

CERTYFIKACJA DLA FIRM



Gwarancja wiarygodności przedsiębiorstwa

Żyjemy w czasach, w których dobra i atrakcyjna oferta nie wystarczy do tego, by firma odniosła sukces. Klienci bardzo dużą wagę przywiązują do wizerunku i tego, jak dana firma jest postrzegana. Wizerunek stał się zatem tak samo ważny jak to, co firma ma nam do zaoferowania. Przedsiębiorstwa biorą udział w programach certyfikowania, dzięki którym mogą potwierdzić swoją wiarygodność biznesową. Certyfikat nie tylko wpływa pozytywnie na wizerunek firmy, ale również może pomóc w usprawnieniu jej funkcjonowania.

Małgorzata Bożek

dyrektor handlowy, EULEO

Czy warto starać się o certyfikat?

Certyfikat jest przede wszystkim wyróżnieniem. Przyznawany jest głównie za rzetelność i wiarygodność finansową. Co to oznacza? Firma certyfikowana reguluje na czas swoje należności, dzięki czemu nie widnieje w rejestrach dłużników i jest rzetelnym partnerem biznesowym. Certyfikat zwiększa wiarygodność przedsiębiorstwa i buduje jego pozytywny wizerunek w oczach potencjalnych

kontrahentów, pracowników i instytucji finansowych. Wyróżnienie certyfikatem jest dla firmy pewną nobilitacją i wiąże się z przynależnością do pewnego zaufanego grona przedsiębiorstw oraz prestiżem. Posiadanie certyfikatu można wykorzystać w różnorodny sposób, np. w materiałach reklamowych, dokumentach sprzedażowych, można poinformować klientów o jego otrzymaniu za pomocą firmowej strony internetowej bądź social media. Warto jednak zdecydować się na program certyfikacji, który oprócz wymienionych korzyści zagwarantuje firmie usprawnienie prowadzenia biznesu.

Wartość certyfikatu w relacjach biznesowych

Wymagania nałożone na firmy posiadające certyfikat powinny sprawiać, że stają się one jego ambasadorami. Tutaj dobrym przykładem jest program Rozważna Firma. Certyfikat Rozważnej Firmy przyznawany jest przedsiębiorcom, którzy w relacjach biznesowych wykazują się rzetelnością i rozumą, a także działają zgodnie z Kanonem Dobrych Praktyk. Głównymi warunkami przyznania certyfikatu to etyczne i uczciwe postępowanie wobec kontrahentów oraz stosowanie rozwiązań mających na celu zabezpieczenie działalności przed dłużnikami. Firmy posiadające taki certyfikat wyznaczają innym podmiotom nowe standardy, budują i przenoszą właściwą kulturę finansową na swoich kontrahentów i dostawców. Sprzyja to budowaniu dobrego klimatu do prowadzenia biznesu, a w efekcie tego firmy bardzo dużo zyskują. Podmioty tworzą wokół siebie środowisko firm odpowiedzialnych, regulujących swoje należności w terminie.

O jaki certyfikat warto się ubiegać?

Starając się o certyfikat dla swojego przedsiębiorstwa, należy zwrócić uwagę na trzy ważne kryteria: dostępność, czas obowiązywania i warunki, na jakich jest on przyznawany. Bardziej wiarygodne są certyfikaty wskazujące konkretne działania niż takie, za które wystarczy zapłacić. Istnieją dwie grupy certyfikatów przyznawanych firmom i przedsiębiorstwom: egalitarne – dostępne prawie dla wszystkich oraz elitarne – dostępne zwykle po spełnieniu przez firmę danych kryteriów. Jak nietrudno się domyślić, certyfikaty z grupy elitarniej zdobyć jest trudniej, ale ich posiadanie jest bardziej doceniane przez partnerów biznesowych. Takie certyfikaty obowiązują często przez jakiś czas, np. rok. Po upływie tego okresu, wznowienie certyfikatu wymaga ponownej weryfikacji i potwierdzenia dalszego spełniania wszystkich warunków oraz jego wiarygodności. Certyfikaty przyznawane bezterminowo powinny natomiast bu-

dzić Twoje podejrzenia. Sytuacja i kondycja finansowa posiadacza takiego certyfikatu mogła się przecież zmienić i to nawet w krótkim czasie, a rzekomo wiarygodna firma jest obecnie dłużnikiem nieregulującym swoich zobowiązań. Ważne jest, by certyfikat wydany był przez zaufaną i wiarygodną firmę lub instytucję oraz był objęty patronatem organizacji branżowej. Czynniki te dodatkowo wzmacniają jego wartość. Jako przykład ciekawych i znanych programów certyfikacji o różnym zasięgu i skali warto wymienić: Rozważna Firma, Rzetelna Firma i Firma Wiarygodna Finansowo. Certyfikat nie jest tylko papierem. To przede wszystkim wyróżnienie podnoszące wartość wizerunkową. Jest również impulsem do usystematyzowania procesów związanych z zarządzaniem należnościami i rozpowszechniania pozytywnych wzorców zachowania, co z pewnością zostanie docenione przez obecnych i przyszłych partnerów biznesowych.

CERTYFIKACJA DLA FIRM

Certyfikat a rynki lokalne i globalne

Certyfikaty otwierają drzwi do rynków międzynarodowych. Jest jednak jeden podstawowy warunek – muszą być wydawane przez organizacje międzynarodowe. Pomagają również zaistnieć na rynku krajowym. Posiadanie takiego certyfikatu jest oczywiście dla firmy bardzo korzystne, warto także posiadać zdolność rekomendacyjną. Posiadanie certyfikatu wiąże się ze spełnieniem określonych wymagań, co dodatkowo podnosi wiarygodność firmy. Na pytanie: „Certyfikat lokalny czy międzynarodowy?” należy odpowiedzieć innym pytaniem: „Ekspansja krajowa czy zagraniczna?”

Grzegorz Grzesiak

współzałożyciel i członek zarządu, EULEO

Z punktu widzenia klienta posiadanie przez firmę certyfikatu jest wartością dodaną do usługi lub produktu. W oczach klienta jest ona rzetelna, wiarygodna i co najważniejsze – godna zaufania.

Certyfikaty globalne

Branżę zarządzania wierzycielami zrzeszają liczne organizacje skupiające firmy działające na rynkach międzynarodowych. Dwie z nich są szczególnie reprezentatywne: FENCA (Federation of European National Collection Associations) oraz ECA (European Collectors Association). Pierwsza zrzesza krajowe związki firm zarządzających wierzycielami oraz podmioty z tego segmentu. Druga to sieć międzynarodowej windykacji w Europie łącząca klientów z rzetelnymi firmami windykacyjnymi w konkretnych krajach.

Każdy z tych podmiotów wydaje certyfikaty, które potwierdzają przynależność do organizacji oraz stosowania się do bardzo surowych kodeksów postępowania. – Członko-

stwo w ECA wiąże się okresem kandydackim, uzyskaniem pozytywnej rekomendacji co najmniej jednego członka i przyjęciem zasad postępowania – mówi Piotr Kaźmierczak z EULEO. – Do tego dochodzi coroczny audyt skali działalności oraz wypłacalności firmy – dodaje.

Firmy zrzeszone w takich organizacjach jak FENCA czy ECA są monitorowane na okoliczność posiadania odpowiednich zasobów organizacyjnych, dopasowania do europejskich i krajowych regulacji prawnych, w tym do RODO, ale także skarg ze strony klientów i dłużników. Ich reputacja musi być nieskazitelna, zatem członkowie tychże organizacji muszą dawać gwarancję rzetelności i rozważności w działaniu. Przynależność do ECA wiąże się z pewną elitarnością – trudno zostać członkiem sieci ECA, natomiast łatwo takie członkostwo stracić.

Corocznie odnawiane certyfikaty potwierdzające członkostwo w międzynarodowej organizacji branżowej są dla innych graczy na rynku zarządzania wierzycielami podstawową gwarancją bezproblemowej i udanej współpracy z firmą. Międzynarodowa współpraca windykatorów odbywa się na zasadzie zaufania po-



partego certyfikatami członkowskimi w wyżej wspomnianych związkach.

Certyfikaty lokalne

Firmy, które nie zajmują się eksportem towarów i usług zagranicę, mogą spokojnie zająć się pozyskaniem certyfikatów lokalnych, które na rynkach zagranicznych nie mają większego znaczenia, spełniają natomiast swoją rolę na rynku rodzimym.

Zanim podejmiemy współpracę biznesową z potencjalnym kontrahentem, naturalnym krokiem jest jego weryfikacja pod kątem wiarygodności, naturalnym krokiem jest jego weryfikacja pod kątem wiarygodności, sprawdzenie, czy nie widnieje w rejestrach dłużników oraz jaka jest jego płynność finansowa. Pomocna w tej kwestii jest analiza certyfikatów potwierdzających ewentualne stosowanie wysokiej jakości norm zarówno w produkcji, świadcze-

niu usług, jak i rozważnym zarządzaniu finansami przedsiębiorstwa. Niestety na rynku dostępna jest cała gama certyfikatów, które można po prostu nabyć za odpowiednią opłatą, a które potwierdzą wszystko, czego chce przedsiębiorca.

Elitarność czy egalitarność?

Zasadniczo dla biznesów dostępne są dwa rodzaje certyfikatów – egalitarne i elitarne. Certyfikaty egalitarne to właśnie te dostępne dla wszystkich, niemające terminu ważności i zazwyczaj płatne. Nie trzeba również spełnić żadnych wymagań, by je zdobyć. Certyfikaty elitarne, jak sama nazwa wskazuje, nie są dostępne tak powszechnie. Otrzymanie takiego certyfikatu wiąże się ze spełnieniem różnych, często bardzo restrykcyjnych warunków, mają termin ważności i trzeba je regularnie odnawiać oraz nie są do kupienia.

Nie trzeba chyba tłumaczyć, że to właśnie certyfikaty elitarne są najbardziej wartościowe. Podmiot posiadający taki certyfikat od wielu lat pokazuje, że jest podmiotem rzetelnym, uczciwym i godnym zaufania. Przykładem lokalnych certyfikatów jest Firma Wiarygodna Finansowo lub Rozważna Firma. Ostatni z nich nakłada na posiadacza certyfikatu postępowanie zgodnie z Kanonem Dobrych Praktyk. Przedsiębiorstwo posługujące się tytułem Rozważna Firma powinno działać uczciwie i etycznie wobec kontrahentów oraz stosować narzędzia i rozwiązania prewencyjne, zabezpieczające firmę przed dłużnikami i utratą płynności finansowej.

Czy warto starać się o certyfikat?

Jest to pytanie w zasadzie retoryczne. Chyba każdy przedsiębiorca chce, aby jego firma była postrzegana pozytywnie i budziła zaufanie. Certyfikat lokalny na pewno takie zaufanie wzbudzi, a certyfikat międzynarodowy pokaże rodzimym klientom, że nasza firma nie jest tylko jednym z graczy jakich wielu na rodzimym rynku. Certyfikat międzynarodowy pokazuje przede wszystkim, że mamy kontakt z firmami z całego świata, że nasza marka została doceniona szerzej niż tylko w granicach Polski.

W dłuższej perspektywie warto starać się o rozpoznawalne certyfikaty, najlepiej objęte patronatem organizacji branżowej – samorządu gospodarczego, np. Polskiego Związku Zarządzania Wierzycielami.

Jeżeli chcemy zatem, by postrzegano nas jako rzetelnego i wiarygodnego partnera biznesowego, posiadanie elitarnego certyfikatu z pewnością nam pomoże.

Ekspert programu „Przedsiębiorstwo Fair Play” o certyfikatach dla biznesu

Czy certyfikat realnie wpłynie na wizerunek mojej firmy? O jaki certyfikat aplikować? Może im więcej wyróżnień, tym lepiej? To najczęstsze pytania, jakie nasi eksperci słyszą od przedsiębiorców. Dzięki ponad dwudziestoletniemu doświadczeniu w certyfikacji biznesu jesteśmy w stanie na nie odpowiedzieć.

Katarzyna Białoch

Tak – uzyskanie certyfikatu ma realny wpływ na wizerunek firmy i nie tylko na to. Bezpośrednio przekłada się też na sprzedaż. Z badania CAWI wynika, że aż 55 proc. Polaków chętniej sięga po produkty, które posiadają certyfikaty, np. ekologiczne czy etyczne¹. Umieszczenie symbolu certyfikatu na opakowaniu, ulotce czy wizytówce firmy to prosty i czytelny komunikat, który pozwala przekazać naszemu potencjalnemu interesariuszowi informacje o jakości produktu czy usługi, sposobie zarządzania firmą lub jej zaangażowaniu społecznym. Dodatkowo informacje te są podparte opinią

zewnętrznej, niezależnej instytucji, a przez to bardziej wiarygodne. O ile certyfikaty przynoszą firmie wymierne korzyści, to ich liczba już niekoniecznie musi przekładać się na proporcjonalne rezultaty. Wręcz przeciwnie – posługiwanie się dużą liczbą certyfikatów czyni je mniej czytelnymi i negatywnie wpływa na postrzeganie ich wartości przez odbiorcę. Warto zdecydować się na jeden certyfikat, ciesząc się zaufaniem społecznym i wiążąc się z rzeczywistą weryfikacją. Wyróżnienie, do którego uzyskania wystarczy uiszczenie odpowiedniej opłaty, może wizerunkowi firmy bardziej zaszkodzić niż pomóc. Organizacji certyfikujących przedsiębiorstwa są setki. Nie

należy ich jednak traktować równo. Jednym z najdłużej obecnych na polskim rynku jest certyfikat „Przedsiębiorstwo Fair Play”. Czym różni się od innych? Głównie wiarygodnością. Nie da się go bowiem nabyć drogą handlową. Przyznawany jest na podstawie szczegółowej, dwuetapowej weryfikacji i audytu w siedzibie firmy. Ekspert ocenia

nią, czy firma terminowo reguluje zobowiązania finansowe, rzetelnie przeprowadza proces reklamacji, zapewnia pracownikom bezpieczne warunki pracy, wykazuje dbałość o środowisko i przestrzega zasad uczciwej konkurencji. W ciągu 22 lat certyfikat przyznany został ponad 2 500 firmom, w tym Kanlux, Polpharmie czy Grupie Tarczyński.

– Zwykle widzimy jedynie efekt końcowy działalności firmy – jej usługi czy produkty – mówi Anna Szczesiak, członek Komisji Ogólnopolskiej programu „Przedsiębiorstwo Fair Play”. – A przedsiębiorcy chcą też pokazać, jakimi wartościami kierują się w swojej działalności, jak traktują pracowników, jakie działania podejmują na rzecz ochrony środowiska. Nasz certyfikat to prosty i rozpoznawalny komunikat, że dana firma jest uczciwa i możemy oczekiwać od niej najwyższych standardów.

1. Badanie CAWI z 2019 r. zostało przeprowadzone na ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie losowo-kwotowej 1049 dorosłych Polaków na potrzeby projektu Nienieodpowiedzialni.

Więcej informacji na temat certyfikatu „Przedsiębiorstwo Fair Play” uzyskać można kontaktując się z biurem pod numerem 22 630 98 01 lub na stronie www.fairplay.pl

Materiał promocyjny



CERTYFIKACJA DLA FIRM

Branża fitness z certyfikatem?

W wyniku pandemii koronawirusa siłownie i studia fitness w większości krajów, także w Polsce, zostały zamknięte na kilka tygodni. Jednocześnie eksperci apelowali, by nie rezygnować z aktywności fizycznej, ponieważ ruch to zdrowie. COVID-19 wywrócił nasz świat do góry nogami i udowodnił, że nie ma nic cenniejszego niż zdrowie.

„Szlachetne zdrowie, nikt się nie dowie, jako smakujesz, aż się zepsujesz” – pisał Jan Kochanowski i trzeba przyznać, że słowa te doskonale opisują wpływ pandemii na nasze życie. Już pierwsze doniesienia naukowców i badaczy z różnych zakątków świata sugerowały, że najbardziej narażone na zakażenie są osoby otyłe z chorobami współistniejącymi, a tych są na świecie miliony. Eksperci podkreślali też rolę układu odpornościowego w zetknięciu z wirusem. Krótko mówiąc to, jak prowadziliśmy się w ostatnich latach, jak o siebie dbaliśmy, mogło w znacznym stopniu zadecydować o zakażeniu i przebiegu choroby. Jeśli można uznać, że pandemia przyniosła coś dobrego, to jedynie zdecydowaną zmianę podejścia do naszego zdrowia.

Jeszcze nic straconego!

Korzyści płynące z regularnej aktywności fizycznej jest wiele. Jest

ona niezbędna, aby człowiek zachował sprawność, a jego organizm mógł prawidłowo funkcjonować. Ćwiczenia mają służyć nie tylko utrzymaniu optymalnej masy ciała, choć to właśnie odchudzanie na ogół mobilizuje nas do treningów. Aktywność fizyczna obniża ciśnienie krwi, zwiększa objętość wyrzutową serca i poprawia elastyczność naczyń krwionośnych, a zatem redukuje ryzyko rozwoju miażdżycy czy chorób serca oraz wystąpienie udaru mózgu. Ponadto zwiększa wydolność układu sercowo-naczyniowego, poprawia funkcje poznawcze mózgu i przeciwdziała rozwojowi cukrzycy przez zwiększenie wrażliwości na insulinę i wyrównanie glikemii. Czy kogoś jeszcze trzeba namawiać, by zaczął się ruszać? Szczególnie w czasie pandemii?

FIT w życiu i pracy

Wiele wskazuje na to, że pandemia koronawirusa na do-



Coś, co przez lata było naszą pasją, jak np. joga, może stać się naszym atutem i źródłem utrzymania.



Wrodzona charyzma ułatwia zdobywanie klientów, ale żyjemy w czasach, gdy liczą się kwalifikacje i najlepiej, gdy są poparte wartościowymi certyfikatami.

Jak zwiększyć wiarygodność firmy w trudnych czasach?

Pandemia i jej skutki gospodarcze uderzają w przedsiębiorców na wielu poziomach. Z jednej strony zamrożenie gospodarki i spadek dochodów zmuszają do szukania oszczędności. Z drugiej zaś bacznie przygląda im się społeczeństwo, które w tych trudnych czasach oczekuje od biznesu odpowiedzialnej postawy. Aby utrzymać się na rynku, przedsiębiorcy zmuszeni są do szczególnej dbałości o wizerunek i silniejszego zabiegania o względy klienta.



Anna Szcześniak

Prezes programu „Przedsiębiorstwo Fair Play”

O tym, jak ważną rolę w wyborach klientów pełni wizerunek firmy, przekonaliśmy się na przykładzie Amazona. Kiedy w czasie lockdownu sklepy internetowe przeżywały obłęd, sieć obiegła informacja o tym, jak Amazon zmusza swoich pracowników do pracy w ponadwymiarowych godzinach. W odpowiedzi

ruszyła akcja, w ramach której internauci nawoływali do zaprzestania korzystania z tej platformy zakupowej. Jak zbudować pozytywny wizerunek i zaskarbić sobie zaufanie klientów? W obecnych czasach nie jest to łatwe, bo pandemia wpłynęła na nawyki zakupowe Polaków. Kupujemy mniej i rozsądniej, zwracając większą uwagę na to, czy produkt lub usługa pochodzą od firmy działającej z poszanowaniem prawa, środowiska i godności człowieka. Badania pokazują też, że 73 proc. Polaków pozytywnie ocenia firmy angażujące się w działania społecznie odpowiedzialne i aż 58 proc. chętniej aplikuje o pracę do takich przedsiębiorstw¹.

i sportem może być strzałem w dziesiątkę.

Tylko... jak się wybić?

Oczywiście wrodzona charyzma ułatwia zdobywanie klientów, ale żyjemy w czasach, gdy liczą się kwalifikacje i najlepiej, gdy są poparte wartościowymi certyfikatami. I tu z pomocą przychodzi Zintegrowany System Kwalifikacji oparty na popularnej w krajach unijnych idei lifelong learning. Zachęca ona do tego, by nigdy nie przestawać się uczyć i przez całe życie zdobywać nowe umiejętności. Coś, co przez lata było naszą pasją, jak np. joga, może stać się naszym atutem i źródłem utrzymania. Dzięki ZSK możemy uzyskać certyfikat posiadanej wiedzy i umiejętności, co trzeba udowodnić podczas egzaminu zwanego walidacją. Nikogo nie interesuje, w jaki sposób zdobyłeś dane kwalifikacje – jesteś samoukiem albo uczył cię znajomy, a może studio-

wałeś, ale ostatecznie nie obroniłeś dyplomu. Jeśli udowodnisz przed komisją egzaminacyjną, że jesteś specjalistą w danej dziedzinie, otrzymasz państwowy certyfikat, który otworzy ci niejedne drzwi.

Do ZSK nieustannie są włączane nowe kwalifikacje z wielu różnych branż. Jeśli na poważnie myślisz o przejściu do świata fitnessu, bez problemu znajdziesz coś dla siebie. Na liście znajdują się m.in. kwalifikacje: „Prowadzenie zajęć według systemu ćwiczeń jogi akademickiej”, „Prowadzenie procesu treningu personalnego” czy „Prowadzenie procesu treningowego z kiteboardingu”.

W komunikowaniu wartości, jakimi kieruje się marka, warto postawić na prosty i rzetelny przekaz. Z pomocą przychodzi tu programy certyfikujące przedsiębiorstwa w obszarze CSR. Jak pokazują badania CAWI, w 2019 r. aż 55 proc. Polaków chętniej sięgało po produkty, które posiadają certyfikaty, np. ekologiczne czy etyczne². Warto więc legitymować się wiarygodnym certyfikatem potwierdzającym rzetelność firmy, aby ułatwić klientom dokonanie właściwego wyboru. Jednym z najbardziej rozpoznawalnych i respektowanych w środowisku biznesowym jest certyfikat

„Przedsiębiorstwo Fair Play”. Potwierdza on, że dana firma realizuje politykę społecznej odpowiedzialności biznesu i działa zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa i zasadami etyki.

1. CSR przyciąga talenty do firm. Atut społecznej odpowiedzialności biznesu, <https://superbiz.se.pl/firma/csr-przyciaga-talenty-do-firma-atut-spoecznej-odpowiedzialnosci-biznesu-aa-Q3Kh-CrMg-Y2Sv.html>, 2020-02-01

2. Badanie CAWI z 2019 r. zostało przeprowadzone na ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie losowo-kwotowej 1049 dorosłych Polaków na potrzeby projektu Nienieodpowiedzialni.