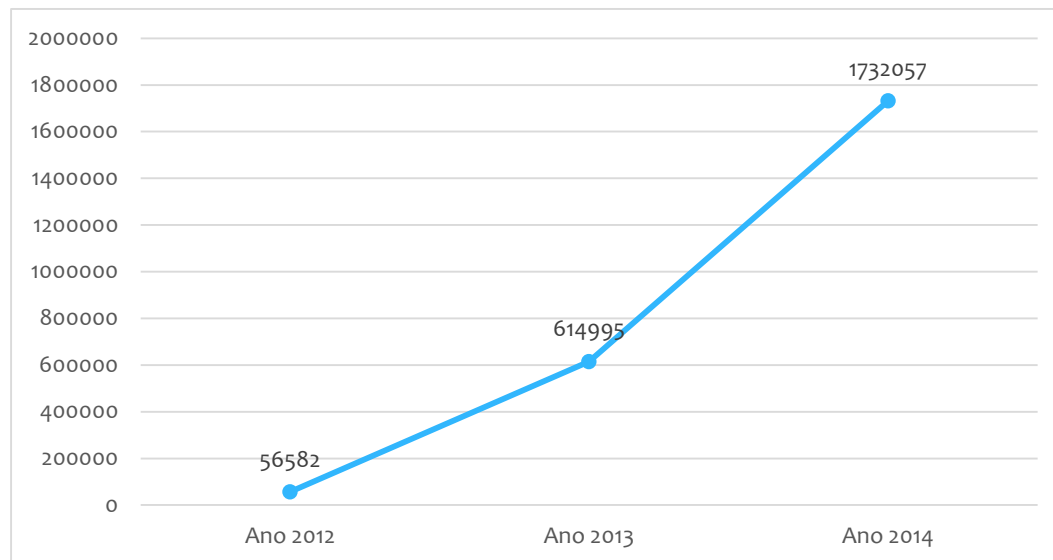


- * Subscription model:
 - * Total of Clients: 75
 - * Total os students: 402.000
 - * Revenue share: Portfolio + Page View

Digital Library



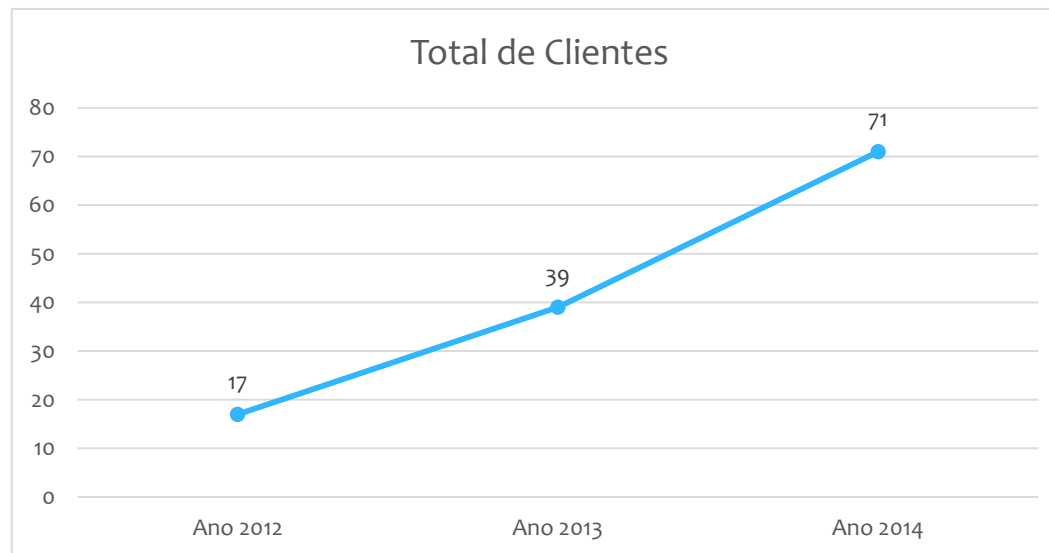
* Access evolution



Digital Library



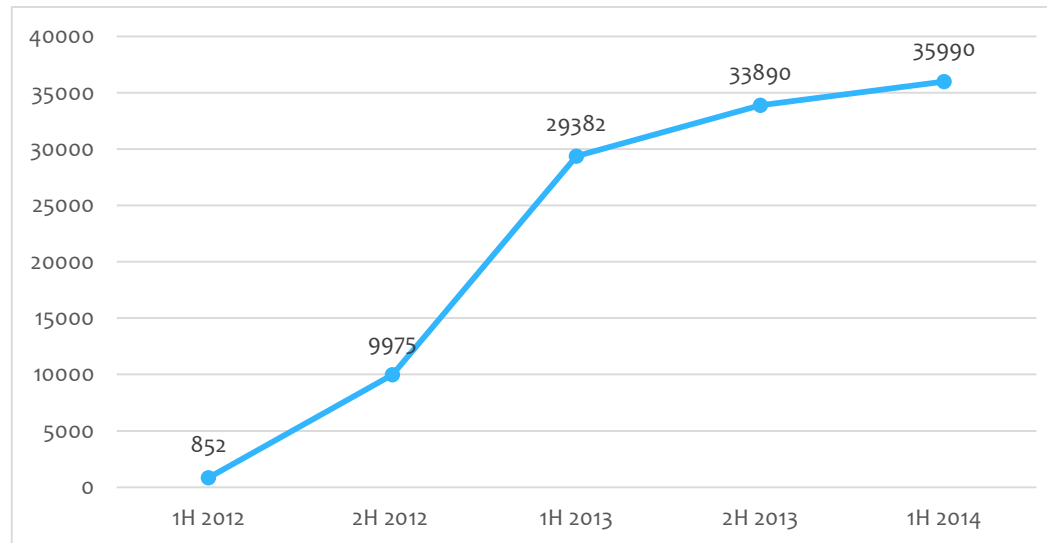
* Total of Clients



Digital Library



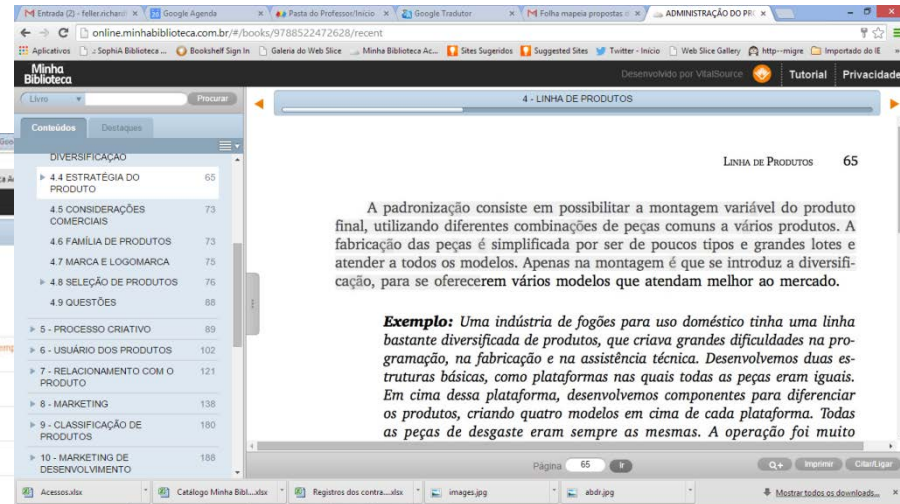
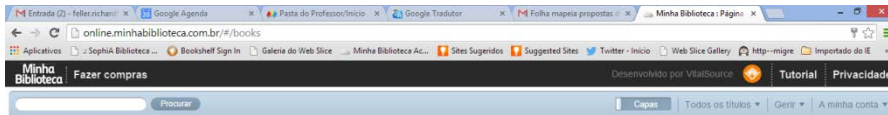
* Sample of a Client Access Evolution



Digital Library



* Screens of digital library (subscription)



Digital Library



- * Perpetual Sales:
 - * Total of Clients: 6
 - * Total os students: 80.000
 - * Revenue share: Ebook sales

Digital Library



- * Perpetual Sales:
 - * Total of Clients: 6
 - * Total os students: 80.000
 - * Revenue share: Ebook sales

Digital Library



* Screens of Perpetual Access

Integrando a obra em estratégias de publicidade e precificação

Um livro-texto diferente de tudo que você já viu

GREWAL | LEVY

MARKETING

2ª Edição

SUMÁRIO	ANOTAÇÕES (0)
CLASSIFICAR	Capítulo
☐	LEGAL
☐	SUMÁRIO RESUMIDO
☐	SUMÁRIO
☐	MÓDULO UM
☐	MÓDULO DOIS
☐	MÓDULO TRÊS
☐	MÓDULO QUATRO
☐	MÓDULO CINCO
☐	MÓDULO SEIS
☐	MÓDULO SETE
☐	NOTAS
☐	CRÉDITOS
☐	ÍNDICE DE NOMES

Excelência de localização

A localização é especialmente importante para varejistas e provedores de serviços. Muitos provedores dizem: "As três coisas mais importantes ao varejo são: localização, localização e localização". Por exemplo, a maioria das pessoas não vai andar ou dirigir até um local distante para fazer uma compra de café. Uma vantagem competitiva baseada na localização é sustentada porque não pode ser facilmente duplicada.

A "Dierker" Doucette e Marhu ki estabeleceram uma vantagem competitiva sólida em virtude de suas variedades de localização. Elas possuem lojas físicas em áreas comerciais que ficam

o P&E e pela demonstração de resultados financeiros (geralmente os resultados). As três principais fases do planejamento de marketing são: planejamento, implementação e controle." Também muitas pessoas não possuem um plano escrito que exporiente o que elas estão planejando realizar no próximo ano e como elas esperam fazer isso, as empresas precisam desenvolver documentos. É importante que todos os processos envolvidos na implementação do plano tenham os objetivos gerais da empresa e os meios para cumpri-los. Ademais, como partes interessadas, como investidores e fornecedores potenciais, precisam saber o que a empresa planeja realizar. Um plano de marketing escrito também fornece um ponto de referência para avaliar se a

SUMÁRIO	ANOTAÇÕES (0)
CLASSIFICAR	Capítulo
☐	LEGAL
☐	SUMÁRIO RESUMIDO
☐	SUMÁRIO
☐	MÓDULO DOIS
☐	MÓDULO TRÊS
☐	MÓDULO QUATRO
☐	MÓDULO CINCO
☐	MÓDULO SEIS
☐	MÓDULO SETE
☐	NOTAS
☐	CRÉDITOS
☐	ÍNDICE DE NOMES



Thank you! Questions?

Daniela Manole

daniela@manole.com.br