

# Customização em Massa: especialistas explicam o conceito – e seus benefícios – para empresas e clientes

## Adaptação de serviços e produtos para diferentes necessidades ganha adeptos entre companhias de tecnologia e inovação

**15/09/2016 16:28:22**

Adequar-se ao meio onde está inserido. Um mote antigo e simples que ainda norteia as empresas que querem fazer um trabalho de qualidade e relevância para seus clientes. No Brasil, a Customização em Massa (CM) – conceito de fornecer produtos e serviços que se adaptam às necessidades individuais de cada consumidor – está cada vez mais inserida em diferentes modelos de negócios.

### Informação da Tecnologia

Especialista no mercado de impressão, a Reis Office enxergou na customização um nicho até então inexplorado de trabalho. Dentro dessa mentalidade, a empresa expandiu o portfólio de serviços e clientes – em 2015, foram R\$ 120 milhões faturados, além de uma projeção de crescimento de 10% até o fim desse ano. Em plena crise econômica, enquanto muitos demitiam, a Reis Office aumentou em 15% o número de funcionários apostando na inovação em seu próprio mercado.

Um exemplo é a solução que faz a impressora reter as solicitações em um servidor e só libera a impressão quando o usuário for buscá-la, aproximando o crachá, digitando uma senha (pin) ou por meio de um reconhecimento biométrico. “Isso elimina a necessidade de os colaboradores buscarem as folhas impressas a cada solicitação, tornando o trabalho muito mais focado e prático, além de economizar tempo”, ressalta Rodrigo Reis, sócio e diretor de projetos da Reis Office.

### Presente certo

Montar kits de flores e presentes perfeitos pela Internet, para serem entregues com hora marcada, parece impossível. Mas a Giuliana Flores – fundada em 1990 como uma banca de flores e que se tornou o maior e-commerce de flores e presentes do Brasil – trabalha incessantemente para desenvolver o melhor serviço a seus clientes ao oferecer, inclusive, as melhores sugestões para cada tipo de cliente baseadas no histórico de compra no site.

“Nosso serviço é inteiramente customizável para atender às necessidades dos nossos clientes. Além das mais de 10 mil opções de itens, que podem ser combinados e formar kits inteiramente originais, eles ainda podem agendar a entrega para qualquer hora, no mesmo dia em até três horas”, comenta Juliano Souza, diretor de marketing da Giuliana Flores.

### Minha própria loja virtual

A variedade de serviços e infraestrutura sob medida para quem está abrindo ou quer extrair o máximo possível do seu e-commerce é o foco do Digital Commerce Group - DCG, que engloba quatro companhias: a EZ Commerce, que se concentra em lojas virtuais de pequeno e médio portes (PMEs), a CORE, plataforma para médias e grandes operações, a Octopus, que realiza gestão e inteligência para marketplaces, e Services, consultoria especializada em comércio eletrônico.

“Nossa missão é construir e adquirir tecnologia de ponta, com a operação de venda online que requer um conjunto de soluções e serviços para serem oferecidos de forma integrada e a um preço competitivo, de acordo com as necessidades do lojista”, afirma Henrique Mengue, CEO e diretor executivo do conselho do DCG.

### Tudo digital

Toda empresa, independente do objetivo, pode ter seu negócio potencializado com a transformação digital. A Just, no mercado há oito anos, entrega estratégia, design e tecnologia para desenvolvimento de produtos digitais.

“Em alguns casos, precisamos construir soluções específicas para atender as necessidades de nossos clientes e usuários dos produtos que criamos, para isso mergulhamos de cabeça no negócio do cliente e falamos com clientes dos nossos clientes, para entregar o produto certo, no tempo certo, para as pessoas certas. Nesta fase de imersão envolvemos nosso time de desenvolvimento e de experiência do usuário, que juntos são capazes de entender o negócio e propor o melhor caminho a ser seguido”, ressalta Rafael Cichini, CEO da Just.