

A elegância e o Extremo Cuidado nos Acabamentos da Joia



José Carlos Santos e Rui Coelho são os Sócios Gerentes da marca Zerus, que se divide entre as empresas OuroTorres Lda e a Fernando Vieira Coelho Lda. Implementada no mercado há cerca de nove anos, depressa se tornou numa marca de sucesso.



O passa a palavra entre outras iniciativas desenvolvidas pela marca foi a principal chave de expansão da Zerus, em consequência da confiança depositada pelos seus clientes. Segundo eles, uma das mais-valias da marca é a oferta de produto contemporâneo com elegância e de uma simplicidade apelativa ao consumidor e a excelência da prestação de serviço. Os fundadores asseguram que “tentam a todo o custo alcançar o melhor resultado possível nesse sentido, e isso tem sido uma das maiores preocupações”, até porque sabem que são constantemente avaliados pelos clientes.

A novidade e inovação fazem parte dos conceitos da Zerus e isso significa que há uma dinâmica muito grande da marca em tentar proporcionar aos seus clientes a melhor oferta e escolha naquele momento. A preocupação com a apresentação é também um fator extremamente importante para a marca em causa, assim como o acabamento da peça.

Face a isto, o feedback dos clientes tem sido bastante positivo, o que é extremamente gratificante, sendo que a maneira como trabalham os diferencia do mercado mas não só. A credibilidade junto do consumidor e a garantia que oferecem são outras características que fazem a Zerus destacar-se. A preocupação que têm com o produto é ele-

vada, e por isso, não seguem em demasia o conceito fashion e a moda passageira.

Numa perspetiva de futuro, a Zerus tem como prioridade consolidar o seu posicionamento no mercado. Pretende-se também “ser mais abrangente” e pensar em projetos que possam dar mais visibilidade, sendo que, evidentemente, a sua preocupação vai ser constante no sentido de continuar a seguir esse trilhar em termos de apresentação, em termos de desenvolvimento de produtos, que são especialmente direcionados para o segmento senhora. Com o constante foco no futuro, a marca equaciona outras abordagens ao ramo da ourivesaria de forma a não ficarem estagnados e a continuarem a ser uma marca de referência do seu ramo de atividade.

