

GRAZIA

españa

Estimado cliente,

Hoy tenía que ser un día muy feliz para mí, y una metedura de pata emborrana mi felicidad.

SOLO PUEDO DECIR QUE LO SIENTO.

Nada más lejos de nuestra voluntad que evitar que los lectores acudan al quiosco. ¡Si justamente lo que deseamos es revitalizar el quiosco! Esa es la idea de nuestra revista: revitalizar el quiosco, vender en los quioscos, demostrar que el quiosco está vivo, que el papel está vivo, y que cuando se publica un buen producto, el quiosco responde, como ha ocurrido en los 22 países en los que se edita ya GRAZIA. También queremos agradecerle su apoyo en el éxito del lanzamiento del semanal de moda y actualidad Grazia que ha significado la mayor apuesta editorial de los últimos 10 años. Este lanzamiento ha contado con la total colaboración del Grupo Planeta, un referente en este sector.

Sé que mis palabras no son suficiente, pero vendrán los hechos. Y vienen ya.

En principio, vamos a publicar en el número 2 de GRAZIA un reportaje de La revista en las calles, haciendo fotos en diferentes quioscos españoles, para animar a los lectores a acudir a los quioscos.

Además, vamos a organizar distintas acciones de marketing dirigidas directamente a que las lectoras vayan a quioscos, organizando concursos, de los que muy pronto tendréis conocimiento.

QUEREMOS SER VUESTROS CÓMPLICES Y QUE VOSOTROS SEÁIS NUESTROS CÓMPLICES. Y OS LO VAMOS A DEMOSTRAR.

Por último, te prometo que en mi carta de la directora del segundo número, tendréis una disculpa formal.

Lo lamento, de corazón. Y de nuevo gracias por su ayuda en el éxito del lanzamiento.

Charo Izquierdo, directora de GRAZIA

