

Print

IMPRESSÃO • TÉCNICA • REVISTA INFORMATIVA

N.º 2 • GRATUITA



ESTRATÉGIAS EM SERVIÇOS O QUE É?

Funciona apenas para empresas grandes? | 17

POR QUE ALGUNS CILINDROS OPC DURAM MAIS E OUTROS NÃO?

Saiba que fatores influenciam no rendimento do OPC | 14

O HOMEM COM UMA MISSÃO

O verdadeiro avanço na tecnologia de cópia e impressão também é um fato histórico do qual fazemos parte, qual a importância disso? | 20



MANUTENÇÃO QUE SE PREZE

MERECE PEÇAS E SERVIÇOS
DE QUALIDADE

Há 8 anos no mercado de Outsourcing de
Impressão e TI atuante em todo Brasil.

Temos compromisso com o meio ambiente nos
levou a disponibilizar para venda máquinas no
estado ou revisadas RECON,
peças e suprimentos, visando prolongar a vida útil
destes recursos.

Todos os produtos colocados a venda são testa-
dos e foram retirados de equipamentos que
estavam em funcionamento.

Enviamos sempre com Nota Fiscal.

Oferecemos consultoria técnica, assessoria,
treinamentos e manutenção geral RECON de
equipamentos para nossos parceiros em toda
América Latina.

ENTRE EM CONTATO CONOSCO
+55 (51)3029-6022

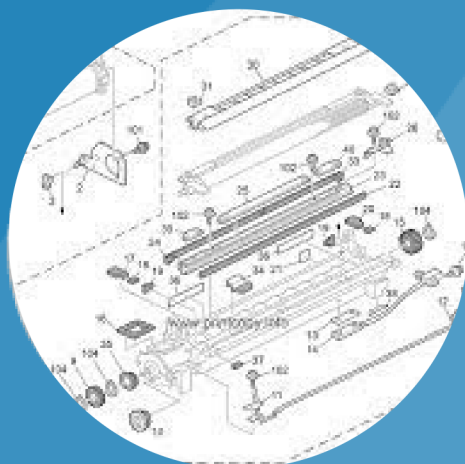
N Parts faz parte do Grupo Nave TI

www.naveti.com.br

Instagram: @naveti.oficial

N Parts ML para nossos parceiros:


<https://print2print.mercadoshops.com.br/>



Peças novas, semi-novas e usadas em bom estado
Cartuchos vazios primeiro uso varios modelo



Maquinas no estado e RECON
Treinamentos e serviços

- 
- The background of the page shows an office environment. On the left, a person's arm in a white shirt is visible. In the center, there is a large, multi-tiered white office printer or copier. To the right, a portion of a white desk and a chair is visible. The overall scene is brightly lit, likely from a window on the right side of the frame.
- 04** Reconhecimento Profissional
 - 07** Sala técnica
 - 10** Notícias Mercado Latino
 - 11** Para Pensar
 - 14** Falando em Engenharia
 - 17** Atendimento Nota 10
 - 20** Especial



CRÉDITOS: SEBRAE RESPOSTAS

Imediatismo X Agilidade

VAGNER MACIEL

Uma das principais mudanças nos negócios nos últimos anos foi o comportamento do cliente. Ele está cada vez mais conectado e quer ser visto como único, ser atendido de forma personalizada, com rapidez, de maneira transparente e contínua, independente do canal ou ramo.

Além de estar cada vez mais conectado em novas tecnologias, o cliente de hoje em dia é exigente. Ele dá valor à experiência e ao bom atendimento. Além de ser um gerador de conteúdo para as redes sociais. Ou seja, sua opinião pode ter impacto na reputação de produtos, empresas, profissionais, serviços e marcas.

Mas como isso influencia no segmento de copiadoras e sistemas de impressão?

Cada vez mais, empresas que achavam que seu mercado era intacto, perdem para quem entendeu melhor o cliente de agora.

Na prática, a combinação de novas tecnologias e técnicas organizacionais permite para quem entende sobre o comportamento de seus clientes e a percepção deles a entregar produtos e serviços quase sob medida. Isso potencializa a conquista de resultados incríveis. Mas infelizmente muitos confundem agilidade com imediatismo. Por esse motivo neste artigo vamos entender o que é imediatismo e entender o que é ser ágil em prestação de serviços pois o conceito de agilidade visto do ponto de vista do imediatismo pode trazer muitos problemas, gastos e dores de cabeça desnecessários e pior ainda, perda de clientes e receitas.

O que é imediatismo?

Só para citar um exemplo:

O Banco Mundial realizou em 143 países no ano de 2015, um estudo que revelou que em cada 100 brasileiros, apenas 4 poupam recursos para os anos finais de suas vidas. Já na Tailândia por exemplo, 60% da população utiliza alguma forma privada de poupança para garantir sua velhice.

Por essas e outras razões, há quem diga que o brasileiro é imediatista e a paciência não é exatamente a virtude mais recorrente entre as pessoas em nosso país. Além disso, podemos observar este imediatismo e seus impactos em outros aspectos mais cotidianos. As pessoas tem dificuldade em expressar ou até mesmo o desconhecimento de quais são os objetivos de longo prazo relacionados às atividades que desenvolvem no dia a dia. Esse é um sintoma de algo que está muito presente na essência das culturas de muitas empresas. Abaixo veremos duas das causas para esta falta de visão de futuro nas empresas que estão relacionadas ao imediatismo:

Não saber definir objetivos:

Quando a liderança estabelece um comportamento imediatista, a primeira coisa que “vai para o espaço” é o Planejamento Estratégico e a atenção de quem administra, acaba se voltando para aspectos táticos, ou seja, está sempre voltada para “apagar os incêndios” em processos e atividades dos quais muitas vezes, deveriam ser conduzidos por seus colaboradores ou gestores, o que deixa claro isso é quando o chefe interfere na programação por motivo de algum chamado técnico que não seria tão urgente dizendo que está “agilizando o processo” e acaba comprometendo todo o resto, essa é a famosa agilidade burra, ou seja, falta de planejamento estratégico focado somente no processo tático.

RECONHECIMENTO PROFISSIONAL

O fato de não ficar claro para a equipe o que especificamente buscar do ponto de vista estratégico, impede que as coisas realizadas no presente ganhem a devida conexão com o que é esperado no futuro.

Comunicação não eficaz:

Mesmo quando se consegue através de um bom planejamento, estabelecer de forma madura objetivos específicos, mensuráveis, relevantes e que possam ser cumpridos em um tempo conveniente e hábil, mas não são comunicados corretamente para a equipe, o efeito acaba sendo parecido: falta de conexão do presente com o futuro, ou seja ao invés de agilidade vem a morosidade.

Aquilo que o time estratégico identifica como um ideal a ser buscado, precisa ser traduzido para cada colaborador em sua realidade, mas é comum encontrar apenas cartazes em murais de aviso ou somente a fala do chefe: Temos que produzir!

Mas o que é ser ágil?

No mundo dos negócios e da tecnologia, ser ágil é como um processo de liquefação do gelo dentro de uma jarra de suco de uva, aos poucos vai derretendo e misturando-se ao suco tornando-se parte dele; ou seja, significa ser capaz de se moldar e adaptar-se rápido a novas condições e mudar sua direção e também ter a capacidade de transformar objetivos em resultados.

Para se manter no jogo, algumas empresas tradicionais têm se conectado com a sua essência e traçado novas estratégias. Agora, elas levam em conta as perspectivas dos clientes e também pensam em novos modelos de negócio, de gestão, de estrutura organizacional, processos e ferramentas de trabalho. Para isso, contam com a agilidade e não com o imediatismo.

Seja na condução de uma empresa ou em gestão de chamados técnicos, o estabelecimento de objetivos realizado com maturidade traz benefícios permanentes para quem procura resultados, sobretudo, a agilidade.

Para podermos aprender e compreender melhor como é o processo de agilidade, apresentamos 3 características de quem consegue aplicar processos ágeis com sucesso e alcançar a alta performance:

1. Saber por onde começar

Naturalmente precisa-se entender que é necessário cumprir algumas etapas para alcançar o resultado esperado, no mínimo: começo, meio e fim.

Ter minimamente claro qual é a sequência dessas etapas e o que cada etapa deve entregar, ajudará a diminuir significativamente a possibilidade de retrabalho, ou seja retornos e gastos desnecessários.

Saber por onde realmente começar, diminui a possibilidade de desperdício de tempo e recursos, pois, se o que você fez dá sentido para as próximas etapas, não terá que voltar e fazer de novo.

2. Saber com quem contar

Invariavelmente, nós precisamos uns dos outros e isso é fascinante. Quando os objetivos de um projeto ou processos de atendimento estiverem bem definidos, a sua missão será encontrar as pessoas corretas para lhe ajudar a realiza-los, melhor ainda se esta definição acontecer em equipe. Analisar uma combinação de conhecimentos, habilidades e atitudes é o que vai ajudar na escolha dos colaboradores.

Lembre-se: Somente boa vontade nem sempre vai resolver os desafios que surgirem pelo caminho, pois, se você precisa chegar à Lua, vai precisar de um astronauta para pilotar o foguete até lá.

Sempre que puder, opte por especialistas ou ajude a formar um pois como diz Derek Bok: "Se você acha caro pagar por um bom profissional, experimente contratar um incompetente!"

Pois pensar que não precisa é que nem saber somente usar como ferramenta o martelo e qualquer problema que surja é prego!

Isso deixa bem claro em questão de custos e retrabalho, que pode-se evitar dores de cabeça se optar por bons profissionais ou decidir forma-lo(s) para ter resultados em menos tempo.

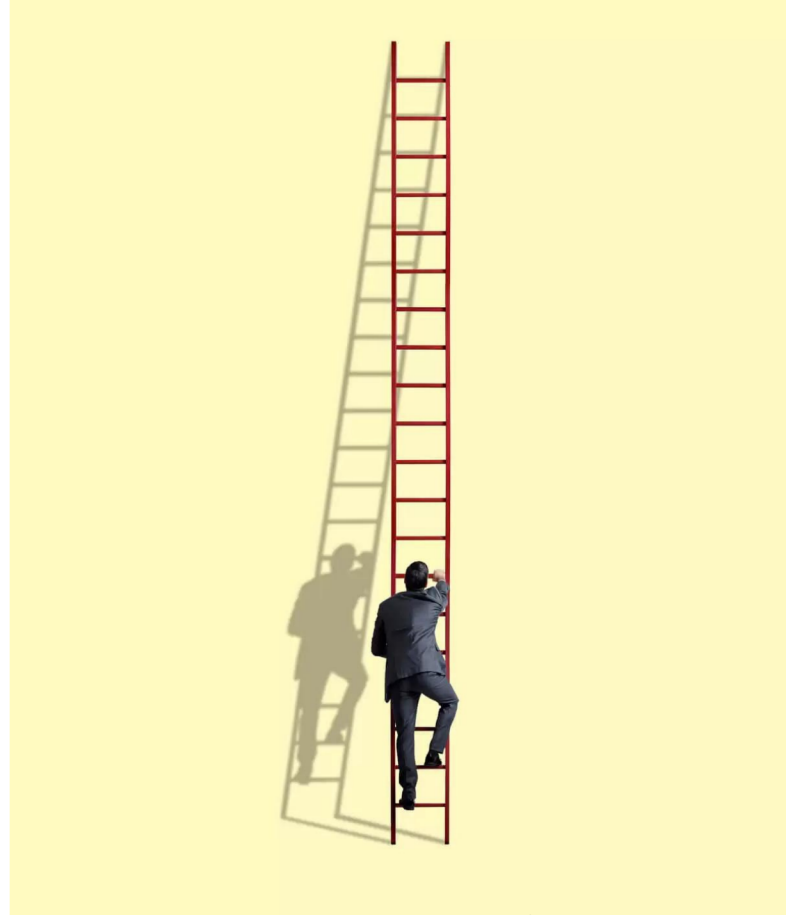
RECONHECIMENTO PROFISSIONAL

3. Ter um foco para manter

Para quem não sabe onde quer chegar, qualquer caminho serve, mas para quem tem um objetivo específico e sabe onde quer chegar, precisará exercer o hábito da renúncia. Na medida em que um chamado técnico avança e, sobretudo, quando as primeiras etapas são bem sucedidas, possibilidades vão se abrindo matricialmente diante de você.

Quando seu foco está fixado no objetivo estabelecido, fica mais fácil dizer "infelizmente pelo horário hoje não poderemos te atender devido a demanda de atendimentos, podemos marcar para amanhã?!" para caminhos, distrações e atalhos que poderiam gerar algum outro resultado ou até mesmo comprometer todo o dia de atendimentos, lógico que existem suas raras exceções, mas lembre-se, "tudo que vira rotina deixa de ser imprevisto."

A satisfação do cliente é o principal indicador de sucesso da metodologia ágil, então faça uma análise para descobrir como está sendo seus processos de atendimento técnico e assim sinta-se a vontade de buscar e contar com a ajuda de profissionais qualificados para te orientar sobre como fazer e que ferramentas usar.



CRÉDITOS: SEBRAE RESPOSTAS



Leandro



(34)99711-4123



RICOH



● **Copiadoras**

● **Multifuncionais**

● **Impressoras**

● **Suprimentos**

● **Assis. Técnica**

● **Vendas e Locação**



Sala Técnica

Informação e cultura técnica



Peças e parafusos

POR ROBERTO GÓES

Hoje vamos relatar e comentar sobre esses assunto pois nós técnicos sabemos a importância de cada um deles.

Para que nossa assistência fique de acordo, devemos ficar atentos a essas peças, pois como a demanda de usuário que utiliza meios de acesso não muito confiáveis para tentar resolver os problemas de seu equipamento, cresce devemos nos atentar.

Temos que nos atentar a essas peças pois poderá estar em lugar e posição irregular ou ate mesmo quebrado ou parafusos que não corresponde ao equipamento.

Vejo muito acontecer, pois na tentativa de resolver o responsável pelo equipamento acaba utilizando de forma equivocada.

As peças tem seu lugar próprio e também tamanho e espessura e acabamento que são projetados somente para aquela peça e não para outras na tentativa de fazer adaptação no reparo, podemos até fazer esse reparo pois e necessário a troca da mesma.

Quando observamos a necessidade de cada equipamento e circunstâncias do mesmo que nos encontramos em campo, sabemos que nos encontramos em momentos e horários que não encontramos o que precisamos para obter o resultado na correção do problemas.

Pois ao invés de arrumar podemos prejudicar mais e assim o que poderia ser breve, pode levar mais tempo do que esperamos.



Sala Técnica

Na medida da circunstância temos de avaliar a melhor forma para não danificar mais ainda o equipamento.

https://instagram.com/hold_atendimento_tecnico

“O conhecimento todos tem, mais a SABEDORIA de compartilhar é de pouco”

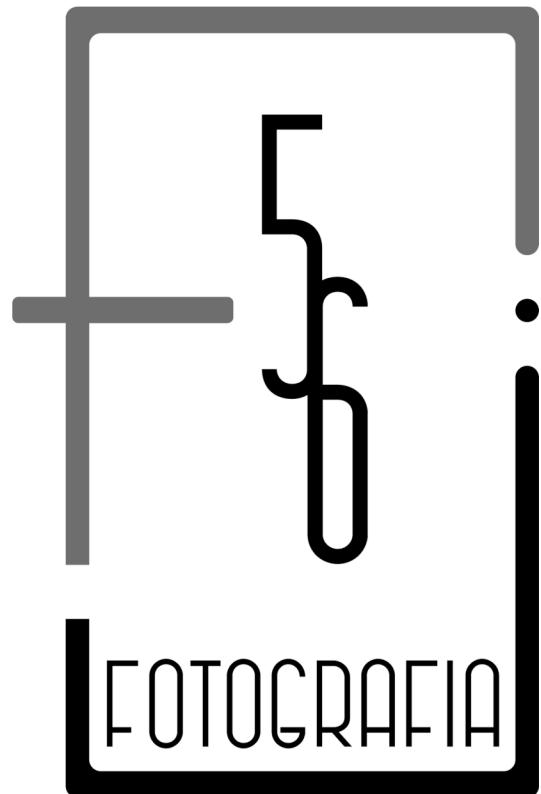
Roberto Góes

Também estamos apoiando projetos de esporte como o de Julia Celestino Rocha.



Siga [Julia Celestino Rocha](https://instagram.com/juliacelestinorocha) no instagram:

<https://instagram.com/juliacelestinorocha>



ROCHA

TRANSPORTES

VIAGENS - EVENTOS E EXCURSÕES

VANS E CARROS EXECUTIVOS



14 99684-2244 - Cristiano Oliveira



14 99855-1419 - Victor Costa



Printer Solutions



- ✓ Terceirização
- ✓ Assessoria comercial
- ✓ Manutenção
- ✓ Vendas/Locação



Abrangência
em 11 estados

Rodrigo Gonçalves
Consultor técnico/comercial



RICOH



brother At your side.



Entregamos para todo Brasil

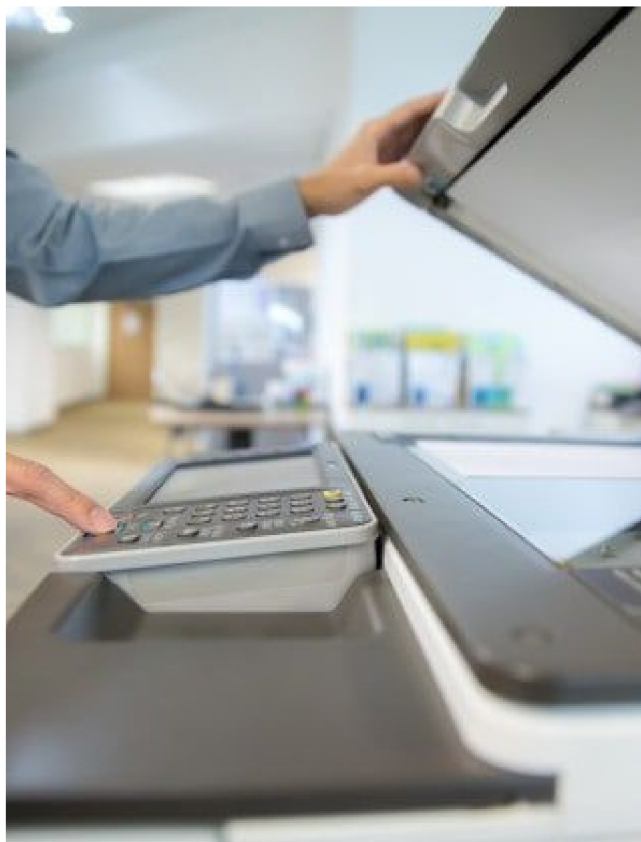


Central de atendimento
35 9 9151-5645



SIGA-NOS
@solutionsprinter

Todos nós Adoramos Novidades!



CRÉDITOS: RICOH LATIN AMERICA

Pequenas e médias empresas recorrem à automação, digitalização e segurança para sair mais fortes da pandemia, diz nova pesquisa da Xerox

A “Pequenas e médias empresas são a base da economia dos EUA e são essenciais para o crescimento econômico sustentado”, disse Joanne Collins Smee, diretora comercial, SMB e diretora de canais da Xerox. “Eles precisam de tecnologias projetadas especificamente para eles com serviços locais e especialistas em suporte que entendam as necessidades comerciais exclusivas.”

A Xerox tem um conjunto de soluções voltadas para pequenas e médias empresas que atendem aos principais requisitos de tecnologia para colaboração, comunicação, suporte remoto de TI, segurança e automação.

Muitos fabricantes então com essa visão de mercado que tem aumentado com a pandemia, por esse motivo decidimos trazer essa notícia e disponibilizamos para ver o artigo da pesquisa realizada pela Xerox no link abaixo:

<https://www.news.xerox.com/news/the-Xerox-State-and-Fate-of-Small-and-Medium-Business-Survey>

TÉCNICO BOMBEIRO

As causas e desvantagens de viver apagando incêndios



CRÉDITOS: ISTOCK

Devido à correria constante se torna frequente o famoso apagar incêndios, onde o técnico precisa correr contra o tempo para conseguir, em um tempo hábil, atender a demanda de chamados técnicos diária e não raro volta com retornos, ou seja, rechamada virando em uma "bola de neve".

Já teve que viajar duas ou mais vezes para retornar ao mesmo local ou cidade para resolver um ou vários problemas em um ou mais clientes no mesmo dia?

Você precisa retornar imediatamente no cliente pois o gestor disse para você retornar mesmo que seja fora do horário de trabalho no mesmo dia por causa que o cliente ameaçou de encerrar o contrato?

E lá vai o técnico João correndo para todo lado apagando incêndios, por assim dizer!

Provavelmente você se identificou em algumas dessas situações concorda? Esse tipo de situação é muito comum na maioria das empresas de Outsourcing de impressão e prestação de serviços em copiadoras e sistemas de impressão, principalmente quando se tem muitos clientes e poucos profissionais para atender a demanda, devido à correria constante se torna o famoso apagar incêndios, onde o técnico precisa correr contra o tempo para conseguir, em um tempo hábil, atender a demanda de chamados técnicos diária e não raro volta com retornos, ou seja rechamados virando uma bola de neve, pressão em cima de pressão fazendo com que a empresa não consiga atender de maneira que seus clientes se sintam bem atendidos.



CRÉDITOS: ISTOCK

"Para recuperar o cliente e restaurar a credibilidade se torna mais difícil que mantê-lo, sem contar em colaboradores insatisfeitos, estressados, sem paciência e rabugentos, onde pode gerar uma rotatividade alta de profissionais"

E isso gera muito estresse e clientes insatisfeitos, podendo afetar a saúde emocional e mental do profissional, podendo ocasionar o famoso *burnout*, sem contar em colaboradores insatisfeitos ou alta rotatividade.

A causa disso pode vir de 4 fatores:

1. A empresa adquiriu muitos clientes na velocidade maior que o esperado

Quando isso ocorre normalmente o material humano não acompanha na mesma velocidade muitas vezes por questões de estrutura e poucos recursos para investir em mais profissionais no momento e não raro ocorre o famoso comodismo, ou seja, "o fulano dá conta" e acaba sobrecarregando o profissional.

2. Gestão desorganizada

Quando a gestão é feita na forma do achismo, ou seja, gestão do tempo e prioridades, sem métricas, feedbacks, treinamentos, etc, acaba caindo no círculo vicioso do imediatismo se iludindo que está sendo ágil mas na realidade acaba se tornando moroso e protelador assim não conseguindo mensurar os resultados, onde só conseguirá ter uma noção do resultado catastrófico quando os clientes começam a encerrar a parceria um a um como um efeito dominô, aí já é tarde por assim dizer pois para recuperar o cliente e restaurar a credibilidade se torna mais difícil que mantê-lo sem contar em colaboradores insatisfeitos, estressados, sem paciência e rabugentos, onde pode gerar uma rotatividade alta de profissionais.

3. Falta de qualificação profissional

Outro fator muito importante que acontece em muitas empresas é a necessidade de técnicos qualificados, alguns param no tempo e não evoluem ficam sempre na mesmisse e outros caíram de paraquedas ou aprenderam na empresa a parte prática mas sem vivência daquilo gerando o resultado de clientes insatisfeitos com o atendimento e falta de agilidade por causa de pouco domínio técnico podendo colocar tudo a perder em questão de confiança e credibilidade da empresa ou profissional.

4. Não educar o cliente

Esse fator é importante já na primeira visita do vendedor ou instalação do equipamento no cliente, a falta de comunicação e instruções de horário de atendimento, etc, cria uma dor de cabeça para si mesmo e a empresa pode se tornar refém do cliente, lógico que há suas exceções.

Você pode estar se perguntando: Eu sou pequeno, não tenho condições financeiras para ter uma equipe grande e enxuta, como posso então melhorar minha equipe técnica?

É por esse motivo que existe profissionais que prestam consultoria, assessoria, mentoria e treinamentos para donos de empresas e equipes de área técnica com possuem ferramentas e metodologias ágeis, gestão de tempo e estratégias de serviços com comprovadas com tempo de experiência em nosso segmento como o serviço Print Consulting que criei para satisfazer essa necessidade serviço único para nosso ramo na América Latina. Mesmo sendo pequeno o empreendedor de visão pode se valer destas ajudas.



CRÉDITOS: INTERNET

Podemos então concluir que...

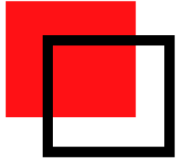
Treinamentos constantes, avaliação de suas metodologias de trabalho, como anda a cultura de serviços de sua empresa ou, no caso do profissional colaborador, avaliar como anda seu serviço.

A sugestão que damos é:

Que de nada adianta esperar coisas novas de métodos antigos, pois estamos vivendo época de mudanças rápidas.

Como dizia Einstein: "Fazer a mesma coisa e esperar resultados diferentes não existe".





LOD
Digital
outsourcing de Impressão



**Precisa de
uma
mãozinha
na empresa?**

Chama que a gente resolve!

Whatsapp +55 51 99945-2542

Impressoras

Multifuncionais

Locação

MANUTENÇÃO



CRÉDITOS: IMAGEM DE INTERNET

Fatores que afetam a vida do cilindro OPC

POR BULLING

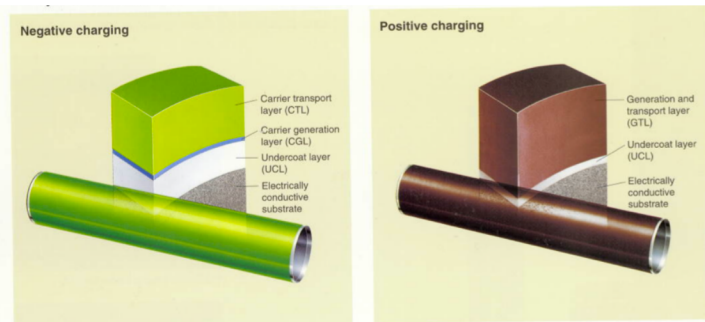
O cilindro OPC é o componente mais caro de um cartucho de toner ou unidade de imagem e conduz todo o processo de impressão.

Existem no mercado muitos tipos de cilindros no mercado conforme muitas empresas fabricantes tanto de cilindros OPC (DRUM organophotoconductor) OEM (original) que também fabrica produtos compatíveis de durabilidade e qualidade inferior quanto aos originais e aqueles que fabricam somente compatíveis de qualidade boa com porcentagem de originalidade mais alta e mesmo assim não tem o mesmo rendimento que o original.

Mas aí fica uma dúvida, tem vezes que compro cilindro

o mesmo fabricante, aparentemente, mas um dura (X) páginas e outro (Y) páginas, por que isso ocorre?

Bom isso tem a ver com alguns fatores que podem influir na qualidade e durabilidade do cilindro OPC que podemos classificar por fatores Mecânicos e fatores Elétricos, onde variam sua sensibilidade à luz conforme a espessura de seu revestimento, tipo de imagem latente, velocidade do equipamento e carga aplicada em sua superfície, trabalho, mídia e manuseio que veremos mais detalhes neste artigo.



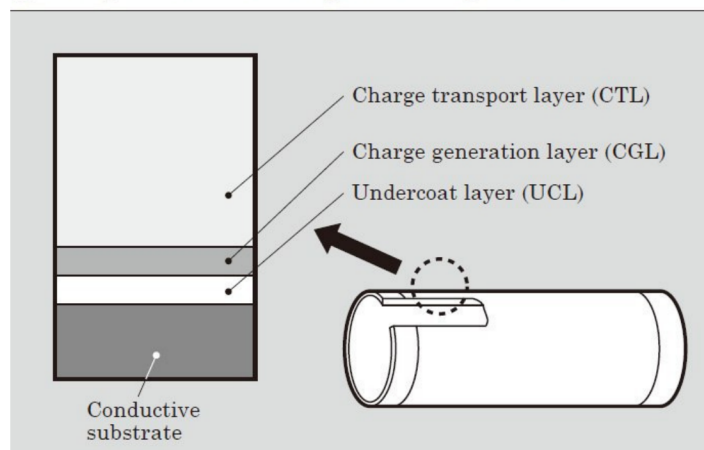
CRÉDITOS: FUJI ELECTRIC

Um OPC é muito mais suave que um fotorreceptor à base de selênio e flexiona e recupera antes de lascas. Ainda assim, o OPC é altamente suscetível a danos por impacto ou manuseio incorreto. Excluindo impacto, manuseio incorreto, danos mecânicos ou elétricos, os dois modos principais de falha dos OPCs da impressora de páginas são desgaste mecânico e deterioração elétrica. A duração de um OPC dentro de um determinado modelo de impressora de página depende principalmente dos fatores ambientais criados pelo projeto dentro da máquina específica. As seções a seguir apresentam considerações sobre o design da impressora, relacionadas a OPCs.

FATORE MECÂNICOS

Todos os OPCs acabam se desgastando. Quando o revestimento CTL é fino, a aceitação da carga elétrica diminui e o OPC não produz impressões com boa resolução e contraste. Dado que o desgaste do revestimento causa a maioria das falhas de OPC, pode parecer que reduzir a abrasão do OPC seria uma prioridade para os designers de impressoras de páginas. No entanto, os projetistas de mecanismos de impressão geralmente precisam projetar abrasão no sistema para manter a superfície OPC livre de um filme chamado "oxidação" por esse motivo é gerado ozônio dentro do equipamento e os filtros de ozônio fazem o papel de controlar este ambiente para que não gere demais nem de menos, ou seja, já viu algum equipamento de impressão enferrujado por dentro quando está operacional?

Layer Structure of Negative Charge OPCs



CRÉDITOS: FUJI ELECTRIC

O papel também é um fator importante na abrasão do OPC. A maioria dos OEMs recomenda o uso de papéis xerográficos ou bond de alta qualidade, 60 - 90g (16-24 lb) em impressoras de páginas que utilizam OPCs. Esses papéis têm superfícies mais suaves e contêm menos contaminantes químicos, tornando-os menos abrasivos para os OPCs. O uso de papel de baixa qualidade ou reciclado, papel revestido ou etiqueta acelera a abrasão de uma superfície OPC e pode causar falhas prematuras. Os materiais químicos adesivos das etiquetas também podem contaminar a superfície do OPC e criar problemas de qualidade de impressão.

FATORES ELÉTRICOS

As características de aceitação e fotossensibilidade da carga mudam gradualmente à medida que o OPC se desgasta. Essas alterações são o resultado de desgaste mecânico, oxidação e fadiga ou dano leve. Como o desgaste reduz a espessura do CTL, a capacidade do OPC de carregar eletricamente é diminuída (consulte a figura 3). Alguns OEMs compensam projetando estabilidade de carga na impressora de páginas. Técnicas comuns incluem a incorporação de sistemas de carregamento de grade ou scrotron e uso mais recentes do rolo de carga primário (PCR). É necessária uma taxa controlada de desgaste da superfície do OPC para reduzir os problemas relacionados à oxidação; Os OPCs podem durar mais se os componentes de remoção de oxidação altamente abrasivos não forem necessários. Os cilindros OEMs tentam compensar a mudança eletrofotográfica esperada causada pelo desgaste da superfície do OPC. A taxa de desgaste do OPC depende do coeficiente de desgaste do material CTL e da interação do CTL com o toner, revelador e aditivos de toner. O pó do papel e outros contaminantes contribuem para o desgaste do OPC, mas não na medida em que a relação toner / OPC o faz. Além de trocar o toner ou o tipo de OPC, o técnico / engenheiro não pode reduzir o desgaste do OPC, além da redução obtida mantendo a impressora de páginas com as especificações do OEM.



Vantagens

✓ **Redução de despesas**

Elimine o pagamento de benefícios como verbas rescisórias, 13º salário, férias entre outros.

✓ **Otimização de espaço**

Desmontagem de Impressoras e identificação de peças. Tenha seu estoque organizado e identificado para facilitar e agilizar os atendimentos.

✓ **Parceria**

Faça uma parceria com AP Impressoras e tenha um profissional diferenciado que está há mais de 15 anos no mercado atuando com diversos modelos e marcas.

✓ **Comodidade e otimização de tempo**

Tenha nas sua mãos todo o controle e serviço realizado no cliente sem nenhuma preocupação.

✓ **Contato: (11) 98747-4444**

E-mail: ap.impressoras@yahoo.com



CRÉDITOS: ITFORUM.COM.BR

Estratégia em Serviços, o que é?

POR VAGNER MACIEL

Funciona apenas para empresas prestadora de serviços? Ou também é aplicável a indústria? Ou é apenas uma frescura que inventaram para tirar dinheiro dos trouxas?

UMA ESTRATÉGIA DE SERVIÇO VAI ALÉM DO PRODUTO

Neste artigo trago o conceito de Empresa Servidora, em suas várias dimensões. A partir do Comportamento Servidor, a empresa e o profissional tendo uma Missão, ou seja, desenvolver uma cultura de serviços, e tendo uma Liderança em Serviços, vem a Estratégia de Serviço, como o direcionador da atuação da empresa, em termos de produtos e serviços, bem como da forma de se posicionar no mercado.

Entendemos também que uma empresa sem cultura de serviços tampouco pode-se chamar prestadora de serviços pois, sem cultura de serviços, dificilmente conseguirá criar estratégias pois não sabe o porquê de sua existência e qual sua missão, pois poderia responder: “a missão é ganhar dinheiro!”

Isso é muito genérico, como diz o ditado: *“Capitão que não sabe o que quer, barco navega sem rumo vai em qualquer lugar que o vento ou as ondas levem acabando batendo em um paredão de pedras afundando e matando toda tripulação. Como se diz fica a ver navios.”*

Resumindo, ganhar dinheiro é a consequência do resultado que se gera.

Por que uma Estratégia Serviço?

Cada vez mais que os serviços têm assumido importância na estratégia e operação de empresas. Se a empresa é do setor de serviços, precisa melhorar o serviço ao cliente – aquilo que alguns autores chamam de “o serviço do serviço. Se a empresa é uma indústria, precisa aprender a prestar serviços.

Hoje se discute, inclusive em congressos internacionais, se existe sentido em fazer a clássica divisão das empresas em indústria x serviços, afinal, as indústrias mais competitivas incorporaram uma série de serviços junto aos produtos que fabricam.

Por isto, é esperado que as indústrias adotem uma estratégia de serviço, passando a definir de que forma o serviço contribui na estratégia da empresa.

E as empresas de serviço? De modo semelhante, o serviço que a empresa já presta – seja transporte, saúde, educação, comércio, ou outro – pode ser considerado seu “produto”, e a estratégia de serviço poderá ajudar em definir como o “serviço do serviço”, ou os serviços acessórios, podem contribuir para a estratégia organizacional.

Uma vez compreendida esta necessidade, vem uma segunda questão:

O que é Estratégia em Serviço?

Observe estes 2 exemplos:

- **A Dell Computers**, cresceu e tornou-se mundialmente conhecida não por ser um fabricante de computadores, como outros, mas pela sua estratégia de assistir e servir a seus clientes – usuários de computadores – com uma gama de serviços de “instalação, consultoria e suporte para maximização do uso de sistemas”; a Dell Computers foi uma das primeiras empresas a conceber e implantar uma estratégia de serviço, entendendo-se, mais que um fabricante de computadores, como uma empresa de “serviços de acesso à informática!

- **A Starbucks**, um tradicional fabricante dos melhores cafés torrados do mundo, e que se transformou numa empresa de serviços, a partir da concepção de uma estratégia de serviço – de vendedor de grãos, passou a servir café!; Isto tudo é efeito de uma estratégia de serviço, concebida a partir da compreensão da necessidade do cliente!

Então, o que é uma estratégia de serviço?

Uma estratégia de serviço define “*de que forma o serviço pode ser incorporado à estratégia da organização, formulando a proposta de valor para o cliente alvo, tendo o cliente como valioso*”. Assim, podemos ver abaixo os elementos que compõem uma Estratégia de Serviço.

O que compõe uma Estratégia de Serviço:

- **Foco em serviço:** entender (agindo) que o produto central (bens ou serviços) é bom, mas não é suficiente para se diferenciar, pois serviço é considerado commodity, ou seja, o serviço pode ser feito por outros às vezes melhor e mais barato;

- **Serviços suplementares:** entender que os serviços adicionais são os que agregam valor para o cliente; por isto, se agrega serviços além de seu produto ou serviço central;

- **Acesso:** facilitar o acesso de clientes à empresa, facilidades para o cliente promovendo uma atuação de proximidade com o mercado;

- **Marketing de relacionamento:** não se concentrar no marketing de transação, em que a venda é o que mais conta; mas quando se foca no relacionamento, mantém boas práticas de relacionamento com seus clientes, trabalhando fortemente o relacionamento com o cliente centrada no longo prazo;

- **Desenvolvimento de pessoas em serviços:** pensar, selecionar, capacitar, estimular e reconhecer as pessoas que atuam na empresa em função de suas aptidões para servir através do serviço, pois colaborador bem cuidado e assistido, a empresa terá clientes bem tratados e fiéis;

- **Endomarketing:** promover uma cultura de “vender a empresa para a equipe interna” através de programa de endomarketing, de modo que cada um, ao servir ao cliente, seja, verdadeiramente, a empresa;

- **Responsabilidade Social:** promover ações e projetos de promover o bem, com responsabilidade de contribuir para as comunidades onde atua.

Enfim, ter uma estratégia de serviço, é:

- **Preocupar-se em servir:** em primeiro lugar ao seu pessoal, e, como consequência, a clientes e comunidades;

- **Ter estratégias para servir:** primeiro através de seu produto central (bens ou serviços), e de modo complementar através de serviços que complementem o papel do produto central;

- **Executar:** suas operações com foco em servir a seu pessoal, interno, clientes e comunidades.



CRÉDITOS: IMAGEM DE INTERNET

Engajamento crescente

Outsourcing de impressão que cabe no seu bolso



LOD
Digital
outsourcing de Impressão

O Homem com uma Missão

A necessidade de uma copiadora rápida e satisfatória que pudesse ser usada no escritório parecia muito evidente para mim - parecia uma necessidade tão gritante dela - uma coisa tão desejável se pudesse ser obtida. Então eu comecei a pensar em como um poderia ser feito.

- Chester Floyd Carlson

Mesmo as pessoas que nunca assistiram a um jogo de basquete sabem quem é Michael Jordan; a maioria dos americanos e do mundo todo usou a invenção de Carlson, mas muito poucos têm ideia de quem ele é. Como físico desenvolveu a teoria e a ciência para o processo moderno de cópia de documentos em 1937 e a ofereceu a mais de 20 grandes corporações, incluindo IBM, General Electric, Eastman Kodak e RCA - todas as quais, de acordo com Carlson, exibiram um "entusiasmo falta de interesse" pelo que a revista Fortune mais tarde descreveria



ESPECIAL

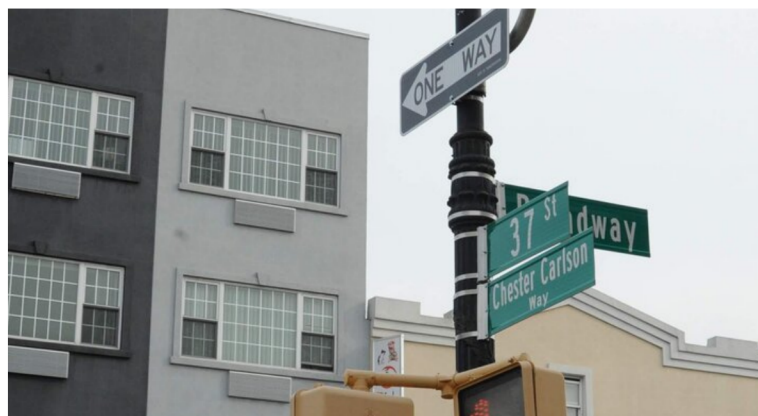
como “o produto de maior sucesso já comercializado na América”. Em 2004, em todo o mundo, havia cerca de 3 trilhões de páginas copiadas, cerca de 500 para cada pessoa na Terra. Carlson saltou muito, mas no final da década de 1920 acabou no departamento de patentes da Bell Labs trabalhando para seu advogado de patentes. A necessidade de um método rápido e eficiente de fazer cópias era óbvia. As secretárias usavam papel carbono ou máquinas mimeográficas e muitas copiadas a mão. Em ambos os casos, teria que redigitar seu original antes de poder fazer cópias. Não seria ótimo se você pudesse simplesmente colocar seu original em uma máquina e fazer com que ele cuspiisse cópias?

Sem contar que Carlson estava desenvolvendo uma artrite incapacitante, ele precisava de uma solução para não sentir mais dor.

Pensando em uma idéia de uma invenção que melhoraria o processo de cópia nascida de sua própria dor física, Carlson estava determinada encontrar uma maneira de copiar imagens com eficiência, ele percebe que, como nenhuma tecnologia existente na época iria funcionar, ele começa a procurar um pouco de ciência que ninguém pensou em usar antes e se depara com um artigo obscuro de um físico húngaro sobre um fenômeno chamado fotocondutividade que explica que certas substâncias como o enxofre conduz luz onde o fotocondutor recebe uma carga onde a luz bate e nenhuma carga onde a luz não bate. Os primeiros experimentos de Carlson, realizados na cozinha de seu apartamento, eram esfumaçados, malcheirosos e ocasionalmente explosivos. Em um conjunto de experimentos, ele estava derretendo enxofre cristalino puro (um fotocondutor) em uma placa de zinco movendo-a suavemente sobre a chama de seu fogão de cozinha. Isso resultou em um incêndio de

enxofre, enchendo o prédio com o cheiro de ovos podres (dióxido de enxofre). Este não foi o único incêndio na cozinha. No outono de 1938, A esposa de Carlson o havia convencido de que seus experimentos precisavam ser conduzidos em outro lugar. Ele alugou um quarto no segundo andar de uma casa de propriedade de sua sogra em 32-05 37ª Rua em Astoria, Queens. Ele contratou um assistente, Otto Kornei, um físico austríaco desempregado.

Carlson sabia que várias grandes corporações estavam pesquisando formas de copiar papel. A Haloid Company (Xerox) tinha o Photostat, que licenciou para a Eastman Kodak, a gigante da fotografia. No entanto, essas empresas pesquisavam em linhas fotográficas e suas soluções exigiam produtos químicos e papéis especiais. O Photostat, por exemplo, era essencialmente uma fotografia do documento que estava sendo copiado. Eventualmente Carlson solicitou e recebeu a Patente dos EUA 2.297.691 em 6 de outubro de 1942. A técnica foi originalmente chamada de eletrofotografia. Mais tarde, foi renomeado xerografia - das raízes gregas ξηρός xeros, "seco" e -γραφία -graphia, "escrita" - para enfatizar que, ao contrário das técnicas de reprodução então em uso, como cianotipia, esse processo não usava produtos químicos líquidos. Dia 22 de Outubro de 1938 foi o marco histórico da primeira cópia



32-05 37ª Rua em Astoria, Queens lugar da primeira cópia xerográfica

ESPECIAL

Ele colocou sua educação física em bom uso pensando na ciência que mais tarde formaria a base para o processo Xerox. Com base nesse pensamento, desenvolveu um processo de cópia muito rudimentar. Depois de registrar sua primeira patente em 1937 para o processo muito complexo que se tornaria a base da cópia de documentos, ele passou seis anos tentando encontrar empresas que o ajudassem a desenvolver o processo. O Battelle Memorial Institute, um instituto de pesquisa privado sem fins lucrativos, finalmente concordou, em 1944, em trabalhar com Carlson e investir a enorme soma de US\$ 3.000 em pesquisas adicionais.

O processo original de Carlson era complicado, exigindo várias etapas de processamento manual com placas planas. Passaram-se quase 18 anos antes que um processo totalmente automatizado fosse desenvolvido, sendo o principal avanço o uso de um tambor cilíndrico revestido com selênio em vez de uma placa plana. Carlson firmou um acordo de pesquisa com o Battelle Memorial Institute em 1944, quando ele e Kornei produziram a primeira copiadora operável. Ele vendeu seus direitos em 1947 para a Haloid Company.

A Haloid introduziu a primeira copiadora xerográfica comercial, a Xerox Modelo A, em 1949. A empresa havia, no ano anterior, anunciado o desenvolvimento refinado da xerografia em colaboração com a Battelle. Sua máquina era geralmente conhecida como Ox Box. Uma versão melhorada, Camera #1, foi introduzida em 1950. Haloid foi renomeado Haloid Xerox em 1958 e, em 1959, o 914 foi introduzido e se tornou um sucesso instantâneo. O 914 foi aclamado como o avanço crítico porque era relativamente acessível e fácil de usar. Assim, conquistou escritórios em todo o mundo, lançando a Xerox como uma grande empresa lucrativa, que estava à beira da falência há décadas.

O 914 recebeu esse nome porque podia copiar originais de até 9 polegadas por 14 polegadas (229 mm × 356 mm) e era capaz de fazer 100.000 cópias por mês (sete cópias por minuto). O 914 foi muito útil, mas não sem problemas. Por um lado, a máquina era mecanicamente complexa. Exigia uma grande força de suporte técnico porque quebrava o tempo todo. Portanto, não era prático para pequenos escritórios, incluindo aqueles em escolas, igrejas e assim por diante. Como um novo professor da escola em 1973, eu usava máquinas de mimeógrafo para um grande número de cópias e continuei usando-as (e copiadoras químicas úmidas) até o final da década de 1970.

Celebramos dia 22 -10 - 2022 os 84 anos da primeira cópia por processo xerográfico e todos os profissionais deste ramo tão vasto com certeza devem orgulhar-se deste grande feito.

Como se sente fazendo parte dessa história incrível? É importante sabermos de nossa história para sabermos o quão importante é nosso trabalho e como ele está mudando gerações.





**ENCONTRANDO
AS MELHORES**

INFORMAÇÕES