

TURBINY POLSKIEJ GOSPODARKI 2021



**NAJLEPSZE
PRODUKTY DLA MSP**

RANKING FIRM Z SEKTORA MSP

TURBINY POLSKIEJ GOSPODARKI 2021

RANKING 100 FIRM Z SEKTORA MŚP

	SPÓŁKA	Wysokość przychodów po II kwartałach 2020 r.	Wysokość przychodów po II kwartałach 2021 r.
1	BUMECH	44 578,00	202 706,00
2	SELVITA	65 149,00	139 240,00
3	IPOPEMA SECURITIES	105 741,00	124 484,00
4	BOOMBIT	70 182,00	113 571,00
5	ATM GRUPA	85 800,00	111 387,00
6	POLSKI GAZ TUW	98 454,74	108 401,99
7	PLAYWAY	95 578,00	92 047,00
8	VOTUM	68 602,00	89 914,00
9	DROZAPOL-PROFIL	56 785,00	89 584,00
10	BALTICON	82 522,00	89 263,00
11	AILLERON	67 038,00	85 203,00
12	RADPOL	65 467,00	83 274,00
13	HERKULES	72 900,00	72 545,00
14	5TH AVENUE HOLDING	0,00	72 214,00
15	OPEN FINANCE	112 010,00	68 880,00
16	RELPOL	120 989,00	66 701,00
17	KRYNICKI RECYKLING	49 973,00	63 272,00
18	SONEL	62 141,00	57 919,00
19	APLISENS	51 485,00	57 449,00
20	ERG	44 367,00	53 581,00
21	LETUS CAPITAL	40 718,00	50 498,00
22	CI GAMES	27 037,00	49 224,00
23	PROTEKTOR	40 313,00	47 797,00
24	SOLAR COMPANY	47 218,00	47 490,00
25	HOLLYWOOD	50 041,00	47 029,00
26	MASTER PHARM	27 107,00	40 178,00
27	PZ CORMAY	30 271,00	39 507,00
28	ATREM	35 713,00	38 727,00
29	ERATO ENERGY ASI	1 039,00	38 256,00
30	11 BIT STUDIOS	50 169,00	35 778,00
31	OPTTEAM	20 664,00	33 129,00
32	PROCAD	26 012,00	31 152,00
33	ED INVEST	49 662,00	29 897,00
34	APS ENERGIA	30 101,00	29 688,00
35	TOWER INVESTMENTS	1 087,00	27 259,00
36	RANK PROGRESS	25 014,00	24 926,00
37	TERMO-REX	22 780,00	23 182,00
38	LSI SOFTWARE	20 878,00	22 825,00
39	AGROMEPE	16 100,00	22 645,00
40	EKO EXPORT	16 251,00	21 648,00
41	ARTIFEX MUNDI	13 358,00	21 624,00
42	BIOMED-LUBLIN WYTWÓRNIĄ SUROWIC I SZCZEPIONEK	19 701,00	20 013,00
43	MCI CAPITAL ALTERNATYWNA SPÓŁKA INWESTYCYJNA	15 277,00	19 822,00
44	COMPERIA.PL	10 865,00	18 401,00
45	STARHEDGE	16 665,00	17 204,00
46	4MASS	12 244,00	16 246,00
47	IMS	16 920,00	16 180,00
48	MUZA	11 393,00	15 675,00
49	BBI DEVELOPMENT	64 650,00	15 394,00
50	SANWIL HOLDING	13 721,00	15 322,00

Szanowni Państwo!

Sektor małych i średnich przedsiębiorstw to motor napędowy polskiej gospodarki. Jak wynika z analizy PARP, sektor MSP (mikro, małych i średnich przedsiębiorstw) stanowi przeważającą większość przedsiębiorstw w Polsce – 99,8 proc. Wśród nich najliczniejszą grupą (97,0 proc.; 2,1 mln) są mikroprzedsiębiorstwa. Udział firm małych w strukturze polskich przedsiębiorstw wynosi 2,2 proc. (48,9 tys.), średnich – 0,7 proc. (14,8 tys.), a dużych – tylko 0,2 proc. (3,8 tys.). Jak radziły sobie w czasie pandemii? Jak radzą sobie dziś, we wciąż niepewnym czasie? Przyjrzyjcie się Państwo niewielkiemu fragmentowi tego rynku – 100 firmom z sektora MSP obecnym na rodzimej Giełdzie Papierów Wartościowych. Jak kształtują się ich przychody? Czy mimo trudnej dla wszystkich sytuacji udało im się utrzymać na rynku? Zapraszamy do analizy wyników i przeczytania komentarzy zaproszonych na nasze łamy ekspertów.

Redakcja

Dopłaty do leasingu elektryków, gwarancje BGK i praktyczne wskazówki dla leasingobiorców

Jedną z ważniejszych cech leasingu jest to, że pozwala on użytkownikowi lub nabywcy dany przedmiot, bez konieczności angażowania własnych środków. Dla przykładu może to być samochód osobowy. Jest on aktywem łatwo zbywalnym, a tym samym jest dobrym zabezpieczeniem transakcji, ograniczając zakres oczekiwanych przez firmy leasingowe dodatkowych gwarancji. Z kolei samochody ciężarowe, dostawcze czy maszyny to przykłady aktywów, które zarabiają na sobie: przedsiębiorca płaci raty leasingowe na podstawie przychodów, jakie uzyskuje, wykorzystując leasingowany sprzęt.



Andrzej Sugajski

dyrektor generalny Związku Polskiego Leasingu

Na początku współpracy z firmą leasingową zastanówmy się, czy finalnie dane aktywo będziemy chcieli zatrzymać, czy oddać finansującemu i podpisać umowę na nowszy sprzęt. Oba rodzaje leasingu, tj. leasing operacyjny i finansowy, przynoszą przedsiębiorcy odmienne korzyści, a funkcjonujący podział wynika z tego, która strona umowy jest uprawniona do dokonywania odpisów amortyzacyjnych od przedmiotu leasingu. W sytuacji, gdy uprawnionym do dokonywania odpisów amortyzacyjnych od przedmiotu umowy jest finansujący, transakcja ma charakter leasingu operacyjnego, natomiast, jeśli uprawnionym do dokonywania odpisów amortyzacyjnych jest korzystający, transakcja ma charakter leasingu finansowego.

O leasingu w pigułce

Korzystając z leasingu, mamy do czynienia z częścią finansową transakcji, opisującą ją umową oraz ubezpieczeniem. Załącznikiem do większości

umów jest obowiązująca w danej firmie leasingowej tabela opłat i prowizji (TOiP), która zawiera listę obowiązkowych i możliwych opłat w czasie trwania umowy. Porównanie wartości kilku opłat może nam wskazać, czy naprawdę wybraliśmy najlepszą ofertę. Istotne będą też obowiązki korzystającego opisane w treści umowy. Przy zawieraniu kontraktów leasingowych, mamy do czynienia z współdziałaniem czterech podmiotów. Pierwszym jest korzystający, czyli leasingobiorca, drugim finansujący, czyli firma leasingowa. Obok nich pojawia się zbywca przedmiotu (np. dealer sprzętu) i ubezpieczyciel finansowanego aktywa. Ze względu na występowanie kilku stron bardzo istotna będzie dobra komunikacja w trakcie realizacji transakcji. Jeśli np. ubezpieczyciel, wprowadzając nowe stawki ubezpieczenia, nie poinformuje wystarczająco wcześniej o zmianach, przedsiębiorca rozważający zawarcie umowy leasingu podejmie decyzję na podstawie nieaktualnych danych. Podobnie może się zdarzyć w przypadku problemów w komunikacji z dostawcą. Niedotrzymanie w całości lub w części ustaleń, jakie zbywca poczynił z klientem (w momencie zamawiania przedmiotu leasingu), na etapie finalizacji umowy może doprowadzić do jej zerwania. Poza tym należy pamiętać, że dobra oferta zaprezentowana przez doradcę leasingowego to połowa sukcesu transakcji leasingowej. Ważne

jest właściwe określenie ról zarówno po stronie leasingobiorcy, jak i leasingodawcy, w kontaktach z dostawcą i ubezpieczycielem, podczas negocjowania warunków umów, ewentualnych rabatów czy lepszej oferty na usługi dodatkowe.

Nie wolno nam również zapominać o kosztach ubezpieczenia oraz o jego warunkach. Warto sprawdzić, czy polisa zapewnia naprawę na kosztach nowych części i jak wysoka jest frakcja integralna (czyli udział własny klienta w ponoszeniu opłat każdej szkody).

Przed ostateczną decyzją poświęćmy choć jeden dzień na analizę i porównanie kilku najprostszych aspektów oferty, umowy leasingu i ubezpieczenia.

Przedsiębiorcy wybierają leasing

Dane ŻPL pokazują, że I połowie 2021 r. firmy leasingowe udzieliły łącznego finansowania o wartości 40,5 mld zł, przy dynamice rynku na poziomie 36,2 proc. r/r. To pierwszy tak dobry wynik sektora leasingowego od końca 2018 r., kiedy wartość rynku przekroczyła pułap 82,6 mld zł. Patrząc historycznie przez kolejne dwa lata (2019 i 2020) sektor leasingowy notował ujemne dynamiki, które zostały przełamane w tym roku.

Największą grupą odbiorców usług leasingowych pozostają mikro i małe firmy, czyli klienci o obrotach do 20 mln zł, którzy stanowią 73,8 proc. Klienci mikro (tj. firmy o obrotach do 5 mln zł) mają 55 proc. udział w rynku, a firmy o obrotach od 5 do 20 mln zł 18,9 proc. udział. Transakcje zawierane z firmami o największych obrotach (powyżej 20 mln zł) stanowią 25,3 proc., podczas gdy umowy z klientami indywidualnymi są szacowane na 0,7 proc.

W ciągu pierwszych sześciu miesięcy 2021 r., przy pomocy leasingu i pożyczki inwestycyjnej, przedsiębiorcy

TURBINY POLSKIEJ GOSPODARKI 2021

najczęściej finansowali pojazdy lekkie (mające 43,6 proc. w strukturze rynku leasingu) oraz maszyny i inne urządzenia (odpowiadające za 27,9 proc.). Nieco rzadziej finansowali pojazdy ciężarowe powyżej 3,5 t., ciągniki siodłowe, naczepy, przyczepy i autobusy (23,2 proc. udziału w rynku). Inne aktywa takie jak: sprzęt IT, samoloty, statki, tabor kolejowy i pozostałe pojazdy mają 4,5 proc. udziału w rynku, podczas gdy nieruchomości zaledwie 0,7 proc. udziału.

Dopłaty do leasingu elektryków

W ostatnim czasie coraz większa liczba klientów zwraca się w stronę finansowania zeroemisyjnych samochodów. Znaczący wpływ na to zainteresowanie mają m.in. krajowe programy dotacji, które ponownie wystartowały w Polsce.

Program „Mój elektryk” został zainaugurowany, a o dotacje mogą aktualnie ubiegać się jedynie klienci indywidualni. Przedsiębiorcy na rozpoczęcie procesu dotacyjnego muszą poczekać kilka tygodni. Program będzie realizo-

wany w latach 2021-2026 lub do wyczerpania środków.

Obecna odsłona programu dopuszcza zarówno dofinansowanie zakupu, jak i dopłaty do rat leasingu. Jest to o tyle ważne, że trzy czwarte nowych samochodów w Polsce nabywają przedsiębiorcy, którzy posilkują się m.in. leasingiem. Jeśli rozwój elektromobilności ma ruszyć to właśnie za sprawą przedsiębiorców. Co najmniej 400 mln zł zostało zaplanowane na dopłaty do umów leasingu. W ramach tej ścieżki dopłaty można będzie uzyskać do pojazdów zeroemisyjnych M1 (samochody osobowe do max. 8 osób), pojazdów zeroemisyjnych N1 (pojazdy dostawcze do 3,5 t), pojazdów zeroemisyjnych kategorii M1, N1, L1e -L7e – z napędem elektrycznym, wodorowym lub silnikiem nieemitującym gazów cieplarnianych. Przepisy nie przewidują więc dopłat do samochodów hybrydowych. Wielkość dopłat dla przedsiębiorców zaczyna się od 4000 zł (dla pojazdów kategorii L1e-L7e) do maksymalnie 70 000 zł (na pojazdy kategorii N1). W przypadku pojazdów

z kat. M1 maksymalna kwota dopłaty może wynieść 27 000 zł (przy średniorocznym przebiegu pojazdów nie mniejszym niż 15 tys. km) lub do wysokości 18 750 zł (dopłata nielimitowana średnim przebiegiem).

Na początku września NFOŚiGW wybrał pierwszego operatora bankowego dla programu, czyli Bank Ochrony Środowiska, który ma 90 dni na pozyskanie do współpracy firm leasingowych i uruchomienie procedur. Leasingodawcy mają nadzieję, że ten etap będzie nieco krótszy, a przygotowane procedury będą dostosowane do specyfiki działalności firm leasingowych, a tym samym ułatwią pozyskanie dopłat przez beneficjentów. Leasingodawcom zależy też na tym, aby środki w ramach dopłat były łatwo dostępne, a sam proces przejrzysty. Docelowo przedsiębiorca wszystkie kwestie związane z pozyskaniem, a następnie wypełnianiem zobowiązań wynikających z dotacji, ma dopełnić we współpracy z firmą leasingową.

Program „Mój elektryk” ma szansę powodzenia. Jednak obok środków

publicznych, konieczne będą: rozwój infrastruktury ładowania, gotowość przedsiębiorców do zainwestowania w elektryczne pojazdy czy dostępność samych elektryków. Informacje na temat programu można znaleźć na stronie internetowej NFOŚiGW.

Program gwarancji dla klientów firm leasingowych

Inną interesującą propozycją sektora leasingowego dla klientów może być program gwarancji. Bank Gospodarstwa Krajowego we współpracy z Ministerstwem Finansów, Europejskim Funduszem Inwestycyjnym i Związkiem Polskiego Leasingu opracowały program gwarancji dla klientów firm leasingowych. Dzięki niemu mikro, małe i średnie firmy skorzystają z nowego ułatwienia w dostępie do finansowania. Nowe gwarancje BGK wesprą przedsiębiorców oraz polską gospodarkę w trudnym okresie pandemii koronawirusa i zabezpieczą do 80 proc. kwoty leasingu lub pożyczki leasingowej bez odsetek, oraz kosztów związanych z ich udzieleniem. Dzięki nim leasingodawcy

będą mogli zaproponować korzystniejsze od standardowych warunków, m.in. obniżyć marżę leasingu/pożyczki, wydłużyć okres trwania leasingu/pożyczki, zwiększyć kwotę leasingu/pożyczki, obniżyć wymagania co do poziomu innych zabezpieczeń. BGK jest pierwszym bankiem rozwoju, który skorzysta ze środków Paneuropejskiego Funduszu Gwarancyjnego w formule regwarancji, aby zaoferować wsparcie dla biznesu. Gwarancja skorzysta z regwarancji EFI i środków Paneuropejskiego Funduszu Gwarancyjnego (EFG). Gwarancja powstała przy wsparciu Ministerstwa Finansów oraz Krajowego Punktu Kontaktowego ds. Instrumentów Finansowych Programów Unii Europejskiej. BGK wykorzystał możliwość stworzoną przez polski rząd w wyniku przystąpienia Polski do Paneuropejskiego Funduszu Gwarancyjnego. Informacje na temat programu i listę leasingodawców oferujących produkt zabezpieczony gwarancjami można znaleźć na stronach internetowych BGK i poszczególnych leasingodawców.

Polskie ePłatności rozwój i technologia!

Polskie ePłatności, jeden z głównych agentów rozliczeniowych w Polsce, rośnie w siłę. W zeszłym roku sfinalizowany został zakup 100 proc. udziałów w naszej firmie przez Grupę Nets, europejskiego lidera w dziedzinie płatności bezgotówkowych. Polska jest jednym z najbardziej atrakcyjnych rynków w Europie, jeśli chodzi o rozwój w zakresie płatności elektronicznych, dlatego dołączenie do Nets, głównego gracza w dziedzinie płatności elektronicznych w Europie, daje firmie szerokie perspektywy rozwoju.

Polskie ePłatności posiadają ponad 180 tys. terminali w punktach sprzedaży i oferują szerokie portfolio rozwiązań płatniczych, koncentrując się na segmencie Małych i Średnich Przedsiębiorstw, co – oprócz wcześniejszych przejęć – dodatkowo rozszerza i wzmacnia pozycję Grupy Nets w Polsce, która jest jednym z najatrakcyjniejszych regionów geograficznych w Europie z uwagi na niską penetrację kartami oraz dwucyfrowy wzrost wykorzystania kart, wynikający z przejścia z płatności gotówkowych na płatności kartami. Rozwój ten jest dodatkowo wspierany przez inicjatywy państwowe, promujące rozwiązania w zakresie płatności elektronicznych w sklepach.

Rozszerzamy działalność

W ciągu ostatnich trzech lat Grupa Nets poszerzyła swoją działalność w Europie, uczestnicząc w sześciu dużych strategicznych transakcjach. Nets zbudowała w Polsce silne portfolio produktowe. Natomiast przejęcie PeP jest następstwem niedawnego przejęcia Dotpay/eCard oraz strategicznego sojuszu z Przelewy24. Obie te firmy są szczególnie silne w dziedzinie e-commerce. Dzięki mocnej pozycji

PeP w segmencie małych i średnich przedsiębiorstw w zakresie akceptacji kart i terminali w punktach sprzedaży, transakcja ma przekonujące dopasowanie strategiczne i uzupełnia oferty Grupy Nets dla przedsiębiorstw w Polsce. W ciągu ostatnich 10 lat PeP odnotował imponujący wzrost zarówno w wyniku rozwoju organicznego, jak i znacznych przejęć, a baza terminali zwiększyła się ponad trzykrotnie od połowy 2016 r. PeP jest najszybciej rozwijającą się firmą z branży technologii płatniczych wśród najlepiej rozwijających się gospodarek płatności cyfrowych w Europie. Zespół PeP jest znany z wysokiej jakości działań wewnętrznych i wyników biznesowych. Polskie ePłatności to trzeci co do wielkości operator terminali płatniczych w Polsce pod względem liczby urządzeń. Na przestrzeni ostatnich pięciu lat PeP przeprowadził proces konsolidacji polskiego rynku płatności. W jego wyniku udało się przejąć m.in. biznes terminalowy Kolportera oraz firmy PayUp, PayLane, BillBird, a ostatnio TopCard. Spółka zatrudnia blisko 700 osób. Od 2021 r. firma oferuje najnowsze terminale firmy Pax Technology. Funkcjonujące na systemie



operacyjnym Android urządzeniem, to idealne rozwiązania dla restauratorów i hotelarzy myślących przyszłościowo. Jako pierwsze na polskim rynku będą miały wiele usług dodanych, w tym aplikacje stworzone specjalnie z myślą o punktach sprzedaży.

Nowoczesne rozwiązania

Dzisiejsi konsumenci oraz sprzedawcy stawiają na szybkie, łatwe i ogólnodostępne rozliczenia bezgotówkowe. Standardem stała się obsługa form i metod płatności takich jak NFC, kody QR, Google Pay czy Apple Pay. Przyszłością są ergonomiczne i szybkie terminale mające wielofunkcyjny ekosystem, w którym rozliczenia pełnią tylko jedną z wielu ról. Dziś urządzenie płatnicze ewoluuje w kierunku inteligentnego narzędzia biznesowego, zdolnego do zarządzania rezerwacjami, operowania własnymi programami lojalnościowymi, czy nawet koordynacją zasobów oraz logistyki. Rosnące z roku na rok wymagania spełnia



Dzisiejsi konsumenci oraz sprzedawcy stawiają nie tylko na szybkie, łatwe i ogólnodostępne rozliczenia bezgotówkowe. Standardem stała się obsługa form i metod płatności, takich jak NFC, kody QR, Google Pay czy Apple Pay.

najnowsza generacja terminali Pax Technology.

Terminal wprowadzony przez Polskie ePłatności ma wbudowany moduł WIFI i 4G, stację dokującą umożliwiającą szybkie ładowanie oraz pojemną baterię zapewniającą stałą gotowość urządzenia do pracy. Natomiast 4-rdzeniowy procesor Cortex-A7 o wysokiej wydajności pozwala przyjąć każdą płatność jeszcze szybciej i bezpieczniej niż dotychczas. Kolorowy, 5-calowy, dotykowy ekran o rozdzielczości 720x1280 pikseli charakteryzuje się prostotą w obsłudze, m.in. dzięki wykorzystaniu znanych z użytkowania smartfonów gestów. Oprogramowanie oparte o najpopularniejszy na świecie system operacyjny do procesowania transakcji daje jeszcze większe możliwości sprawnej integracji z usługami dodanymi.

Już niedługo klienci PeP będą mieli możliwość skorzystania z dedykowanych aplikacji. Warto tu wymienić możliwość pre-autoryzacji dla hotelarzy czy system napiwków dla gastronomii. W planach jest także integracja terminali z popularnymi aplikacjami rezerwacyjnymi oraz systemami sprzedażowymi firm trzecich.



TURBINY POLSKIEJ GOSPODARKI

RANKING 100 FIRM Z SEKTORA MŚP

	SPÓŁKA	Wysokość przychodów po II kwartałach 2020 r.	Wysokość przychodów po II kwartałach 2021 r.
51	IFIRMA	11 702,00	14 706,00
52	DATAWALK	5 116,00	14 088,00
53	IZOLACJA-JAROCIN	12 605,00	13 928,00
54	4FUN MEDIA	24 363,00	13 530,00
55	ADATEX DEWELOPER	8 508,00	12 670,00
56	ALL IN! GAMES	3 600,00	11 864,00
57	UHY ECA	8 642,00	11 038,00
58	MEX POLSKA	20 811,00	9 773,00
59	4MOBILITY	2 204,00	9 440,00
60	UNIMA 2000 SYSTEMY TELEINFORMATYCZNE	14 445,00	8 446,00
61	COPERNICUS SECURITIES	3 434,00	7 999,00
62	7FIT	5 922,00	7 404,00
63	INC	11 670,00	7 367,00
64	INC	11 670,00	7 367,00
65	TRITON DEVELOPMENT	15 879,00	7 217,00
66	CENTRUM FINANSOWE	6 530,00	7 198,00
67	MPAY	4 265,00	6 995,00
68	REINO CAPITAL	1 135,00	6 347,00
69	ALDA	8 079,00	6 173,00
70	SKOTAN	4 727,00	5 604,00
71	ALUMAST	3 940,00	4 601,00
72	FUNDUSZ HIPOTECZNY DOM	7 082,25	3 235,45
73	INDOS	3 530,00	3 160,00
74	DR.FINANCE	4 907,20	2 974,80
75	NWAI DOM MAKLERSKI	3 171,00	2 892,00
76	GK ACARTUS	1 858,00	2 854,00
77	ABAK	2 854,00	2 851,00
78	APIS	1 432,00	2 728,00
79	KANCELARIA PRAWNA INKASO – WEC	2 702,00	2 622,00
80	IGORIA TRADE	1 787,00	2 112,00
81	SATIS GROUP	911,00	1 271,00
82	AUXILIA	2 164,00	1 237,00
83	7LEVELS	987,00	1 185,00
84	BAKED GAMES	264,00	749,00
85	OCTAVA	1,00	745,00
86	RYVU THERAPEUTICS	14 715,00	741,00
87	ONCOARENDI THERAPEUTICS	932,00	565,00
88	ADVERTIGO	1 600,00	452,00
89	WIERZYCIEL	550,00	440,00
90	O1 CYBERATON PROENERGY	627,00	427,00
91	ALTA	492,00	381,00
92	ADIUVO INVESTMENTS	228,00	252,00
93	GREMPCO	159,00	185,00
94	XTPL	43,00	143,00
95	MARKA	197,00	117,00
96	3R GAMES	0,00	70,00
97	AKCEPT FINANCE	297,00	53,00
98	JR HOLDING ASI	46,00	43,00
99	EUROPEJSKI FUNDUSZ ENERGII	31,00	30,00
100	OXYGEN	79,00	21,00

źródło: GPW, oprac., CBSF

Produkty i usługi dla małych i średnich przedsiębiorstw – jak location intelligence odpowiada na potrzeby MŚP

Sektor MŚP stanowi 99,8 proc. ogółu w Polsce, jak wynika z raportu PARP opublikowanego w 2021 r. Patrząc jednak na skalę rozwoju, innowacyjność, czy rozpoznawalność marek, jest on daleko w tyle za dużymi firmami, które budują swoją przewagę na rynku dzięki wykorzystaniu najnowszych technologii. Widać to w badaniach „Big data w Polsce. Praktyczny i krótki przewodnik dla MŚP”, które pokazują, że 26 proc. dużych przedsiębiorstw chętnie wykorzystuje Big Data w swoich działaniach, podczas gdy wynik sektora MŚP to zaledwie 7 proc.

Tomasz Władziński

CMO i współzałożyciel dataplace.ai, firmy specjalizującej się w usługach typu location intelligence

W Polsce jest 2,2 mln przedsiębiorstw. Z prostej matematyki, wynika więc, że jedynie 123 200 firm z 1 760 000 należących do MŚP korzysta z potencjału danych, podczas gdy dla dużych firm jest to 114 400 biznesów z 440 000 należących do sektora! Warto mieć w pamięci, że wiele z tych firm operuje w świecie e-commerce, gdzie wykorzystanie danych jest na porządku dziennym. Dlatego filtrując te liczby przez świat offline, może okazać się, że znikomy ułamek biznesów opartych o świat rzeczywisty używa Big Data w swoich poczynaniach...

Technologia nie jest i nie powinna być zarezerwowana jedynie dla wielkich korporacji, czy świata online. Jej rozwój pozwala dostarczać nowe rozwiązania także dla średnich i mniejszych przedsiębiorców. Dzięki temu mogą oni rywalizować z większymi graczami na tym samym poziomie wiedzy i narzędzi. Jednym z obszarów, który silnie rozwija się w tym sektorze jest location intelligence, którego wykorzystanie coraz częściej pozwala budować przewagę konkurencyjną.

Rozwiązanie na miarę MŚP – Location Intelligence

Location Intelligence, łączy w sobie metody GIS (Systemu Infor-

macji Geograficznej) oraz Business Intelligence. Dzięki zaawansowanej analizie oraz możliwościom predykcijnym zapewnia dostęp do wiedzy o lokalizacji, co pomaga podejmować lepsze decyzje biznesowe. Warto podkreślić, że z jego pomocą można budować i rozwijać firmę na wielu płaszczyznach marketingu, ekspansji, analityki, a nawet sprzedaży, o czym więcej później.

Jeszcze kilka lat temu, takie rozwiązanie było dostępne jedynie dla dużych graczy, którzy używali własnych zasobów, próbując wykorzystać dane przestrzenne do wewnętrznych celów, np. ekspansyjnych. Obecnie rozwój technologii, m.in. cloud computing, czy machine learnign pozwala na dostarczenie takich metod na szeroką skalę i chociaż firm zajmujących się analizą danych dla świata offline na rynku wciąż jest stosunkowo mało, to oferta w tego typu usługach jest przystępna cenowo, także dla sektora MŚP.

Dla każdego coś dobrego, czyli oferta skrojona pod MŚP

Wiedząc już pokrótce, czym jest rozwiązanie inteligencji lokalizacyjnej, które może pomóc małym i średnim firmom w rozwoju, przyjrzyjmy się konkretnym przykładom mówiącym, w jaki sposób można to wykorzystać.

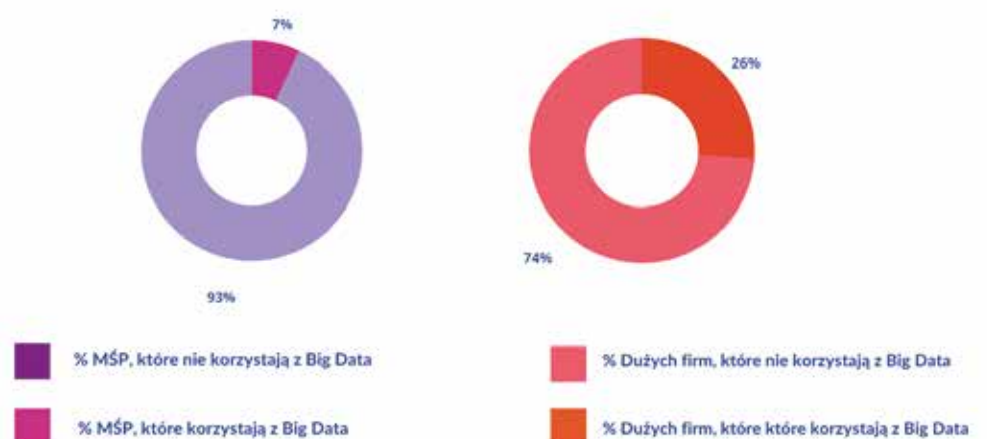
Lokalizacja dla firmy

Niezależnie od tego, czy mała, nowo powstająca firma szuka miejsca, w którym następnie będzie pro-

wadziła swój biznes, czy też średnie przedsiębiorstwo decyduje się na ekspansję i otwarcie kolejnego punktu na mapie, to pewne działania związane z analizą lokalizacji nie powinny się różnić dla tych dwóch przykładów. Wiedząc, że miejsce ma znaczenie, należy ocenić, czy jest ono dogodne i czy ma potencjał. W tym może pomóc location intelligence, którego wykorzystanie nie tylko wpłynie na jakościową i rzetelną analizę, ale skróci czas i zmniejszy budżet na nią poświęcone. W jaki sposób?

- Nie trzeba zatrudniać specjalisty z wiedzą techniczną i statystyczną, aby umożliwić korzystanie z baz danych poprzez odpowiednie ich przetworzenie.
- W zaledwie kilka minut możliwe jest poznanie danych na temat:
 - liczby odwiedzających okolice punktu (w tym: natężenie ruchu w ciągu doby – sprawdzenie, ile osób porusza się, w jakich godzinach. Czy są to osoby przyjezdne, czy mieszkańcy? Czy ruch jest pieszy, a może samochodowy? etc.),
 - wysokość dochodów i wydatków mieszkańców okolicy (możliwe jest oszacowanie, czy lokalna społeczność znajduje się w grupie docelowej),
 - konkurencji (odległości od punktów konkurencyjnych oraz ich współodwiedzialności),
 - prawdopodobieństwa, z jakim dany punkt handlowy zostanie wybrany, jako miejsce zakupu przez okolicznych mieszkańców (tzw. model gravitacyjny, określaný również mianem modelem Huffa, który obecnie wykorzystywany jest na rynku jedynie przez największe firmy, choć MŚP mogą użyć jego potencjału w ten sam sposób),
 - inwestycji w okolicy (np. czy powstaje nowe osiedle mieszkaniowe, co w dłuższej perspektywie przyniesie dodatkowych klientów, lub czy planowana jest budowa galerii handlowej, która może stać się zagroże-

dataplace.ai
offline analytics company





Inteligencja lokalizacyjna, wsparta danymi mobilnymi, jest w stanie dostarczyć informacji na temat ścieżek, jakimi poruszają się osoby należące do grupy docelowej danej firmy, poprzez zbieranie sygnałów wysyłanych przez telefony komórkowe, a następnie łączenie ich i mapowanie na tej podstawie dróg.

niem dla biznesu w niedługim czasie) i wielu innych czynników wpływających na atrakcyjność miejsca.

Analizę wielu punktów można przeprowadzić jednocześnie i na tym samym poziomie szczegółowości, co zaoszczędzi czas. Co więcej, po wybraniu wstępnych lokalizacji warto porównać przewagę jednego adresu nad drugim, aby określić, które miejsce prosperuje najlepiej i ostatecznie wybrać finalny POS (point of sale).

Wyżej wymienione dane wcale nie tracą na znaczeniu z czasem! Posiadając punkt sprzedaży warto co pewien okres monitorować mikro-rynek, aby reagować na zmiany, czy pojawiające się trendy. Pozwoli to zachować konkurencyjność nawet po latach od inwestycji.

Zastosowanie w marketingu

Inteligencja lokalizacyjna, wsparta danymi mobilnymi, jest w stanie dostarczyć informacji na temat ścieżek, jakimi poruszają się osoby należące do grupy docelowej danej firmy, poprzez zbieranie sygnałów wysyłanych przez telefony komórkowe, a następnie łączenie ich i mapowanie na tej podstawie dróg. W ten sposób, odpowiednie profilowanie potencjalnych klientów pozwala marketingowcom m.in. dowiedzieć się gdzie promować produkty. Znajac miejsca pobytu person zakupowych, możliwe jest skuteczne dotarcie do nich z akcjami promocyjnymi. Również podjęcie decyzji, do których punktów sprzedaży wysłać materiały promocyjne staje się prostsze dla pracowników działu marketingu, ponieważ są oni w stanie zrozumieć jaki profil klientów jest obecny w konkretnych lokalizacjach. Przewidywanie miejsc, gdzie z łatwością natrafi się na duże skupiska grupy docelowej, wpływa pozytywnie na efektywność budżetów marketingowych, gdyż mogą one zostać lepiej rozdysponowane, a konwersja z przeprowadzonych działań się zwiększy.

Pomoc działom sprzedaży

Aby zapewnić sukces sprzedaży produktów wśród detalistów, niezbędne jest oprócz wyżej wspomnianego marketingu, zbudowanie dobrze działającej sieci dystrybucji. Location intelligence pozwala badać i analizować różne punkty sprzedaży pod kątem ich potencjału dla konkretnych produktów. Możliwe jest sprawdzenie chociażby:

- liczby mieszkańców w zasięgu oraz liczby odwiedzających dane punkty,
- konkurencji (czy w okolicy jest kilka sklepów o podobnym profilu branżowym i czy klienci chodzą do obu równomiernie, czy któryś ma lepszą odwiedzalność),
- siły nabywczej oraz sumy miesięcznych wydatków na produkty z danej kategorii,
- które placówki przyciągają największą liczbę osób należących do grupy docelowej.

Takie dane pozwalają małym lub średnim firmom wypracować lepszą pozycję do negocjacji z kontrahentami, a także wybierać miejsca, które najbardziej mogą zwiększyć sprzedaż.

Podsumowanie

MŚP powinny już dawno zainteresować się rozwiązaniami, które oszczędzą czas i pieniądze, a pozwolą skupić się na strategii, czy kon-

kretnych działaniach. Narzędzia zapewniające analizy przestrzenne typu location intelligence wspierają różne zespoły w firmach i odciążają je, dając przestrzeń na realizowanie celów. Dzięki dostępowi do technologii powiedzenie „work smarter, not harder” jest możliwe do zrealizowania. Automatyzacja działań to istotny punkt, który poprawia komfort pracy, ale i przyspiesza rozwój firmy.

Źródła:

1. Raport PARP: https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/PARP-26_Raport-2021-07-22_WCAG_210726.pdf

2. Raport Fundacji digitalpoland: „Big data w Polsce. Praktyczny i krótki przewodnik dla MŚP” <https://www.digitalpoland.org/assets/publications/big-data-w-polsce/raport-big-data-w-polsce-v2.pdf>

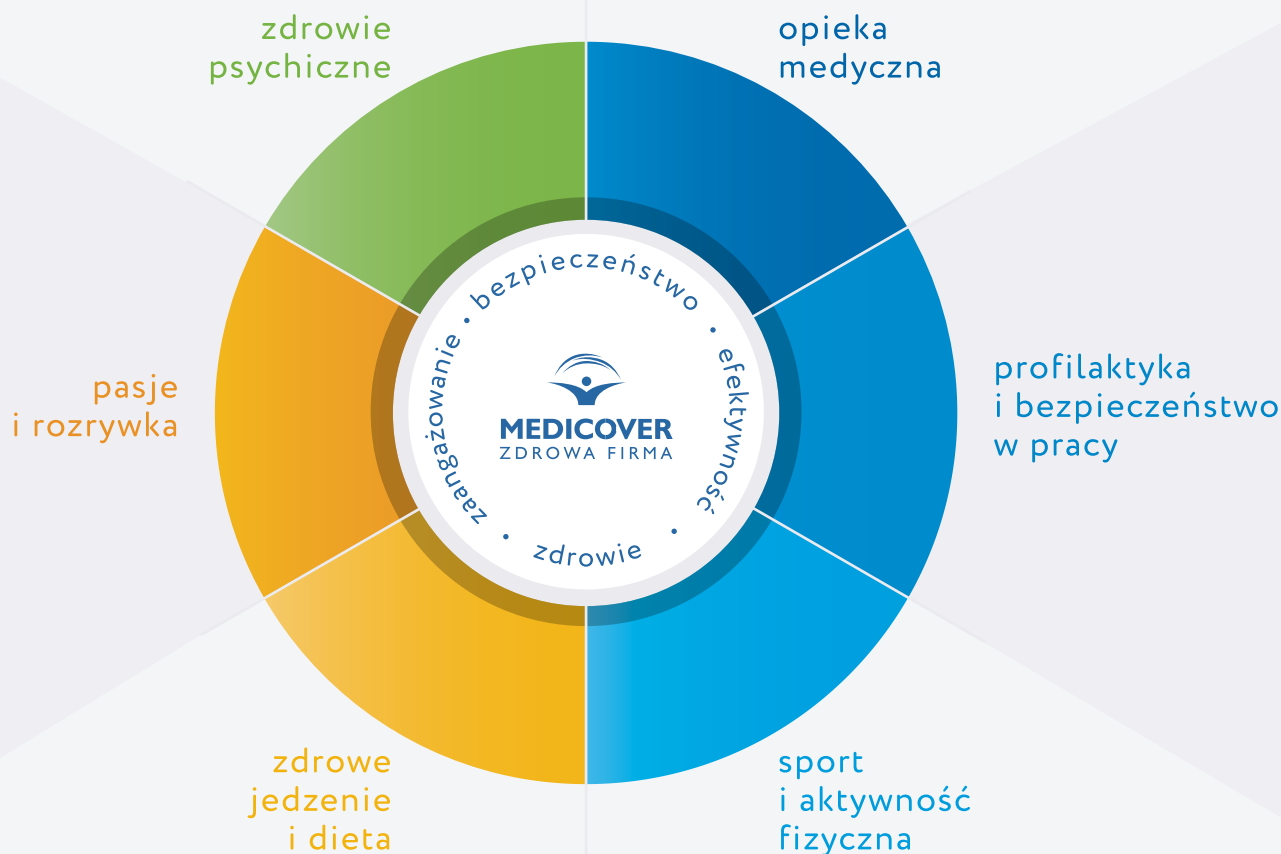
3. Przykład wykorzystania analizy danych z obszaru location intelligence: <https://dataplace.ai/blog/wybor-lokalizacji-pod-wlasny-biznes>

REKLAMA

WSPIERAMY FIRMY W REALIZACJI CELÓW HR I BIZNESOWYCH



Jesteśmy partnerem w budowaniu bezpieczeństwa, zdrowia i zaangażowania pracowników.



**CHĘTNIE DORADZIMY NAJLEPSZE ROZWIĄZANIA
DLA TWOJEJ FIRMY I PRACOWNIKÓW**

zdrowafirma.medicover.pl



+48 22 265 97 51

PN - PT: 8:00 - 16:00

TURBINY POLSKIEJ GOSPODARKI 2021

50 NAJBARDZIEJ DYNAMICZNYCH MŚP

Lp	SPÓŁKA	Wysokość przychodów po II kwartałach 2020 r.	Wysokość przychodów po II kwartałach 2021 r.	Dynamika przychodów
1	OCTAVA	1,00	745,00	74 400,00
2	5TH AVENUE HOLDING	0,00	72 214,00	72 214,00
3	ERATO ENERGY ASI	1 039,00	38 256,00	3 582,00
4	TOWER INVESTMENTS	1 087,00	27 259,00	2 407,73
5	REINO CAPITAL	1 135,00	6 347,00	459,21
6	BUMECH	44 578,00	202 706,00	354,72
7	4MOBILITY	2 204,00	9 440,00	328,31
8	XTPL	43,00	143,00	232,56
9	ALL IN! GAMES	3 600,00	11 864,00	229,56
10	BAKED GAMES	264,00	749,00	183,71
11	DATAWALK	5 116,00	14 088,00	175,37
12	COPERNICUS SECURITIES	3 434,00	7 999,00	132,94
13	SELVITA	65 149,00	139 240,00	113,73
14	APIS	1 432,00	2 728,00	90,50
15	CI GAMES	27 037,00	49 224,00	82,06
16	3R GAMES	0,00	70,00	70,00
17	COMPERIA.PL	10 865,00	18 401,00	69,36
18	MPAY	4 265,00	6 995,00	64,01
19	ARTIFEX MUNDI	13 358,00	21 624,00	61,88
20	BOOMBIT	70 182,00	113 571,00	61,82
21	OPTEAM	20 664,00	33 129,00	60,32
22	DROZAPOL-PROFIL	56 785,00	89 584,00	57,76
23	GK ACARTUS	1 858,00	2 854,00	53,61
24	ADATEX DEWELOPER	8 508,00	12 670,00	48,92
25	MASTER PHARM	27 107,00	40 178,00	48,22
26	AGROMEP	16 100,00	22 645,00	40,65
27	SATIS GROUP	911,00	1 271,00	39,52
28	MUZA	11 393,00	15 675,00	37,58
29	EKO EXPORT	16 251,00	21 648,00	33,21
30	4MASS	12 244,00	16 246,00	32,69
31	VOTUM	68 602,00	89 914,00	31,07
32	PZ CORMAY	30 271,00	39 507,00	30,51
33	ATM GRUPA	85 800,00	111 387,00	29,82
34	MCI CAPITAL ALTERNATYWNA SPÓŁKA INWESTYCYJNA	15 277,00	19 822,00	29,75
35	UHY ECA	8 642,00	11 038,00	27,73
36	RADPOL	65 467,00	83 274,00	27,20
37	AILLERON	67 038,00	85 203,00	27,10
38	KRYNICKI RECYKLING	49 973,00	63 272,00	26,61
39	IFIRMA	11 702,00	14 706,00	25,67
40	7FIT	5 922,00	7 404,00	25,03
41	LETUS CAPITAL	40 718,00	50 498,00	24,02
42	ERG	44 367,00	53 581,00	20,77
43	7LEVELS	987,00	1 185,00	20,06
44	PROCAD	26 012,00	31 152,00	19,76
45	PROTEKTOR	40 313,00	47 797,00	18,56
46	SKOTAN	4 727,00	5 604,00	18,55
47	IGORIA TRADE	1 787,00	2 112,00	18,19
48	IPOPEMA SECURITIES	105 741,00	124 484,00	17,73
49	IPOPEMA SECURITIES	105 741,00	124 484,00	17,73
50	ALUMAST	3 940,00	4 601,00	16,78



Czy polscy konsumenci polubią odroczone płatności?

W ostatnim czasie na polskim rynku postępuje wprowadzanie opcji odroczonej płatności (tzw. BNPL, czyli kup teraz, zapłać później). Co więcej, trend ten nie dotyczy tylko handlu elektronicznego, ale również sklepów stacjonarnych. Stale rośnie liczba podmiotów zarówno z branży stricte odroczonej płatności, jak i takich, które oferują usługi BNPL, ale nie jest to ich działalność przeważająca.

Na polskim rynku, na którym działa już m.in. Twisto i Revo Technologies (pod marką Mokka), pojawił się w sierpniu br. światowy pionier odroczonej płatności, fintech Klarna. We własnej aplikacji mobilnej odroczone płatności we współpracy z PayPo wprowadziła sieć CCC. Swoją ofertę BNPL pod nazwą Allegro Pay udostępniło niedawno Allegro.

Na czym polegają odroczone płatności?

W skrócie skorzystanie z odroczenia terminu płatności umożliwia klientowi nabycie produktu, za który zapłaci później. Standardem jest możliwość dokonania płatności bez ponoszenia kosztów do 30 dni od dnia zakupu (niektóre firmy oferują nawet 45 dni). Po tym czasie zadłużenie jest rozkładane zazwyczaj na raty i klient musi spłacać również odsetki.

Dla sprzedawców udostępnienie opcji BNPL oznacza przede wszystkim wzrost wartości sprzedaży i mniej porzuconych koszyków na etapie płatności.

Klienci zyskują rozwiązanie, dzięki któremu nie muszą odkładać zakupu do momentu, gdy będą posiadać środki na koncie. Nie muszą również szukać finansowania na własną rękę. Opcja odroczenia płatności pojawia się na etapie zakupów. Jest to wygodne i pomocne, jednak może prowadzić do nabywania produktów pod wpływem chwili. Warto jednak podkreślić, że towar zakupiony z użyciem tej metody płatności podlega zwrotom, zazwyczaj na zasadach ogólnych sklepu.

– Odroczone płatności nie powinny być wyłącznie kojarzone jako konkurencja dla pożyczek i narzędzie dla osób, którym w danym momen-

cie brakuje środków na dokonanie zapłaty. Z tego rozwiązania korzystają również klienci marek premium. Uznają BNPL za wygodną metodę płatności. Moim zdaniem wprowadzenie odroczonej płatności przez duże platformy zakupowe spowoduje wzrost popularności tej opcji w Polsce – komentuje Marcin Sikora, Chief Sales Officer w Grupie LOANDO (właściciel pożyczka-portal.pl, loando.pl).

Prawie co dziesiąty polski konsument przetestował opcję BNPL

Najnowsza edycja raportu przygotowanego przez Gemius „E-Commerce w Polsce” wskazuje, że jedynie 9 proc. polskich konsumentów skorzystało kiedykolwiek z opcji BNPL, robiąc zakupy online. Po tę formę płatności dotychczas sięgnęli przede wszystkim młodzi klienci, będący w przedziale wiekowym 25-34 lat. Nie oznacza to jednak, że Polacy nie lubią pożyczać małych kwot. Z danych CRIF dotyczących poprzedniego roku wynika, że aż 53,5 proc. wszystkich przyznanych pożyczek stanowiły pożyczki o wartości poniżej 2 tys. złotych. Pożyczki o wartości powyżej 4 tys. zł stanowiły w zeszłym roku mniej niż 1/4.

Płatności odroczone w Polsce dostępne w dużych sieciach handlowych oraz na popularnych platformach zakupowych to nadal nowy produkt. Mniejsi sprzedawcy wprowadzają opcję BNPL rzadziej. Może to jednak się zmienić wraz z poznawaniem tej metody przez większą liczbę klientów. Specjalne akcje promocyjne z udziałem odroczonej płatności, w tym

oferty z oprocentowaniem 0 proc., które finansuje sprzedawca, mogą skutecznie przekonywać klientów do przetestowania opcji BNPL. Nie bez znaczenia jest też nadchodzący okres przedświąteczny, który sprzyja zakupom na kredyt.

Bezpieczeństwo odroczonej płatności

Tematem bezpieczeństwa i ochrony kupujących korzystających z BNPL zajmują się w szczególności organizacje konsumenckie w Wielkiej Brytanii, gdzie klienci w czasie pandemii chętnie korzystali z odroczonej płatności.

Citizens Advice przeprowadziło badanie w Wielkiej Brytanii, z którego wynika, że jeden na dziesięciu ankietowanych klientów odroczonej płatności ma problem ze spłatą zobowiązania i trafia przez to do windykacji. Wśród młodych konsumentów zgodnie z raportem już co ósmy korzystający z usługi BNPL jest windykowany.

– Płatności odroczone to dla wielu osób nowość. W związku z tym należy edukować konsumentów. Muszą być oni poinformowani, że w przypadku braku spłaty zadłużenia w wyznaczonym terminie uruchomiony może zostać proces windykacji. Świadomość zawierania przy kasie tak naprawdę umowy kredytowej powinna być standardem. Tak samo, jak standardem powinno być transparentne przedstawianie opłat i planu spłaty w ramach usługi BNPL



– mówi **Marcin Sikora, Chief Sales Officer w Grupie LOANDO.**

– Dla klientów szczególnie atrakcyjna jest łatwa dostępność odroczonej płatności i poczucie bezpieczeństwa. Firmy, które skrócą formalności i czas poświęcany na wypełnienie formularza o finansowanie zyskają najwięcej. W przypadku tej branży zysk wynika zazwyczaj ze skalowania działalności – dodaje Marcin Sikora.

WYRÓŻNIENIA

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA MŚP 2021



Szanowni Państwo,

Jak wynika z raportu przygotowanego przez PARP, spośród przedsiębiorstw utworzonych w 2019 r. w pierwszym roku działalności nakłady na rzeczowe aktywa trwałe poniosło 24,6 proc. podmiotów. Źródłem finansowania inwestycji były przede wszystkim środki własne (76,0 proc.), a w dalszej kolejności kredyty

i pożyczki krajowe (6,7 proc.), środki bezpośrednio z zagranicy (3,4 proc.) i inne środki (13,9 proc.). Blisko trzy czwarte przedsiębiorstw powstałych w 2018 r. osiągnęło zysk (73,9 proc.). Jak w osiąganiu tych pozytywnych wyników wspierają sektor MSP inni przedsiębiorcy? Jakie narzędzia, usługi i produkty tworzą, by biznesy tego

segmentu prężnie się rozwijały? Odpowiedź na te pytania znajdziecie Państwo na liście wyróżnionych w plebiscycie Najlepsze Produkty dla MSP. Na podstawie zgłoszeń, które spłynęły do redakcji, wybraliśmy te firmy, które w naszej ocenie mają najciekawszą ofertę wspierającą sektor. Warto uważnie się im przyjrzeć.

Redakcja

WINDYKACJA



Dzięki integracji usługi windykacyjnej Kaczmarcki Inkasso z dowolnym systemem ERP (kompleksowe zarządzanie firmą) lub platformą do wystawiania faktur i e-księgowości małe i średnie firmy mogą zlecać windykację faktur bezpośrednio z tych systemów. Udostępniają je swoim klientom z segmentu MŚP partnerzy Kaczmarcki Inkasso, m.in. ING Usługi dla Biznesu, InsERT, InFakt, Reset 2. Usługa windykacji dociera obecnie do blisko 500 tys. firm i może być zintegrowana z dowolnym systemem ERP, fakturowym i e-księgowości. Dzięki temu połą-

INTEGRACJA USŁUGI WINDYKACYJNEJ Z SYSTEMAMI ERP

czeniu przedsiębiorcy szybko i prosto przekazują faktury do windykacji. Następnie na bieżąco kontrolują, na jakim etapie znajdują się prowadzone działania. Opłata prowizyjna jest naliczana tylko w przypadku, kiedy odzyskane pieniądze trafiają do klienta. Dochodzenie należności może być dla wierzyciela bezpłatne. Wystarczy, że skorzysta z obciążenia dłużnika kosztami windykacji. Innowacyjna integracja systemów upraszcza działania związane ze zleceniem windykacji firmie zewnętrznej i sprawia, że odzyskana kwota szybciej trafia do klienta. Dodatkowo wszystkie operacje od wystawie-

nia faktury do jej windykacji znajdują się w jednym miejscu. Windykacja online pozwala przedsiębiorcom skupić się na właściwej działalności biznesowej oraz zwiększyć swobodę w planowaniu finansów.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Możliwość połączenia dowolnego systemu ERP lub programu do wystawiania faktur z usługą windykacji, dzięki czemu przedsiębiorcy zyskują do niej dostęp poprzez produkty, z których korzystają w codziennej pracy.



WINDYKACJA SĄDOWO-EGZEKUCYJNA

Kompleksowa usługa świadczona przez Kancelarię Prawną VIA LEX. Polega na dochodzeniu roszczeń finansowych w ramach postępowania sądowego zmierzającego do uzyskania tytułu wykonawczego, a w konsekwencji do wszczęcia postępowania egzekucyjnego. Podstawą skutecznej windykacji na wszystkich etapach jest dokładna znajomość przepisów prawa i praktyka w jego stosowaniu. W ramach procesu prowadzonego przez kancelarię klienci otrzymują dostęp do najlepszych prawników z wieloletnim doświadczeniem, których wspiera odpowiednio przeszkolona kadra pracownicza.

Usługa windykacji sądowo-egzekucyjnej obejmuje kompleksową obsługę spraw, zaczynając od weryfikacji i uaktualnienia danych dłużnika oraz całej dokumentacji. Klient jest reprezentowany przez kancelarię na wszystkich etapach postępowania. W jego imieniu prowadzone są również równoległe próby kontaktu z dłużnikiem, aby szybciej odzyskać wierzytelności. Kancelaria Prawna VIA LEX wypracowała autorskie metody współpracy z komornikami nadzorującymi postępowania egzekucyjne. Działania te są wspierane przez nowoczesną technologię umożliwiającą masową obsługę spraw i wygodny dla klienta sposób raportowania. Usługa

jest dostępna zarówno dla klientów instytucjonalnych, jak i biznesowych.

Kancelaria współpracuje z firmą windykacyjną Kaczmarcki Inkasso, obsługując sprawy, w których nie udało się uzyskać zapłaty na drodze windykacji polubownej. Klienci zlecający windykację otrzymują zatem pełną obsługę wierzytelności.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Kompleksowość obsługi klienta i autorskie rozwiązania w zakresie współpracy z komornikami nadzorującymi postępowania egzekucyjne.



ODZYSKIWACZ.PL - PLATFORMA DO ODZYSKIWANIA NALEŻNOŚCI DLA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORCÓW

Samodzielne odzyskanie zaległych należności nie zawsze jest możliwe, tak samo, jak zlecenie pojedynczej wierzytelności do firmy windykacyjnej. Z myślą o takich sytuacjach powstał Odzyskiwacz.pl – autorska platforma internetowa stworzona przez Grupę Vindix, dzięki której nawet mikro przedsiębiorca uzyska pomoc w odzyskiwaniu należności od profesjonalistów.

Platforma jest prosta i intuicyjna. Założenie konta, zlecenie obsługi i opłata prowizji zajmuje chwilę, a szczegóły dotyczące sprawy oraz działania, które zostały podjęte, by odzyskać należność, klient widzi w jednym miejscu. Działania windykacyjne startują od razu, po dodaniu sprawy do systemu i zaksięgowaniu wpłaty z tytułu prowi-

zji. Opłata, której dokonuje klient, obejmuje obsługę na etapie polubownym z zastosowaniem wszelkich kanałów komunikacji i z udziałem najnowszej technologii, która umożliwi dotarcie do dłużnika.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Łatwość i skuteczność odzyskania zaległych należności.

TURBINY POLSKIEJ GOSPODARKI 2021

UBEZPIECZENIA



GRUPOWE UBEZPIECZENIE NA ŻYCIE

Ubezpieczenie grupowe na życie zapewnia pracodawcom i pracownikom poczucie bezpieczeństwa i pomoc finansową w razie nieprzewidzianych zdarzeń losowych. Aviva oferuje swoje wsparcie zarówno małym, średnim, jak i dużym przedsiębiorcom. Korzyści dla pracownika: wypłata pieniędzy m.in. w razie: poważnej choroby (w tym: raka, zawału serca i udaru mózgu), leczenia w szpitalu, nieszczęśliwego wypadku, niezdolności do pracy. Wsparcie niefinansowe np.: konsultacja diagnozy z lekarzami najlepszych światowych klinik, organi-

zacja rehabilitacji, transport medyczny. Ubezpieczenie grupowe zabezpiecza też najbliższych ubezpieczonego w razie jego śmierci. Korzyści dla pracodawcy: szybszy powrót pracownika do zdrowia (wiele świadczeń zdrowotnych), możliwość wliczenia składki opłacanej przez pracodawcę do kosztów uzyskania przychodu, możliwość zwolnienia pracodawcy z obowiązku wypłacania odprawy pośmiertnej, jeśli finansuje składkę.

Aviva stale rozwija narzędzia dające klientom dostęp online do ubezpieczenia. Dzięki temu w szybki i wygodny sposób zyskują

dostęp do informacji o swojej ochronie, a pracodawcy mogą obsługiwać ubezpieczenie w pełni elektronicznie.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Możliwość dopasowania ubezpieczenia do indywidualnych potrzeb małych i średnich firm, z dużym zakresem ubezpieczeń zdrowotnych, do których obecnie dużą wagę przywiązują zarówno pracownicy, jak i pracodawcy. Ubezpieczenie grupowe jest atutem podczas rekrutacji, jak również zwiększa lojalność pracowników.



UBEZPIECZENIE MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW TWÓJ UNIQUALNY BIZNES

Pakietowe ubezpieczenie dla małych i średnich przedsiębiorstw, które obejmuje ochroną ubezpieczeniową mienia oraz odpowiedzialność cywilną podmiotów prowadzących działalność gospodarczą. Klientem docelowym jest przedsiębiorca zgłaszający do ubezpieczenia mienie o wartości do 15 mln zł, z obrotem nieprzekraczającym 20 mln zł. Zakres ochrony ubezpieczeniowej obejmuje m.in. ubezpieczenie od pożaru i innych zdarzeń losowych albo

od wszystkich ryzyk, kradzieży z włamaniem lub rozboju, sprzętu elektronicznego od wszystkich ryzyk, odpowiedzialności cywilnej z tytułu szkód powstałych w związku z prowadzoną działalnością, następstw nieszczęśliwych wypadków przy pracy, assistance firmowe. Do umowy ubezpieczenia mogą zostać włączone klauzule dodatkowe rozszerzające jej zakres o zdarzenia ubezpieczeniowe charakterystyczne dla danej branży.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Dodatkowe elementy ochrony ubezpieczeniowej w podstawowym zakresie ubezpieczenia, który dostosowywany jest do rodzaju prowadzonej działalności, atrakcyjne rodzaje ubezpieczeń m.in. mienia od wszystkich ryzyk, utraty zysku w wyniku szkody w ubezpieczonym mieniu, szeroki zakres pokrycia dla ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej. Intuicyjna aplikacja sprzedażowa. Nagroda przyznana przez Gazetę Ubezpieczeniową.



PAKIET UBEZPIECZEŃ DLA MAŁYCH I ŚREDNICH FIRM GOBIZNES

Pakiet ubezpieczeń dla małych i średnich firm GoBiznes daje możliwość dopasowania zakresu ochrony ubezpieczeniowej do specyfiki prowadzonego biznesu, np.: aptek, hoteli i pensjonatów, dilerów samochodowych, restauracji, sklepów czy firm budowlanych. Ubezpieczeniem objęte są: majątek trwały firmy – budynki, budowle, lokale, maszyny, urządzenia i wyposażenie, środki obrotowe, rzeczy osób trzecich przyjęte do sprzedaży lub w celu wykonania usługi, wartości pieniężne – gotówka, biżuteria, sprzęt elektroniczny z pełną ochroną od awarii i uszkodzeń, odpowiedzialność cy-

wilną, związaną z prowadzoną działalnością gospodarczą i posiadanym mieniem, budynki w trakcie budowy. Podstawowy zakres można rozszerzyć o: grupowe ubezpieczenie następstw nieszczęśliwych wypadków (NNW) pracowników, ubezpieczenie ochrony prawnej, ubezpieczenie szyb i innych przedmiotów szklanych od stłuczenia, ubezpieczenie mienia własnego od uszkodzenia w transporcie krajowym.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Firma oferuje możliwość ubezpieczenia mienia w zakresie

ważnym dla specyfiki prowadzonej działalności, dla właścicieli aptek – ubezpieczenie produktów i surowców od rozmrożenia, a także ubezpieczenie kosztów utylizacji leków po szkodzie, dla właścicieli firm sprzątających lub ogrodniczych – ubezpieczenie urządzeń przenośnych poza miejscem ubezpieczenia, dla właścicieli warsztatów samochodowych lub stacji diagnostycznych – ubezpieczenie elektronicznego sprzętu pomiarowego od wszystkich ryzyk; dodatkowo do każdej polisy bez opłacania dodatkowej składki dodajemy assistance i telefoniczną asystę prawną.

BANK



POŻYCZKA EKSPRESOWA SMEX „NA KLIK”

Pożyczka Ekspresowa SMEX „NA KLIK” to rozwiązanie dla klientów banku potrzebujących środków na dłuższy okres oraz cel związany z działalnością gospodarczą. Klient, wypełniając wniosek (np. za pośrednictwem bankowości internetowej), może ustalić kwotę pożyczki, okres spłaty czy dzień płatności rat. Dodatkowo już na star-

cie, zna maksymalną kwotę pożyczki, o którą może wnioskować. Dzięki zastosowaniu zaawansowanych algorytmów nie ma potrzeby dostarczania dokumentów finansowych. Pożyczka zabezpieczona jest gwarancją BGK de minimis oraz pełnomocnictwem do rachunku. Od klienta nie są wymagane żadne dodatkowe zabezpieczenia. W przypadku zło-

żenia wniosku o pożyczkę poprzez bankowość elektroniczną, klient może od razu wygenerować szablon umowy.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Szybkie finansowanie dla MŚP online bez dokumentów finansowych.

FAKTORING



AFORTI Factor

OPTIMA

Jego najważniejsze cechy to szybkość oraz dostępność. Ponadto finansuje każdy rodzaj działalności gospodarczej. W ramach tego produktu można w łatwy sposób sfinansować faktury aż do 300 tys. zł. Przedsiębiorca chcący skorzystać z faktoringu OPTIMA w AFORTI Factor otrzyma decyzję zaledwie w ciągu doby, dzięki czemu

będzie mógł zachować płynność finansową swojej firmy. Dodatkowo AFORTI Factor zapewnia swoim klientom bezpłatny dostęp do systemu faktoringowego. Dedykowany program jest dostępny bez względu na liczbę użytkowników oraz jest dostępny na wszystkich urządzeniach mobilnych.

Czym się wyróżnia ten produkt?

OPTIMA jest to produkt, który wyróżnia szybkość finansowania oraz minimum formalności.



FAKTORING ABONAMENTOWY Z REGRESEM W ZRZESZENIU BPS

Faktoring abonamentowy jest kierowany do firm, które oczekują atrakcyjnej i transparentnej oferty w przedziale kwotowym od 100 tys. zł do 1 mln zł. Jedyną opłatą, jaka jest pobierana w tym produkcie, jest „Miesięczna Opłata Abonamentowa”. Dodatkowo wprowadzono stałą promocję dla klientów, polegającą na niepobieraniu opłaty abonamen-

towej za pierwszy miesiąc (niepełny miesiąc) obowiązywania umowy. Koszt finansowania faktoringiem abonamentowym rozpoczyna się od zaledwie 14 zł dziennie za każde 100 tys. przyznanego limitu i nie jest uzależniony od oceny jakościowej klienta czy liczby i jakości kontrahentów, a jedynie od wysokości limitu faktoringowego.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Faktoring abonamentowy jest kierowany do firm, które oczekują atrakcyjnej i transparentnej oferty w przedziale kwotowym od 100 tys. zł do 1 mln zł, a jedyną opłatą, jaka jest pobierana w tym produkcie, jest „Miesięczna Opłata Abonamentowa”.



FINANSOWANIE FAKTUR

Produkt Finansowanie Faktur jest flagowym produktem spółki w segmencie MSP. To odpowiedź na potrzeby małych przedsiębiorstw, które cenią sobie szybkie i proste procesy. Finansowanie Faktur charakteryzuje się w pełni zautomatyzowanym procesem zawierania umowy i wypłaty finansowania. Podpisanie umowy zajmuje kilka minut i jest najszybszym procesem na rynku w usługach fintech. Usługa dostępna jest 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu. Klient może aktywować usługę lub sfinansować fakturę nawet poza godzinami pracy spółki, również w nocy czy week-

endy, a środki na rachunku klienta zaksięgowane są po kilku minutach od zgłoszenia faktury. Ogromną zaletą produktu jest multikanalowość procesu. Klient może podpisać umowę w oddziale PKO BP lub całkowicie on-line, bez papierologii i wychodzenia z biura. W ręce klientów została oddana nowoczesna aplikacja front-end, która w bardzo intuicyjny sposób prowadzi klienta po kolejnych krokach procesu. Aplikacja daje klientowi pełny wgląd w szczegóły umowy. Klienci cenią sobie przejrzystość procesu oraz stałą komunikację z Faktrem dzięki powiadomieniom SMS czy email informującym

o aktywacji umowy, wypłacie finansowania czy przypomnieniu o zbliżającym się terminie płatności. Finansowanie Faktur jest produktem oferowanym przy współpracy z PKO BP i skierowanym do klientów banku. Dostęp do aplikacji faktoringowej klienci otrzymują poprzez serwis IPKO, dzięki czemu PKO Faktoring nie wymaga dodatkowego uwierzytelnienia się klienta.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Szybkim i prostym procesem on - line.

Pandemia zmieniła postępowanie sądowo-administracyjne

Skutki pandemii są mocno odczuwalne w sferze gospodarczej, której częścią jest rynek zarządzania wierzytelnościami. Zmiany widoczne są nie tylko w samym modelu prowadzenia postępowań sądowo-egzekucyjnych, ale też w zachowaniu klientów zlecających sprawy kancelariom prawnym.



Tomasz Zubkowski

dyrektor zarządzający, Kancelaria Prawna VIA LEX

rejestrowane. Opóźnienie pracy sądów powodowała również trwająca od 7 do 14 dni kwarantanna nałożona na składane pisma. Kierowane do sądu dokumenty były dostarczane realnie ok. 3 tygodnie po ich wydaniu. Równocześnie pisma wysyłane przez sąd trafiały na kwarantannę, a co za tym idzie, w przypadku tytułów wykonawczych, sprawy były przekazywane do etapu egzekucyjnego z opóźnieniem.

Epidemia koronawirusa wprowadziła również nowy trend prowadzenia rozpraw. Sądy przeszły w dużej mierze na rozprawy zdalne, ale problemy techniczne powodowały odraczanie rozpraw lub wydłużanie czasu ich trwania. Po powrocie do normalnego funkcjonowania sądów ich pracownicy musieli zmagać się z narastającymi zaległościami, co przełożyło

się na odczuwalne opóźnienia w całym procesie.

Z podobnymi problemami borykali się również komornicy sądowi, zwłaszcza ci, którzy prowadzą mniejsze kancelarie, gdzie braki kadrowe powodowały długotrwałe przestoje w rejestracji i bieżącej obsłudze spraw.

Uniki dłużników w majestacie prawa

Dodatkowo zostały wprowadzone zmiany prawne, które dały nowe „możliwości” dłużnikom. Mowa tu o uprawnieniu dłużników do zajmowania nieruchomości pomimo prawomocnego tytułu wykonawczego czy też o uniemożliwieniu przeprowadzenia licytacji lokalu mieszkalnego dla zaspokojenia roszczeń wierzycieli poprzez pozyskiwanie zwolnień lekarskich uzyskanych w teleporadach, aby upłynął termin licytacji komorniczych lub oględzin ruchomości przez biegłego. Należy tu wyjaśnić, że przepisami tarczy antykryzysowej na czas trwania stanu epidemiologicznego i 90 dni po jego ustaniu uniemożliwiono przepro-

wadzenie licytacji z nieruchomości dłużnika, która służy zaspokojeniu jego potrzeb mieszkaniowych. Działania dłużników pogorszyły statystyki prowadzonych postępowań, ze względu na to, że egzekucje z nieruchomości nie dość, że stanowiły największy motywator do spłacania swoich zobowiązań, to kwoty pozyskiwane z licytacji nierzadko w całości zaspokajały roszczenia wierzycieli.

Ogólna sytuacja rynkowa skłoniła wierzycieli, zwłaszcza banki i przedsiębiorstwa państwowe, do łagodniejszego traktowania dłużników w kwestii umożliwiania im na przykład spłaty zadłużenia w ratach czy umarzania odsetek.

Czyszczenie kont bankowych

Strach przed kolejnymi odślonami pandemii skłonił niektórych dłużników do wyzerowania kont bankowych i przetrzymywania gotówki, co przeniosło się na zmniejszoną skuteczność zajęć komorniczych wierzytelności pieniężnych na rachunkach bankowych. Nowym trendem okazała się uproszczona droga do ogłosze-

nia upadłości: bardzo prostego, z małą liczbą warunków formalnych do spełnienia, przyjaznego dla dłużnika, co w rezultacie zaowocowało drastycznym wzrostem liczby restrukturyzacji.

Częściowo zmieniły się także priorytety dłużników w zakresie regulowania ich dotychczasowych zaległości. Obecnie najpierw muszą oni uregulować zobowiązania względem instytucji państwowych, aby móc ubiegać się o dofinansowanie z ustanawianych przez rząd tarcz wspomagających. Trzeba jednak pamiętać, że otrzymane przez dłużników środki pomocowe są wyłączone z egzekucji.

Nadzieją są zapowiadane zmiany w ustawodawstwie mające na celu uszczelnienie systemu świadczeń dla poszkodowanych w pandemii oraz w zakresie postępowań upadłościowych i restrukturyzacyjnych. Kluczowym dla prowadzonych postępowań sądowo-administracyjnych będzie moment zdjęcia blokady do przeprowadzenia egzekucji związanych z nieruchomościami.

Obrazuje to doświadczenie Kancelarii Prawnej VIA LEX, która obsługuje klientów instytucjonalnych i biznesowych. Już na początku pandemii, zwłaszcza w okresie twardego lockdownu, odnotowano wydłużenie procesu formalno-prawnego. Przez pewien czas został zawieszony bieg terminów sądowych i sądowo-administracyjnych, więc kierowane tam sprawy nie były na bieżąco

TURBINY POLSKIEJ GOSPODARKI 2021

NOWOCZESNE TECHNOLOGIE



SIMPLYSIGN

SimplySign to mobilny podpis elektroniczny, nie-wymagający fizycznego czytnika ani karty z certyfikatem. Umożliwia złożenie podpisu na urządzeniu mobilnym, takim jak smartfon czy tablet, a także na komputerze. Można to zrobić poprzez przeglądarkę internetową lub dedykowaną aplikację na smartfonie czy tablecie. SimplySign to nie tylko oszczędność czasu, lecz również zmniejszenie wydatków w firmie. Nie trzeba drukować do-

kumentów, stawiać pieczętek, wysyłać papierowych wersji kurierem lub pocztą. Podpis elektroniczny SimplySign pozwala na kontakt z Urzędem Skarbowym czy z ZUS-em, usprawnia także przepływ dokumentów elektronicznych wewnątrz firmy. Współpracuje z wieloma popularnymi platformami, takimi jak e-deklaracje czy e-PUAP, dzięki czemu można używać mobilnego e-podpisu w wielu miejscach jednocześnie. Co ważne z SimplySign można korzy-

stać nie tylko do celów biznesowych, ale również załatwić wszystkie sprawy prywatne (np. kontakty z urzędami).

Czym się wyróżnia ten produkt?

SimplySign to mobilny, kwalifikowany podpis elektroniczny, dzięki któremu można bezpiecznie sygnować dokumenty w dowolnym miejscu i czasie, za pomocą telefonu, tabletu lub komputera.



EPSON WORKFORCE PRO WF-C579RDWF

To bardzo wydajne kompaktowe urządzenie wielofunkcyjne drukujące w formacie A4. Gwarantuje duże szybkości drukowania, skanowania i kopiowania oraz niski całkowity koszt eksploatacji i niewielki wpływ na środowisko. Ten model należy do rodziny RIPS (*Replaceable Ink Pack System*) – grupy energooszczędnych drukarko-kopiarek do biur, które wykorzystują nowoczesną technologię druku atramentowego bez nagrzewania. Drukarki Epson z technologią RIPS charakteryzują

się tym, że minimalizują czynności związane z konserwacją oraz minimalizują ilość zużytych materiałów eksploatacyjnych. System wykorzystuje pigmentowe atramenty DURABrite, które są dozowane z dużych pojemników o pojemności równej 1 l lub 1,5 l o wydajności do 50 tys. stron czarno-białych i 20 tys. stron kolorowych. Inne atuty to szybkie skanowanie dwustronne z automatycznym podajnikiem dokumentów i krótki czas drukowania pierwszej strony: 4,8 s dla stron czarno-białych i 5,3 s dla koloro-

wych z trybu gotowości. Model współpracuje z szeroką gamą oprogramowania do zarządzania drukiem i obiegu dokumentów.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Szybkie i energooszczędne drukowanie monochromatyczne w połączeniu z najniższym TCO i pełną funkcjonalnością biznesową.



Polskie ePłatności

TERMINAL PAX

Polskie ePłatności wprowadziły w 2021 r. do swojej oferty terminale firmy Pax Technology. Jako pierwsze na rynku oferują wiele usług dodanych, w tym aplikacje stworzone specjalnie z myślą o punktach sprzedaży. Terminal funkcjonuje w systemie operacyjnym Android. Terminal wprowadzony przez PeP posiada wbudowany moduł sieci 4G, dzięki któremu klienci nie muszą się martwić o spowolnienie połączenia.

Łatwość w obsłudze oraz elegancki i nowoczesny design idealnie sprawdzają się w branżach usługowych, gdzie jakość i doświadczenia klienta na każdym etapie, nawet procesu realizacji płatności są najważniejsze. Oprogramowanie oparte o najpopularniejszy na świecie system operacyjny do procesowania transakcji daje jeszcze większe możliwości sprawnej integracji z usługami dodatkowymi oraz z każdym urządzeniem fiskalnym klasy online.

Klienci będą mieli możliwość skorzystania z dedykowanych aplikacji; warto tu wymienić możliwość pre-autoryzacji dla hotelarzy czy system napiwków dla gastronomi.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Terminale PAX jako pierwsze na polskim rynku oferują wiele usług dodanych, w tym aplikacje stworzone specjalnie z myślą o punktach sprzedaży.

LEASING



REMASZYNERIA

Leasing operacyjny z karencją w spłacie, przeznaczony na refinansowanie leasingowanych przez przedsiębiorców maszyn i urządzeń w komercyjnych spółkach i towarzystwach leasingowych. REMASZYNERIA jest unikalnym instrumentem oferowanym w ramach Programu Tarczy Antykryzysowej. Nadrzędnym celem REMASZYNERII jest istotna poprawa sytuacji płynnościowej

przedsiębiorców, która bezpośrednio wpływa na możliwość utrzymania i kontynuacji prowadzonej działalności gospodarczej, zagrożonej na skutek ekonomicznych następstw utrzymującej się pandemii. Instrument dedykowany jest klientom wszystkich branż z sektora MŚP, o obrotach powyżej 4 mln zł oraz mających dodatnie wyniki za 2019 r. (pozytywna EBITDA i wynik netto).

Czym się wyróżnia ten produkt?

Unikalny i jedyny produkt leasingowy na rynku pozwalający na zmianę leasingodawcy, w ramach którego finansowanie udzielane jest aż na 7 lat, łącznie z roczną karencją dostępną bezpośrednio po zawarciu umowy.

INNOWACJE



PLATFORMA ANTYFRAUDOWA BIK (PAF)

Platforma Antyfraudowa BIK (PAF) to narzędzie do przeciwdziałania wyłudzeniom. Zabezpiecza systemowo procesy kredytowe uczestniczących instytucji oraz ich klientów (zarówno osoby fizyczne, jak i przedsiębiorstwa), wykrywa fraudy z tytułu transakcji oszukańczych i nieautoryzowanych, wyszukuje ryzykowne powiązania, generuje raporty i wysyła ostrzeżenia w czasie rzeczywistym. Platforma Antyfraudowa wspiera banki, instytucje pożyczkowe, firmy ubezpieczeniowe, leasingowe, a także firmy faktoringowe, od września 2021 r. PAF dzięki zastosowanej technologii opiera się na zautomatyzowanym obiegu wymiany danych, umożliwia współdzie-

lenie informacji o podejrzeniach nadużyć oraz o wyłudzeniach pomiędzy uczestnikami systemu, służy do wzajemnego ostrzegania się jego uczestników o przypadkach, niosących za sobą ryzyko nadużycia. Platforma Antyfraudowa BIK jest kluczem do sukcesu w walce z ograniczeniem strat zarówno pojedynczej firmy i jej klientów, jak i wzmocnieniem ochrony sektorowej. Platforma Antyfraudowa BIK potwierdziła swoją skuteczność. Od momentu jej uruchomienia (listopad 2017 r.) sam sektor bankowy uniknął dzięki niej strat o wartości ponad 365 mln zł, z czego ponad 127 mln zł tylko w 2020 r. To wartość wniosków kredytowych,

zatrzymanych w wyniku ostrzeżeń, jakie wygenerował system. Dzięki temu wątpliwy kredyt czy leasing nie został wypłacony przestępcom.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Platforma Antyfraudowa BIK to unikatowe rozwiązanie systemowe o charakterze prewencyjnym z wymianą informacji pomiędzy uczestnikami, które skutecznie przeciwdziała wyłudzeniom kredytowym w sektorze finansowym, uchroniło uczestników Platformy przed stratą na kwotę ponad 365 mln zł.



ZEWNETRZNY DYREKTOR/KONTROLER FINANSOWY (USŁUGA ZAMIAST ETATU)

CFOservices zapewnia spółkom z sektora MŚP zewnętrznego dyrektora/kontrolera finansowego w elastycznej formule (usługa zamiast etatu). To usługa stworzona z myślą o spółkach, które nie potrzebują takiej funkcji na cały etat. Projektując ją, firma chciała stworzyć rozwiązanie dla MŚP, które dostarczy im wysokie kompetencje finansowe. W MŚP często brakuje osoby, która dba o finanse operacyjne i strategiczne i jest partnerem w tym zakresie dla zarządu. Przyczyną, dla której tak się dzieje, są oczywiście wysokie koszty. Spółka chce rozwiązać

ten problem. Usługa zapewnia funkcję finansową na najwyższym poziomie, dostarczaną przez konsultantów – dyrektorów finansowych z doświadczeniem z dużych spółek, którzy dbali o wielomilionowe obroty, a jednocześnie na warunkach dopasowanych do skali prowadzenia działalności i do realnych potrzeb MŚP. Chce przenieść do tego sektora swoją wieloletnią wiedzę o finansach. Pracując z CFOservices, klienci mają informację finansową do podejmowania decyzji, zwiększają swoją konkurencyjność, poprzez lepszą efektywność oraz jakość i wy-

korzystanie informacji, poprawiają swoje bezpieczeństwo finansowe i komfort prowadzenia biznesu, w efekcie zwiększają swoją wartość, poprzez porządek w finansach, mniejsze ryzyko i lepsze decyzje.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Firmę wyróżniają ludzie: dyrektorzy finansowi z realnym i wieloletnim doświadczeniem z dużych firm, których wiedzą firma wspiera rozwój sektora MŚP oraz zwiększa wartość firm.

REKLAMA



Wiener - ubezpieczamy z nową energią



Ubezpieczenia odnawialnych źródeł energii

W Wiener ubezpieczamy farmy wiatrowe i panele fotowoltaiczne, a wyróżnia nas:

- spersonalizowane wsparcie w doborze zakresu ochrony i decyzjach inwestycyjnych
- nowatorska, specjalistyczna oferta dostępna dla inwestorów korporacyjnych i indywidualnych
- ochrona ubezpieczeniowa instalacji od szkód materialnych oraz finansowych skutków przerwy w działalności
- bezpośredni kontakt z likwidatorami w razie zajścia zdarzenia losowego

TURBINY POLSKIEJ GOSPODARKI 2021

OPROGRAMOWANIE

InsERT

SUBIEKT NEXO PRO

Subiekt nexo PRO to program wspomagający obsługę sprzedaży w małych i średnich firmach. Jest to rozszerzona wersja Subiekta nexo – oprócz pełnej funkcjonalności standardowego systemu zawiera wiele dodatkowych rozwiązań, które spełniają nawet bardzo nietypowe wymagania. Pozwala na obsługę przedsiębiorstwa wielooddziałowego. Umożliwia zaawansowane nadawanie cen towarom

poprzez cenniki główne i dodatkowe. Wyróżnia się rozbudowaną obsługą zamówień – dla wersji PRO stworzono m.in. widoki robocze (Asortyment na zamówieniach do obsługi pozycji zamówienia, Asortyment na wyczerpaniu, Asortyment na zleceniach), które ułatwiają logistykę zamówień zarówno w przypadku klientów, jak i dostawców. Subiekt nexo PRO charakteryzuje się też większą otwartością i elastycznością.

ścią. Pozwala np. dodawać pola własne do różnych elementów programu, a także własne raporty i wzorce wydruku.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Subiekt nexo PRO oprócz pełnej funkcjonalności standardowego systemu zawiera wiele dodatkowych rozwiązań, które spełniają nawet bardzo nietypowe wymagania.



TENEUM X

Teneum X to kompleksowa platforma informatyczna do wspierania firm w ich codziennym funkcjonowaniu. Nasz system już od 2000 r. usprawnia zarządzanie w średnich i dużych przedsiębiorstwach. Stale rozwijamy nasze oprogramowanie, aby szło w parze ze zmianami na rynku i potrzebami naszych klientów. Teneum X to nie zwykły system ERP, bo oprócz rozwiązań klasy ERP swoją funkcjonalnością obejmuje CRM, DMS,

WMS, POS, MES, WORKFLOW, umożliwiając firmie obsługę wszystkich wewnętrznych procesów operacyjnych w jednym, zintegrowanym środowisku. Główny cel, który Teneum X pomaga osiągnąć przedsiębiorcom, to rozwój firmy dzięki zwiększeniu efektywności jej codziennej pracy. Przed biznesem stoi coraz więcej wyzwań, a Teneum X ma pomóc im sprostać i pozwolić zdobyć przewagę konkurencyjną.

Aplikacja pozwala zarządzać zasobami firmy, ale inaczej niż zwykłe systemy ERP, koncentrując się na przebiegu procesów i efektywnym realizowaniu zadań w organizacji.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Teneum X – pierwszy system ERP, który sam dopasuje się do potrzeb firmy.



DELTEK MACONOMY

Maconomy to kompleksowy system klasy ERP dla branży usług profesjonalnych pozwalający na zarządzanie finansami, klientami (CRM), personelem (HR), projektami, prowadzenie księgowości zgodnie z lokalnymi przepisami oraz planowanie zasobów. Został stworzony dla takich organizacji, jak agencje reklamowe, agencje Public Relations, firmy doradcze, informatyczne, inżynierskie oraz kancelarie adwokackie. Dzięki Maconomy firmy są w stanie skutecznie organizować i planować pracę konsul-

tantów, zarządzać projektami i obsługą klientów, kontrolować wykorzystanie zasobów ludzkich oraz prowadzić pełną księgowość i analizę finansową. Do głównych zalet systemu można zaliczyć między innymi moduły: Efektywne zarządzanie projektami. System upraszcza wszystkie działania związane z planowaniem i realizacją projektów – począwszy od przygotowania oferty, poprzez ustalenie budżetu, aż do końcowego rozliczenia; Zwiększone wykorzystanie zasobów pracowniczych. Maconomy zapewnia błyskawiczny wgląd online

do wszystkich informacji o zasobach; Łatwe i szybkie wdrożenie. Moduły rozwiązania Maconomy są prekonfigurowane pod kątem użycia w firmach projektowych, co umożliwia szybkie rozpoczęcie pracy w systemie.

Czym się wyróżnia ten produkt?

System Maconomy pozwala efektywnie zarządzać projektami, zwiększać wykorzystanie zasobów pracowniczych, jest elastyczny oraz łatwy i szybki we wdrożeniu.

FLOTA



WYNAJEM DŁUGOKOMFORTOWY POJAZDÓW UŻYTKOWYCH

TRUCK CARE to kompleksowy wynajem pojazdów użytkowych stworzony z myślą o biznesie transportowym. Odpowiedź na potrzeby firm, które poszukują wygodnych i elastycznych rozwiązań. Specjalizujemy się w krótko-, średnio- i długoterminowym wynajmie pojazdów użytkowych. W naszej flocie posiadamy już 4500 pojazdów w najnowszych modelach uznanych marek jak DAF, MAN, IVECO, VOLVO, MERCEDES – BENZ CZY SCANIA, a wśród nich pojazdy z różnych segmentów – począwszy od lekkich pojazdów dostawczych oraz podwozi przeznaczonych do dystrybucji regionalnej, przez ciągniki siodłowe, pojazdy komunalne, na 4-osioowych podwoziach konstruk-

cyjnych kończąc. Ofertę uzupełniają naczepy KÖGEL, SCHMITZ, KRONE w różnych konfiguracjach, cysterny oraz zestawy BDF. Każdy z nich dostępny jest w pełnym kontrakcie obejmującym nie tylko wynajem, ale również finansowanie, ubezpieczenie, podatki, serwis, ogumienie oraz pakiety dodatkowe. Wynajem długokomfortowy TRUCK CARE ułatwia pracę przedsiębiorcom, optymalizując wszelkie koszty utrzymania floty. Dzięki rozbudowanej sieci serwisowej na terenie całego kraju, przejrzystemu warunkom finansowania oraz kompleksowej obsłudze, TRUCK CARE zapewnia przedsiębiorcom pełną mobilność w realizacji usług transportowych. TRUCK CARE należy do silnej Grupy finansowej EFL,

która jest częścią Credit Agricole S.A., jednej z największych instytucji finansowych w Europie oraz Credit Agricole Leasing & Factoring S.A., najważniejszego uczestnika sektora leasingu i faktoringu w Europie. To również spółka Grupy DBK, największego w Polsce dostawcy produktów i usług dla branży TSL.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Wynajem długokomfortowy to nowoczesna stale rozwijana flota dostępnych od ręki pojazdów dla każdej branży, elastyczność oferty i szybka reakcja na potrzeby klienta, co w połączeniu z wieloletnim doświadczeniem i własną siecią serwisową wyróżnia produkt na rynku.

OPIEKA MEDYCZNA



OPIEKA MEDYCZNA DLA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW

Oferta Zdrowa Firma to rozwiązania dla firm z każdego obszaru zdrowia: fizycznego, psychicznego aż po społeczne. Rozwiązania Medicovert wspierają firmy w realizacji celów biznesowych, podnoszą odporność i zaangażowanie pracowników. Wśród propozycji są m.in.: opieka medyczna dla małych i średnich przedsiębiorstw zatrudniających od 2 do 99 pracowników. Mając na uwadze specyficzne potrzeby klientów tego sektora, firma oferuje rozwiązania zróżnicowane pod kątem zakresu i ceny.

Oferta obejmuje siedem programów opieki medycznej do wyboru, zapewniając kompleksowość od medycyny pracy, profilaktyki, opieki podstawowej, poprzez konsultacje specjalistyczne i (także w formie teleporad), diagnostykę, stomatologię i rehabilitację, aż po opiekę szpitalną. Nieocenione w budowaniu Zdrowej Firmy są także pakiety sportowe Medicovert Sport z dostępem do ponad 4500 obiektów sportowych, zdrowa dieta, a także dostęp do Platformy Benefitowej. Firma oferuje też działania profilaktyczne, wspierające zdrowie fizyczne i psychiczne oraz bezpieczeństwo pracowników.

Zdrowa Firma to zdrowi pracownicy. Według raportu „Praca. Zdrowie. Ekonomia” średni roczny koszt choroby na pracownika prowadzonego w Medicovert jest o 1005 zł niższy niż ten sam koszt u pracownika korzystającego z opieki poza Medicovert.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Zdrowa Firma to rozwiązania ze wszystkich obszarów zdrowia: od opieki medycznej, poprzez profilaktykę i bezpieczeństwo, sport i zdrową dietę, zdrowy styl życia aż po zdrowie psychiczne.

KARTA PALIWOWA



UTA One®

Najbardziej kompleksowe na rynku rozwiązanie EETS do uiszczania myta dla pojazdów o dmc >3,5 t w 15 systemach w 14 europejskich krajach. Zapewnia wygodne regulowanie opłat drogowych w Niemczech, Austrii, Belgii (dodatkowo tunel Liefkenshoek), we Francji, Hiszpanii i Portugalii, we Włoszech, na Węgrzech także w Polsce e-TOLL oraz A4 Katowice-Kraków. Działa również w Szwajcarii i Skandynawii: w Norwegii (drogi,

mosty i promy), mosty w Szwecji i Danii. W wybranych krajach można rejestrować opłaty za parkingi. W planach kolejne kraje i systemy autostradowe. Rozszerzenie zakresu działania urzędzenia, zmiany systemów myta i numeru rejestracyjnego odbywają się poprzez zdalną aktualizację, łatwo inicjowaną przez użytkownika w dowolnym czasie. Wszystkie transakcje ujęte są w jednej fakturze, a on-lineowe raporty z poszczególnych przejazdów ułatwiają rozliczenia i ana-

lizę kosztów. UTA One® move – dedykowane dla pojazdów o dmc do 3,5 t rejestruje myto we Francji, Hiszpanii, Portugalii i we Włoszech.

Czym się wyróżnia ten produkt?

Najszerszy zakres działania wśród urządzeń EETS, nowoczesna technologia idąca w parze z wygodą użytkowania i zarządzania kosztami.

Windykacja wprost z systemów ERP wzmocnia finanse firmy

Aż 1/3 firm zlecających windykację polubowną zaobserwowała, że dzięki temu zwiększyła się liczba faktur, które partnerzy biznesowi zaczęli opłacać w terminie – wynika z badania firmy windykacyjnej Kaczmarek Inkasso. Przedsiębiorcy używający systemów ERP do kompleksowego zarządzania firmą oraz platform fakturowych i e-księgowości korzystają już na masową skalę z windykacji online, którą dzięki integracji tych usług zapewnia im Kaczmarek Inkasso.



Alicja Hamkała

ekspert rynku wierzycielności

– Dziś przedsiębiorstwa potrzebują rozwiązań, które są dostępne w miejscu ich naturalnego funkcjonowania, jak systemy fakturowania i księgowania ERP czy aplikacja do zarządzania relacjami z klientami CRM. To tu jest miejsce

na usługi windykacji polubownej, która przywraca firmom płynność finansową. Odzyskane pieniądze przedsiębiorcy mogą przeznaczyć nie tylko na bieżące funkcjonowanie, ale także na inwestycje i rozwój – mówi Jakub Kostecki, prezes Zarządu Kaczmarek Inkasso. Usługa windykacji dociera obecnie do blisko 500 tys. firm i może być zintegrowana z dowolnym systemem ERP, fakturowym i e-księgowości.

Dwa kliknięcia do odzyskania należności

Według badania „Relacje między kontrahentami po zleceniu

windykacji”, przeprowadzonego w czerwcu 2021 r. przez Instytut Mandat na zlecenie Kaczmarek Inkasso, firmy korzystające z windykacji polubownej są postrzegane jako wiarygodne i odpowiedzialnie podchodzące do zapłaty za swoją pracę. Wskazało tak 73 proc. MŚP.

Odzyskiwanie należności z faktur online to proste, a przede wszystkim wygodne rozwiązanie. Dzięki integracji systemu Kaczmarek Inkasso oraz ERP, a także platform fakturowych i e-księgowości m.in. ING Usługi dla Biznesu, InsERT, InFakt, Reset 2 ich użytkownicy dwoma kliknięciami przekazują sprawę do windykacji. Następnie na bieżąco kontrolują, na jakim etapie znajdują się prowadzone działania. Windykacja polubowna prowadzona przez zewnętrzną firmę skupia się na działaniach, które mają przekonać dłużnika-przedsiębiorcę do szybkiej spłaty zobowiązań lub zaproponowanie takiego rozwiązania, które on za-

akceptuje, np. spłaty należności w ratach.

Przedsiębiorca oszczędza czas i emocje

Dzięki integracji usług finansowych i windykacyjnych przedsiębiorcy korzystający z systemów ERP, fakturowych i e-księgowości oszczędzają czas i niepotrzebne emocje związane z samodzielnym dochodzeniem należności od kontrahentów, zyskują większą płynność finansową i zmniejszają liczbę przeterminowanych płatności. Zachowują też dobre relacje z kontrahentami, bo dług jest pod opieką ekspertów. W trakcie procesu windykacji mają wgląd w kondycję i stan finansów dłużnika. Otrzymują też dostęp do szczegółowych informacji o prowadzonej sprawie. Kaczmarek Inkasso nalicza opłatę prowizyjną tylko w przypadku skutecznej windykacji, czyli kiedy pieniądze zostaną odzyskane dla klienta. Dla wierzyciela dochodzenie należności może być bez-

płatne – wystarczy, że skorzysta z opcji obciążenia dłużnika kosztami windykacji.

Małe i średnie przedsiębiorstwa odczuwają opór przed dochodzeniem zapłaty za sprzedane towary czy wykonane usługi. Uważają, że nie wypada się upominać, bo można stracić klienta, a samo monitorowanie oraz próby odzyskania pieniędzy są czasochłonne i niekomfortowe. Dlatego warto to powierzyć negocjatorom, którzy operują profesjonalnymi technikami i dobrze znają poszczególne branże gospodarki.

– Jak pokazuje nasze badanie, w przypadku blisko czterdziestu procent firm, które skierowały sprawę do windykacji i nadal współpracowały z tymi kontrahentami, relacje biznesowe pozostały bez zmian. A w przypadku co piątej wręcz się poprawiły. Widać więc, że konsekwencja w działaniu nie osłabia pozycji przedsiębiorstwa, ani nie utrudnia kontaktów biznesowych – podsumowuje Jakub Kostecki.

TURBINY POLSKIEJ GOSPODARKI 2021

PRZYSZŁOŚĆ EUROPEJSKICH SYSTEMÓW ZDROWIA

BFF Banking Group, podmiot specjalizujący się w rozwiązaniach finansowych dla służby zdrowia i administracji publicznej, opublikuje III edycję raportu „Budowanie przyszłości europejskich systemów opieki zdrowotnej – kompleksowa analiza doświadczeń 9 krajów UE w stawianiu czoła wyzwaniom pandemii COVID-19 i zarządzaniu nimi”.



Radosław Moks

członek Zarządu BFF Banking Group w Polsce



Raport został zlecony Fundacji Farmafactoring – prywatnej organizacji non-profit, której głównym celem jest promowanie i rozwijanie działalności badawczej w dziedzinie Administracji Publicznej oraz sektora ochrony zdrowia. Celem publikacji jest kompleksowa analiza systemów opieki zdrowotnej w: Chorwacji, Czechach, Francji, Grecji, Włoszech, Polsce, Portugalii, Słowacji i Hiszpanii. Dzięki danym uzyskanym z oficjalnych źródeł oraz ankiecie przeprowadzonej wśród ekspertów z ww. krajów raport oferuje wielopoziomowy przegląd funkcjonowania poszczególnych systemów. Tegoroczna edycja koncentruje się na tym, jak kraje stawiały czoła pandemii COVID-19. Analizuje restrykcje, wydatki rządowe na walkę z wirusem, testy i szczepienia. Opracowanie pokazuje również skalę wyzwania, jakie stanowi „problem utraconej opieki”. Wreszcie, raport przedstawia różne scenariusze radzenia sobie z deficytem budżetowym wynikającym z ogromnych środków przeznaczonych na zapobieganie rozprzestrzenianiu się wirusa. Wszystko to w obliczu innych wyzwań, z którymi na co dzień mierzą się systemy opieki zdrowotnej, tj. starzejące się społeczeństwo i wzrost liczby chorób przewlekłych, szybki rozwój możliwości technicznych oraz oczekiwania społeczne.

Rozprzestrzenianie się Covid-19 w Europie

Od czasu rozpoczęcia się pandemii COVID-19 nasze postrzeganie świata nie jest takie samo. Według ourworldindata.org, na

dzień 1 lipca 2021 r. na świecie było 192 mln zakażonych i 4 mln zgonów, z czego 50 mln zakażonych i 1,2 mln zgonów w Europie. Niewiele krajów było w stanie szybko wprowadzić odpowiednie środki, tak aby zapobiec rozprzestrzenianiu się wirusa. Skalę i ewolucję przyjętych restrykcji można pokazać za pomocą wskaźnika rygorystyczności. To kompleksowa miara dziewięciu reakcji, obejmujących zamykanie szkół i miejsc pracy, odwoływanie lub ograniczanie imprez i zgromadzeń publicznych, zamykanie transportu publicznego, wymogi dotyczące pozostania w domu, publiczne kampanie informacyjne, ograniczenia w przemieszczaniu się wewnątrz kraju oraz kontrole podróży międzynarodowych. Indeks i jego kierunek rozwoju odpowiada rozprzestrzenianiu się pandemii, która zaczyna się we Włoszech, a późną wiosną 2020 r. rozprzestrzenia się na resztę krajów. Włochy, Francja, Hiszpania i Portugalia pozostają w grupie krajów, których polityka jest najbardziej restrykcyjna. W niektórych okresach Grecja i Polska, a w mniejszym stopniu Słowacja i Czechy, a także Chorwacja, podążały za nimi.

Skutki pandemii – załamanie się podaży i popytu na opiekę zdrowotną

Coraz częściej podnoszonym skutkiem COVID-19 jest problem „utraconej opieki” – wirus miał wpływ na korzystanie z usług

zdrowotnych, zarówno po stronie podaży, jak i popytu. W czasie pandemii ludzie unikali kontaktu z lekarzami w obawie przed zarażeniem. Z drugiej strony, z uwagi na obciążenie pracowników medycznych, osoby z nagłymi przypadkami miały problem w uzyskaniu odpowiedniej pomocy na czas. Inną konsekwencją tego zjawiska jest późne rozpoznanie chorób przewlekłych oraz diagnostyki i leczenia nowotworów. Szacuje się, że podczas pierwszej fali w 2020 r. we Włoszech wykonano o 1,4 mln mniej badań przesiewowych r/r. W Madrycie w marcu 2020 r. wizyty ambulatoryjne zmniejszyły się o 23 proc. r/r. W kwietniu 2020 r. o 35-50 proc. r/r spadła liczba rozpoznań nowotworów we Francji, a w Polsce o blisko 40 proc. r/r. Ponadto, pandemia i następujący po niej kryzys gospodarczy doprowadziły do pogorszenia się stanu zdrowia psychicznego ludności. Wyższe wskaźniki stresu, lęku czy depresji dodatkowo potęgują załamanie w opiece zdrowotnej dla osób ze zdiagnozowanymi wcześniej schorzeniami psychicznymi.

Koszty Covid-19 dla systemów opieki zdrowotnej

Według OECD zobowiązania finansowe rządów na rzecz systemów opieki zdrowotnej w celu zwalczania pandemii COVID-19 wahały się od 20 do 450 euro na osobę (przy 220 euro w Hiszpanii, 214 euro w Czechach, 108 euro we Francji, 101 euro we Włoszech i 80 euro w Polsce, skory-

gowanych według parytetu siły nabywczej). W związku z dodatkowymi zasobami kilka krajów powołało komisje i inne organy mające na celu monitorowanie i ocenę wskaźników skuteczności i efektywności kosztowej w walce z COVID-19. Dodatkowe środki przeznaczano na zakup sprzętu, środków ochrony, testów czy zatrudnienie personelu.

W kontekście tego ostatniego jednego z najtrudniejszych wyzwań związanych z COVID-19 była jego zdolność do wydatnienia w szczególności braku personelu medycznego. W II edycji raportu zwracaliśmy uwagę, że kraje o słabszym potencjale reagowania na gwałtowny wzrost popytu na opiekę, takie jak Polska i Czechy, miały większe trudności w przeciwdziałaniu zagrożeniu.

Wiele krajów wypłacało premie i dodatkowe rekompensaty za ogromne obciążenie personelu medycznego w najtrudniejszych momentach pandemii. Innym, często wdrażanym, działaniem było z jednej strony „zamrożenie” zatrudnienia na wszystkich stanowiskach mniej istotnych w walce z pandemią, a z drugiej strony zwiększenie zatrudnienia pracowników istotnych. Ponadto wszystkie kraje przesunęły personel medyczny do obszarów priorytetowych. Wreszcie, w celu optymalizacji wydatków, w kilku krajach dokonano przeglądu projektów wydatków kapitałowych oraz wstrzymano lub opóźniono realizację projektów i zakup artykułów niekrytycznych.

Rosnące wydatki na opiekę zdrowotną: czy są one zrównoważone?

Kiedy pandemia zostanie ostatecznie opanowana, rządy będą musiały przywrócić swój deficyt do bardziej zrównoważonego poziomu, w przeciwnym razie nie będą w stanie poradzić sobie z „bardziej zwyczajnymi” problemami, takimi jak na przykład starzenie się społeczeństwa i wzrost kosztów opieki społecznej. Pod koniec pandemii poziom zadłużenia będzie wysoki i trzeba będzie zadać sobie pytanie, ile czasu zajmie proces jego spłaty? Ekonomiści wskazują, że w sprzyjających warunkach niskich stóp procentowych, ostrożne wykorzystanie pożyczonych środków może sprawić, że stopa wzrostu gospodarki będzie wystarczająca na pokrycie kosztu zadłużenia.

Efektywne środowisko europejskiej opieki zdrowotnej

Pandemia pokazała, jak nierozdzielnie związane są ze sobą opieka zdrowotna i gospodarka, sugerując również, że nadszedł czas, kiedy zdrowie nie jest już postrzegane jedynie jako koszt, ale jako ważna inwestycja dla społecznej i gospodarczej przyszłości każdego kraju. W tym kontekście niezbędna jest współpraca. Przygotowany raport pokazuje zaangażowanie BFF w debatę na rzecz bardziej efektywnego europejskiego środowiska opieki zdrowotnej, w której różne głosy i punkty widzenia przyczyniają się do dzieła najlepszych praktyk i poszukiwania nowych rozwiązań.

NIE BADAJ POTRZEB SZKOLENIOWYCH, ROZWIĄZUJ PROBLEMY

Zwykle szkolenia nie należą do ekscytujących tematów. Traktowane niekiedy jak piąte koło u wozu nie są przedmiotem zażartych dyskusji, w których zarządy pokładają nadzieje na rozwiązanie (faktycznych) najtrudniejszych problemów, czy uzupełnienia dziury budżetowej na wczoraj. I dobrze! Szkolenia to nie zastrzyk z adrenaliny, gdy uczuloną osobą użądli owad. To raczej spacer, cisza i filiżanka ciepłej ziołowej herbaty, by do tego bólu nie dopuścić. Nie rozwiążą wszystkich problemów firmy, a już z mniejszym prawdopodobieństwem te, gdzie liczy się na cud.

Monika **Sacewicz**

CEO ApexNet, coach ICC, mentor w programie Early Warning Europe wspierającym przedsiębiorców w sytuacjach kryzysowych

Niemniej poszerzanie horyzontów, gromadzenie danych na rynku, network, podglądanie jak działają inni w podobnych warunkach, szukanie odpowiedzi na problemy, które jeszcze u nas nie zaistniały, ale pojawiło się ryzyko, szlifowanie już nabytych umiejętności oraz aktualizowanie posiadanej wiedzy to przyczyny, dla których jakakolwiek forma edukacji powinna być, i właściwie w firmach sukcesu jest obowiązkowa.

Od czego więc zacząć?

Przekornie powiem, że nie od ustalenia potrzeb szkoleniowych. Potrzeby szkoleniowe są daleko za tym, jaki jest do rozwiązania problem w firmie. Ustalając potrzebę szkoleniową, zakładamy, że szkolenie będzie rozwiązaniem, pytanie tylko jakie i kiedy, a nie o to chodzi. Definiowanie problemu to proces, w którym na końcu mamy wiele potencjalnych sposobów rozwiązania i jeżeli edukacja jest tym noszącym znamiona najlepszego, to będzie to wynik analizy sytuacji, a nie realizowanie czyichś przekonania, że warto się uczyć.

A warto, choć nie każdy tak uważa.

Pozwolę sobie podzielić się własną obserwacją i niepopularnym wnioskiem, że dla wielu osób nie jest to porwijące zajęcie. Napis w CV, że ktoś kocha rozwój, zawsze dobrze wygląda i ci, dla których faktycznie jest to wartość, nie do końca uświadamiają sobie, że inni nie mają takiej potrzeby. Chcemy słyszeć, że każdy jest otwarty na nową wiedzę, lubi zgłębiać jakiś temat, poszukiwać nowych rozwiązań starych problemów. Cecha człowieka otwartego na nowe dobrze wygląda w pracy i w towarzystwie. W rzeczywistości na pytanie, ile w ostatnim roku przeczytałaś/ przeczytałeś książek z tematu, który Cię interesuje, następuje niezręczna pauza. I nie o książki chodzi. Są audiobooki, webinaria, podcasty tematyczne, artykuły czy kanały w sieci, gdzie można dostawać wiedzę w pigułkach kilkominutowych. Dziś formę można dowolnie dobrać stosownie do preferencji spo-

sobu, w jaki nowa wiedza do nas dotrze i możliwości czasowych. Klucz do sukcesu tkwi w tym, by chcieć.

I właśnie ta chęć jest jednocześnie ważną zmienną w efektywności szkoleń, które są propozycją rozwoju zawodowego pracowników od MŚP do korporacji. Zgodnie z założeniem, że firma to ludzie, jej potencjał to nie dostęp do bogatej oferty rozwojowej, tylko właśnie posiadanie w zespole osób, które chcą dziś być skuteczniejsze niż wczoraj, chcą jutro wiedzieć więcej, niż wiedzą dziś.

Najgłębiej i najprecyzyjniej zbadane potrzeby szkoleniowe oraz profesjonalnie skrojona oferta to jedynie potencjał, o wykorzystaniu którego decyduje uczestnik. Poza tym, że musi wiedzieć, jaki problem chce rozwiązać, jaką nową wiedzę uzyskać i najlepiej, gdzie ją zastosuje, poza odpowiednim doбором poziomu i profilu zajęć oraz czasem na to przeznaczonym ktoś musi zwyczajnie chcieć uczestniczyć w tym procesie.

Po co mamy się czegoś uczyć?

Odwracając kolejność słów mistrza: „It's not easy, but it's simple” to choć prostą sprawą wydaje się ustalenie, czy ktoś czegoś chce, czy nie, to w naszej rzeczywistości nie jest takie łatwe. Przyczyną trudności jest pozytywny PR osób, które chcą inwestować energię w swój rozwój, i nieco ciemniejszy tych, dla których jest dobrze, tak jak jest, czyli powolotku, ale do przodu. Ustalenie z zespołem „po co” mamy się czegoś, nauczyć, czego szukamy, jaki problem chcemy rozwiązać i tak naprawdę jaki jest większy cel i sens tego, co robimy – to podstawy skuteczności każdego procesu edukacyjnego. I raczej nie chodzi o jednostronne wygłoszenie tego, na czym „nam” zależy i uzyskanie potwierdzenia, że druga strona rozumie poprzez skinienie głowy. Chodzi raczej o dialog, w którym zarządzająca osoba będzie przekonana o zaangażowaniu a tak naprawdę możliwości zaangażowania się w taki proces pracownika. Często szkolenia dokładane są do codziennej pracy bez robienia na nie przestrzeni czasowej. Szczególnie tak się dzieje ze szkoleniami online, gdzie przy wyłączonej kamerce ktoś uczestniczy w warsztacie, jednocześnie dalej wykonując swoją pracę. Szczere przyznam, że nie ma to większego sensu. To właśnie m.in. przez takie sytuacje szkolenia jako takie mają złą



prasę, bo z jednej strony ktoś nie jest skupiony na swoich zadaniach i traktuje to jako dodatkowe obciążenie, z drugiej właśnie taka sytuacja skutkuje skutecznością bliską zeru.

Zatem jeżeli już mamy problem do rozwiązania, chętnego pracownika oraz czas, który może przeznaczyć na dodatkową porcję wiedzy i umiejętności przychodzi moment wyboru. Poprzednio ustalone obszary związane z celami organizacji, preferowana forma nauki oraz czas, który może na to przeznaczyć to znaczące filtry, które przesieją bieżącą propozycję. Dziś może się nie opłacać lista szkoleń do zrobienia w przyszłości, jak znajdzie się chwila czasu, bo jak znajduje się ta chwila to propozycja rynkowa już inna. Bogatsza, bardziej aktualna, zwinniejsza. Jednym wystraszcy przejrzanie blogów tematycznych, wybranie kilku i systematycznie czytanie ulubionych dostawców kontentu, inni mogą zapisać się na bezpłatne lub płatne newslettery, które zawierają sobie zbiór pożądaných danych precedzony i oprawiony komentarzem przez pasjonatów profesjonalistów. Są webinaria, szkolenia online takie, które można spokojnie zmieścić między drugim śniadaniem a lunchem. Są pojedyncze i w całych seriach, gdzie w każdym odcinku autor pochyła się nad szczegółowym wątkiem. No i oczywiście klasyki: szkolenia całodniowe oraz wielodniowe kursy kończąc na podyplomowych studiach liczonych już

w latach. Oferta jest niezwykle różnorodna i programowo uwzględniająca różnorodność jak branża, wielkość biznesu czy stanowisko uczestnika. Niekiedy kursy czy studia podyplomowe traktowane są jako forma networkingu. Zważymy, że wybierając się na niektóre z nich, podejmujemy trud nauki w gronie np. prezesów czy szefów sprzedaży, których w takiej ilości na jednej sali pochylających się nad rozwiązaniem jakiegoś problemu nie spotkamy nigdzie indziej, wartość merytoryczna przerabiania nowego materiału kilkukrotnie rośnie. Często można uzyskać informacje, kto będzie brał udział w kursie, nie personalnie, ale jakie to będą stanowiska oraz jakie branże będą reprezentowane i w ten sposób zdecydować, czy będzie to dla nas dodatkowa wartość.

Cena nie świadczy o jakości

Nie powiem nic nowego, jeśli przytoczę obserwację, że cena nie świadczy o jakości. Patrząc z drugiej strony, nie wszystkie bezpłatne propozycje to jedynie „reklamówki” płatnych kursów. Zdarza się, że ktoś dzieli się kontentem gratis, bo ma inne cele np. Niemniej statystycznie, jak za wszystko, co dobre, trzeba zapłacić. Stawki trenerskie, zaplecze techniczne i logistyczne, opłaty za licencje, jeżeli kurs wykorzystuje jakąś metodologię na prawach autorskich. Są też takie koszty, które mniej widać, jak np. przygotowanie programu, materiałów szkoleniowych, ćwiczeń

i procesu, przez który mają przejść uczestnicy, w szkoleniach online dochodzą koszty nagrania materiałów, ich montażu, a potem przechowywania i udostępniania na dedykowanych platformach. Analizując cenę za usługę edukacyjną, przede wszystkim trzeba wziąć pod uwagę rezultat, jaki może wnieść nowa wiedza oraz tempo, w jakim zostanie przyswojona i idąc tym torem, może się okazać, że szkolenia w niskiej cenie są w ostatecznym rozrachunku najdroższe.

Warto pytać wprost firmy szkoleniowe czego można nauczyć się na ich kursach, jak będą prowadzone zajęcia, jakimi efektami po takim szkoleniu firma czy trener może się podzielić, czy nasz problem będzie mógł być rozwiązany. Jakimi miernikami można to mierzyć i czy my mamy szansę zmierzyć podobnymi u siebie, a jeżeli nie to, jakie możemy ustalić, by jakkolwiek podsumować skuteczność naszej inwestycji w edukację.

Reasumując, kiedy zatem warto rozważać szkolenia jako trampolinę sukcesu firmy. Mając problem do rozwiązania, chętną i zaangażowaną osobę, która weźmie na siebie trud zdobycia i wdrożenia nowej wiedzy, dyspozycję czasową i przestrzeń w kalendarzu na ten cel oraz dobór odpowiedniej formy nauczania do uczestnika. I na koniec mierzenie. Nudne, żmudne, ale bardzo potrzebne. Jeżeli się okaże, że proces przyniósł pożądaný efekt, to nie tylko będziemy mogli cieszyć się rezultatami, ale też podnieśmy zaangażowanie osoby, która chętniej powtórzy cały cykl. W sytuacji odwrotnej zyskamy szansę na przeanalizowanie poszczególnych elementów i poprawę naszej decyzywności w przyszłości, bo z pewnością nie raz staniemy przed wyborem narzędzia mającego rozwiązać problem firmy i jak zawsze w palecie propozycji pojawi się szkolenie. A jeżeli mamy być skuteczni to nasze decyzje również powinny być za każdym razem lepsze.

REKLAMA

Nowy system: e-TOLL Polska

JUŻ DZIŚ
Z UTA ONE®

TURBINY POLSKIEJ GOSPODARKI 2021

Rewolucja w świecie digital zbliża się wielkimi krokami

W połowie sierpnia ubiegłego roku Google, który budował swoją potęgę na plikach cookies, ogłosił inicjatywę Privacy Sandbox, której celem jest usunięcie ciasteczek z przestrzeni Internetu. Z jakiego powodu? W imię bezpieczeństwa i ochrony prywatności. Ta zmiana w praktyce pozbawi marketerów cennego narzędzia do realizacji kampanii reklamowych i wymusi na całej branży zmianę podejścia do planowania działań online.

– Czekają nas gruntowna „przebudowa” zasad funkcjonowania przestrzeni reklamowej online. Na znaczeniu bardziej niż kiedykolwiek zyskają działania reklamowe w aplikacjach mobilnych, których nie dotkną zmiany związane z plikami cookies. Z kolei targetowanie kontekstowe może przeżyć renesans i stanie się skuteczną alternatywą dla marketerów. Kluczem będzie prawidłowa kategoryzacja powierzchni reklamowych i korzystanie z możliwości, jakie daje nam m.in. appografia (dotarcie do użytkowników, którzy mają zainstalowane aplikacje z danej kategorii) – komentuje Karolina Wacholska-Sulejewska, CEO Veovee, agencji marketingu mobilnego.

Przewaga reklamy online nikogo nie zaskakuje

Nie minęło wiele czasu od powstania Internetu do momentu, kiedy giganci tacy jak Facebook i Google zaczęli tarzać na reklamie więcej, niż wszystkie media drukowane na świecie razem wzięte. Te przychody napędza dynamiczny rozwój e-commerce czy coraz częstsze korzystanie z mobilnej formy robienia zakupów, a także usprawnienia w obszarze płatności online. Jeżeli dodamy do tego przyzwyczajenia konsumentów, którzy znacznie więcej czasu, niż kiedykolwiek spędzają w sieci, to przewaga reklamy online nikogo nie zaskoczy. Co się jednak stanie w roku 2022, kiedy inicjatywa Privacy Sandbox zacznie obowiązywać, a z przestrzeni internetowej znikną na dobre ciasteczka, które agregują informacje o userach?

– Dane marketingowe, które teraz możemy gromadzić, są w dużej mierze oparte na 1st party data i z większością z nich będziemy musieli się niestety rozstać. Uszczuplona baza informacji o użytkownikach niejako zmusi nas do ich jeszcze lepszego analizowania i wykorzystywania danych do planowania kolejnych kampanii. Jeżeli chcemy utrzymać dotychczasowe efekty z reklam, powinniśmy już teraz zagłębiać się w temat wyłączenia ciasteczek, co więcej – zacząć testować różne rozwiązania i sprawdzać co przynosi zamierzony efekt, a co się całkowicie nie sprawdza w przypadku naszej marki, produktu – mówi Karolina Wacholska-Sulejewska, CEO Veovee.

Dobra reklama nie wystarczy – musi trafić do właściwego targetu

Po pięcioletniej obserwacji brytyjskich analityków addressable.tv wyszło, że jeśli oglądana reklama jest bardziej dobrana do widza, to ryzyko przełączenia kanału w trakcie jej trwania spada nawet o połowę, wzrasta świadomość marki i prawdopodobieństwo, że oglądający ją zapamięta, co ostatecznie może wpłynąć na jego decyzje zakupowe.¹ W przeciwieństwie do telewizji, gdzie targetowanie nie jest tak precyzyjne, Internet daje nam szeroki zakres możliwości. Obecnie jednym z najpopularniejszych i najczęściej wykorzystywanych targeterów w kampaniach reklamowych są dane o użytkownikach, które wiążą się naturalnie z plikami cookies. Pozwalają one śledzić zachowania userów w Internecie. Na tej podstawie tworzone są profile behawioralne, a marketerzy uzyskują porządną dawkę wiedzy niezbędnej do retargetingu reklam. Co się zmieni w nowym roku, kiedy te informacje nie będą już dostępne?

– „Content is King and context is the key to the Kingdom”, dlatego w naszym przekonaniu to właśnie targetowanie kontekstowe, np. po konkretnej kategorii witryn, może się okazać jedną z najlepszych alternatyw po wyłączeniu cookies-ów i wyprze targetowanie behawioralne. Ponadto kampanie oparte o geolokalizację, jak Geotrapping[®], który służy do budowania bazy osób, które znajdowały się danym miejscu i poznania ich zwyczajów oraz preferencji czy geofencing, który zmienił oblicze reklamy mobilnej i umożliwił w czasie rzeczywistym docieranie do użytkownika z angażującymi treściami. Te formy reklamowania nie

wymagają plików cookies i umożliwiają jednocześnie większą personalizację i efektywność prowadzonych działań – mówi Karolina Wacholska-Sulejewska, Veovee.

Targetowanie z wykorzystaniem AI

W erze ‘cookie less’ na znaczeniu zyskają także formaty reklamowe korzystające z informacji zewnętrznych poprzez spięcie ze źródłem danych za pomocą API i zaciąganie ich w czasie rzeczywistym do emisji. – To innowacyjna możliwość targetowania reklam na danych obszarach kraju w zależności od intensywności występowania określonych czynników

– pogody, smogu, alergenów czy z wykorzystaniem takich danych, jak wyniki meczów lub dane giełdowe. Dzięki temu można w czasie rzeczywistym dopasowywać kreację do otrzymanych wyników – dodaje Michał Mazur, Application Product Manager, Veovee.

Można więc zakładać, że oprócz klasycznych opcji targetowania dostępnych w kampaniach reklamowych online, w przyszłym roku na popularności będą zyskiwać również te bardziej oryginalne, które wykraczają poza sieć. Jednym z takich przykładów, jest również polski startup iQ.screen, który zaproponował inteligentny nośnik reklamowy wykorzystujący sztuczną inteligencję do wyświetlania pasażerom warszawskich taksówek treści spersonalizowanych na podstawie danych demograficznych, jak płeć, wiek i lokalizację.

A co z targetowaniem w aplikacjach mobilnych?

Można przewidywać, że czeka nas znaczące zwiększenie ruchu reklamowego, szczególnie w aplikacjach mobilnych. Dlaczego? Wynika to z faktu, że używane w nich identyfikatory są inne, niż w przypadku stron www. Możliwość pełnego targetowania w aplikacjach pozostaje więc na razie niezagrażona. A jeśli dodamy do tego dynamiczny wzrost liczby podmiotów w app marketach, a także to, że coraz chętniej i częściej użytkownicy korzystają właśnie z aplikacji – to warto, by marketerzy planując strategię na przyszły rok, poważnie rozważyli reklamowanie w tym obszarze.

– W aplikacjach mobilnych oprócz tworzenia „koszyków” z danymi o userach istnieją także dodatkowe możliwości targetowania, jak np. appografia. To nic innego jak kierowanie reklam do użytkowników, którzy mają zainstalowane na swoim telefonie aplikacje z danej kategorii – bankowość, zakupy, sport czy zdrowie. Dzięki temu, omijając opcję stricte kontekstową, można również z powodzeniem dotrzeć do odpowiedniej grupy docelowej – dodaje Michał Mazur, Veovee. Można więc zakładać, że oprócz klasycznych opcji targetowania dostępnych w kampaniach reklamowych online, w przyszłym roku na popularności będą zyskiwać również te bardziej oryginalne, które wykraczają poza sieć. Jednym z takich przykładów, jest również polski startup iQ.screen, który zaproponował inteligentny nośnik reklamowy, wykorzystujący sztuczną inteligencję do wyświetlania pasażerom warszawskich taksówek treści spersonalizowanych na podstawie danych demograficznych, jak płeć, wiek i lokalizację.

[1] Sky Media, AdSmart: Five Years & Forward, UK, 2019 r.



Można przewidywać, że czeka nas znaczące zwiększenie ruchu reklamowego, szczególnie w aplikacjach mobilnych. Dlaczego? Wynika to z faktu, że używane w nich identyfikatory są inne, niż w przypadku stron www. Możliwość pełnego targetowania w aplikacjach pozostaje więc na razie niezagrażona. A jeśli dodamy do tego dynamiczny wzrost liczby podmiotów w app marketach, a także to, że coraz chętniej i częściej użytkownicy korzystają właśnie z aplikacji – to warto, by marketerzy planując strategię na przyszły rok, poważnie rozważyli reklamowanie w tym obszarze.

