

1000

NAJWIĘKSZYCH FIRM W POLSCE

RAPORT 2026



NAJLEPSZE PRODUKTY
DLA KORPORACJI | 2026

GAZETA FINANSOWA



1000 NAJWIĘKSZYCH FIRM W POLSCE

Lp	SPÓŁKA	Przychody
1	PKN Orlen	294 976 000,00
2	PGE POLSKA GRUPA ENERGETYCZNA	64 483 000,00
3	PZU	57 631 000,00
4	LIDL	41 330 000,00
5	PKO BP	40 377 000,00
6	KGHM POLSKA MIEDŹ	35 320 000,00
7	ENEA	32 974 581,00
8	TAURON POLSKA ENERGIA	32 535 000,00
9	EUROCASH	32 241 140,00
10	DINO POLSKA	29 273 792,00
11	ORLEN PALIWA	28 702 865,00
12	GRUPA ŻABKA	27 200 000,00
13	POLSKIE SIECI ELEKTROENERGETYCZNE	26 406 192,20
14	LG ENERGY SOLUTION	24 139 300,00
15	GRUPA KAPITAŁOWA SPECJAŁ	24 132 197,00
16	ENERGA	22 753 000,00
17	BANK PEKAO	22 541 000,00
18	ARCELORMITTAL POLAND	21 507 690,00
19	TOYOTA CENTRAL EUROPE	21 415 542,00
20	VOLKSWAGEN GROUP POLSKA	21 382 959,71
21	LPP	20 194 000,00
22	GRUPA ERSTE BANK POLSKA	20 116 713,00
23	INTER CARS	19 473 078,00
24	PELION	18 408 738,00
25	TERG	18 385 472,00
26	MBANK	17 730 973,00
27	PSH LEWIATAN	17 487 784,00
28	ING BANK ŚLĄSKI	17 379 000,00
29	ASSECO POLAND	17 132 000,00
30	BP EUROPA	16 438 395,00
31	FCA POLAND	16 283 265,00
32	GRUPA KAPITAŁOWA MASPEX	16 178 037,50
33	BANK GOSPODARSTWA KRAJOWEGO GK	16 162 000,00
34	GRUPA WARTA	15 064 981,00
35	ROSSMANN SUPERMARKETY DROGERYJNE POLSKA	15 020 865,00
36	AB MAGNICE	14 931 151,00
37	UNIMOT	14 803 906,00
38	INPOST GROUP	14 700 000,00
39	GRUPA CANPACK	14 640 000,00
40	GK CYFROWY POLSAT	14 323 600,00
41	PGL LASY PAŃSTWOWE	13 854 248,00
42	GRUPA NEUCA SA	13 643 615,00
43	ANWIM	13 641 298,42
44	GRUPA BOSCH W POLSCE	13 600 000,00
45	KAUFLAND POLSKA MARKET Y	13 583 089,00
46	GRUPA AZOTY	13 138 155,00
47	ORANGE POLSKA	13 133 000,00
48	POLSKA GRUPA ZBROJENIOWA	13 000 000,00
49	LG ELECTRONICS MŁAWA	12 737 535,00
50	INTER LAND	12 583 433,00
51	QEMETICA SODA POLSKA	12 498 785,00
52	MARTES SPORT	12 247 862,00
53	GRUPA PKP	11 978 732,00
54	ALLEGRO.EU	11 675 700,00
55	JASTRZĘBSKA SPÓŁKA WĘGLOWA	11 511 700,00
56	GRUPA MUSZKIETERÓW (INTERMARCHÉ BRICOMARCHÉ) SWADZIM	11 400 000,00
57	BNP PARIBAS BANK POLSKA	11 392 679,00
58	MIJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO KOMUNIKACYJNE	11 375 281,00
59	MODIVO	10 856 578,00
60	POLSKIE LINIE LOTNICZE LOT	10 820 000,00
61	AUCHAN POLSKA	10 792 625,00
62	GRUPA P4	10 544 900,00
63	GRUPA ERGO HESTIA	10 510 825,00
64	SHELL POLSKA	10 484 522,00
65	SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA MLEKOVITA	10 479 427,00

1000 NAJWIĘKSZYCH FIRM W POLSCE

– siła, która napędza gospodarkę

Największe przedsiębiorstwa od lat stanowią fundament polskiej gospodarki. To one odpowiadają za znaczną część krajowej produkcji, eksportu, inwestycji oraz zatrudnienia, a ich decyzje wyznaczają kierunki rozwoju całych branż. W świecie rosnącej niepewności geopolitycznej, dynamicznych zmian technologicznych i coraz większej presji konkurencyjnej znaczenie największych firm jeszcze bardziej wzrosło. To właśnie one dysponują potencjałem pozwalającym realizować strategiczne inwestycje, wdrażać innowacje oraz budować odporność gospodarki na kolejne wyzwania.

Raport 1000 Największych Firm w Polsce od ponad dwóch dekad dokumentuje zmiany zachodzące w krajowym biznesie i pozostaje jednym z najbardziej rozpoznawalnych zestawień polskich przedsiębiorstw. Tegoroczna edycja, przygotowana na podstawie osiągniętych przychodów, pokazuje nie tylko skalę działalności największych firm, ale również kierunki rozwoju poszczególnych sektorów oraz tempo zachodzących zmian. Ranking od lat stanowi ważny punkt odniesienia dla menedżerów, inwestorów i partnerów biznesowych, pozwalając obserwować, jak zmienia się struktura polskiej gospodarki i które przedsiębiorstwa najlepiej wykorzystują pojawiające się szanse rynkowe.

Polski biznes funkcjonuje dziś w wyjątkowo wymagającym otoczeniu. Transformacja energetyczna, cyfryzacja, rozwój sztucznej inteligencji, zmieniające się łańcuchy dostaw oraz rosnące koszty prowadzenia działalności wymuszają ciągłe inwestycje i poszukiwanie nowych przewag konkurencyjnych. Jednocześnie coraz większego znaczenia nabierają odporność organizacyjna,

bezpieczeństwo danych, automatyzacja procesów oraz efektywne zarządzanie kosztami. W takich warunkach o sukcesie coraz częściej decyduje nie tylko skala działalności, lecz przede wszystkim zdolność do szybkiego dostosowywania się do zmieniających się realiów gospodarczych.

Dlatego tegorocznemu raportowi towarzyszy plebiscyt „Najlepsze Produkty dla Dużych Firm”, w którym wyróżniamy rozwiązania, technologie i usługi wspierające rozwój największych przedsiębiorstw działających w Polsce. Prezentujemy produkty, które pomagają zwiększać efektywność operacyjną, przyspieszać transformację cyfrową, podnosić poziom bezpieczeństwa, optymalizować koszty oraz budować przewagę konkurencyjną. Wyróżnienia są efektem oceny rozwiązań odpowiadających na realne potrzeby współczesnego biznesu i stanowią cenną wskazówkę dla menedżerów poszukujących sprawdzonych partnerów technologicznych, finansowych, logistycznych czy doradczych. Raportowi od kilku lat towarzyszy prezentacja najlepszych produktów i usług dla sektora korporacyjnego.

Oddajemy w Państwa ręce publikację, która jest nie tylko rankingiem największych przedsiębiorstw, lecz także obrazem kondycji polskiej gospodarki oraz kompendium wiedzy o rozwiązaniach wspierających rozwój nowoczesnego biznesu. Gratulujemy wszystkim firmom, które znalazły się w tegorocznym zestawieniu, oraz laureatom wyróżnień „Najlepsze Produkty dla Dużych Firm”. To dzięki ich konsekwencji, innowacyjności i zdolności do długofalowego myślenia polska gospodarka pozostaje konkurencyjna i przygotowana na wyzwania kolejnych lat.

Redakcja

Liderzy sektora bankowego

Lp	spółka	wysokość przychodów 2025 r.
1	PZU	57 631 000,00
2	PKO BP	40 377 000,00
3	BANK PEKAO	22 541 000,00
4	GRUPA ERSTE BANK POLSKA	20 116 713,00
5	MBANK	17 730 973,00
6	ING BANK ŚLĄSKI	17 379 000,00

Liderzy sektora energetycznego

Lp	spółka	wysokość przychodów 2025 r.
1	PKN Orlen	294 976 000,00
2	PGE POLSKA GRUPA ENERGETYCZNA	64 483 000,00
3	ENEA	32 974 581,00
4	TAURON POLSKA ENERGIA	32 535 000,00
5	Orlen Paliwa	28 702 865,00

Liderzy sektora handlowego

	spółka	wysokość przychodów 2025 r.
1	LIDL	41 330 000,00
2	EUROCASH	32 241 140,00
3	DINO POLSKA	29 273 792,00
4	GRUPA ŻABKA	27 200 000,00
5	GRUPA KAPITAŁOWA SPECJAŁ	24 132 197,00

Liderzy sektora mleczarskiego

	spółka	wysokość przychodów 2025 r.
1	SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA MLEKOVITA	10 479 427,00
2	POLMLEK	10 300 000,00
3	SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA MLEKPOL	7 542 239,00
4	OKRĘGOWA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA PIĄTNICA	2 815 105,00
5	OKRĘGOWA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA ŁOWICZ	2 275 165,00

66	POLMLEK	10 300 000,00
67	BANK MILLENNIUM	10 199 007,00
68	BUDIMEX	9 438 558,00
69	CARREFOUR POLSKA	9 320 000,00
70	CASTORAMA POLSKA	9 221 810,00
71	AXPO POLSKA	8 697 810,00
72	SAMSUNG ELECTRONICS POLSKA	8 650 087,00
73	GOLDBECK CEE NORTH	8 403 996,00
74	STOKROTKA	8 289 000,00
75	GRUPA KAPITAŁOWA SYNTHOS	8 274 000,00
76	VOLKSWAGEN MOTOR POLSKA	8 171 067,59
77	ALIOR BANK	8 135 964,00
78	WIPASZ	8 013 495,00
79	EME-AERO	7 886 248,00
80	ITAKA HOLDINGS	7 562 000,00
81	POLKOMTEL	7 550 000,00
82	SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA MLEKPOL	7 542 239,00
83	HOMAG POLSKA	7 517 792,00
84	T-MOBILE POLSKA	7 423 178,00
85	KGHM METRACO	7 419 000,00
86	POLSKA GRUPA FARMACEUTYCZNA	7 400 000,00
87	CIRCLE K POLSKA	7 229 124,00
88	INPOST	7 177 200,00
89	CARGILL POLAND	7 109 617,00
90	POLSKA GRUPA GÓRNICZA	7 100 000,00
91	MAKRO CASH AND CARRY	6 908 472,00
92	POCZTA POLSKA	6 869 000,00
93	GRUPA STRABAG W POLSCE PRUSZKÓW 2)	6 820 000,00
94	CEDC INTERNATIONAL	6 765 279,00
95	DHL GROUP	6 685 585,00
96	GRUPA UNIQA	6 637 982,00
97	BELEAF	6 572 695,00
98	IKEA RETAIL JANKI	6 273 696,00
99	FORTUM MARKETING AND SALES POLSKA	6 100 000,00
100	LUX-MED	5 912 000,00
101	IKEA INDUSTRY POLAND	5 798 526,00
102	TOYOTA MOTOR MANUFACTURING POLAND	5 719 995,00
103	GRUPA SOKOŁÓW SA SOKOŁÓW PODLASKI	5 708 365,00
104	IMPERIAL TOBACCO POLSKA	5 662 098,00
105	GRUPA KĘTY	5 494 000,00
106	TUI POLAND	5 490 547,00
107	WARSAW TRADING PARTNERS	5 465 387,00
108	ZAKŁADY FARMACEUTYCZNE POLPHARMA	5 404 948,00
109	GK CREDIT AGRICOLE POLSKA	5 377 435,00
110	STS	5 204 814,00
111	GRUPA CICHY-ZASADA	4 948 668,00
112	GRUPA RABEN ROBAKOWO	4 932 418,00
113	MOWI POLAND	4 883 139,00
114	BORYSZEW SOCHACZEW	4 836 501,00
115	GK DPD POLSKA	4 826 907,00
116	BARRY CALLEBAUT MANUFACTURING POLSKA	4 734 575,00
117	PORSCHE INTER AUTO POLSKA	4 729 071,00
118	TELE-FONIKA KABLE	4 707 266,00
119	VOLVO POLSKA	4 682 384,00
120	VELOBANK	4 658 587,00
121	KRAJOWA GRUPA SPOŻYWCZA	4 649 885,00
122	RAINBOW TOURS	4 557 807,00
123	BENEFIT SYSTEMS	4 522 683,00
124	URTICA	4 512 291,00
125	AUTO PARTNER	4 424 895,00
126	GRUPA PSB HANDEL	4 417 519,00
127	TU COMPENSA	4 365 188,00
128	AMAZON FULFILLMENT POLAND	4 326 588,00
129	E100 INTERNATIONAL TRADE	4 320 000,00
130	WB ELECTRONICS	4 300 000,00
131	SAMSUNG ELECTRONICS POLAND MANUFACTURING	4 239 291,00
132	POLENERGIA	4 225 771,00
133	HOLDING 1	4 224 629,00
134	POLIMEX MOSTOSTAL	4 130 489,00
135	GRUPA TZMO	4 115 703,00



Wyniki są skutkiem, nie celem

Przez wiele lat przewaga konkurencyjna kojarzyła się przede wszystkim z nową technologią, kapitałem i skalą działania, rosnącymi słupkami. Dziś coraz więcej przedsiębiorców odkrywa, że o sukcesie organizacji decyduje coś znacznie trudniejszego do skopiowania, a są to ludzie. Ich zdrowie psychiczne, umiejętności, kompetencje miękkie, zaangażowanie, poczucie bezpieczeństwa to jest to, co zapewni firmie sukces.



JAKUB B. BĄCZEK
mentor, multiprzedsiębiorca,
autor książek

W świecie nieustannych zmian także tych związanych z cyfryzacją, firmy stają przed nowym wyzwaniem. Jak budować wyniki, nie eksploatując zespołów? Jak zwiększać efektywność bez zwiększania presji i zwalniania pracowników? I jak tworzyć organizacje, które przyciągają najlepszych ludzi? W biznesie bardzo długo nagradzano poświęcenie, pracę ponad siły i funkcjonowanie na permanentnym zmęczeniu. Zwłaszcza pokolenie Millenialsów do tej pory cierpi z powodu wmówienia mu, że tylko ciężką pracą osiągną więcej niż ich rodzice, że się wybija. Dziś wiemy już, że nie da się budować wielkich wyników na wyczerpanych ludziach. Można osiągnąć krótkoterminowy sukces, ale trudno zbudować trwałą przewagę. Przedsiębiorstwo skończy z wypalonymi ludźmi i etatami do obsadzenia.

Zdrowie jako fundament efektywności

Coraz więcej organizacji dostrzega, że zdrowie pracowników nie jest wyłącznie elementem polityki HR. Staje się ono strategicznym zasobem firmy.

Niestety żyjemy w czasach, gdzie liczba zwolnień lekarskich rośnie, depresja stała się czołową chorobą cywilizacyjną, mamy problemy z koncentracją, a wypalenie zawodowe czy wysoka rotacja pokazują, że kondycja psychiczna i fizyczna zespołów ma bezpośrednie przełożenie na wyniki biznesowe. Nie da się udawać, że nie widzimy tych wszystkich zmiennych.

Jeżeli przedsiębiorca inwestuje w maszyny, systemy i technologie, a nie inwestuje w energię ludzi, to przypomina kierowcę, który tankuje samochód, ale ignoruje stan silnika. Prędzej czy później pojawi się awaria, bez sprawnego silnika nie pojedziemy dalej, nawet najpiękniejszych autem. Także w dobie zachłystnięcia się AI radzę, by mądrze z niego korzystać, zastępowanie ludzi sztuczną inteligencją, może się szybko zemścić. Dlatego wellbeing, dbanie o dobrostan, work-life balance przestają być modnymi hasłami. Stają się elementem odpowiedzialnego zarządzania zespołem. A światowe szefostwo potrafi to dostrzec.

Różnorodność buduje przewagę

Nowoczesne organizacje odchodzą od modelu, w którym wszyscy myślą podobnie, pracują podobnie i patrzą na świat przez ten sam pryzmat. To już dawno za nami. Różnorodność doświadczeń, pokoleń, perspektyw i sposobów myślenia zwiększa zdolność organizacji do rozwiązywania problemów oraz tworzenia innowacji. Największym zagrożeniem dla firmy nie jest konflikt opinii. Największym zagrożeniem jest sytuacja, w której nikt nie ma odwagi przedstawić innego zdania. Tam zaczyna się stagnacja, a nasze czasy nie mogą sobie na stagnację pozwolić. Kto nie idzie do przodu, ten się cofa.

Kultura organizacyjna

Kultura organizacyjna nie jest tym, co firma deklaruje. Jest tym, co ludzie robią, kiedy nikt nie patrzy. To także codzienne decyzje, sposób komunikacji, reakcje na błędy i gotowość do współpracy.

To właśnie kultura organizacyjna decyduje o poziomie zaangażowania pracowników, jakości relacji i zdolności firmy do realizacji ambitnych celów. Każdy pracownik powinien wiedzieć, gdzie może się zwrócić w przypadku problemów, także tych osobistych, a dobry lider tak zarządza zespołem, aby znać potrzeby swoich pracowników i potrafić zareagować w miarę potrzeby. Lider ma inspirować, kierować, nadawać ton.

Najlepsze organizacje nadal budują ludzi. Więc aby wyniki były satysfakcjonujące, o tych ludzi należy zadbać. Pracownicy powinni znać cele biznesowe, ale także mieć zaufanie do liderów, do przedsiębiorstwa. Ich zdrowie psychiczne jest fundamentem odpowiedzialnej organizacji.



Local content, **global impact**

Tworzymy polskie technologie
na międzynarodową skalę

assecO

assecO.pl

136	PORR	4 044 491,00
137	QEMETICA	3 945 709,00
138	OGP GAZ -SYSTEM	3 926 798,00
139	GRUPA AZOTY ZAKŁADY AZOTOWE PUŁAWY	3 896 308,00
140	GOBARTO	3 829 024,00
141	KIA POLSKA	3 794 150,42
142	PKP CARGO	3 785 900,00
143	STALPRODUKT	3 737 371,00
144	AMREST	3 710 000,00
145	IMPEL	3 709 045,00
146	NGK CERAMICS POLSKA	3 705 728,00
147	ALSTOM POLSKA	3 700 488,00
148	MONDI ŚWIECIE	3 697 444,00
149	SCANIA POLSKA	3 634 816,00
150	BANK HANDLOWY	3 616 737,00
151	HITACHI ENERGY POLAND	3 588 217,00
152	E. LECLERC POLSKA	3 572 139,00
153	MAN TRUCK & BUS POLSKA	3 538 639,00
154	KRAKOWSKI HOLDING KOMUNALNY	3 534 100,00
155	CMC POLAND	3 524 516,00
156	CORAL TRAVEL POLAND	3 509 300,00
157	CELSA HUTA OSTROWIEC	3 376 748,00
158	FLEXTRONICS INTERNATIONAL POLAND	3 361 979,00
159	ERBUD	3 258 215,00
160	DOM DEVELOPMENT	3 255 594,00
161	UNITED BEVERAGES	3 253 232,00
162	TAMEH POLSKA	3 199 701,00
163	ARCTIC PAPER	3 197 594,00
164	TELEWIZJA POLSKA SA W LIKWIDACJI	3 194 670,00
165	KRUK	3 190 651,00
166	ROCHE POLSKA	3 142 586,00
167	JYSK	3 131 249,00
168	GRUPA UHY ECA	3 103 049,00*
169	DOZ SA DIRECT	3 054 855,00
170	THYSSENKRUPP MATERIALS POLAND	3 049 118,50
171	BEMO MOTORS	3 033 605,00
172	ACTION	2 994 449,00
173	GENERALI TU	2 958 182,00
174	ENTER AIR	2 952 236,00
175	MIRBUD SKIERNIEWICE	2 951 013,00
176	TU ALLIANZ ŻYCIE POLSKA	2 949 631,00
177	BASF POLSKA	2 931 397,00
178	FIRMA OPONIARSKA DĘBICA	2 914 847,00
179	RTB HOUSE	2 872 337,00
180	DELL	2 856 768,00
181	LUBELSKI WĘGIEL BOGDANKA	2 854 264,00
182	OKRĘGOWA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA PIĄTNICA	2 815 105,00
183	DHL ECOMMERCE (POLAND)	2 780 615,00
184	CARLSBERG POLSKA	2 681 232,00
185	ZEW KOGENERACJA	2 650 467,00
186	FERRERO POLSKA COMMERCIAL	2 606 241,00
187	AGATA	2 535 501,00
188	HUTCHINSON POLAND	2 516 405,00
189	GRUPA PRUSZYŃSKI KOMORÓW	2 509 656,00
190	PRESS GLASS HOLDING	2 508 438,00
191	ACCENTURE	2 500 575,00
192	CAPGEMINI POLSKA	2 477 529,00
193	GRUPA AZOTY ZAKŁADY CHEMICZNE POLICE	2 468 884,00
194	CNH INDUSTRIAL POLSKA	2 433 674,00
195	DIAGNOSTYKA	2 424 233,00
196	ZARA POLSKA	2 415 410,00
197	TUIR ALLIANZ POLSKA	2 411 846,00
198	AMICA	2 411 000,00
199	ADAMED PHARMA	2 401 000,00
200	LOUIS DREYFUS COMMOD POLSKA	2 396 597,00
201	NEWAG	2 386 420,00
202	GRENEVIA	2 379 000,00
203	OPONEO.PL	2 370 875,00
204	AMPOL - MEROL	2 368 893,00
205	NATIONALE-NEDERLANDEN TUNŻ	2 361 103,00

Dobra firma jest gotowa do sprzedaży każdego dnia

Sprzedaż firmy przez wielu przedsiębiorców jest postrzegana jako jednorazowa transakcja – moment podpisania umowy i przekazania udziałów nowemu właścicielowi. W praktyce jest to wielomiesięczny, a często kilkuletni proces, którego powodzenie zależy przede wszystkim od tego, jak przygotowany jest sam biznes.

MATEUSZ KAWKA
Project Manager w Aider Polska

Z perspektywy inwestora atrakcyjna nie jest wyłącznie firma osiągająca wysokie wyniki finansowe. Równie ważne są przejrzystość procesów, jakość danych finansowych, uporządkowane kwestie podatkowe oraz zdolność organizacji do funkcjonowania niezależnie od właściciela. To właśnie te elementy w największym stopniu wpływają na wycenę przedsiębiorstwa oraz przebieg procesu due diligence.

Sprzedaż zaczyna się znacznie wcześniej
Jednym z najczęstszych błędów właścicieli jest rozpoczęcie przygotowań dopiero w momencie pojawienia się zainteresowanego inwestora. Tymczasem optymalny moment na rozpoczęcie porządkowania firmy przypada nawet dwa lub trzy lata przed planowaną transakcją. To czas potrzebny na uporządkowanie procesów finansowych, eliminację ryzyk podatkowych, ujednolicenie sposobu raportowania oraz wdrożenie standardów zarządczych, które zwiększają wiarygodność przedsiębiorstwa. Im wcześniej firma zacznie funkcjonować według przejrzystych zasad, tym większa szansa na sprawny przebieg całego procesu sprzedaży.

Dane finansowe budują zaufanie
Dla inwestora liczby są podstawą oceny biznesu. Nie chodzi jednak wyłącznie o wysokość przychodów czy rentowność. Kluczowe znaczenie ma jakość informacji finansowych oraz możliwość szybkiego zweryfikowania kondycji przedsiębiorstwa. Brak spójnych raportów zarządczych, niejednolita ewidencja kosztów czy rozbieżności pomiędzy danymi księgowymi a rzeczywi-

stą sytuacją operacyjną wydłużają proces analizy i zwiększają poziom ryzyka. Z kolei przejrzyste raportowanie pozwala inwestorowi szybciej zrozumieć model biznesowy i ogranicza liczbę pytań pojawiających się podczas badania due diligence. W praktyce uporządkowane finanse stają się jednym z najważniejszych argumentów przemawiających za jakością zarządzania przedsiębiorstwem.

Właściciel nie może być jedynym filarem firmy
Jednym z najważniejszych kryteriów oceny przedsiębiorstwa jest stopień jego niezależności od właściciela. Jeżeli wszystkie kluczowe decyzje, relacje z klientami czy wiedza o funkcjonowaniu firmy pozostają wyłącznie w rękach przedsiębiorcy, inwestor przejmuje nie tylko biznes, ale również wysokie ryzyko operacyjne. Dlatego przygotowanie do sprzedaży powinno obejmować także uporządkowanie procesów, delegowanie odpowiedzialności oraz dokumentowanie kluczowych procedur. Firma, która działa sprawnie niezależnie od obecności właściciela, jest znacznie bardziej atrakcyjna z perspektywy potencjalnego nabywcy.

”
Uporządkowane finanse stają się jednym z najważniejszych argumentów przemawiających za jakością zarządzania przedsiębiorstwem.

Due diligence nie powinno być pierwszym audytem firmy
Proces due diligence bardzo często ujawnia problemy, które przedsiębiorca mógł rozwiązać znacznie wcześniej. Niejasności podatkowe, nieaktualna dokumentacja, nieuregulowane kwestie formalne czy brak odpowiednich procedur powodują opóźnienia, wpływają na negocjacje ceny, a w skrajnych przypadkach mogą nawet doprowadzić do wycofania się inwestora z transakcji. Dlatego coraz więcej właścicieli decyduje się na przeprowadzenie tzw. vendor due diligence lub wewnętrznego przeglądu organizacji jeszcze przed rozpoczęciem rozmów z potencjalnymi kupującymi. Pozwala to zidentyfikować słabe punkty i usunąć je na własnych warunkach, zanim zrobi to druga strona.

Wartość firmy to coś więcej niż wynik finansowy
Na ostateczną wycenę przedsiębiorstwa wpływają nie tylko historyczne wyniki finansowe, ale również przewidywalność biznesu i poziom ryzyka. Inwestorzy coraz większą uwagę zwracają na jakość ładu organizacyjnego, zgodność z regulacjami, bezpieczeństwo danych, poziom cyfryzacji procesów czy zdolność do generowania wiarygodnych informacji zarządczych. To właśnie te elementy pokazują, czy przedsiębiorstwo będzie w stanie rozwijać się również po zmianie właściciela. Najlepiej przygotowane przedsiębiorstwa nie powstają na kilka miesięcy przed planowaną transakcją. Są zarządzane w taki sposób każdego dnia. Transparentne procesy, uporządkowane finanse, wysokiej jakości dane i sprawne raportowanie nie tylko zwiększają szanse na korzystną sprzedaż firmy, ale przede wszystkim poprawiają jakość zarządzania i ułatwiają podejmowanie decyzji biznesowych. Paradoksalnie przedsiębiorcy, którzy budują organizację tak, jakby miała zostać sprzedana w każdej chwili, często osiągają najlepsze wyniki niezależnie od tego, czy ostatecznie zdecydują się na sprzedaż. Dla inwestora oznacza to niższe ryzyko. Dla właściciela – wyższą wartość firmy i większą swobodę w wyborze momentu oraz warunków ewentualnej transakcji.

Elastyczność w logistyce przestaje być przewagą – stała się biznesową koniecznością

Jeszcze kilka lat temu operator logistyczny był oceniany przede wszystkim przez pryzmat kosztu magazynowania, terminowości dostaw czy liczby błędów kompletacyjnych. Dziś lista oczekiwań klientów jest znacznie dłuższa. Rozwój e-commerce, sprzedaży omnichannel oraz marketplace'ów sprawił, że logistyka musi nadążać za biznesem, który zmienia się z tygodnia na tydzień.

W praktyce oznacza to konieczność obsługi coraz większej liczby indeksów, krótszych serii zamówień, częstszych akcji promocyjnych i sezonowych skoków sprzedaży. Klienci oczekują jednocześnie wysokiej dostępności produktów, krótkich czasów realizacji, sprawnej obsługi zwrotów oraz pełnej transparentności procesów.

Korzyści wynikające z outsourcingu logistyki

Z perspektywy 3LP obserwujemy, że rozmowy z klientami coraz rzadziej dotyczą wyłącznie zakresu świadczonych usług logistycznych. Coraz częściej koncentrują się na tym, jak dzięki outsourcingowi logistyki zwiększyć sprzedaż, zachować kontrolę nad procesami i jednocześnie ograniczyć konieczność ponoszenia kosztownych inwestycji w magazyny, automatykę czy zasoby kadrowe. – Z naszej perspektywy logistyka przestała być wyłącznie zapleczem sprzedaży. Dziś bardzo często to właśnie jej możliwości wyznaczają tempo rozwoju biznesu. W e-commerce kampanie marketingowe, wejście na nowe marketplace'y czy premiery produktów potrafią w krótkim czasie wielokrotnie zwiększyć liczbę zamówień. Jeśli operator logistyczny nie jest przygotowany na takie

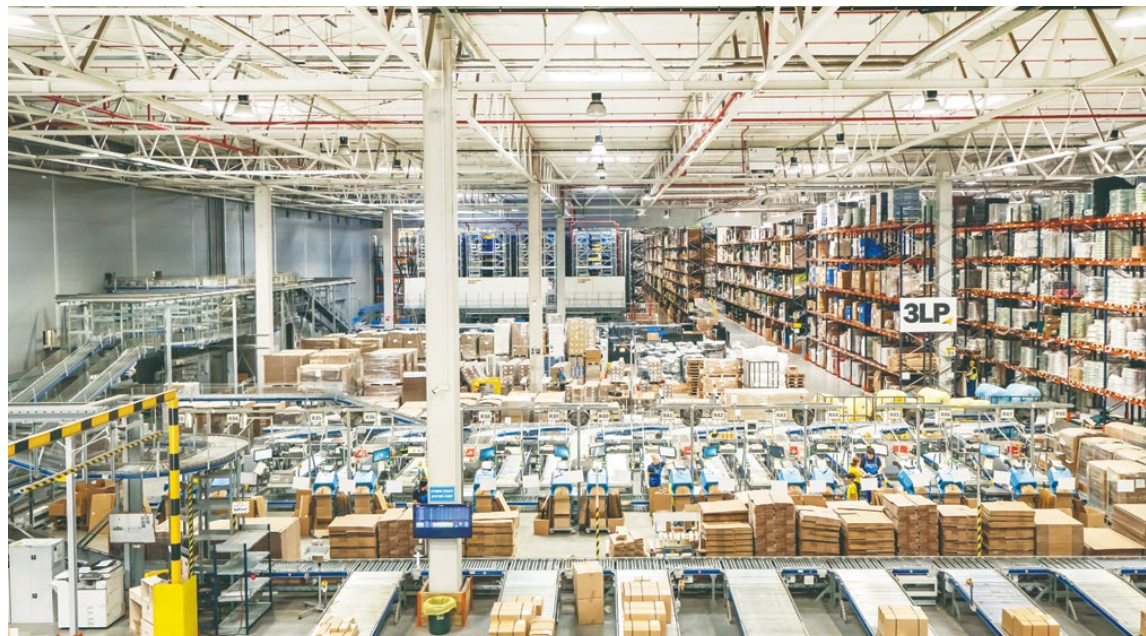
zmiany, konsekwencje odczuwa nie tylko magazyn, ale cały biznes – od terminowości dostaw i poziomu SLA po satysfakcję klienta i wyniki sprzedaży. Dlatego elastyczność operacyjna staje się dziś jedną z najważniejszych kompetencji operatora logistycznego – mówi Dariusz Frankowski, dyrektor sprzedaży 3LP (Würth Group Member).

Elastyczność nie oznacza tylko większej liczby pracowników

W dyskusji o elastyczności operatorów logistycznych często pojawia się temat zasobów ludzkich. Tymczasem z perspektywy operacyjnej jest to tylko jeden z elementów.

Operator musi być gotowy do szybkiego zwiększenia przepustowości praktycznie na każdym etapie procesu – od przyjęcia towaru, przez magazynowanie, kompletację i pakowanie, po obsługę zwrotów oraz integrację z przewoźnikami. Równie istotna jest możliwość szybkiego uruchamiania nowych procesów, dostosowywania usług VAS czy integracji z kolejnymi kanałami sprzedaży.

W 3LP przygotowanie do sezonowych wzrostów rozpoczyna się na długo przed pierwszym zwiększeniem wolumenów. Punktem wyjścia jest analiza



danych historycznych, planów sprzedażowych klientów oraz kalendarza działań marketingowych. Pozwala to wspólnie przygotować różne scenariusze operacyjne, odpowiednio zaplanować zasoby oraz ograniczyć ryzyko powstawania wąskich gardeł w okresach największego obciążenia.

Takie podejście sprawia, że logistyka przestaje reagować na wzrost sprzedaży, a zaczyna go wyprzedzać. Dla firm e-commerce oznacza to możliwość dynamicznego rozwoju bez konieczności każdorazowego zwiększania własnych mocy operacyjnych i nakładów inwestycyjnych.

KPI logistyczne stają się KPI biznesowymi

Jeszcze niedawno operator był rozliczany przede wszystkim z terminowości realizacji zamówień. Dzisiaj zakres odpowiedzialności jest znacznie szerszy.

Coraz częściej klienci analizują wpływ logistyki na kluczowe wskaźniki biznesowe: poziom SLA, OTIF, czas realizacji zamówień, produktywność procesów magazynowych, koszt obsługi pojedynczego zamówienia, szybkość ponownego wprowadzenia zwrotów do sprzedaży

czy dostępność towarów podczas kampanii promocyjnych.

Oznacza to, że operator logistyczny przestaje odpowiadać wyłącznie za magazyn. Staje się partnerem, który wspiera realizację celów sprzedażowych klienta poprzez odpowiednie zarządzanie procesami operacyjnymi, zapewniając jednocześnie dostęp do danych i pełną transparentność procesów. Dzięki temu przedsiębiorstwo zachowuje kontrolę nad logistyką, jednocześnie przenosząc na operatora ciężar inwestycji w infrastrukturę i skalowanie operacji.

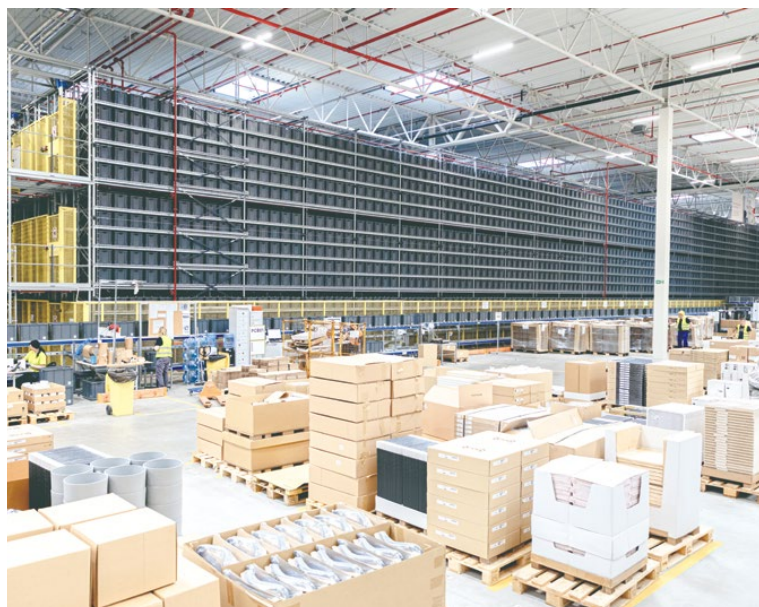
– Jeszcze kilka lat temu rozmowy koncentrowały się głównie na koszcie pojedynczej operacji magazynowej. Dziś przedsiębiorcy coraz częściej pytają, jak skalować biznes bez proporcjonalnego wzrostu kosztów stałych. Partner logistyczny powinien zapewniać nie tylko realizację zamówień, ale również elastyczne zasoby, dostęp do danych i możliwość szybkiego zwiększenia przepustowości wtedy, gdy wymaga tego rynek. To właśnie wtedy logistyka staje się realnym narzędziem budowania przewagi konkurencyjnej – podkreśla Dariusz Frankowski z 3LP (Würth Group Member).

Operator logistyczny uczestniczy w planowaniu wzrostu

Zmienia się również moment, w którym klient angażuje operatora logistycznego. Coraz częściej współpraca rozpoczyna się jeszcze przed startem kampanii sprzedażowej czy wejściem na nowy marketplace.

W praktyce oznacza to wspólne planowanie wolumenów, analizę potencjalnych ryzyk, przygotowanie scenariuszy operacyjnych oraz określenie poziomu zasobów niezbędnych do utrzymania zakładanych KPI. Dzięki temu logistyka staje się integralnym elementem strategii sprzedaży, a nie wyłącznie jej zapleczem.

To właśnie ten model współpracy obserwujemy obecnie najczęściej w projektach realizowanych przez 3LP dla klientów z sektora e-commerce oraz retail. Wraz ze wzrostem oczekiwań konsumentów rośnie znaczenie partnera logistycznego, który nie tylko realizuje procesy, ale również umożliwia firmom długoterminowy wzrost bez angażowania kapitału we własną infrastrukturę logistyczną. W efekcie przedsiębiorstwa mogą koncentrować się na sprzedaży i rozwoju oferty, pozostawiając skalowanie operacji wyspecjalizowanemu operatorowi.



206	UNIBEP	2 358 373,00
207	VIENNA LIFE TU NA ŻYCIE	2 355 516,00
208	TAMEH HOLDING	2 346 928,00
209	CREDIT AGRICOLE BANK POLSKI	2 331 500,00
210	GRUPA OLX	2 311 045,00
211	MOTO-PROFIL	2 310 396,00
212	LPP LOGISTICS	2 300 000,00
213	OKRĘGOWA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA ŁOWICZ	2 275 165,00
214	BUDMAT BOGDAN WIĘCEK	2 264 288,00
215	ROHLIG SUUS LOGISTICS	2 245 025,00
216	TARCZYŃSKI	2 243 190,00
217	ID LOGISTICS POLSKA	2 243 091,00
218	ADAMIETZ	2 243 042,83
219	TRAKCJA	2 242 361,00
220	JABIL POLAND	2 235 850,00
221	CASINOS POLAND CP	2 228 174,00
222	WIRTUALNA POLSKA HOLDING	2 213 622,00
223	KRONOSPAN POLSKA	2 209 472,98
224	STALPROFIL	2 200 600,00
225	BRENTAG POLSKA KĘDZIERZYN-KOŹLE 2)	2 186 500,00
226	WIELTON	2 183 000,00
227	SII	2 180 010,00
228	XTB	2 146 056,00
229	TEVA OPERATIONS POLAND	2 126 478,00
230	RYANAIR SUN SA	2 112 383,00
231	FARUTEX	2 108 071,00
232	VINCI CONSTRUCTION POLSKA (EUROVIA POLSKA WARBUD)	2 081 640,00
233	COGNOR HOLDING GK	2 080 844,00
234	MTU AERO ENGINES POLSKA	2 077 037,00
235	DEVELIA	2 076 930,00
236	SWISS KRONO	2 064 525,00
237	STORTEBOOM HAMROL	2 020 067,00
238	ECHO INVESTMENT	2 012 720,00
239	GRUPA ECHO	2 012 720,00
240	WYBOROWA	1 993 340,00
241	POLSKIE SUPERMARKETY PAKOŚĆ	1 983 065,00
242	TORPOL	1 978 447,00
243	ENIQ	1 965 341,00
244	PWC	1 931 511,00
245	PEKABEX	1 923 498,00
246	TU INTERRISK	1 917 318,00
247	FEDEX EXPRESS POLAND	1 912 717,00
248	HURTAP	1 897 894,00
249	CERSANIT	1 889 628,00
250	DEKPOL	1 876 436,00
251	MOORE POLSKA	1 867 998,00*
252	JOHNSON MATTHEY POLAND	1 855 614,00
253	OPTIMA LOGISTICS GROUP	1 838 102,00
254	DROSED SUROWIEC	1 834 087,00
255	3W	1 827 472,00
256	GRUPA ALUMETAL	1 826 702,00
257	MENNICA POLSKA	1 826 193,00
258	PCC ROKITA	1 801 291,00
259	ASSECO SOUTH EASTERN EUROPE	1 798 665,00
260	RHENUS LOGISTICS	1 797 042,00
261	SELENA FM	1 796 563,00
262	TJX POLAND	1 789 451,00
263	COMARCH	1 788 466,00
264	RONAL POLSKA	1 761 994,00
265	KOMPUTRONIK	1 754 648,00
266	ADIANT SEATING POLAND	1 751 237,00
267	BOWIM SOSNOWIEC	1 740 777,00
268	MPEC	1 715 973,00
269	CENTRALA FARMACEUTYCZNA CEFARM	1 702 903,14
270	ANSWEAR.COM	1 701 667,00
271	KOMTUR POLSKA	1 673 142,00
272	EXIDE TECHNOLOGIES	1 667 820,00
273	PIEPRZYK FAMILY	1 661 686,00
274	ZAKŁADY MIĘSNE SKIBA	1 649 653,00



Thought leadership vs. kryzys zaufania

Szum informacyjny, natłok newsów czy inflacja eksperckości to zjawiska znane w komunikacji nie od dziś. Wraz z rozwojem technologii AI, dołączyły do nich zaawansowane deepfake’i, dezinformacja czy kradzież tożsamości, które coraz skuteczniej podważają wiarygodność zarówno autorytetów, jak i marek.



MICHAŁ ZĘBIK
Account Director w agencji Good One PR

Jest to szczególnie niebezpieczne w tak wrażliwych obszarach jak zrównoważony rozwój, do którego zaufanie osłabia zjawisko greenwashingu. Podstawą powinny być tu transparentność i komunikacja oparta na dowodach. Te cechy to również coraz cenniejsza waluta w wymiarze czysto biznesowym. Jak więc być firmą, marką, ekspertem, który nie tylko ma coś do powiedzenia, ale też wzbudza zaufanie? Wiarygodności i autorytetu nie buduje się rzucając kontrowersyjnymi hasłami, niepopartymi tezami czy obietnicami bez pokrycia. Eksperski wizerunek można oczywiście świadomie kreować, ale nie za pomocą tanich chwytów. W czasach błyskawicznej informacji fałszywe wiadomości rozchodzą się szybko, ale równie sprawnie bywają demaskowane np. przez serwisy fact-checkingowe czy organy walczące z dezinformacją. Wartością staje się rzetelna komunikacja oparta na danych, merytoryczne treści czy eksperckie analizy, które rzeczywiście coś wnoszą i faktycznie pozycjonują markę jako eksperta. Także w dziedzinie zrównoważonego rozwoju.

Trzeba mieć coś do powiedzenia
Hasło „raport” może nie budzi już wielkiej ekscytacji w mediach, ale własne analizy i unikalne statystyki nadal są tym, czego redakcje oczekują najbardziej. Co ciekawe, potwierdza to raport. A konkretnie „2026 State of the Media Report” opracowany przez firmę

Cision, według którego 47 proc. dziennikarzy wskazuje, że najbardziej pożądanym przez nich typem materiałów są oryginalne raporty badawcze, analizy rynkowe oraz twarde dane. Niekoniecznie muszą to być wielkie naukowe opracowania powstałe na podstawie wyników wieloletnich badań. Wartością są także dane własne, dzięki którym firma staje się dla mediów cennym i wiarygodnym źródłem informacji. Przykładem mogą być opracowania rejestru dłużników BIG InfoMonitor, który regularnie śledzi skalę niespłaconego zadłużenia polskich przedsiębiorstw, a dzięki danym dla każdego numeru PKD, może dokładnie przeanalizować sytuację w każdej branży. Podobnie rzecz ma się ze sprawozdaniami i podsumowaniami, takimi jak wyniki finansowe czy raportowanie zrównoważonego rozwoju. Nie zawsze jest to fascynująca lektura, ale o ich wartości świadczy to, że są to dane rzetelne i autorskie. Jeszcze lepiej, gdy można je zakomunikować w szerszym kontekście, jako wskaźnik obrazujący rynkowe trendy. Jest tak w przypadku danych na temat ekspozycji półkowej, zbieranych przez firmę eLeader, które w ciekawy sposób analizują określone kategorie produktowe. To czego należy unikać to generyczne treści, które informacyjnie nie wnoszą wiele nowego, a co gorsza



Poza merytoryczną treścią i ciekawą formą wypowiedzi, ekspert powinien mieć także odpowiednią przestrzeń do działania.



**To, czego należy unikać,
to generyczne treści, które
informacyjnie nie wnoszą
wiele nowego, a co gorsza, są
tworzone przez AI.**

są tworzone przez AI. Badanie przeprowadzone w 2025 r. przez firmę Raptive na amerykańskich respondentach wskazało, że odbiorcy błyskawicznie wyczuwają brak autentyczności, a zaufanie do treści spada o blisko 50 proc. jeśli tekst brzmi jak wygenerowany przez sztuczną inteligencję.

Trzeba wiedzieć jak i gdzie to powiedzieć

Same dane to jeszcze nie wszystko. Żeby kogoś zainteresowały trzeba je umiejętnie przedstawić. Tutaj pojawia się rola eksperta, czyli konkretnego człowieka, który potrafi suche liczby odpowiednio zinterpretować, wysnuć z nich wnioski, zamienić w wartościowy przekaz. Taka forma wzbudza większe zaufanie, gdyż z natury bardziej wierzymy człowiekowi z krwi i kości, niż abstrakcyjnej marce. Niezależnie od tego czy będzie to wypowiedź w radio lub telewizji, ekspercki artykuł, prowadzone szkolenie, webinar czy udział w specjalistycznym podcaście, prawdziwy ekspert podnosi wiarygodność marki. Zwłaszcza jeśli jego zaangażowanie jest częścią strategii thought leadership, zgodnie z którą marka nie tylko komentuje branżowe zagadnienia, ale sama kształtuje rynkową dyskusję.

Poza merytoryczną treścią i ciekawą formą wypowiedzi, ekspert powinien mieć także odpowiednią przestrzeń do działania. Na pewno są nią wspomniane media, ale możliwości jest o wiele więcej. Może to być udział w panelach dyskusyjnych czy wystąpienia na konferencjach i kongresach, które umożliwiają bezpośredni kontakt z odbiorcami. Wartościowym działaniem jest też współpraca marki ze środowiskiem nauki. Przykładem może być tu producent membran dachowych Dörken. Prowadząc cykl webinarów i wykładów dla studentów budownictwa, architektury krajobrazu czy konserwacji zabytków, marka edukuje następną generację specjalistów (potencjalnie także swoich klientów), a jednocześnie pozycjonuje się jako branżowy ekspert.

Dobrze robić więcej i być uczciwym

Postrzeganie marki i jej wiarygodność kształtują pozycja rynkowa i ekspercka wiedza, ale zaufanie do niej tworzy coś jeszcze. To działania, które nie zawsze wiążą się bezpośrednio z aktywnością biznesową, ale które pokazują odpowiedzialność firmy, jej zaangażowanie społeczne czy środowiskowe. Może to być wsparcie dla schroniska dla bezdomnych zwierząt – jak pokazuje przykład operatora pocztowego Speedmail czy wsparcie edukacji muzycznej dla najmłodszych, w przypadku firmy energetycz-

nej Engie. Umiejętnie realizowana strategia ESG wzmacnia zaufanie do marki, ale też przekłada się na jej lepsze postrzeganie przez konsumentów, partnerów i pracowników. Niesie też konkretne, policzalne korzyści.

Różne badania i analizy mówią o tym, że konsumenci są w stanie płacić więcej za zrównoważone produkty, „zielone” firmy są chętniej wybierane przez partnerów bizne-

sowych i mają większe możliwości finansowania, a jednocześnie przyciągają talenty. Trzeba jednak pamiętać o tym, że wszelka nieszczerść w tym zakresie jest bezwzględnie punktowana. Według raportu Nielsen IQ już w 2023 r. 77 proc. konsumentów zadeklarowało, że zrezygnuje z marek, które dopuszczają się greenwashingu. Klienci oczekują, że firma będzie nie tylko działała w sposób zrównoważony, ale też będzie

miała twarde dowody pokazujące efekty tych działań.

Podejście thought leadership, komunikacja oparta na danych, pozycjonowanie eksperckie czy polityka ESG budują wiarygodność i zwiększają zaufanie, ale musi im towarzyszyć pełna transparentność, uczciwość i autentyczność. W dzisiejszym świecie wygrywa bowiem marki, które potrafią udowodnić, że mówią prawdę.

REKLAMA

Technologia ułatwia bankowość,

ale to relacje budują siłę Twojego biznesu

**Technologia przyspiesza procesy.
Relacje pomagają podejmować najlepsze decyzje.**

**Dlatego łączymy nowoczesna rozwiązania finansowe
z wiedzą i doświadczeniem naszych doradców
bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej.**

WIERZ W SIEBIE

ERSTE 

275	BANK OCHRONY ŚRODOWISKA	1 647 232,00
276	LEONI KABEL POLSKA	1 637 211,00
277	KUEHNE + NAGEL	1 614 076,00
278	FM LOGISTIC	1 606 888,00
279	AGORA	1 606 580,00
280	TUW PZUW	1 603 365,00
281	KRONOSPAN MIELEC	1 568 454,00
282	MIROSLAW WRÓBEL	1 567 749,00
283	A STOCZNIA REMONTOWA IM. J. PIŁSUDSKIEGO	1 565 452,00
284	GENERAL LOGISTICS SYSTEMS POLAND	1 558 047,00
285	TYCO ELECTRONICS POLSKA	1 553 528,00
286	EY POLSKA	1 550 843,00
287	ROBYG	1 546 114,00
288	JOYNEXT	1 543 034,00
289	PROCAM POLSKA	1 527 897,00
290	HL MANDO CORPORATION POLAND	1 522 066,00
291	MARKETING INVESTMENT GROUP	1 521 165,00
292	OSADKOWSKI	1 520 250,00
293	GRUPA DELOITTE POLAND	1 505 745,00
294	VRG	1 504 832,00
295	ROLDROB	1 504 764,00
296	DISTRIBEV	1 503 725,00
297	FERRERO POLSKA	1 478 729,00
298	DROBIMEX	1 477 898,00
299	DRUTEX	1 474 736,00
300	DROSED SIEDLCE	1 472 879,00
301	HANDEN	1 470 548,00
302	SANOK RUBBER COMPANY	1 469 968,00
303	GEDIA POLAND	1 467 366,00
304	OREX TRAVEL	1 459 904,00
305	ADIENT POLAND ŚWIEBODZIN	1 452 518,00
306	PHUP GNIEZNO HURTOWNIA	1 447 985,00
307	DEALZ POLAND	1 447 041,00
308	MORELE.NET	1 443 511,00
309	MILKPOL POLSKA	1 438 761,00
310	PHILIPS POLSKA	1 415 216,00
311	MAZDA MOTOR POLAND	1 411 377,00
312	CARGILL PROTEIN POLAND	1 410 761,00
313	GRUPA FAKRO	1 410 000,00
314	BALTIC HUB CONTAINER TERMINAL	1 409 293,00
315	INSTANTA	1 400 967,00
316	MEDTRONIC POLAND	1 399 046,00
317	NTT SYSTEM	1 389 220,00
318	GRUPA VELUX	1 381 536,00
319	A.P.N. PROMISE	1 377 716,00
320	EGGER BISKUPIEC	1 374 855,00
321	FABRYKA KABLI ELPAR PARCZEW	1 374 431,00
322	KOLEJE MAZOWIECKIE - KM	1 373 790,00
323	ME M08	1 368 721,00
324	MENNICA SKARBOWA	1 368 117,00
325	TRANSFER MULTISORT ELEKTRONIK	1 361 156,00
326	RANDSTAD POLSKA	1 360 766,00
327	ESPERSEN POLSKA	1 359 275,00
328	E100 POWER MAX	1 356 788,00
329	PROCTER AND GAMBLE POLSKA	1 341 969,98
330	PILKINGTON AUTOMOTIVE POLAND	1 338 715,00
331	ZE PAK	1 333 834,00
332	TRAMWAJE WARSZAWSKIE	1 332 124,00
333	COPERNICUS PODMIOT LECZNICZY	1 327 995,00
334	GRUPA NOWY STYL KROSNO	1 324 403,00
335	AGRII POLSKA	1 321 784,00
336	SIG	1 316 896,00
337	STENA RECYCLING	1 308 346,00
338	SIEMENS	1 304 512,00
339	PPH STANDARD	1 300 414,00
340	TIM	1 295 366,00
341	SERIS KONSALNET HOLDING	1 290 932,00
342	4AUDYT	1 281 687,00*
343	IMPERIAL TOBACCO POLSKA MANUFACTURING	1 279 575,28
344	CISCO SYSTEMS POLAND	1 267 711,00



Wiskitki – logistyczna brama z Polski do Europy

Polska coraz częściej pełni funkcję regionalnego centrum dystrybucyjnego dla Europy. Wiskitki, położone przy autostradzie A2 i w pobliżu Warszawy, dobrze pokazują, jak połączenie lokalizacji, skali operacji, usług dodanych i aspektów ESG buduje przewagę konkurencyjną polskiej logistyki.

KATARZYNA OSTOJSKA
Marketing Manager,
Raben Logistics Polska

Raben Logistics Polska należy do największych operatorów logistycznych w kraju i jest częścią międzynarodowej Grupy Raben. Choć firma jest szeroko kojarzona z transportem, ważnym obszarem jej działalności pozostaje logistyka kontraktowa: magazynowanie, kompletacja, usługi VAS (Value Added Services, m.in. copacking) oraz dystrybucja do sieci handlowych, producentów i odbiorców końcowych.

Lokalizacja i skala, które wspierają dystrybucję
Znaczenie Wiskitek wykracza poza obsługę rynku krajowego. Dostęp do A2 wspiera dystrybucję do Europy Środkowej, m.in. Czech, Słowacji i Węgier, a także do państw bałtyckich. Bliskość Warszawy oznacza dostęp do dużego rynku, zaplecza pracowniczego i biznesowego, przy ograniczeniu części wyzwań typowych dla dużych aglomeracji. Atutem regionu jest też potencjał związany z planowanym Centralnym Portem Komunikacyjnym, czyli nowym węzłem

lotniczo-kolejowym w centralnej Polsce. Skala obiektu wzmacnia znaczenie tej lokalizacji. Łączna powierzchnia magazynów w Wiskitkach wynosi 117 tys. m². Obiekt ma 15 m wysokości, podczas gdy standard rynkowy to zwykle 10–12 m. Strefa wąskich alejek zajmuje 66 tys. m² i jest obsługiwana przez półautomatyczne wózki VNA poruszające się po pętli indukcyjnej. Pozwala to efektywniej wykorzystywać kubaturę i zwiększyć pojemność składowania.

Od składowania do gotowego produktu
Wiskitki to model „magazynu kompletnego”, który integruje wysokie składowanie, strefy kompletacji, dystrybucję oraz usługi dodane. Raben Logistics Polska obsługuje w swoich magazynach ponad milion palet i realizuje rocznie ponad 200 mln jednostek VAS. W samych Wiskitkach na potrzeby copackingu przeznaczono blisko 4,5 tys. m². W jednej lokalizacji można więc składować towary, przygotowywać zestawy promocyjne, standy czy kalendarze adwentowe, a następ-

nie kierować je do odbiorców w Polsce i za granicą. Takie połączenie funkcji jest istotne dla firm traktujących Polskę jako bazę produkcyjno-dystrybucyjną dla Europy. Część prac manualnych, szczególnie przy krótkich seriach i sezonowych akcjach promocyjnych, nadal trudno w pełni zautomatyzować. Polska pozostaje w tym obszarze atrakcyjna kosztowo, oferując jednocześnie wysoką jakość wykonania i doświadczenie w projektach realizowanych równolegle na wielu rynkach. Wartość takiego modelu widać również w obszarze ESG. Realizacja usług VAS i dystrybucji w jednej lokalizacji ogranicza liczbę transportów, przeładunków i konsolidacji. Integracja procesów w jednym centrum logistycznym przekłada się więc nie tylko na koszty i jakość obsługi, lecz także na ograniczenie śladu środowiskowego. Ten przykład pokazuje, że przewaga lokalizacji logistycznej nie wynika dziś wyłącznie z położenia na mapie. Coraz większe znaczenie mają skala, elastyczność operacyjna, zakres usług VAS i wiarygodność środowiskowa. Dla firm planujących dystrybucję z Polski na inne rynki europejskie taki model oznacza krótszą drogę od składowania do gotowego produktu, większą kontrolę nad procesem i możliwość obsługi wielu krajów z jednego, dobrze skomunikowanego centrum.

materiał partnera

Kapitał ludzki najcenniejszym zasobem

Przez wiele lat o lojalności pracowników mówiło się głównie w kontekście wynagrodzeń i benefitów. Jestem jednak przekonana, że to nie powyższe czynniki decydują o tym, czy pracownicy zostają w firmie na lata.



MAŁGORZATA SZYMANIAK
HR Business Partner Würth Polska

Dziś coraz wyraźniej widać, że o długoterminowym zaangażowaniu decyduje przede wszystkim kultura organizacyjna – sposób, w jaki funkcjonuje firma na co dzień, jakość współpracy, poziom zaufania oraz realny wpływ pracowników na otaczającą ich rzeczywistość. To właśnie te elementy sprawiają, że ludzie chcą rozwijać swoją karierę w jednej organizacji przez wiele lat.

Kultura organizacyjna

Budowanie takiego środowiska rozpoczyna się już na etapie wdrożenia nowych pracowników. W naszym podejściu onboarding nie jest jednorazowym etapem, ale procesem, który realnie wprowadza pracownika w sposób działania firmy. Kluczowe staje się nie tylko przekazanie wiedzy i obowiązków, ale również umożliwienie nowym osobom poznania sposobu działania organizacji, jej wartości oraz zespołu, którego stają się częścią. To właśnie pierwsze doświadczenia często decydują o poziomie zaangażowania na dalszym etapie współpracy.

Nie mniej istotne jest stworzenie pracownikom warunków do skutecznego wykonywania obowiązków i dalszego rozwoju. Odpowiednie przygotowanie, dostęp do narzędzi, wiedzy oraz codzienne wsparcie przekładają się zarówno na efektywność, jak i poczucie bezpieczeństwa. Szczególną rolę odgrywają tutaj menedżerowie, którzy nie tylko wyznaczają cele, ale przede wszystkim prowadzą dialog z pracownikami, wspierają ich rozwój i budują atmosferę opartą na zaufaniu.

Współpraca pomiędzy zespołami

Coraz większego znaczenia nabiera również współpraca pomiędzy zespołami i lepsze zrozumienie wzajemnych wyzwań. Dobrym przykładem są inicjatywy umożliwiające pracownikom poznanie specyfiki pracy innych działów. W Würth Polska taką rolę pełni projekt RW Workout Week, podczas którego pracownicy działów wewnętrznych towarzyszą zespołom sprzedaży oraz pracownikom sklepów w ich codziennej pracy. Takie doświadczenia pomagają budować wzajemne zrozumienie, uspra-

wiają współpracę i wzmacniają poczucie wspólnej odpowiedzialności za realizację wyników i celów organizacji.

Efekty takiego podejścia najlepiej widać w długoletnim związaniu pracowników z firmą. W Würth Polska każdego roku świętowane są

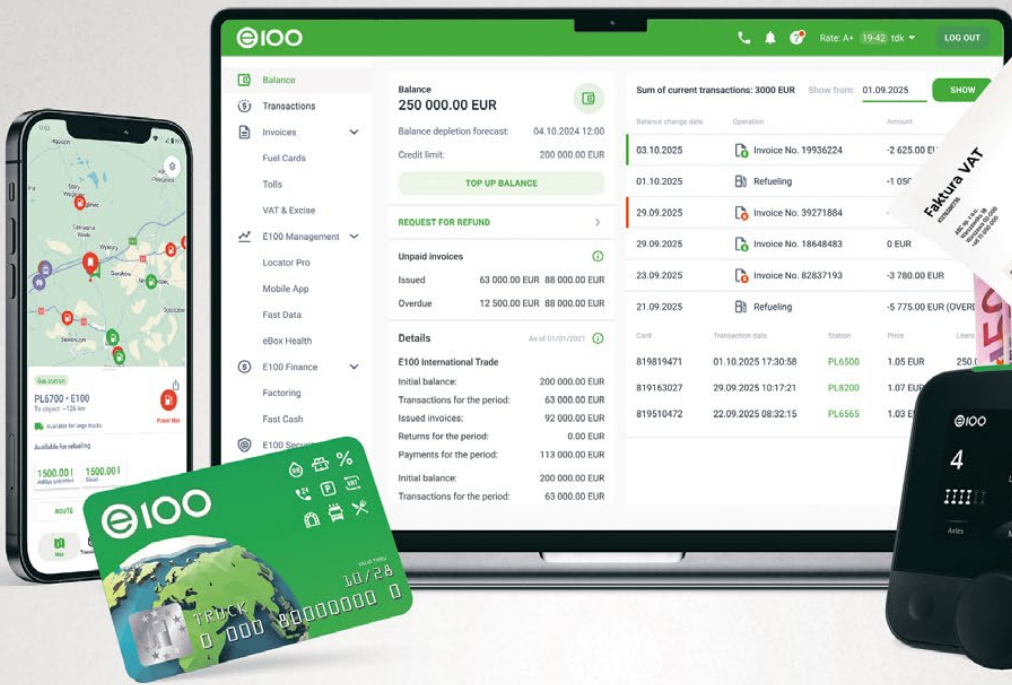
jubileusze 10-, 20-, a nawet 30-lecia pracy, co pokazuje, że konsekwentnie budowana kultura organizacyjna przekłada się na trwałe relacje i wysokie zaangażowanie zespołów.

W czasach, gdy pozyskanie i utrzymanie wykwalifikowanych pracowników staje się jed-

nym z największych wyzwań biznesowych, kultura organizacyjna przestaje być jedynie elementem wizerunku pracodawcy. Staje się jednym z najważniejszych czynników budujących przewagę konkurencyjną oraz fundamentem długofalowego rozwoju organizacji.

REKLAMA





Profesjonalne narzędzia dla firm transportowych

E100 integruje wszystkie usługi, których potrzebuje Twoja firma

- Karta paliwowa – ponad 20 000 punktów akceptacji
- Opłaty drogowe i multiurządzenia do poboru opłat
- Technologie wspierające zarządzanie i bezpieczeństwo
- Rozliczenia VAT – 30 krajów i akcyzy – 7 krajów
- Elastyczne finansowanie: faktoring i pożyczka FastCash
- Wsparcie ekspertów 24/7



Zeskanuj i zobacz, jak wygląda zarządzanie transportem jutra

e100.eu

Powyższa oferta ma charakter informacyjny i nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 §1 Kodeksu Cywilnego. E100 International Trade Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Pory 78/7, 02-757 Warszawa, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000636760, NIP 5213745637, REGON 365202749, kapitał zakładowy: 10 000 000,00 zł.

345	ATAL	1 267 068,00
346	INDYKPOL	1 265 752,00
347	MICROSOFT POLAND OPERATIONS	1 261 939,00
348	LORENZ	1 261 283,00
349	MURAPOL	1 260 847,00
350	MORIS	1 243 631,00
351	DS SMITH POLSKA	1 234 321,00
352	IZOSTAL	1 233 514,00
353	ABP POLAND PNIEWY	1 227 370,00
354	MOSTOSTAL ZABRZE	1 224 460,00
355	FABRYKI MEBLI FORTE	1 209 000,00
356	PKC GROUP POLAND	1 205 864,00
357	OKRĘGOWA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA GIŻYCKO	1 202 044,00
358	APATOR	1 201 852,00
359	FIEGE	1 194 678,00
360	GRODNO	1 193 268,06
361	RE ALLOYS	1 189 964,00
362	LOTTE WEDEL	1 173 468,00
363	MIEJSKIE ZAKŁADY AUTOBUSOWE	1 166 162,70
364	ILS	1 163 513,00
365	EXIM	1 123 146,00
366	PHOENIX CONTACT WIELKOPOLSKA	1 122 098,00
367	WERNER KENKEL	1 113 014,00
368	POL-OIL-CORPORATION	1 111 332,00
369	TRUMPF HUETTINGER	1 103 080,00
370	SUN GARDEN POLSKA	1 102 770,00
371	MESKO	1 100 718,00
372	SE BORDNETZE POLSKA	1 097 681,00
373	4MASS	1 095 289,00
374	KPMG	1 091 364,00
375	PCC EXOL	1 085 503,00
376	GRUPA KAPITAŁOWA ETRAVEL	1 079 068,00
377	DEICHMANN OBUWIE	1 075 091,00
378	FRONERI POLSKA	1 069 942,00
379	SILVA	1 058 101,00
380	GRUPA CSWP	1 053 433,00*
381	GRUPA KAPITAŁOWA IMMOBILE	1 050 238,00
382	AYP – WŁAŚCICIEL MARKI AY PRIME	1 047 873,00
383	CEMENTOWNIA WARTA	1 034 565,00
384	CONSORFRUT POLSKA	1 024 775,00
385	FENIX METALS	1 011 118,00
386	NORDZUCKER POLSKA	1 009 236,00
387	GENERALI ŻYCIE TU	1 007 155,00
388	SUNREEF VENTURE	1 003 592,00
389	LINK 4 TU	999 727,00
390	SCANFIL POLAND	994 764,00
391	DANWOOD	984 941,00
392	SÜDZUCKER POLSKA	983 528,00
393	JOIN UP! POLSKA	982 854,00
394	AUTOTORINO	980 650,00
395	ARCHICOM	961 658,00
396	JAS-FBG	956 838,00
397	GRUPA KOMBUD	956 232,00
398	INNPRO RYBNIK	955 250,00
399	SHELL MOBILITY POLSKA	951 805,00
400	FROSTA	949 852,00
401	LX PANTOS POLAND	949 801,00
402	BONPRIX	949 331,00
403	ZUE	945 898,00
404	CEREAL PARTNERS POLAND -PACIFIC	943 271,00
405	KIMBALL ELECTRONICS POLAND	941 914,00
406	GRECOS HOLIDAY	940 992,00
407	OKRĘGOWA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA WŁOSZCZOWA	933 753,86
408	LATEX OPONY	931 709,00
409	KYNDRYL GLOBAL SERVICES DELIVERY CENTRE POLSKA	925 065,00
410	BISPOL ŁAŃCUT	919 594,00
411	ASTELLAS PHARMA	916 137,00
412	STANCHEM PRZEDSIĘBIORSTWO CHEMICZNE	911 850,00
413	PAYU	909 552,00
414	TOYA	907 705,00

Zacząć od zdrowia

O kapitale ludzkim mówimy dziś chętnie. Czasem nawet zbyt chętnie – hasło trafia do raportów rocznych, na slajdy i do strategii, gubiąc po drodze to, co najistotniejsze. A ten zasób różni się od wszystkich pozostałych jedną cechą: sam decyduje, czy zostać w danej pracy.



MONIKA WITKOWSKA
zastępca dyrektora ds. rozwoju
ubezpieczeń zdrowotnych
i pracowniczych w SALTUS
Ubezpieczenia

Maszyny się nie obrażają, kapitał finansowy nie odchodzi do konkurencji z dnia na dzień. A człowiek owszem, może. W największych organizacjach łatwo o złudzenie, że skala daje nam odporność – skoro zatrudniamy tysiące osób, pojedyncze odejście niczego nie zmienia. Liczby mówią jednak co innego.

Absencja chorobowa pracowników

Najnowszy raport ZUS „Absencja chorobowa w 2025 r.” pokazuje pewien trend. Zaburzenia psychiczne odpowiadały za 14,1 proc. wszystkich dni zwolnień lekarskich w Polsce, czyli 34,1 mln dni – i wyprzedziły choroby układu oddechowego. W ciągu zaledwie sześciu lat liczba dni absencji z tego tytułu wzrosła o 68,7 proc. Najszybciej rośnie kategoria, w której mieści się wypalenie zawodowe – o 38,8 proc. rok do roku. W skali pojedynczej korporacji te procenty zamieniają się w setki etatów znikających z firmy w tym samym czasie.

Firmy powinny też dobrze zapamiętać kolejny wniosek, który płynie z powyższego raportu: zwolnienie z powodów psychicznych trwa o wiele dłużej niż statystyczne L4 – 39,3 proc. takich zaświadczeń wystawiono na 21–30 dni, podczas gdy średnia dla wszystkich zwolnień to niespełna 11 dni. A to się od razu przekłada na firmowe wydatki. Wynagrodzenia za czas choroby finansowane przez pracodawców i FGŚP pochłonęły w 2025 r.

14,2 mld zł, o 11,2 proc. więcej niż rok wcześniej. Najdroższy jest jednak nie sam okres absencji, lecz to, co przychodzi po nim – rotacja. Zastąpienie specjalisty kosztuje od 50 proc. do 200 proc. jego rocznego wynagrodzenia, jeśli policzymy rekrutację, wdrożenie, utraconą produktywność i odpływ wiedzy. W firmie na sto osób przy rotacji 20 proc. roczny koszt potrafi przekroczyć 1,5 mln zł. Pomnóżmy to teraz przez skalę przedsiębiorstwa z czołówki Index500.

Na jednym fundamencie

I tu dochodzimy do sedna. Rozwój kompetencji, różnorodność, kultura organizacyjna, przywództwo – każdy z tych filarów stoi na jednym fundamencie. Wypalony menedżer nie poprowadzi zespołu, choćby przeszedł najlepsze szkolenie z przywództwa. Pracownik z rozchwianym nastrojem i gorszą koncentracją nie rozwinie kompetencji, w które firma włożyła pieniądze. Kultura organizacyjna, za którą nie idzie rzeczywiste wsparcie, pozostanie hasłem na plakacie wiszącym w holu. Zdrowie i dobrostan to warunek, żeby cała reszta w ogóle zadziałała, a nie kolejny korporacyjny benefit.

Mówiąc o zaburzeniach psychicznych, myślimy zwykle o ciężkich stanach – depresji, lęku. A chodzi też przecież o mniejsze dolegliwości, które po cichu obniżają jakość pracy: gorszą decyzyjność, kłopoty z koncentracją, trudność z przyswajaniem nowej wiedzy. W wielkiej organizacji ten ubytek rozkłada się niezauważalnie po całych działach – i nie pojawia się w żadnej tabeli absencji. Płacimy za niego, choć nigdzie nie figuruje jako koszt. Im większa firma, tym łatwiej ten ubytek schować w uśrednionych wskaźnikach – i tym dłużej rośnie, nim ktokolwiek go zauważy.

Jak więc firmy budują miejsca, w których ludzie zostają na lata?

Duża spółka rzadko przegrywa rekrutację wysokością pensji – przegrywa ją poczuciem (nie-dosłуго) pracownika, że człowiek jest tu trybikiem. Ludzie zostają tam, gdzie czują, że ktoś naprawdę dba o ich zdrowie i równowagę. Gdzie wsparcie psychologiczne jest dostępne od ręki, a nie po kwartale w kolejce. Gdzie lider potrafi zauważyć, że ktoś z zespołu gaśnie, i wie, co z tym zrobić. Lojalność ludzi rodzi się z drobnych, codziennych sygnałów, nie z hasła w ogłoszeniu o pracę.

Co to oznacza w praktyce dla wielkiej organizacji? Benefit przestaje być listą punktów w intranecie, a staje się doświadczeniem, które pracownik czuje na co dzień. Szkolenia z rozwoju kompetencji przynoszą zwrot wtedy, gdy ludzie mają na nie siłę i głowę – nikt nie chłonie nowej wiedzy, walcząc z chronicznym przemęczeniem. Z przywództwem jest podobnie: dobry lider to taki, który sam nie balansuje na granicy wypalenia i dostał narzędzia, by reagować wcześniej, a nie dopiero przy wypowiedzeniu. Różnorodność zespołu zostaje pustą deklaracją, jeśli wsparcie trafia wyłącznie do tych, którzy sami po nie sięgną – a najczęściej nie robią tego ci, którzy potrzebują go najbardziej. Dlatego dobrze zaprojektowany system dociera do ludzi sam, zamiast czekać, aż ktoś poprosi.

Na zakończenie mam jednak dobrą wiadomość dla HR-owców: profilaktyka zdrowia psychicznego zwraca się szybciej niż większość benefitów. Czwarta edycja raportu Deloitte „Mental health and employers” z 2024 r., oparta na przeglądzie 26 badań, wskazuje, że w Wielkiej Brytanii pracodawca odzyskuje średnio 4,70 funtów z każdego 1 funta przeznaczonego na programy wellbeingowe. Przy działaniach uniwersalnych – budujących kulturę wsparcia czy edukujących cały zespół – zwrot rośnie do 6,30 funtów. Źródła oszczędności da się wyliczyć: niższa absencja, mniejsza rotacja, ograniczone straty ze złe wykonywanej pracy. Inwestycja w dobrostan to decyzja biznesowa, nie gest dobrej woli. Czas te działania zastosować również na rynku polskim.

Transparentność zaczyna się od jakości zarządzania

Transparentność coraz częściej pojawia się w kontekście raportowania ESG i nowych obowiązków regulacyjnych. W praktyce jest jednak znacznie szerszym pojęciem. Nie sprowadza się do publikacji raportów ani spełniania wymogów formalnych. Jest efektem sposobu, w jaki firma jest zarządzana na co dzień.

RAFAŁ MAŁECKI

Senior Manager w Aider Polska

Przedsiębiorstwa funkcjonują dziś w otoczeniu, które wymaga szybkiego podejmowania decyzji i sprawnego reagowania na zmiany. W takich warunkach zaufanie klientów, pracowników, partnerów biznesowych czy instytucji finansowych buduje się przede wszystkim poprzez wiarygodność informacji i przewidywalność działania.

Wiarygodność opiera się na danych
Współczesny biznes coraz częściej jest oceniany nie tylko przez pryzmat wyników finansowych, ale również jakości informacji, które

za nimi stoją. Banki, inwestorzy i kontrahenci chcą wiedzieć, skąd pochodzą dane, czy są spójne i czy można na ich podstawie podejmować decyzje.

Dlatego transparentność nie jest wyłącznie zadaniem działu finansowego czy compliance. To efekt współpracy wielu obszarów organizacji – księgowości, sprawozdawczości, technologii, kadr oraz zarządzania procesami.

Jeżeli dane są rzetelne, dostępne i przygotowywane według jednolitych standardów, organizacja działa sprawniej. Zarząd szybciej podejmuje decyzje, łatwiej odpowiada na wymagania regulatorów i buduje wiarygodność w oczach partnerów biznesowych.

Raportowanie jest konsekwencją, nie punktem wyjścia

W dyskusji o ESG często koncentrujemy się na samym obowiązku raportowania. Tymczasem raport jest jedynie podsumowaniem tego, jak funkcjonuje przedsiębiorstwo. Jeżeli organizacja nie ma uporządkowanych procesów, dane są rozproszone, a odpowiedzialność za ich przygotowanie nie jest jasno określona, przygotowanie rzetelnego raportu staje się dużym wyzwaniem. Dlatego firmy, które dobrze radzą sobie z nowymi obowiązkami, zazwyczaj zaczynają od uporządkowania procesów wewnętrznych. Inwestują w jakość danych, automatyzację i jednolite standardy raportowania. To działania, które usprawniają nie tylko przygotowanie raportów, ale przede wszystkim codzienne zarządzanie.

Technologia wspiera, ale nie zastępuje dobrego zarządzania

Nowoczesne narzędzia pozwalają automatyzować procesy, ograniczać liczbę błędów i szybciej analizować

informacje. Dzięki temu organizacje mogą skuteczniej zarządzać finansami i lepiej odpowiadać na rosnące wymagania rynku. Technologia sama w sobie nie rozwiązuje jednak problemów organizacyjnych. Jej skuteczność zależy od jakości procesów i danych. Dopiero połączenie kompetentnych ludzi, dobrze zaprojektowanych procedur i odpowiednich narzędzi daje trwale efekty.

Transparentność ma wymiar biznesowy

Coraz więcej przedsiębiorstw przekonuje się, że transparentność nie jest wyłącznie odpowiedzią na oczekiwania regulatorów.

Rzetelne dane finansowe, sprawne raportowanie i uporządkowane procesy ułatwiają pozyskiwanie finansowania, przeprowadzanie audytów czy rozwój na nowych rynkach. Wpływają również na relacje z klientami i pracownikami, którzy oczekują stabilności oraz przewidywalności działania organizacji. Transparentność staje się więc elementem budowania war-

tości firmy, a nie wyłącznie obowiązkiem administracyjnym.

Odpowiedzialny biznes kojarzy się najczęściej z działaniami społecznymi lub środowiskowymi. To ważne obszary, jednak trudno mówić o odpowiedzialności bez dobrze funkcjonujących fundamentów organizacji. To właśnie jakość procesów finansowych, wiarygodność raportowania, zgodność z regulacjami i sprawne zarządzanie tworzą podstawę zaufania. Dopiero na takim fundamencie można budować długofalowe relacje z klientami, partnerami i pracownikami.

Transparentność nie jest projektem realizowanym raz w roku przy okazji publikacji raportu. To sposób prowadzenia organizacji. Firmy, które konsekwentnie inwestują w jakość danych, procesów i zarządzania, są lepiej przygotowane na zmiany i łatwiej budują zaufanie otoczenia. A właśnie ono staje się dziś jednym z najważniejszych czynników trwałego rozwoju.

REKLAMA



Lider na rynku produktów mlecznych

Polska MLEKOVITA, firma o 98-letniej tradycji i ugruntowanej marce nie tylko na rynku polskim, ale również zagranicznym, jest największą grupą mleczarską w Europie Środkowo-Wschodniej. To przedsiębiorstwo ze 100-procentowym kapitałem polskim i niekwestionowany lider branży w kraju oraz lider eksportu sektora mleczarskiego. Obecna siła Grupy MLEKOVITA to 25 zakładów produkcyjnych, w których przetwarzanych jest ponad 9 milionów litrów najlepszego mleka dostarczanego przez 15 000 polskich rolników. O najwyższą jakość produktów wytwarzanych na ponad 200 liniach produkcyjnych dba blisko 5 300 wykwalifikowanych pracowników. Ponad 2000 mlecznych smakowitości – największy wybór nabiału w Polsce i Europie – znanych jest nie tylko w polskich domach, ale i w 167 krajach świata. Dystrybucja odbywa się dzięki 34 własnym centróm dystrybucyjnym, w tym pierwszym w branży hurtowniom Cash&Carry, 150 sklepom firmowym Mlekovitka oraz sklepowi internetowemu mlekovitka.pl.

Dariusz Sapiński
Prezes Zarządu
Grupy Mlekovita

znajdź nas

415	AIR PRODUCTS	904 597,00
416	DACHSER	903 718,00
417	POLSKIE TOWARZYSTWO REASEKURAC	901 484,00
418	GOODMILLS POLSKA	900 342,00
419	NEAPCO EUROPE PRASZKA	896 684,00
420	METRO WARSZAWSKIE	895 738,00
421	AMBRA	894 895,00
422	BEL-POL ŚWIDNICA	887 504,00
423	ORACLE POLSKA	885 925,00
424	FOODHUB	883 714,00
425	GOODVALLEY	881 333,00
426	POLSKI HOLDING NIERUCHOMOŚCI	876 200,00
427	SBS	875 060,00
428	HAWA SA GNIEZNO	874 246,00
429	KROT INVEST	872 600,00
430	LINDE GAZ POLSKA	869 602,00
431	CD PROJEKT	866 989,00
432	STORCK	864 172,00
433	SOFIDEL POLAND CIECHANÓW	861 999,00
434	ACCENTURE SERVICES	858 705,00
435	GRUPA KAPITAŁOWA CYBER_FOLKS	855 151,00
436	SUZUKI MOTOR POLAND	855 148,00
437	MCCAIN POLAND	854 535,00
438	CENTRUM MEDYCZNE ENEL-MED	854 268,00
439	ONDE	852 181,00
440	FLEX FILMS EUROPA	849 687,00
441	COMP	846 509,00
442	GRUPA SWGK 3)	845 917,00*
443	NOVA TRADING	839 555,00
444	CARSERVIS	839 128,00
445	TARGET POLSKA	836 867,90
446	ATOS POLAND GLOBAL SERVICES	831 235,00
447	UNUM ŻYCIE TUIR	822 005,00
448	DYCKERHOFF POLSKA	820 271,00
449	NAGEL POLSKA	817 695,00
450	PHUP MERKURY	817 663,00
451	NOWEL LEGIONOWO	817 199,00
452	RR DONNELLEY GTS POLAND	815 040,00
453	GRUPA PRACUJ	811 232,00
454	A FUNDACJA KSZTAŁCENIA MENEDŻERÓW	810 081,00
455	TETRA PAK	809 208,00
456	NOVO	807 992,66
457	SKLEPY KOMFORT	807 920,61
458	FIRMA KABANOS	807 685,00
459	SHARP CONSUMER ELECTRONICS POLAND ŁYSOMICE	806 658,00
460	WSCHODNIA FIRMA HANDLOWA	802 442,00
461	AQUANET	801 718,00
462	ROCKFIN	793 102,55
463	LIGENTIA POLAND	792 120,00
464	FUJITSU TECHNOLOGY SOLUTIONS	782 835,00
465	DELKO	782 160,00
466	ARHELAN	778 280,00
467	REAL	777 426,00
468	TAKEDA PHARMA	775 686,00
469	COLAS POLSKA PAŁĘDZIE	774 493,00
470	FABRYKA FARB I LAKIERÓW ŚNIEŻKA	772 506,00
471	FRESH LOGISTICS POLSKA	771 446,00
472	NSK STEERING SYSTEMS EUROPE	770 138,00
473	MANGATA HOLDING	768 869,00
474	CHEP POLSKA	760 339,00
475	R. TWINING AND COMPANY	760 237,00
476	GRUPA GUMUŁKA	759 593,00*
477	LERG	759 363,00
478	NSK BEARINGS POLSKA	758 975,00
479	GLOBALLOGIC	756 715,00
480	BLUM POLSKA SWARZĘDZ	756 458,00
481	TOYOTA BANK POLSKA	756 183,00
482	KORPORACJA BUDOWLANA DORACO	755 377,00
483	TOYOTA MATERIAL HANDLING POLSKA	755 016,00
484	FERRO	754 567,00

Gdy standardowe kierunki dywersyfikacji zawodzą

Niektóre rynki stawiają przed firmami wyjątkowo wysokie wymagania konkurencyjne. Marże nie pozwalają grać ceną. Orientacja na jakość napotyka barierę dynamicznych zmian jej definicji wewnątrz sektora. Personalizacja i czas dostawy stanowią standard, a nie czynnik wyróżniający, dlatego kluczowe staje się zdefiniowanie nowego dywersyfikatora.



AGNIESZKA JÓRCZYK
założycielka Zenergetic Advisory

Przed takim właśnie wyzwaniem stoi obecnie sektor sztucznej inteligencji. Sufit cenowy wyznaczają modele open-source, ponieważ nikt nie zapłaci za API więcej, niż wynosi koszt uruchomienia własnego modelu. Jednocześnie jakość nie gwarantuje trwałej przewagi, gdyż podium w rankingach benchmarków LLM zmienia się co kilka tygodni. Personalizacja w tym segmencie również napotyka bariery, ponieważ koszt infrastruktury potrzebnej do jej zapewnienia jest zbyt wysoki. Natomiast szybkość jest już adresowana przez liderów rynku poprzez wdrożenia realizowane przez własnych inżynierów. Z kolei czas odpowiedzi samego modelu zależy od dostępu do infrastruktury, stanowiącej wąskie gardło. Optymalizacja technologii również nie daje trwałej przewagi, gdyż modele open-source kopiują innowacje w ciągu kilku miesięcy.

Rynkowa secesja
OpenAI, założone w 2015 r., było pierwszym graczem na tym rynku. Jego flagowy produkt, Chat GPT, zadebiutował w listopadzie 2022 r. i przez ponad rok nie miał konkurencji. Co ciekawe, główny rywal spółki wywodzi się bezpośrednio z jej zespołu.

W marcu 2021 r. Dario Amodei wraz z grupą badaczy opuścił OpenAI, uznając, że firma kładzie zbyt duży nacisk na szybką komercjalizację kosztem bezpieczeństwa technologii. W efekcie powstał Anthropic, opierając swoje pozycjonowanie właśnie na tym fundamencie. Przez kolejne lata deklaracje obu podmiotów w kwestii odpowiedzialnego AI były niemal identyczne. Fundamentalna rozbieżność stała się widoczna dopiero w lutym 2026 r., gdy obie firmy stanęły przed tą samą decyzją w identycznym czasie i okolicznościach.

Kosztowna decyzja, która stała się przewagą
W lipcu 2025 r. Anthropic podpisał kontrakt z Pentagonem. Umowa zawierała dwie kluczowe klauzule – zakaz wykorzystywania modeli spółki do masowej inwigilacji obywateli oraz budowy autonomicznych systemów broni. W styczniu 2026 r. Pentagon zażądał usunięcia tych zapisów. Negocjacje nie doprowadziły do porozumienia. Firma postawiona przed ultimatum odmówiła ustępstw, tracąc kontrakt o wartości około 200 mln dol. Choć konkurenci, w tym OpenAI, oficjalnie poparli to stanowisko, administracja Donalda Trumpa pozostała nieugięta. 27 lutego b.r. zapowiedziano uznanie Anthropic za ryzyko w łańcuchu dostaw, co postawiło pod znakiem zapytania pozostałe kontrakty spółki z kontrahentami agencji rządowych. Tego samego dnia Sam Altman ogłosił, że OpenAI podpisał kontrakt z Pentagonem – bez klauzul, o które walczył Anthropic.

Wycena rynkowa odpowiedzialności społecznej
Odpowiedź rynku była natychmiastowa. Według danych Sensor Tower liczba pobrań modelu Claude





Optimalizacja technologii również nie daje trwałej przewagi, gdyż modele open-source kopiują innowacje w ciągu kilku miesięcy.

jeszcze tego samego dnia wzrosła o 37 proc., podczas gdy odinstalowania ChatGPT skończyły o 295 proc. W kwietniu Anthropic ogłosił podwojenie liczby klientów płacących powyżej 1 mln dol. rocznie. W czerwcu liczba aktywnych użytkowników Claude'a wzrosła o 640 proc. rok do roku, przy 62 proc. wzroście w przypadku ChataGPT. Przychody spółki w ujęciu rocznym wzrosły z około 14 mld dol. w lutym do około 47 mld dol. w maju. OpenAI w tym samym czasie odnotował stagnację.

W maju Anthropic ogłosił pozyskanie finansowania przy wycenie 900 mld dol. pre-money, zwiększając swoją wartość niemal 2,5-krotnie w stosunku do rundy zamkniętej trzy miesiące wcześniej. Po raz pierwszy wyprzedził Open AI, wyceniony w lutym 2026 r. na 730 mld dol. pre-money. Dywersyfikatorem, który pozwolił Anthropic na rekordowy wzrost, nie był żaden ze standardowych wektorów, a odpowiedzialność za bezpieczeństwo nie tylko klientów, ale i społeczeństwa, poparta trudną decyzją biznesową, którą rynek odebrał jako potwierdzenie, że wartości deklarowane przez spółkę to nie tylko słowa, ale konkretne czyny.

Jak lojalność klientów amortyzuje kryzysy
Okres dynamicznego wzrostu nie był jednak pozbawiony poważnych incydentów operacyjnych. 26 marca błąd konfiguracji systemu CMS spowodował wyciek m.in. szczegółów kampanii sprzedażowej enterprise Anthropic oraz opisu niedostępnego jeszcze modelu Mythos – najbardziej zaawansowanego produktu spółki. Pięć dni później błąd aktualizacji oprogramowania doprowadził do upublicznienia kodu źródłowego Claude Code. Narzędzie generujące miliardowe przychody stało się najszybciej rosnącym repozytorium w historii GitHuba, a informacja o wycieku osiągnęła 28 mln wyświetleń. Kodu nie udało się usunąć z sieci. Równolegle skokowy wzrost popytu przeciążył infrastrukturę, wywołując przerwy w dostępności modelu Claude. Spółka wprowadziła limity użycia w godzinach szczytu, co skłoniło część użytkowników do rezygnacji z subskrypcji. Żadne z tych zdarzeń nie zahamowało jednak wzrostu przychodów ani wyceny w kolejnej rundzie, w której popyt ze strony inwestorów przewyższył dostępną alokację.

Czy odpowiedzialność społeczna to uniwersalny dywersyfikator?

Przypadek Anthropic to wyjątek, czy reguła? Analiza Kroll na próbie ponad 13 tys. spółek giełdowych wskazuje, że liderzy ESG osiągają średni roczny zwrot na poziomie 12,9 proc., podczas gdy maruderzy notują 8,6 proc. Ta blisko pięćdziesięcioprocentowa różnica to jednak korelacja, a nie związek przyczynowo-skutkowy.

Warto więc spojrzeć na twarde dane po stronie konsumentów. Według badania Givsky i GWI z maja 2025 r. 64 proc. Amerykanów deklaruje gotowość do dopłaty za marki zgodne z ich wartościami. Raport Edelman Brand Trust 2025 potwierdza, że marki cieszą się dziś wyższym zaufaniem niż rządy i media, o ile angażują się społecznie. Dla 53 proc. konsumentów milczenie firmy w tej kwestii

oznacza, że coś ukrywa. Badanie Blue Yonder z lutego 2025 r. obnaża jednak lukę decyzyjną: choć 65 proc. badanych deklaruje gotowość do akceptacji wyższej ceny za etyczność, to tylko 29 proc. faktycznie zmienia zachowania zakupowe. Ocena, czy ten blisko trzydziestoprocentowy segment jest wartością wystarczającą, zależy wyłącznie od specyfiki danej spółki i alternatywnych źródeł jej dywersyfikacji.

SALTUS EKO

– specjalistyczny produkt dla firm poszukujących bezkompromisowego bezpieczeństwa ekologicznego

Polskie i unijne prawo środowiskowe jest zgodne: koszty usunięcia skażenia i przywrócenia środowiska do stanu początkowego ponosi sprawca szkody. Rachunek za awarię instalacji czy pożar magazynu odpadów może sięgnąć wielu milionów złotych i potrafi zachwiać płynnością nawet dobrze zarządzanego przedsiębiorstwa. Jak się przed tym zabezpieczyć?

Odpowiedzią SALTUS Ubezpieczenia jest SALTUS EKO – ubezpieczenie odpowiedzialności za szkody w środowisku i kosztów wykonania zastępczego.

Samodzielny produkt, nie klauzula

Zazwyczaj firma zabezpiecza ryzyko środowiskowe klauzulą dodaną do polisy OC działalności. Chroni ona głównie przed roszczeniami osób trzecich. Gdy substancja niebezpieczna skazi grunt lub wody na terenie własnym albo dzierżawionym, klauzula OC zwykle wyłącza odpowiedzialność, a koszty oczyszczania i postępowań administracyjnych obciążają budżet firmy. SALTUS EKO skonstruowaliśmy jako odpowiedź na rygorystyczną odpowiedzialność administracyjną wynikającą z ustawy o zapobieganiu szkodom w środowisku i ich naprawie. To odróżnia produkt od klasycznego rozwiązania w postaci klauzuli do polisy OC stosowanego przez większość firm.

Pełne spektrum kosztów

Ochrona na bazie produktu SALTUS EKO obejmuje odpowiedzialność administracyjną za spowodowanie szkody w środowisku lub bezpośredniego zagrożenia taką szkodą, a także odpowiedzialność cywilną wobec osób trzecich za następstwa emisji. Polisa finansuje koszty działań zapobiegawczych i naprawczych – od oczyszczania gleby i wód po przywracanie naturalnego ukształtowania terenu i gatunków chronionych. Co ważne, za grunty własne OWU uznają także tereny użytkowane na podstawie najmu, dzierżawy, leasingu lub użyczenia.

Drugi filar to unikalne rozwiązanie w postaci finansowania kosztów wykonania zastępczego. Jeśli posiadacz odpadów nie wykona decyzji administracyjnej, a urząd

zleci prace firmie zewnętrznej w trybie egzekucji, SALTUS EKO pokryje te koszty – łącznie z zagospodarowaniem pozostałości po akcji gaśniczej. Dla podmiotów z branży gospodarki odpadami i spółek komunalnych to ochrona trudna do znalezienia gdzie indziej.

Rynkowe wyróżniki SALTUS EKO

Rażące niedbalstwo w działaniu – szkody wyrządzone wskutek rażącego niedbalstwa są objęte ochroną bez konieczności ponoszenia dodatkowych kosztów ubezpieczenia.

Wydłużony czas na zgłoszenie – wypadki z zakresu odpowiedzialności cywilnej i administracyjnej zaistniałe w okresie ubezpieczenia można zgłaszać jeszcze przez 24 miesiące po zakończeniu okresu ubezpieczenia. To zabezpieczenie na wypadek powolnego ujawniania się skutków awarii.

Kompleksowy zakres ochrony – jedyny na rynku zakres ubezpieczenia zapewniający pokrycie kosztów działań zapobiegawczych, naprawczych, szkód w mieniu

i na osobie będących następstwem emisji, jak również czystych strat finansowych będących następstwem emisji polegających na utracie możliwości korzystania z rzeczy oraz kosztów wykonania zastępczego w związku ze zbieraniem i przetwarzaniem odpadów.

Elastyczność operacyjna – jedna umowa może objąć działalność wymagającą wielu różnych decyzji i pozwoleń środowiskowych. Docenia to np. zakłady zagospodarowania odpadów prowadzące jednocześnie składowiska oraz sortownie odpadów. **Modułowa konstrukcja** – przedsiębiorstwo ma możliwość kształtowania zakresu ubezpieczenia w zależności od potrzeb i rodzaju prowadzonej działalności, a każdy z filarów ma odrębną sumę ubezpieczenia, więc likwidacja szkody z jednego zakresu nie pomniejsza limitu w drugim.

Ochrona w UE – za opłatą dodatkowej składki ochronę ubezpieczeniową dla szkód w środowisku można również rozszerzyć na terytorium pozostałych państw Unii Europejskiej.

Wzajemność i odpowiedzialność za środowisko

SALTUS Towarzystwo Ubezpieczeń Wzajemnych angażuje się również w ochronę przyrody – jako Partner Główny projektu „PODWODNE ŁĄKI – Reintrodukcja trawy morskiej w Bałtyku” Fundacji MARE. SALTUS EKO wspiera przedsiębiorstwa zarówno w reagowaniu na szkody, jak i w budowaniu odpornego, zgodnego z regulacjami i wiarygodnego modelu działalności. saltus.pl

SALTUS
UBEZPIECZENIA

materiał partnera



Ochrona na bazie produktu SALTUS EKO obejmuje odpowiedzialność administracyjną za spowodowanie szkody w środowisku lub bezpośredniego zagrożenia taką szkodą, a także odpowiedzialność cywilną wobec osób trzecich za następstwa emisji.

485	MHC MOBILITY	752 981,00
486	GREENBRIER POLAND	750 217,00
487	TECHNISAT DIGITAL	748 495,00
488	BF AUDYT	747 817,00*
489	SECO/WARWICK	745 923,00
490	ARCHE	743 928,74
491	SZYNAKA – MEBLE	743 320,00
492	FUCHS OIL CORPORATION (PL)	741 909,00
493	POLSKA GRUPA AUDYTORSKA	724 073,00*
494	GRUPA TRANSPORTOWA	721 343,00
495	HELLMANN WORLDWIDE LOGISTICS POLSKA SP. K.	716 213,00
496	GRUPA MOKATE	700 000,00
497	BIURO AUDYTORSKIE PROWIZJA	659 665,00*
498	NO LIMIT	636 386,00
499	INTROL	602 288,00
500	LUBAWA	602 288,00
501	SPYROSOFT	601 255,00
502	WASKO	598 413,00
503	REX	594 568,00
504	VOXEL	583 789,00
505	ELEKTROTIM	579 715,00
506	AILLERON	579 657,00
507	ORZEŁ BIAŁY	574 795,00
508	MERCATOR MEDICAL	574 176,00
509	GPW	551 879,00
510	MARVIPOL	547 698,00
511	B-THINK AUDIT	545 138,00*
512	MILKILAND	535 557,00
513	ATLATNA POLAND	529 792,00
514	KGL	527 724,00
515	EUROTEL	520 225,00
516	SKAT TRANSPORT	515 758,00
517	DR. MIELE COSMED GROUP	507 443,00
518	GEIS PL	499 080,00
519	PIJ MAKRUM	492 498,00
520	CITY SERVICE	488 463,00
521	BEST	485 603,00
522	QUATRO	479 686,00
523	ORCO PROPERTY GROUP	478 078,00
524	ASSECO BUSINESS SOLUTIONS	476 774,00
525	WITTCHEN	476 742,00
526	ARLEN	474 275,00
527	VERCOM	471 152,00
528	VOTUM	462 421,00
529	FORVIS MAZARS W POLSCE	453 279,00*
530	HELIO	445 313,00
531	GRUPA INSTYTUT STUDIÓW PODATKOWYCH MODZELEWSKI I WSPÓLNICY	444 561,00*
532	DADELO	443 988,00
533	MAC AUDITOR	437 839,00*
534	CAT LC POLSKA	428 421,00
535	INPRO	421 062,00
536	MLP GROUP	420 527,00
537	DELOITTE DORADZTWO PODATKOWE DĄBROWSKI I WSPÓLNICY	419 470,00
538	ZAKŁADY MAGNEZYTOWE ROPCZYCE	394 435,00
539	PRIMEFIELDS	387 311,00*
540	CARGO-PARTNER SPEDYCJA	384 083,00
541	TEVA PHARMACEUTICALS POLSKA	383 456,00
542	PHOTON ENERGY	380 999,00
543	SELVITA	364 471,00
544	TSGAMES	361 903,00
545	KRYNICA VITAMIN	356 274,00
546	MONNARI	355 881,00
547	SYGNITY	350 256,00
548	INSTAL KRAKÓW	342 085,00
549	COLIAN LOGISTIC	338 929,00
550	KINO POLSKA	333 733,00
551	KPPD-SZCZECINEK	332 210,00
552	REGESTA	331 419,00

Ludzie nie odchodzą z firm, odchodzą od braku relacji

Wielu przedsiębiorców zastanawia się dziś, jak zatrzymać wartościowych pracowników. Podwyżki, benefity, karty sportowe, owocowe czwartki czy kolejne pakiety socjalne często okazują się niewystarczające. Tymczasem firmy, które przez lata utrzymują stabilne zespoły, mają zwykle coś znacznie cenniejszego niż rozbudowany system benefitów, są tam ludzie, którzy naprawdę chcą w danym miejscu pracować.



DAMIAN ABRAMOWICZ

mentor biznesowy i życiowy, trener sprzedaży, biznesmen

Budowanie miejsca pracy, w którym pracownicy zostają na 10, 15 czy nawet 20 lat, nie jest dziełem przypadku. To efekt świadomego przywództwa, konsekwentnego budowania relacji i tworzenia środowiska, w którym człowiek czuje się ważny. To właśnie te elementy od lat pozwalają tworzyć zespoły, które pozostają razem często przez dekady. Nie zatrzymasz już ludzi samą pensją.

Relacje są ważniejsze niż regulaminy

Niezależnie od branży i wielkości firmy fundamentem każdej organizacji są relacje międzyludzkie. Oczywiście w małych przedsiębiorstwach jest to łatwiejsze, bo właściciel ma bezpośredni kontakt z zespołem. Jednak nawet w dużych organizacjach pracownik chce czuć, że jego przełożony interesuje się nim nie tylko wtedy, gdy trzeba rozliczyć wyniki.

Pracownik buduje lojalność wobec firmy wtedy, gdy wie, że może liczyć na wsparcie w trudnej sytuacji. Gdy potrzebuje nagłego urlopu, ma problem rodzinny albo po prostu znalazł się w życiowym zakręcie, a przełożony wykazuje zrozumienie. Takie sytuacje zapamiętuje się na lata. Lojalność nie rodzi się podczas podpisywania umowy o pracę. Powstaje w codziennych relacjach i małych gestach, które pokazują, że człowiek jest ważniejszy niż procedura.

Co istotne, działa to w obie strony. Jeśli pracownik wie, że firma jest wobec niego fair, znacznie częściej sam będzie gotowy zaangażować się dodatkowo wtedy, gdy sytuacja tego wymaga.

Sprawiedliwe zasady eliminują frustrację

Jednym z największych zabójców zaangażowania jest niepewność. Pracownik nie powinien zastanawiać się, czego właściwie firma od niego oczekuje. Jasno określone obowiązki już od początku pracy, czytelne standardy i transparentne zasady wynagradzania sprawiają, że ludzie mogą skupić się na realizacji swoich zadań zamiast na analizowaniu firmowych układów i domysłów.

W dobrze zarządzanej firmie pracownik wie czego się od niego oczekuje, dostaje odpowiedni feedback dotyczący jego pracy i zna drogę rozwoju. To pomaga uniknąć frustracji, co jest szalenie ważne, bo sfrustrowany pracownik prędzej czy później zacznie rozglądać się za innym zatrudnieniem.

Wypłata nie jest informacją zwrotną

To jeden z najczęściej popełnianych błędów przez przedsiębiorców. Wielu właścicieli firm uważa, że skoro wynagrodzenie wpływa na konto terminowo, pracownik powinien wiedzieć, że wszystko jest w porządku. Tymczasem człowiek

potrzebuje czegoś więcej niż przelew. Potrzebuje usłyszeć, że jego praca ma znaczenie, że ktoś zauważył jego wysiłek, musi czuć się częścią organizacji, nie tylko trybikiem w maszynie.

Regularny feedback, docenienie dobrze wykonanej pracy czy zwykłe „dziękuję” potrafią mieć większy wpływ na motywację niż kolejny benefit wpisany do regulaminu.

Konflikty nie rozwiązują się same

W wielu organizacjach konflikty są zmiatane pod dywan. Problem polega na tym, że niewyjaśnione napięcia nie znikają, a niestety rosną.

Rolą lidera jest dbanie nie tylko o wyniki, ale również o relacje wewnątrz zespołu. Im szybciej konflikt zostanie zauważony i rozwiązany, tym mniejsze szkody wyrządzi całej organizacji. Zdrowa atmosfera nie pojawia się sama. Jest efektem codziennej pracy menedżerów i pracowników. Atmosferę tworzą wszyscy.

Warto więc podczas rekrutacji pytać kandydatów nie tylko o to, jakiej atmosfery oczekują, ale również co sami chcą do niej wnieść. Z mojego doświadczenia wynika, że takie pytanie ich zaskakuje, a nie powinno, bo w dobrze zarządzanej firmie, atmosfera jest kluczowa.

Firma bez wizji nie zatrzyma ambitnych ludzi

Pracownicy chcą wiedzieć, dokąd zmierza organizacja. Jeżeli firma od lat stoi w miejscu, nie inwestuje, nie rozwija produktów i nie pokazuje kierunku rozwoju, ludzie zaczynają zastanawiać się, czy ich przyszłość również nie utknęła w martwym punkcie. Dlatego liderzy powinni regularnie komunikować zespołowi cele, inwestycje, możliwości, wyzwania.

Pracownik chce być częścią czegoś większego niż kolejny miesiąc pracy zakończony wypłatą. Ludzie po prostu zostają tam, gdzie widzą przyszłość, ale też, gdzie są traktowani z szacunkiem i czują się docenieni. Jeżeli przedsiębiorca potrafi stworzyć takie środowisko, nie będzie musiał nieustannie walczyć o pracowników. To pracownicy będą chcieli budować przyszłość razem z jego firmą przez wiele kolejnych lat.



Rolą lidera jest dbanie nie tylko o wyniki, ale również o relacje wewnątrz zespołu.

RiskRadar: jak w kilka sekund sprawdzić, czy kontrahent zapłaci

RiskRadar – system stworzony przez Kaczmarzki Group, w jednym miejscu pozwala sprawdzać nowych partnerów biznesowych, monitorować zmiany w ich sytuacji finansowej i analizować cały portfel klientów.

DOMINIK ŻAKOWSKI

Zarządzanie ryzykiem należności w firmie B2B to dziś praca pod stałą presją. Sprzedaż oczekuje szybkich decyzji i wysokich limitów kupieckich, zarząd chce mieć pełną kontrolę nad bezpieczeństwem zawieranych umów, księgowość zgłasza opóźnienia w płatnościach, a windykacja domaga się ponownej weryfikacji klientów, którzy przestali regulować zobowiązania. Im więcej kontrahentów obsługuje przedsiębiorstwo, tym większa presja czasu i tym trudniej połączyć w spójny obraz dane rozproszone po wielu niezależnych źródłach. Odpowiedzią jest RiskRadar – system stworzony

przez Kaczmarzki Group, który w jednym miejscu pozwala sprawdzać nowych partnerów biznesowych, monitorować zmiany w ich sytuacji finansowej i analizować cały portfel klientów.

Serce systemu

Sercem systemu jest Analiza Wiarygodności Płatniczej – autorski scoring wykorzystujący uczenie maszynowe i ponad 1500 zmiennych. Algorytm prognozuje ryzyko wystąpienia problemów płatniczych kontrahenta w horyzoncie najbliższych sześciu miesięcy, a wynik przedstawia w czytelnej skali od A do H. Na tej podstawie RiskRadar wyznacza również rekomendowany Limit Kupiecki, czyli kwotę, do jakiej bezpiecznie można

sprzedawać danemu podmiotowi z odroczonym terminem płatności. Zamiast przeglądać dziesiątki niespójnych raportów, użytkownik dostaje jedną, jednoznaczną rekomendację.

Gdy potrzebna jest pogłębiona analiza, RiskRadar udostępnia Raport+ – dokument łączący dane KYC (właściciele, zarząd, powiązania), zadłużenie z Krajowego Rejestru Długów BIG SA i rejestrów sądowych, dane AML (PEP, beneficjent rzeczywisty, listy sankcyjne) oraz pełne



Sercem systemu jest Analiza Wiarygodności Płatniczej – autorski scoring wykorzystujący uczenie maszynowe i ponad 1500 zmiennych.

sprawozdania finansowe wraz ze wskaźnikami i wykrywaniem anomalii. To kompletny obraz kontrahenta zebrany z rozproszonych źródeł w jeden, spójny dokument.

Klienci pod kontrolą

Weryfikacja nowego partnera to jednak dopiero połowa pracy. Równie ważna – a często ważniejsza – jest kontrola już współpracujących klientów, bo to właśnie tam działają udzielone kredyty kupieckie i realna ekspozycja na ryzyko. RiskRadar automatycznie monitoruje cały portfel kontrahentów, nawet 5000 firm jednocześnie, aktualizując dane 24 godziny na dobę. Użytkownik sam decyduje, które zdarzenia są dla niego istotne – zmiana scoringu, zmiana limitu kupieckiego czy nowe zadłużenie w KRD BIG SA – i otrzymuje przejrzyste powiadomienia e-mailem pokazujące dokładnie, co i u którego klienta się zmieniło.

Istotną przewagą RiskRadar jest sposób wdrożenia – a właściwie

jego brak. System działa w całości w przeglądarce, bez instalacji oprogramowania i bez angażowania działu IT. Wystarczy dostęp do Internetu, by od razu zacząć pracę. Firmy mogą skorzystać z 7-dniowego bezpłatnego okresu próbnego z pełnym dostępem do platformy i monitoringiem nawet 5000 firm.

Model cenowy jest transparentny i skalowalny: stały monitoring kontrahenta kosztuje od 1 do 5 zł miesięcznie, pojedynczy Raport+ od 5 do 15 zł, a cały system działa w abonamencie od 500 zł miesięcznie, z indywidualną wyceną w ciągu 24 godzin. Z rozwiązania korzystają już firmy z wielu branż – transportu, budownictwa, automotive, FMCG, farmacji, energetyki i handlu hurtowego – łącząc precyzyjną ocenę ryzyka z realną oszczędnością czasu zespołów finansowych i sprzedażowych. RiskRadar zamienia rozproszone dane o kontrahentach w konkretne, uzasadnione decyzje biznesowe.

Duża firma potrzebuje kompleksowej windykacji

W dużych firmach zarządzanie należnościami wymaga stałej kontroli, szybkiej reakcji na opóźnienia i dobrze zaplanowanych działań. Przy wielkiej liczbie faktur i kontrahentów samo przypominanie o zaległościach często nie wystarcza. Ważny jest monitoring należności, sprawna windykacja polubowna, a gdy rozmowy nie przynoszą efektu – możliwość skierowania sprawy do sądu i komornika.



JAKUB KOSTECKI

wiceprezes zarządu firmy windykacyjnej Kaczmarzki Inkasso

Zaległości firm wpisanych do Krajowego Rejestru Długów wynoszą obecnie 11,7 mld zł. W przypadku korporacji wartość jednej niezapłaconej przez kontrahenta faktury bywa bardzo wysoka, więc przy dużej skali sprzedaży braki na koncie szybko zaczynają wpływać na budżety, plany i płynność finansową.

Faktury wielkiej wagi

Stały monitoring należności prowadzony przez zewnętrzną firmę windykacyjną pozwala szybciej wyłapać opóźnienia i przypomnieć kontrahentowi o płatności, zanim sprawa stanie się poważnym problemem.

Pomaga też utrzymać kontakt z dłużnikiem, a dzięki regularnym raportom daje pełny obraz tego, co dzieje się z przeterminowanymi fakturami.

W korporacjach problemem nie jest zwykle brak wiedzy, że należności trzeba kontrolować. Wyzwaniem jest skala. Przy setkach lub tysiącach faktur miesięcznie liczą się systematyczność, dobra dokumentacja i szybkie przechodzenie do kolejnych działań zmierzających do wyegzekwowania zapłaty. Profesjonalna obsługa należności, powierzona wyspecjalizowanej firmie, pozwala odzyskać pieniądze bez angażowania własnych zespołów i niepotrzebnego zaostrzania relacji z kontrahentem.

Monitoring, windykacja, sąd – zestaw dla dużej firmy

Po pierwszym etapie, jakim jest monitoring należności pozwalający na bieżąco śledzić status płatności i szybciej reagować na zmianę sytuacji finansowej dłużnika, czas na drugi krok. To windykacja polubowna. Polega na kontakcie negocja-

tora z dłużnikiem, ustaleniu przyczyn opóźnienia i doprowadzeniu do dobrowolnej spłaty. Dla dużych firm liczy się formalny ton rozmów i spójna komunikacja, co zapewniają właśnie profesjonalni negocjatorzy. Dzięki temu firmy mogą dochodzić zapłaty, a jednocześnie nie zamykać sobie drogi do dalszej współpracy tam, gdzie jest ona nadal możliwa.

Nie każdy kontrahent chce jednak prowadzić dialog. Część z nich kwestionuje fak-



Profesjonalna obsługa należności, powierzona wyspecjalizowanej firmie, pozwala odzyskać pieniądze bez angażowania własnych zespołów i niepotrzebnego zaostrzania relacji z kontrahentem.

tury, odwleka płatność, albo nie reaguje na wezwania. W przypadku dużych firm najczęstszym problemem są spory z klientami dotyczące zapisów w umowach, zakresu zamówienia, odbioru usługi, terminu realizacji lub naliczonych kar. Wtedy sprawa może trafić do sądu. Kaczmarzki Inkasso współpracuje z Kancelarią Prawną VIA LEX, która analizuje dokumenty, przygotowuje pozew, reprezentuje klienta przed sądem, a po uzyskaniu tytułu wykonawczego kieruje sprawę do komornika i nadzoruje egzekucję.

Dlatego zawsze bardzo ważna jest jakość dokumentów i szybka ocena, czy spór ma faktyczne podstawy, czy służy jedynie przeciąganiu płatności. Obsługa prawna należności wymaga nie tylko znajomości procedur, ale też rozumienia praktyki biznesowej. Dobrze przygotowanie sprawy przed wniesieniem jej do sądu zwiększa bowiem szansę na szybkie uzyskanie nakazu zapłaty, a później na skuteczną egzekucję.

553	KPMG TAX M. MICHNA	330 420,00
554	TEXT	329 073,00
555	BUMECH	328 845,00
556	ESOTIQ & HENDERSON	323 563,00
557	ATM GRUPA	322 861,00
558	ATENDE	321 426,00
559	MO-BRUK	319 898,00
560	ATREM	311 929,00
561	BIO PLANET	311 005,00
562	EUROGATE LOGISTICS	309 861,00
563	LENTEX	308 009,00
564	TVM TRANSPORT & LOGISTICS	303 024,00
565	PLAYWAY	298 211,00
566	IZOBLOK	298 011,00
567	IPOPEMA SECURITIES	296 866,00
568	MAKARONY POLSKIE	293 678,00
569	MOJ	293 317,00
570	COLUMBUS	293 278,00
571	CAVATINA HOLDING	289 998,00
572	ABB	284 399,00
573	TRANSPOL	283 252,00
574	TPG / TRANS POLONIA GROUP	283 252,00
575	BIOTON	282 521,00
576	OT LOGISTICS	272 894,00
577	ZAKŁADY PRZEMYSŁU CUKIERNICZEGO OTMUCHÓW	272 036,00
578	CDRL	270 283,00
579	MWS	266 801,00
580	MEXEM	263 982,00
581	MARATHON INTERNATIONAL	259 525,00
582	CFI HOLDING	259 136,00
583	MDI ENERGIA	256 127,00
584	HARPER	254 347,00
585	TIRSPED	253 166,00
586	LINKTIS	250 386,00
587	SILVANO	248 133,00
588	P.A. NOVA	246 452,00
589	ULMA	245 630,00
590	CELON PHARMA	244 335,00
591	TRANSSPED	244 080,00
592	PRZEDSIĘBIORSTWO PRZEMYSŁU SPOŻYWCZEGO PEPEES	243 730,00
593	ASM GROUP	243 526,00
594	SEKO	243 374,00
595	ODLEWNIE POLSKIE	236 545,00
596	PREMIUM AUDYT	236 213,00*
597	SKARBIEC	229 400,00
598	TU ZDROWIE	226 504,00
599	GRUPA RÖDL	226 252,00*
600	GRUPA NDI	224 727,00
601	SUNEX	218 339,00
602	SHOPER	217 974,00
603	GRUPA DELTA TRANS	213 881,00
604	SONEL	209 451,00
605	NATIONALE-NEDERLANDEN TU	208 491,00
606	AC	205 568,00
607	BOOMBIT	205 096,00
608	QUERCUS TFI	204 767,00
609	PCF GROUP	199 598,00
610	KUKE	196 606,00
611	BFI	194 939,00
612	MW FOOD	191 990,00
613	INTERSPORT POLSKA	190 129,00
614	POLINVEST-AUDIT	183 438,00*
615	FSG AUDYTORIUM BIEGLI REWIDENCI	182 732,00*
616	NOVITA	182 662,00
617	MERCOR	181 159,00

PRZYSZŁOŚĆ NALEŻY DO TYCH, KTÓRZY UPRASZCZAJĄ, A NIE KOMPLIKUJĄ

Jeszcze kilka lat temu cyfrowa transformacja w sektorze wealth management oznaczała przede wszystkim przenoszenie kolejnych usług do kanałów online. Banki inwestowały w nowe aplikacje, rozbudowywały bankowość mobilną i cyfryzowały procesy, które wcześniej wymagały wizyty w oddziale. Dziś trudno uznać to za przewagę konkurencyjną. Stało się to rynkowym standardem.

IRENEUSZ KUBIES
dyrektor ds. rozwoju rynku w Polsce w Direct Fondee

Prawdziwa zmiana zachodzi gdzie indziej. Nie polega na tym, że klient może zrobić więcej. Polega na tym, że coraz rzadziej musi zastanawiać się, jak coś zrobić. Dobra technologia staje się niemal niewidoczna – nie przyciąga uwagi liczbą funkcji, lecz sprawia, że korzystanie z usług finansowych jest intuicyjne, szybkie i pozbawione niepotrzebnych barier.

Klienci nie oczekują większego wyboru. Oczekują prostoty
Przez lata instytucje finansowe koncentrowały się na rozbudowie oferty. Powstawały nowe produkty, kolejne narzędzia analityczne i coraz bardziej zaawansowane rozwiązania inwestycyjne. Paradoksalnie jednak bogatsza oferta nie zawsze przekładała się na większą satysfakcję klientów. Często prowadziła do odwrotnego efektu – nadmiar możliwości utrudniał podjęcie decyzji. To zjawisko od lat opisują ekonomiści behawioralni. Barry Schwartz, autor książki The Paradox of Choice, zwrócił uwagę, że zbyt duża liczba opcji nie zwiększa poczucia wolności, lecz prowadzi do zmęczenia decyzyjnego. W finansach obserwujemy ten mechanizm wyjątkowo wyraźnie. Im bardziej skomplikowany

proces, tym większe prawdopodobieństwo, że klient odłoży decyzję inwestycyjną na później. A później często oznacza „nigdy” ... Dlatego współczesna cyfrowa transformacja wealth management nie powinna polegać na dokładaniu kolejnych funkcji. Jej celem powinno być eliminowanie niepotrzebnej złożoności.

Nowym punktem odniesienia nie są już inne banki
Potwierdzają to również wyniki badań. Raport Capgemini World Wealth Report pokazuje, że zamożni klienci oczekują dziś znacznie większej personalizacji usług, uwzględniającej nie tylko ich sytuację finansową, ale również sposób komunikacji, poziom zaangażowania czy etap życia. Jednocześnie wielu respondentów wskazuje, że doświadczenia oferowane przez instytucje finansowe nadal odbiegają od standardów znanych z innych branż. Klienci coraz rzadziej porównują swój bank wyłącznie z innymi instytucjami finansowymi. Znacznie częściej zestawiają doświadczenie korzystania z usług inwestycyjnych z najlepszymi rozwiązaniami cyfrowymi, z którymi mają kontakt każdego dnia. Jeżeli zamówienie przejazdu, zakupy internetowe czy podpisanie umowy z operatorem zajmują dziś kilkadziesiąt sekund, trudno oczekiwać, że klient zaakceptuje wieloetapowy i nieintuicyjny proces inwestycyjny.



**Technologia ma upraszczać,
a nie zachwycać**

W tym kontekście wiele mówi się o sztucznej inteligencji. Jest ona niewątpliwie jednym z najważniejszych kierunków rozwoju sektora finansowego, jednak warto zachować właściwe proporcje. AI sama w sobie nie rozwiązuje problemów klientów. Jej wartość ujawnia się dopiero wtedy, gdy pozwala ograniczyć liczbę czynności, skrócić proces podejmowania decyzji, lepiej dopasować komunikację lub szybciej dostarczyć trafną rekomendację.

O przewadze konkurencyjnej coraz rzadziej decyduje liczba funkcji dostępnych w aplikacji. Znacznie większe znaczenie ma to, czy klient jest w stanie zrealizować swój cel bez zbędnych pytań, formalności i frustracji.

**Cyfryzacja nie oznacza końca
relacji z klientem**

Pojawienie się nowych technologii często rodzi pytanie o przyszłość doradztwa. Czy wraz z rozwojem sztucznej inteligencji i automatyzacji rola doradców będzie stopniowo malała? Moim zdaniem stanie się dokładnie odwrotnie. To nie relacja z klientem traci dziś na znaczeniu. Zmienia się jedynie jej charakter.

Technologia coraz lepiej radzi sobie z zadaniami, które można zautomatyzować: analizą danych, przygotowaniem rekomendacji czy obsługą powtarzalnych procesów. Trudno jednak wyobrazić sobie, aby zastąpiła zaufanie, zrozumienie kontekstu życiowego klienta czy umiejętność prowadzenia rozmowy o długoterminowych celach finansowych.

Rolą doradcy coraz rzadziej jest wykonywanie czynności operacyjnych. Coraz częściej staje się on przewodnikiem, który pomaga klientowi podejmować świadome decyzje w świecie pełnym informacji i zmienności. Paradoksalnie więc im bardziej rozwija się technologia, tym większe-

go znaczenia nabierają kompetencje, których nie da się zautomatyzować.

Z podobnych wniosków płyną analizy McKinsey & Company. Eksperti zwracają uwagę, że przyszłość wealth management będzie należała do instytucji, które potrafią połączyć możliwości sztucznej inteligencji z wiedzą doradców oraz indywidualnym podejściem do klienta. Technologia ma zwiększać jakość obsługi, a nie zastępować relacji.

Mniej decyzji to większa wartość

Przez lata sektor finansowy koncentrował się na dodawaniu nowych funkcji. Tymczasem z perspektywy klienta większą wartością okazuje się ich ograniczenie. Każdy dodatkowy formularz, kolejny etap weryfikacji czy konieczność samodzielnego porównywania wielu produktów wydłuża drogę do podjęcia decyzji. To nie tylko kwestia wygody. Badania z zakresu ekonomii behawioralnej pokazują, że wraz ze wzrostem liczby decyzji rośnie zmęczenie poznawcze, a tym samym maleje skłonność do działania.

Dlatego nowoczesne rozwiązania cyfrowe nie powinny skupiać się na oferowaniu coraz większej liczby możliwości. Ich zadaniem jest usuwanie niepotrzebnych barier. Klient powinien poświęcać swoją energię na określenie celów inwestycyjnych, a nie na zrozumienie złożoności procesu. To właśnie w tym kierunku zmierza dziś świat usług finansowych. Cyfryzacja przestaje oznaczać przenoszenie kolejnych procesów do internetu. Coraz częściej oznacza ich całkowite przeprojektowanie z perspektywy użytkownika.

**Przewagę zyskają ci, którzy
uproszczą inwestowanie**

W najbliższych latach konkurencja w wealth management będzie coraz rzadziej opierała się na liczbie oferowanych produktów czy najbardziej efektywnych rozwiązaniach technologicznych. O przewadze zdecyduje umiejętność projektowania usług, które są intuicyjne, spójne i niemal niewidoczne dla użytkownika. Największym osiągnięciem cyfrowej transformacji nie będzie stworzenie kolejnych narzędzi. Będzie nim moment, w którym klient przestanie myśleć o technologii, bo ta po prostu będzie działać.

Dlatego uważam, że przyszłość wealth management będzie należała do instytucji, które potrafią projektować usługi, zaczynając od potrzeb klienta, a nie od możliwości technologii. Upraszczać zamiast komplikować. Ograniczać liczbę decyzji zamiast dodawać kolejne. Bo prawdziwa innowacja nie polega na oferowaniu większej liczby funkcji. Polega na eliminowaniu wszystkiego, co dla klienta zbędne. I właśnie na tym, moim zdaniem, polega istota cyfrowej transformacji wealth management.

1. <https://www.capgemini.com/insights/research-library/world-wealth-report/>



Bank Pekao

BIZNES BEZ GRANIC



Sprawdź szczegóły na:
www.pekao.com.pl/korporacje

618	REMAK-ENERGOMONTAŻ	177 017,00
619	PKO ŻYCIE TU	176 914,00
620	MOSTALPLC	169 427,00
621	UNIQ LOGISTIC	169 296,00
622	IGLOTEX	167 886,00
623	BEIDFK FIN-EKSPERT	165 294,00*
624	REWIDO AUDIT	163 913,00*
625	ONNINEN	162 464,00
626	SALTUS TUW	158 374,00
627	CENTRUM ROZLICZEŃ ELEKTRONICZNYCH POLSKIE E-PŁATNOŚCI	157 880,00
628	SIGNAL IDUNA POLSKA TU	154 524,00
629	CREOTECH INSTRUMENTS	152 347,00
630	JWW INVEST	149 649,00
631	SANTANDER ALLIANZ TU	149 581,00
632	AUDYTOR PLUS	149 326,00*
633	BLOOBER TEAM	149 314,00
634	BETACOM	146 738,00
635	APLISENS	146 561,00
636	HUSQVARNA POLAND	144 994,00
637	LENA LIGHTING	141 752,00
638	11BIT	141 034,00
639	POLFROST INTERNATIONALE SPEDITION	139 925,00
640	VINDEXUS	137 867,00
641	GETIN HOLDING	137 867,00
642	GIEŁDA PRAW MAJĄTKOWYCH VINDEXUS	137 867,00
643	PROCHEM	133 351,00
644	PTWP	132 482,00
645	TRIO AUDYT	131 986,00*
646	TALEX	130 907,00
647	SALTUS TU ŻYCIE	130 767,00
648	SM SPOMLEK	129 992,00
649	POLWAX	129 857,00
650	KAJIMA POLAND	128 286,00
651	MEX POLSKA	127 365,00
652	RAY TRANS	125 697,00
653	FEERUM	125 400,00
654	POLAUDIT	124 909,00*
655	ED INVEST	124 246,00
656	LTP-LOGISTYKA	124 004,00
657	PASSUS	123 330,00
658	ML SYSTEM	122 848,00
659	CAPITEA	119 247,00
660	FRIGO-EXPRESS LOGISTIC	118 922,00
661	DTA / GRUPA DTA	117 867,00
662	CREDIT AGRICOLE TU	117 078,00
663	HYDROTOR	114 886,00
664	BIOGENED	113 110,00
665	DIGITAL NETWORK	112 919,00
666	GRUPA VGD 4)	112 897,00*
667	CRIDO TAXAND	112 450,00
668	SANTE	111 656,00
669	WISE ENERGY	111 307,00
670	RELPOL	107 774,00
671	RAWLPLUG	106 900,00
672	LOKUM DEWELOPER	106 376,00
673	HERKULES	103 676,00
674	ADATEX	102 850,00
675	MAXCOM	102 339,00
676	JERONIMO MARTINS POLSKA	101 987,00
677	KOMPAP	101 530,00
678	CANVAS LOGISTICS	101 408,00
679	PATENTUS	101 272,00
680	TL TRANS LOGISTYKA	100 845,00
681	OPTTEAM	100 223,00
682	KDM SHIPPING PUBLIC LIMITED	99 349,00
683	EQUINICO	98 469,00

684	TUW- CUPRUM	98 173,00
685	GRUPA AGROCENTRUM	97 355,00
686	TRITON	97 173,00
687	YARRL	96 832,00
688	ARTIFEX MUNDI	95 983,00
689	PEKAO FAKTORING	95 720,00
690	APS ENERGIA	93 558,00
691	BNP PARIBAS FAKTORING	93 532,00
692	VIGO PHOTONICS	93 012,00
693	TOLL GROUP POLAND	87 880,00
694	KELVION	87 741,00
695	ECBSA	87 169,00
696	ASCLEPIOS	86 978,00
697	WARIMPEX	86 347,00
698	LSI SOFTWARE	85 312,00
699	KSG AGRO	83 453,00
700	LIBET	83 296,00
701	BAP AUDYT	82 095,00*
702	POCZTOWE TUNŻ	79 654,00
703	PROTEKTOR	79 528,00
704	CERTES	78 095,00
705	HANDLOPEX	77 104,00
706	ING COMMERCIAL FINANCE	75 420,00
707	ZAKŁADY SPRZĘTU PRECYZYJNEGO NIEWIADÓW	75 367,00
708	REINO CAPITAL	75 009,00
709	VF POLSKA DISTRIBUTION	74 877,00
710	ERG	74 463,00
711	CI GAMES	73 782,00
712	COMPERIA	72 177,00
713	RAFAMET	71 992,00
714	TESGAS	71 820,00
715	TOTALIZATOR SPORTOWY	69 019,00
716	MOJ	67 720,00
717	WIKANA	67 350,00
718	FABRITY	67 071,00
719	IMS	66 608,00
720	DIGITREE GROUP	66 505,00
721	RANK PROGRESS	66 212,00
722	ENERGOAPARATURA	65 089,00
723	YANOSIK	63 391,00
724	IFIRMA	63 390,00
725	PKF POLSKA	63 100,00
726	RYVU	62 254,00
727	BIOMAXIMA	61 187,00
728	COMPREMUM	60 518,00
729	MDDP MICHALIK DŁUSKA DZIEDZIC I PARTNERZY	60 430,00
730	EXPRESS LOGISTIC	59 192,00
731	XPLUS	58 351,00
732	QUANTUM SOFTWARE	56 807,00
733	SIGNAL IDUNA ŻYCIE POLSKA TU	55 798,00
734	BGGM AUDYT	55 176,00*
735	MIRACULUM	53 678,00
736	ALTUS	53 476,00
737	STĄPORKÓW	52 608,00
738	PKO FAKTORING	51 632,00
739	GENERAL AUDYT	51 043,00*
740	CLOUD TECHNOLOGIES	50 690,00
741	AFORTI HOLDING	50 538,00
742	KONSORCJUM SZKOLENIOWO DORADCZE GAMMA	50 257,00
743	SANTANDER FACTORING	49 614,00
744	CASPAR ASSET MANAGEMENT	49 178,00
745	TPA	48 390,00
746	SFINKS	46 682,00
747	ENERGOINSTAL	45 508,00
748	RÖDL KANCELARIA PRAWNA	45 290,00
749	SCANDICA LOGISTICS	45 047,00
750	TENDERHUT	44 899,00

751	ULTGAMES	44 398,00
752	MFAKTORING	42 579,00
753	MUZA	42 423,00
754	PLICHTA	42 240,00
755	SNTVERSE	42 009,00
756	ALDI	41 094,00
757	KORPORACJA GOSPODARCZA „EFEKT”	40 117,00
758	ZREMB	40 025,00
759	MEGARON	39 952,00
760	BTC STUDIOS	38 000,00
761	DATAWALK	37 783,00
762	GRUPA KPW	37 624,00*
763	OPEN LIFE TU ŻYCIE	37 499,00
764	CZERWONA TOREBKA	36 045,00
765	BILANS-SERVIS	35 979,00*
766	7FIT	35 348,00
767	CROWE POLAND	33 798,00*
768	ESKY	33 583,00
769	B-ACT	32 968,00
770	GRANT THORNTON	32 250,00
771	PMPG POLSKIE MEDIA	32 179,00
772	GWW LADZIŃSKI CMOCH I WSPÓLNICY	32 160,00
773	A&S CARGO	31 751,00
774	GARDA TSL	31 302,00
775	MEDICALGORITHMICS	30 985,00
776	PRO-LOGIS	30 868,00
777	DB ENERGY	30 059,00
778	CREEPY JAR	29 832,00
779	BANK MILLENNIUM/FAKTORING	28 903,00
780	BRIDGE SOLUTIONS HUB	28 848,00
781	MSR AUDYT	27 718,00*
782	PRZEDSIĘBIORSTWO IZOLACJI PRZEMYSŁOWYCH IZOLACJA –JAROCIN	27 113,00
783	MCI CAPITAL ALTERNATYWNA SPÓŁKA INWESTYCYJNA	26 377,00
784	COFACE POLAND FACTORING	25 244,00
785	SANWIL	25 117,00
786	KRAKCHEM	25 088,00
787	TU INTER-ŻYCIE POLSKA	24 806,00
788	BEEIN	23 884,00
789	AGROMEP	23 811,00
790	DG-NET	22 608,00
791	CENTRUM FINANSOWE	22 079,00
792	BBI DEVELOPMENT	21 899,00
793	GRUPA ODITK	21 883,00
794	SCANWAY	21 616,00
795	DORADZTWO PODATKOWE WTS&SAJA	21 350,00
796	ALTO TAX	21 150,00
797	O6MAGNA	20 936,00
798	TUW REJENT-LIFE	20 511,00
799	BIZTECH KONSULTING	20 420,00
800	THEDY & PARTNERS	20 360,00
801	INTERBUD-LUBLIN	20 020,00
802	BDO	19 790,00
803	LEXUS AUDIT	19 433,00
804	DB AUDYT	19 387,00*
805	TERMOREX	19 301,00*
806	UNFOLD	19 012,00
807	TOMCZYKOWSKI TOMCZYKOWSKA	18 950,00
808	WOODPCKR	18 771,00
809	BAKER TILLY TPA	18 528,00*
810	BLACK POINT	18 497,00
811	WISE FINANCE	18 433,00
812	PACZUSKI TAUDUL DORADCY PODATKOWI	17 720,00
813	DEKTRA	17 536,00
814	ADN AKADEMIA	17 390,00

POLSKA JAKO LOGISTYCZNA BRAMA EUROPY:

jak inteligentna logistyka łączy Europę Zachodnią, Środkową i Wschodnią

W ostatnich latach Polska przestała być wyłącznie krajem tranzytowym. Dziś jest jednym z kluczowych ogniw europejskich łańcuchów dostaw, pełniąc rolę naturalnego pomostu między Europą Zachodnią, Centralną i Wschodnią.



JOANNA KOCIK

Business Development Manager,
DHL Supply Chain Poland

narodowych operacji logistycznych realizowanych z Polski.

Nowoczesna logistyka fundamentem konkurencyjności przedsiębiorstw

Z perspektywy biznesowej Polska stała się czymś więcej niż „dogodną lokalizacją”. Stanowi bowiem platformę umożliwiającą efektywne zarządzanie przepływem towarów pomiędzy wieloma rynkami jednocześnie. Firmy coraz częściej oczekują od operatorów logistycznych nie tylko transportu, ale także kompleksowego zarządzania łańcuchem dostaw, widoczności w czasie rzeczywistym oraz zdolności do szybkiego reagowania na zmieniające się potrzeby konsumentów. Właśnie dlatego nowoczesna logistyka staje

się fundamentem konkurencyjności przedsiębiorstw.

Kluczową rolę odgrywa tutaj cross-border logistics. W dobie globalnego handlu i rosnących oczekiwań klientów granice państw nie mogą stanowić bariery dla sprawnego przepływu produktów. Międzynarodowa dystrybucja wymaga dziś doskonałej synchronizacji procesów magazynowych, transportowych, celnych i informacyjnych. Szczególnie widoczne jest to w sektorach takich jak retail, fashion, beauty czy e-commerce, gdzie terminowość dostaw i dostępność produktu mają bezpośredni wpływ na doświadczenie klienta oraz wyniki sprzedażowe.

Efektywnie obsługiwać rynki

Rozwinięta infrastruktura magazynowa w Polsce oraz dostęp do głównych korytarzy transportowych pozwalają efektywnie obsługiwać rynki Niemiec, krajów Beneluksu czy Europy Centralnej. Dodatkowo rosnące znaczenie transportu intermodalnego wspiera budowę

bardziej odpornych i elastycznych łańcuchów dostaw.

Jednocześnie logistyka znajduje się dziś pod ogromną presją transformacji ekologicznej. Klienci coraz częściej oczekują nie tylko efektywności kosztowej, ale również redukcji śladu węglowego i transparentnego raportowania wyników ESG. Zielona logistyka przestaje być przewagą konkurencyjną, ona staje się standardem rynkowym.

Oznacza to większe wykorzystanie transportu intermodalnego, inwestycje w elektryfikację flot, automatyzację procesów magazynowych, energooszczędne budynki oraz cyfrowe narzędzia umożliwiające monitorowanie emisji CO₂. W DHL Supply Chain obserwujemy rosnące zainteresowanie klientów rozwiązaniami pozwalającymi łączyć efektywność operacyjną z realizacją celów środowiskowych. Strategie redukcji emisji są dziś integralnym elementem projektowania nowoczesnych sieci logistycznych. DHL realizuje również ambitny cel osiągnięcia neutralności

klimatycznej i rozwija szereg inicjatyw wspierających niskoemisyjną logistykę.

W obliczu wyzwań

Przyszłość branży nie będzie jednak pozbawiona wyzwań. Rosnące koszty pracy i energii, zmieniające się regulacje, niedobór pracowników oraz coraz większa presja na szybkość i jakość usług wymagają od operatorów logistycznych ciągłych inwestycji w technologię i innowacje. Dodatkowym wyzwaniem pozostaje odporność łańcuchów dostaw na zmiany geopolityczne oraz nieprzewidziane zakłócenia.

W tym otoczeniu zwycięzcami będą organizacje potrafiące połączyć skalę działania, lokalną ekspertyzę, cyfryzację oraz zrównoważony rozwój. Polska ma wszelkie predyspozycje, aby pozostać jednym z najważniejszych logistycznych centrów Europy, miejscem, w którym spotykają się towary, technologie i strategie biznesowe łączące Zachód, Wschód i Europę Centralną.

REKLAMA



**POLSKIE
SKLEPY**

760

punktów
w całej
Polsce

550

wiodących
dostawców

490 000

produktów dla
budownictwa
i remontów

✓ 28 LAT DOŚWIADCZENIA

we wspieraniu rozwoju przedsiębiorczości
i inwestycji budowlanych

✓ 90% POWIATÓW W POLSCE

ogólnopolski zasięg działania

✓ 80% ROZPOZNAWALNOŚCI MARKI

silna marka wspierająca rozwój lokalnego biznesu

Grupa PSB.

Partner dla inwestycji i rozwoju biznesu.

Grupa PSB od ponad 28 lat buduje silną pozycję na rynku materiałów budowlanych, integrując potencjał producentów oraz niezależnych firm handlowych.

Szeroka sieć sprzedaży: dzięki placówkom **PSB Centrum Budowlane**, **PSB Mrówka** i **PSB Profi** zapewnia kompleksową ofertę dla klientów indywidualnych, wykonawców i firm.

Sprawdzony biznes: oferuje partnerom stabilny model współpracy i rozwoju, który pomaga skutecznie konkurować na lokalnych rynkach.

**Największa sieć
dystrybucji materiałów
budowlanych w Polsce.**

profesjonalnie szybko blisko **WSZYSTKO**



ODWIEDŹ NAJBLIŻSZY
PUNKT PSB

www.grupapsb.com.pl
www.mrowka.com.pl

815	RENDER CUBE	16 976,00
816	E-XIM IT	16 849,00
817	KCI	16 419,00
818	DRAGO ENTERTAINMENT	16 407,00
819	CITI HANDLOWY/FAKTORING	16 314,00
820	INTERLINK LTD.	16 296,00
821	BIURO DORADZTWA I USŁUG HERA SOSNOWIEC	16 187,00*
822	GAMES OPERATORS	16 131,00
823	FIRMA AUDYTORSKO-KONSULTINGOWA	16 127,00*
824	CENTRUM SZKOLENIOWO KONFERENCYJNE COMARCH	16 103,00
825	SILVAIR-REGS	15 944,00
826	GAMING FACTORY	15 925,00
827	DENTONS	15 850,00
828	MABION	15 757,00
829	GRUPA HLB POLAND	15 757,00
830	XTPL	15 608,00
831	VIVID	15 154,00
832	NEXIA ADVICERO	15 090,00
833	RUSSELL BEDFORD POLAND	15 050,00
834	JRC GROUP	15 047,00
835	NOWE MOTYWACJE	14 527,00
836	PTE-PROFIT	14 223,00
837	AMPLI	14 193,00
838	NWAI DOM MAKLERSKI	13 761,00
839	SUBTENOX TAX KOMORNICZAK I WSPÓLNICY	13 600,00*
840	COAL ENERGY	13 594,00
841	EUROPEJSKIE CENTRUM ODSZKODOWAŃ	13 319,00
842	RSM POLAND AUDYT	13 301,00*
843	PRIMA MODA	13 174,00
844	EKO EXPORT	13 140,00
845	4MOBILITY	12 674,00
846	BIG CHEESE STUDIO	12 646,00
847	ADAC	12 318,00*
848	INTEGRA CONSULTING POLAND	12 200,00
849	E-KIOSK	12 177,00
850	ONESANO	11 931,00
851	ANALIZY ONLINE	11 842,00
852	STARHEDGE	11 809,00
853	IBC POLSKA F&P	10 924,00
854	GRUPA POL-TAX	10 922,00*
855	ELKOP	10 714,00
856	ABAK	10 289,00
857	PARTNER TUIR	10 234,00
858	MOVIE GAMES	10 193,00
859	A. M. JESIOŁOWSCY – FINANSE	9 913,00*
860	WL FINANSE	9 845,00*
861	INC	9 218,00
862	WPW DORADZTWO PODATKOWE	9 080,00
863	AMS AUDYTOR	8 708,00*
864	KUKE FINANCE	8 668,00
865	3RGAMES	8 589,00
866	KANCELARIA STANIEK&PARTNERS	8 560,00
867	ENODO ADVISORS	8 430,00
868	SIMFABRIC	8 210,00
869	BEHAP – BUD	8 079,00
870	MISTERS AUDYTOR ADVISER	8 005,00*
871	BBR EKO-BILANS	7 821,00*
872	VATAX	7 550,00
873	NEXIA PRO AUDIT	7 455,00*
874	BTTP	7 270,00
875	EUROFACTOR POLSKA	7 102,00
876	ACCURACY AUDIT AND ACCOUNTING	6 966,00*
877	MAGNET AUDIT	6 946,00*
878	BROWAR CZARNKÓW	6 812,00

879	DORADCA AUDITORS	6 812,00*
880	DGA	6 585,00
881	GEKKO TAXENS DORADZTWO PODATKOWE	6 180,00
882	AGROTON	6 155,00
883	SENDERO	6 130,00
884	DEWIZA AUDYT GLIWICIE	6 093,00*
885	LIGHTHOUSE TAX	6 080,00
886	MOLECURE	6 017,00
887	LITIGATO PŁAWIAK PROKURAT KAR CZ	5 780,00
888	PRAGMATIQ DORADZTWO TRANSAKCYJNE I PODATKOWE SZYMKOWIAK	5 780,00
889	JRD TAX	5 330,00
890	PARULSKI I WSPÓLNICY SZYMON PARULSKI WOJCIECH KROK DORADCY PODATKOWI	5 150,00
891	JGA DORADZTWO PODATKOWE WIŚNIEWSKI SABL I PARTERZY	4 900,00
892	BOŚ BANK/FAKTORING	4 870,00
893	ENEFI ASSET MANAGEMENT	4 862,00
894	DARK POINT GAMES	4 722,00
895	KRAFTAX	4 540,00
896	ZEF AUDITOR Sopot	4 411,00*
897	RDK AUDYT	4 025,00*
898	JOANNA ZDANOWSKA ASSTES & FUNDUS AUDIT	4 018,00*
899	REDAN	4 015,00
900	SOWISŁO TOPOLEWSKI KANCELARIA ADWOKATÓW I RADCÓW PRAWNYCH	3 950,00
901	BIBBY FINANCIAL SERVICES	3 947,00
902	ZEFIR-HLX RZESZÓW	3 898,00*
903	HHW HEWELT WOJNOWSKI LINDNER I WSPÓLNICY	3 880,00
904	DBZ 77 TAX & LEGAL	3 800,00
905	ZIMNY MATAREWICZ DORADCY PODATKOWI	3 790,00
906	ZBR FABER	3 771,00*
907	IDMSA	3 713,00
908	NOCTILUCA	3 640,00
909	7LEVELS	3 573,00
910	PBS FINANSE	3 558,00
911	AKCEPT BBR	3 553,00*
912	INDEPENDENT TAX ADVISERS DORADZTWO PODATKOWE	3 500,00
913	INSTYTUT CEN TRANSFEROWYCH	3 490,00
914	PRAGMA INKASO	3 467,00
915	DMS TAX SPÓŁKA DORADZTWA PODATKOWEGO	3 440,00
916	KKA BUCHALTERIA	3 418,00*
917	IDM	3 289,00
918	MW TRADE	3 268,00
919	AMZ	3 259,00*
920	NATIONALE-NEDERLANDEN OFE	3 246,00
921	TBULL	3 239,00
922	UHY POLAND	3 170,00
923	GLC ADVISORY SZYMIK KUBISTA MIKUŁA	3 140,00
924	GESSEL KOZIOROWSKI KANCELARIA RADCÓW PRAWNYCH I ADWOKATÓW	2 990,00
925	SCHOENHERR HALWA OKOŃ CHYB	2 970,00
926	ALIOR BANK/FAKTORING	2 697,00
927	FAKTORIA	2 569,00
928	PERFECTUM - AUDIT DFK	2 545,00*
929	GRUPA LEX-FIN	2 539,00*
930	VIALTO PARTNERS POLAND	2 470,00
931	GRUPA SAVAPARTNERS 9)	2 420,00*
932	FON	2 414,00
933	KANCELARIA AUDYTORSKA DUDEK I PARTNERZY	2 362,00*
934	ESO AUDIT	2 328,00*
935	EFAKTOR	2 275,00
936	BIOMASS ENERGY PROJECT	2 265,00
937	IFIS FINANCE	2 214,00

938	FIRMA AUDYTORSKA INTERFIN	2 120,00*
939	IAUDIT	2 064,00*
940	CHOJNACKA & ŁAGOWSKI DORADCY PODATKOWI	2 060,00
941	DORADCA ZESPÓŁ DORADCÓW FINANSOWO-KSIĘGOWYCH	2 052,00*
942	FAST FINANCE	2 027,00
943	PRAGMAGO	1 983,00
944	APIS	1 974,00
945	APANET	1 944,00
946	BASEIG	1 936,00
947	CARBON STUDIO	1 912,00
948	AUDYTORZY I DORADCY	1 805,00*
949	ECDP AUDYT	1 600,00&
950	PHARMENA	1 577,00
951	BFF POLSKA	1 514,00
952	BUFIKS	1 496,00*
953	ALLIANZ POLSKA OFE	1 488,00
954	ONE MORE LEVEL	1 455,00
955	GENERALI OFE	1 441,00
956	KNDP KOLIBSKI NIKOŃCZYK DEC & PARTNERZY	1 334,00
957	ASB TAX	1 238,00
958	ADVANCED MEDICAL EQUIPMENT	1 200,00
959	AGENCJA BIEGŁYCH REWIDENTÓW TAX-2	1 200,00*
960	RYCHTER RANISZEWSKA KANCELARIA DORADCÓW PODATKOWYCH I RADCÓW PRAWNYCH	1 200,00
961	LTCA ZARZYCKI NIEBUDEK KUBICZ	1 125,00
962	ERES SPÓŁKA DORADZTWA PODATKOWEGO	1 120,00
963	ATLANTIS	1 111,00
964	TOWER INVESTMENTS	1 103,00
965	VIENNA OFE	1 075,00
966	DOMAŃSKI ZAKRZEWSKI PALINKA	1 062,00
967	MB AUDYT	1 060,00*
968	RYMARZ ZDORT MARUTA	1 024,00
969	SGB FAKTORING	999,00
970	BAKED GAMES	955,00
971	FARM INNOVATIONS	906,00
972	HALCYON	850,00
973	ECC GAMES	841,00
974	TAXTONE	840,00
975	ALL IN! GAMES	836,00
976	CONTROLLING KBR	818,00*
977	BLACK ROSE PROJECTS	816,00
978	ADIUVO INVESTMENTS	812,00
979	BIURO RACHUNKOWO-PODATKOWE DR HAB. KAROL SCHNEIDER	777,00*
980	FAKTORONE	668,00
981	GREENX METALS LIMITED	621,00
982	TRANSCASH.EU	560,00
983	ALTA	512,00
984	ZAMET	512,00
985	TEYLOR POLSKA	512,00
986	LARQ	442,00
987	BPS LEASING I FAKTORING	411,00
988	INVESTMENT FRIENDS CAPITAL	383,00
989	QNA TECHNOLOGY	379,00
990	BALTICON	301,00
991	VIRTUS	250,00
992	DOROTA DŻUGAJ-KOSIOR KBR	238,00*
993	HEMP & HEALTH	209,00
994	BRAINSCAN	193,00
995	CLEAN & CARBON ENERGY	175,00
996	INVESTMENT FRIENDS	147,00
997	SCOPE FLUIDICS	100,00
998	CELTIC PROPERTY DEVELOPMENTS	91,00
999	08OCTAVA	67,00
1000	FARMY FOTOWOLTAIKI POLSKA	40,00

* przychody z czynności rewizji finansowej stanowiące podstawę naliczania opłaty z tytułu nadzoru

Odpowiedzialność to dopiero początek. O przewadze decyduje zaufanie.

Dobra strategia. Dobry produkt. Świetni ludzie. Odpowiedzialne podejście do biznesu. To wszystko może nie wystarczyć, jeśli rynek nie rozumie, dlaczego warto zaufać właśnie tej firmie.

MARTA TYSZER

założycielka firmy doradczej Impact Relations, inicjatorka pierwszego w Polsce badania dotyczącego personal branding liderów biznesu

Coraz częściej o przewadze konkurencyjnej nie decyduje wyłącznie to, co firma robi, ale także to, czy rynek potrafi zrozumieć wartość tych działań i uznać je za wiarygodne. To właśnie dlatego zaufanie staje się jednym z najcenniejszych aktywów współczesnych organizacji.

Transparentność nie jest celem, lecz warunkiem

Przez lata odpowiedzialność biznesu była utożsamiana przede wszyst-

kim z regulacjami, raportowaniem czy działaniami społecznymi. Dziś jej znaczenie jest znacznie szersze. Odpowiedzialność wpływa na decyzje klientów, inwestorów, partnerów biznesowych i pracowników. Sama w sobie nie buduje jednak przewagi. Buduje ją dopiero wtedy, gdy przekłada się na zaufanie. Wiele organizacji nadal zakłada, że publikacja raportu ESG czy komunikowanie działań społecznych automatycznie budują wiarygodność. Tymczasem transparentność nie jest celem, lecz warunkiem. Zaufanie powstaje wtedy, gdy komunikacja potwierdza to, co organizacja rzeczywiście robi.

Odpowiedzialność zaczyna się

znacznie wcześniej niż na etapie raportowania. Powstaje przy stole zarządu – w codziennych decyzjach dotyczących ludzi, klientów, partnerów czy sposobu reagowania na kryzysy. Komunikacja nie zastępuje tych działań, ale sprawia, że stają się one zrozumiałe i wiarygodne dla otoczenia.

Potwierdzają to wyniki badania Impact Relations „Personal branding liderów biznesu”, przeprowadzonego wśród ponad 500 polskich zarządzających. Przedsiębiorcy coraz lepiej rozumieją związek między reputacją lidera a rozwojem firmy. Jednocześnie wielu z nich nadal postrzega komunikację jako funkcję wspierającą, a nie element strategii biznesowej. To właśnie tutaj powstaje największa luka. Firmy podejmują wartościowe działania, ale zbyt często nie potrafią przekuć ich w kapitał zaufania.

A ma to dziś szczególne znacze-

nie, ponieważ zmienia się sposób, w jaki firmy są oceniane. Jeszcze kilka lat temu pierwszym kontaktem z marką była rozmowa z handlowcem, rekomendacja partnera czy strona internetowa. Dziś coraz częściej jest nim odpowiedź wygenerowana przez sztuczną inteligencję. Modele AI budują obraz organizacji na podstawie publicznie dostępnych informacji – publikacji, wypowiedzi ekspertów, aktywności liderów czy treści tworzonych przez samą firmę. Jeżeli organizacja nie buduje świadomie swojego cyfrowego śladu, ten obraz powstaje bez jej udziału.

Rośnie znaczenie komunikacji

To sprawia, że rośnie znaczenie nie tylko samych działań, ale także sposobu ich komunikowania. W czasach rosnącej wrażliwości na greenwashing równie ważnym wyzwaniem staje się wiarygodne

pokazywanie działań, które rzeczywiście są podejmowane.

Firmy inwestują w ludzi, rozwijają lokalne społeczności, ograniczają swój wpływ na środowisko i wdrażają odpowiedzialne rozwiązania. Problem polega na tym, że zbyt często nie potrafią pokazać ich znaczenia w sposób zrozumiały dla swoich interesariuszy. W efekcie odpowiedzialność nie przekłada się na zaufanie.

Dlatego odpowiedzialność nie powinna być postrzegana wyłącznie jako obowiązek regulacyjny czy element raportowania. Jest inwestycją, która zaczyna przynosić realną wartość dopiero wtedy, gdy przekłada się na zaufanie. A właśnie zaufanie coraz częściej decyduje o tym, czy firma trafia na shortlistę klientów, zdobywa zaufanie inwestorów, przyciąga najlepszych pracowników i buduje trwałą przewagę konkurencyjną.

Technologia, która słucha i rozumie. VOANA wprowadza sztuczną inteligencję do analizy zapisów rozmów

Większość danych, które korporacje generują w codziennych kontaktach z klientami, to dane nieustrukturyzowane – nagrania audio. Bez odpowiednich narzędzi pozostają bezużyteczne, choć każda sekunda rozmowy z infolinii niesie informacje o potrzebach, barierach i emocjach konsumentów. Jak przetworzyć ten strumień w skali Enterprise? Odpowiedzią jest VOANA – narzędzie do automatycznej transkrypcji i analizy rozmów, stworzone w Grupie Arteria.

VOANA nie powstała w laboratorium. Jest efektem modelu, który Grupa Arteria nazywa CC 3.0: spółka technologiczna TrimTab buduje narzędzia AI bezpośrednio w środowisku produkcyjnym Pionu Arteria Customer Experience – jednego z największych operatorów contact center w Polsce, prowadzącego równolegle ok. 150 projektów. Sercem systemu jest połączenie sztucznej inteligencji, automatycznego rozpoznawania mowy (ASR) i przetwarzania języka naturalnego (NLP).

Realnie usprawniać codzienną pracę

VOANA nie zatrzymuje się na transkrypcji. Automatycznie ka-

tegoryzuje wątki, identyfikuje kluczowe segmenty dialogu, weryfikuje realizację celów biznesowych i standardów operacyjnych, a audyt jakości prowadzi bez udziału człowieka. W strukturach Arterii oznacza to odsłuch i ocenę 100 proc. rozmów – podczas gdy branżowym standardem wciąż jest wyrwykowa kontrola 1-3 proc. – oraz personalny feedback dla każdego konsultanta po każdej rozmowie. Od wdrożenia średnia ocena podstawowej karty jakości wzrosła z 80 proc. do ponad 90 proc. i nadal rośnie.

Doskonale rozumie to Katarzyna Piskorska, CEO Pionu Arteria Customer Experience, kierująca strukturami generującymi milio-



ny interakcji miesięcznie.

– Sztuczna inteligencja w biznesie musi przynosić mierzalne korzyści, a nie być jedynie technologicznym trendem. VOANA to narzędzie, które realnie usprawnia naszą codzienną pracę. Automatyzując audyt i dostarczając analiz w locie, pozwala nam zrezygnować z czasochłonnych, manualnych zadań. Nasze zespoły zyskały mocne wsparcie analityczne, dzięki czemu mogą skupić się na rozwoju relacji

z konsumentem. To ta technologia pozwala nam stale podnosić poprzeczkę jakości Customer Experience w segmencie Enterprise – mówi ekspertka.

Na tle globalnej konkurencji VOANĘ wyróżnia dopasowanie do specyfiki języka polskiego, z jego fleksją i kontekstowością, oraz architektura oparta na serwerach zlokalizowanych w Polsce. Elastyczne wdrożenie i integracja z systemami CRM i BPM sprawiają, że narzędzie staje się częścią

ekosystemu IT firmy, a nie kolejną osobną aplikacją. I jest rozwijane tam, gdzie pracuje najciężej: u twórcy, który sam pozostaje jego największym użytkownikiem.

ARTERIA
CUSTOMER EXPERIENCE
TrimTab

materiał partnera



ASB GROUP

JPK CIT GENERATOR

JPK CIT Generator ASB Group to rozwiązanie wspierające firmy w przygotowaniu obowiązkowego raportowania JPK CIT zgodnie z wymogami Ministerstwa Finansów. Narzędzie działa jako praktyczna warstwa integracyjna pomiędzy systemami finansowo-księgowymi klienta a wymaganymi strukturami raportowymi, szczególnie tam, gdzie standardowe systemy ERP nie są dostosowane do polskich regulacji.

Generator obejmuje analizę danych, przygotowanie techniczne, merytoryczną weryfikację oraz wygenerowanie finalnego pliku JPK CIT. Klient otrzymuje zarówno plik Excel do pracy analitycznej, kontroli i uzupełnień, jak i plik XML gotowy do wysyłki. Rozwiązanie obsługuje złożone środowiska systemowe, umożliwia pracę na danych z wielu źródeł oraz wspiera automatyczną wysyłkę dużych plików. Produkt uzu-

pełnia kompleksowe wsparcie ze strony ASB: podatkowe, księgowe, techniczne oraz powdrożeniowe.

Produkt jest skierowany do średnich i dużych przedsiębiorstw, w szczególności do organizacji działających w złożonych strukturach kapitałowych, korzystających z międzynarodowych lub niestandardowych systemów ERP, które nie są w pełni dostosowane do polskich wymogów raportowania JPK CIT.



GRUPA DOCELOWA: Rozwiązanie odpowiada na potrzeby firm, które muszą spełnić nowe obowiązki wobec Ministerstwa Finansów, ale nie chcą kosztownej przebudowy istniejącego środowiska IT ani prowadzenia raportowania w sposób manualny. Generator pełni funkcję praktycznej „nakładki” integrującej dane z różnych systemów i przekształcającej je w wymagany format raportowy.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI?

JPK CIT Generator wyróżnia się połączeniem technologii, wiedzy podatkowej i praktycznego doświadczenia we wdrażaniu rozwiązań dla dużych organizacji. Nie jest wyłącznie narzędziem do technicznego wygenerowania pliku, obejmuje cały proces: od analizy danych i mapowania wymogów, przez

przygotowanie środowiska technologicznego, po merytoryczną walidację oraz wsparcie po wdrożeniu. Kluczową przewagą jest elastyczność integracyjna. Rozwiązanie może łączyć dane z różnych systemów ERP, również w bardzo złożonych strukturach, w tym z kilku systemów jednocześnie (8 lub więcej). Dzięki temu sprawdza się w organizacjach międzynarodowych, które

pracują na globalnych systemach finansowych niedostosowanych standardowo do polskich wymagań JPK CIT. Produkt wyróżnia również skalowalność, możliwość obsługi dużych wolumenów danych (wysyłka plików o wielkości od 0 do 200GB), szybka reakcja opiekuna oraz połączenie wsparcia technicznego z eksperckim doradztwem księgowo-podatkowym.

ASSECO

ASSECO POLA.AI

Asseco Pola.ai to inteligentny asystent głosowy automatyzujący obsługę klientów. Rozwiązanie wykorzystuje technologie rozpoznawania mowy (Speech-to-Text), analizę języka naturalnego (NLU), duże modele językowe (LLM) i syntezę mowy (TTS) do prowadzenia naturalnych rozmów, rozpoznawania

intencji i realizacji procesów biznesowych. Pola.ai działa 24/7, obsługuje jednocześnie nieograniczoną liczbę rozmów, integruje się z systemami CRM, Contact Center, bazami danych oraz innymi aplikacjami przedsiębiorstwa. Może być wdrażany w modelu on-premise lub SaaS, oferując rozbudowaną

analitikę, transkrypcję rozmów, inteligentny routing, możliwość współpracy z konsultantem oraz obsługę w 120 językach. Dzięki automatyzacji rutynowych spraw skraca czas obsługi, zwiększa satysfakcję klientów i pozwala organizacjom efektywnie skalować procesy obsługi.

GRUPA DOCELOWA: Rozwiązanie skierowane jest do średnich i dużych przedsiębiorstw oraz instytucji publicznych, w szczególności organizacji posiadających infolinie lub centra kontaktowe, działających m.in. w sektorach finansowym, energetycznym, telekomunikacyjnym, medycznym, administracji publicznej, ubezpieczeniowym oraz e-commerce. Rozwiązanie jest przeznaczone dla organizacji chcących zautomatyzować obsługę klientów i poprawić jakość komunikacji.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI?

Asseco Pola.ai wyróżnia kompleksowe podejście do automatyzacji obsługi klienta. Rozwiązanie wykorzystuje autorskie rozwiązania ASR i TTS od Asseco oraz najwyższej klasy LLMy z możliwością wdrożenia zarówno w

chmurze, jak i lokalnie (on-premise), co jest istotne dla organizacji o wysokich wymaganiach bezpieczeństwa. Oferuje graficzny kreator scenariuszy, integracje z systemami Contact Center, CRM i innymi aplikacjami biznesowymi, obsługę wielu języków, rozbudowane ra-

portowanie oraz możliwość ciągłego doskonalenia modeli na podstawie rzeczywistych rozmów. Dzięki temu organizacje mogą szybko wdrażać nowe procesy, zwiększać efektywność obsługi i obniżać koszty operacyjne przy zachowaniu wysokiej jakości doświadczeń klientów.



BANK PEKAO



USŁUGA WPLĄT W FORMIE ZAMKNIĘTEJ / WYPŁAT W FORMIE ZAMKNIĘTEJ – PEKAO CASH

Wpłaty zamknięte księgowane online to usługa dla firm realizujących większe wpłaty gotówkowe. Środki są księgowane

na rachunku już w dniu wpłaty (D+0), jeszcze przed przeliczeniem gotówki, co poprawia płynność finansową i usprawnia

obsługę gotówki. Bank Pekao zapewnia obsługę wpłat oraz oferuje konwojowanie wartości pieniężnych.

GRUPA DOCELOWA: Klienci: firmowi, małe i średnie przedsiębiorstwa po duże korporacje o rozbudowanej strukturze organizacyjnej, którzy w bieżących rozliczeniach ze swoimi klientami i kontrahentami wykazują nadwyżki gotówki, które wymagają nowoczesnej i niezawodnej obsługi.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI?

Produkt łączy szybkość działania z cyfrową wygodą – Pekao kładzie duży nacisk na rozwój nowoczesnej bankowości elektronicznej:

- **eBDW** – elektroniczny Bankowy Dowód Wpłaty z ko-

dem QR umożliwia automatyzację i standaryzację procesu, ograniczając ryzyko błędów oraz czas obsługi wpłaty.

- **Księgowanie w D+0** – skraca czas obsługi w oddziałach, trezorach oraz umożliwia księgowanie wpłat w momencie przekazania ich konwojentowi banku.

- **Nowoczesny moduł gotówkowy do obsługi elektronicznych protokołów różnic** – rozwiązanie odpowiada na potrzeby najbardziej wymagających przedsiębiorstw. To innowacja, która realnie zwiększa efektywność zarządzania gotówką i wyznacza nowy standard rynkowy.

SWAPY TOWAROWE

Swapy Towarowe to transakcje przeznaczone dla przedsiębiorstw narażonych na ryzyko zmian cen surowców i towarów wykorzystywanych w prowadzonej działalności. Rozwiązanie umożliwia zabezpieczenie przyszłej ceny zakupu lub sprzedaży wybranych towarów i surowców, takich jak: surowce

energetyczne (energia elektryczna, gaz, olej napędowy, paliwo lotniczo), metale (aluminium, miedź, cynk), produkty spożywcze i rolne (pszenica, rzepak, kukurydza), uprawnienia do emisji CO₂. Transakcja polega na finansowym rozliczeniu różnicy pomiędzy uzgodnioną ceną stałą a ceną rynkową w okre-

ślonym terminie, bez konieczności fizycznej dostawy towaru. Dzięki temu przedsiębiorstwa mogą ograniczać wpływ wahań cen rynkowych na koszty działalności lub przychody ze sprzedaży, zwiększając przewidywalność wyników finansowych oraz efektywność planowania budżetowego.

GRUPA DOCELOWA: Produkt dostępny zarówno dla klientów korporacyjnych, jak i małych i średnich przedsiębiorstw, którzy posiadają ekspozycję na ryzyko zmian cen surowców i towarów, zarówno po stronie zakupowej, jak i sprzedażowej. W szczególności firmy produkcyjne, przemysłowe, energetyczne, handlowe, rolno-spożywcze oraz podmioty wykorzystujące w swojej działalności surowce notowane na rynkach krajowych i międzynarodowych.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI?

Produkt łączy szeroką bazę cen referencyjnych, skalę działania oraz możliwość stosowania przy różnych wolumenach transakcji – jako Pekao oferujemy rozwiązanie, które może być wykorzystywane przez przedsiębiorstwa posiadające ekspozycję na zmienność cen surowców:

- **60 rodzajów cen referencyjnych** – szeroka baza punktów odniesienia dla różnych grup towarów, w tym energii elektrycznej, gazu, metali i produktów rolnych.
- **Energia elektryczna na rynku polskim** – oferujemy możliwość zabezpieczenia cen energii elektrycznej na

rynku krajowym, co wzmacnia kompleksowość oferty dla przedsiębiorstw.

- **Różne skale transakcji** – rozwiązanie może być wykorzystywane zarówno przy mniejszych, jak i dużych wolumenach, w zależności od poziomu ekspozycji klienta na ryzyko cenowe.

ERSTE BANK POLSKA



IBIZNES24

iBiznes24 to innowacyjna platforma bankowości elektronicznej dla klientów firmowych i korporacyjnych, rozwijana jako główny kanał obsługi przedsiębiorstw. Platforma wspiera pełen zakres produktów bankowości korporacyjnej i jest jednym z kluczowych wyróżników oferty banku dla klientów biznesowych. Platforma oferuje wersję desktopową, mobilną oraz usługę iBiznes24 Connect.

GRUPA DOCELOWA: Platforma kierowana jest dla dużych firm i korporacji. Sytem projektujemy kierując się potrzebami pracowników finansowych w tych firmach: prezesi, dyrektorzy finansowi, dział księgowości.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI? Platforma wyróżnia się połączeniem pełnego zakresu produktów dla wymagających klientów SME, korporacji oraz największych przedsiębiorstw. Wysoka skala operacyjna oraz zaawansowane możliwości obsługi złożonych kontekstów są przygotowane specjalnie dla wymagającej pracy w organizacjach.

E100 INTERNATIONAL TRADE

MIĘDZYNARODOWA KARTA PALIWOWA E100



Międzynarodowa Karta Paliwowa E100 dostępna jest w wersji przedpłaconej lub z limitem kredytowym do 25 000 euro. Użytkownicy karty otrzymują dostęp do sieci akceptacji obejmującej 20 000+ punktów w 32 krajach, a także bogatego pakietu usług dodatkowych, takich jak: opłaty drogowe (24 kraje), zwrot VAT (30 krajów) i akcyzy (7 krajów) oraz usługi finansowe (pożyczka FastCash, faktoring).

Za pomocą karty można rozliczać zakup produktów eksploatacyjnych do ciężarówek, parkingi, myjnie oraz przejazdy mostami i tunelami. Karta umożliwia również rozliczanie przepraw promowych w krajach bałtyckich, regionie Morza Śródziemnego, Skandynawii oraz Europie Północno-Zachodniej. Zalety:

- Brak opłat za wydanie karty – darmowa aktywacja i dostarczenie karty

- Jedna faktura obejmująca transakcje całej floty
- Transakcje i dokumenty dostępne online
- Osobisty opiekun dla każdego klienta
- Hotline dla kierowców 24/7
- Panel Klienta E100, aplikacja E100 Mobile oraz narzędzia analityczne i narzędzia do monitoringu floty wspierające kontrolę kosztów, bezpieczeństwo transakcji i efektywne zarządzanie transportem

GRUPA DOCELOWA: Międzynarodowa Karta Paliwowa E100 to kompleksowe rozwiązanie dla firm transportowych, logistycznych oraz przedsiębiorstw zarządzających flotami pojazdów, prowadzących działalność w kraju i za granicą.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI? Jednym z największych atutów Międzynarodowej Karty Paliwowej E100 jest sieć akceptacji należąca do trzech największych w Europie, obejmująca ponad 20 000 punktów w 32 krajach.

APLIKACJA E100 MOBILE

E100 Mobile to aplikacja mobilna dla firm transportowych, która łączy kierowców, menedżerów flot i dane operacyjne. Zapewnia dostęp do ponad 20 000 stacji paliw i punktów usługowych w 32 krajach Europy, umożliwiając wyszukiwanie stacji i punktów usługowych, planowanie tras, realizację transakcji paliwowych oraz rezerwację miejsc parkingowych z poziomu smartfona. Skracza czas postoju, eliminując koniecz-

ność korzystania z fizycznej karty i wizyt przy kasie, a jednocześnie zwiększa bezpieczeństwo transakcji, kontrolę nad kosztami i efektywność operacyjną.

Dla kierowcy:

- mobilna realizacja transakcji paliwowych bez fizycznej karty,
- szybkie wyszukiwanie stacji, planowanie optymalnych tras oraz rezerwacja miejsc parkingowych z wyprzedzeniem,

- dostęp do limitów i historii transakcji,
- większa samodzielność i mniej kontaktów z biurem.

Dla menedżera:

- monitoring wydatków w czasie rzeczywistym,
- zdalne zarządzanie kartami i dostępami,
- szybsze reagowanie na nieprawidłowości,
- optymalizacja tras i kosztów floty.

GRUPA DOCELOWA: Firmy transportowe, logistyczne oraz przedsiębiorstwa zarządzające flotami pojazdów.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI? Wszystkie kluczowe funkcje dla kierowców i menedżerów flot w jednej aplikacji: od planowania tras i realizacji transakcji paliwowych po kontrolę wydatków i rezerwację parkingów.

GRUPA ARTERIA (TRIMTAB + ARTERIA CUSTOMER EXPERIENCE)



VOANA - NARZĘDZIE AI DO AUTOMATYCZNEJ TRANSKRYPCJI I ANALIZY ROZMÓW

VOANA to autorskie narzędzie AI do transkrypcji i wielokryteriowej analizy rozmów, stworzone wewnątrz Grupy Arteria: spółka technologiczna TrimTab zbudowała je we współpracy z Pionem Arteria Customer Experience, jednym z największych operatorów contact center w Polsce. Powstało w środowisku pro-

dukcyjnym CC, nie w laboratorium – pracuje na milionach rozmów rocznie.

System łączy AI, ASR i NLP: automatycznie transkrybuje nagrania, kategoryzuje wątki, identyfikuje kluczowe segmenty dialogu, weryfikuje realizację celów biznesowych i automatyzuje audyt jakości. W strukturach Arterii VOANA ocenia 100 proc. roz-

mów (branżowy standard to wyrywkowe 1–3 proc.), a każdy konsultant dostaje personalny feedback po każdej rozmowie. Efekt: średnia ocena jakości wzrosła z 80 proc. do ponad 90 proc. Integracja z CRM i BPM oraz elastyczne wdrożenie odciążają menedżerów z rutynowego audytu i dają analizy w czasie rzeczywistym – po polsku i na serwerach w Polsce.

GRUPA DOCELOWA: Działy sprzedaży, działy compliance, audytu i kontroli jakości, działy obsługi klienta, operacje contact center

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI? Rozwiązanie powstało i rozwija się w realnym środowisku produkcyjnym contact center. Jego twórca jest jednocześnie największym użytkownikiem, dzięki czemu każda nowa funkcja trafia do klientów dopiero po przetestowaniu na milionach rzeczywistych rozmów. Platforma wykracza daleko poza standardową

transkrypcję – zapewnia kompleksową analitykę obejmującą audyt jakości, weryfikację realizacji celów biznesowych oraz kategoryzację wątków poruszanych podczas rozmów. W przeciwieństwie do wielu globalnych narzędzi skutecznie radzi sobie z polską fleksją i kontekstem językowym, co przekłada się na większą precyzję analiz. Jej skuteczność potwierdzają wy-

mierne rezultaty: objęcie kontrolą jakości 100 proc. rozmów oraz wzrost średniej oceny jakości z 80 proc. do ponad 90 proc. Dodatkowym atutem jest płynna integracja z systemami CRM i BPM oraz przechowywanie danych na serwerach zlokalizowanych w Polsce, co wspiera zgodność z wymaganiami dotyczącymi bezpieczeństwa i przetwarzania informacji.

KACZMARSKI INKASSO

KOMPLEKSOWE ZARZĄDZANIE NALEŻNOŚCIAMI



Usługa zapewniająca kompleksową obsługę wierzytelności korporacjom i instytucjom, które chcą skutecznie odzyskać należności od nierzetelnych klientów, korzystając ze wsparcia doświadczonego partnera.

Pierwszym etapem działań jest windykacja polubowna. Obejmuje kontakt z dłużnikiem, negocjacje warunków spłaty oraz działania zmierzające do dobrowolnego uregulowania zaległości. Celem jest odzyskanie należności bez konieczności kierowania sprawy na drogę sądową, a tam, gdzie jest to moż-

liwe, także uporządkowanie relacji pomiędzy kontrahentami. W ramach obsługi Kaczmarowski Inkasso może również dopisać dłużnika do Krajowego Rejestru Długów, dbając o prawidłowy przebieg wymaganych procedur. Dostępny jest także monitoring należności, który pozwala na bieżąco śledzić status sprawy i szybciej reagować na zmianę sytuacji płatniczej dłużnika. Wszystkie sprawy prowadzą negocjatorzy z doświadczeniem w rozmowach z dłużnikami oraz znajomością specyfiki sektora MŚP i poszczególnych branż gospodarki.

Jeżeli działania polubowne nie przyniosą oczekiwanego efektu, sprawa może zostać przekazana do partnerskiej Kancelarii Prawnej VIA LEX, która zapewnia obsługę sądowo-egzekucyjną wierzytelności. Kancelaria reprezentuje klienta na wszystkich etapach postępowania, od dochodzenia roszczeń przed sądem po działania zmierzające do wszczęcia i prowadzenia egzekucji. Równolegle podejmowane są próby kontaktu z dłużnikiem, aby zwiększyć szanse na szybsze odzyskanie należności.

GRUPA DOCELOWA: Korporacje i instytucje

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI? Komplementarność obsługi

KANCELARIA PRAWNA CHAŁAS I WSPÓLNICY



NIS2 READY – AUDYT OBOWIĄZKÓW KSC

NIS2 Ready – audyt obowiązków KSC to kompleksowa usługa doradcza, która pozwala przedsiębiorstwu ocenić stopień przygotowania do nowych wymogów wynikających z ustawy o Krajowym Systemie Cyberbezpieczeństwa (KSC) wdrażającej dyrektywę NIS2.

Audyt obejmuje analizę prawną, organizacyjną oraz compliance, identyfikację obowiązków ciążących na organizacji, ocenę istniejących procedur i dokumentacji oraz wskazanie obszarów wymagających dostosowania. Efektem jest praktyczny raport zawierający ocenę ry-

zyk, rekomendacje oraz plan działań umożliwiający osiągnięcie zgodności z przepisami. Usługa wspiera zarządy w ograniczeniu ryzyka prawnego, finansowego i operacyjnego oraz przygotowaniu organizacji do nowych obowiązków w zakresie cyberbezpieczeństwa

GRUPA DOCELOWA: Przedsiębiorstwa kwalifikujące się jako podmioty kluczowe i ważne w rozumieniu KSC/NIS2, członkowie zarządów i kadra kierownicza odpowiedzialna za zgodność regulacyjną, dyrektorzy IT, CISO oraz osoby odpowiedzialne za cyberbezpieczeństwo, spółki z sektorów objętych regulacjami, m.in. energetyki, przemysłu, transportu, ochrony zdrowia, infrastruktury cyfrowej, finansów, produkcji oraz usług.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI?

NIS2 Ready wyróżnia się połączeniem specjalistycznej wiedzy prawnej z praktycznym podejściem do zarządzania cyberbezpieczeństwem. W przeciwieństwie do klasycznych audytów technicznych koncentruje się na

obowiązkach zarządu, zgodności z przepisami oraz realnym przygotowaniu organizacji do wdrożenia wymogów KSC i NIS2. Klient otrzymuje nie tylko ocenę obecnego stanu, ale również konkretny plan działań, priorytety wdrożeniowe oraz rekomendacje ograniczające ryzyko

sankcji i odpowiedzialności. Audyt realizowany jest przez zespół ekspertów prawa gospodarczego, nowych technologii i cyberbezpieczeństwa, dzięki czemu stanowi kompleksowe wsparcie dla przedsiębiorstw przygotowujących się do nowych regulacji.

KANCELARIA PRAWNA INKASO WEC

WINDYKACJA WIERZYTELNOŚCI WYSOKONOMINAŁOWYCH B2B



Kancelaria Prawna Inkaso WEC specjalizuje się w skutecznej windykacji wierzytelności wysokonominatowych na rynku B2B. Obsługuje przedsiębiorstwa dochodząc należności zarówno na etapie polubownym, jak i sądowo-egzekucyjnym. Dzięki wieloletniemu doświadczeniu,

rozbudowanej bazie danych gospodarczych oraz indywidualnemu podejściu do każdej sprawy, minimalizuje ryzyko i skracza czas odzyskiwania należności. Zespół doświadczonych prawników i windykatorów prowadzi kompleksowe działania – od analizy sytuacji dłużnika, przez mediacje i

etap sądowy, aż po skuteczne egzekucje komornicze. Reprezentuje klientów w całej Polsce i poza jej granicami. Skuteczność, transparentność i bezpieczeństwo powierzonych spraw to fundamenty, na których Kancelaria Inkaso WEC buduje zaufanie partnerów biznesowych.

GRUPA DOCELOWA: Przedsiębiorstwa działające na rynku B2B – od małych i średnich firm po duże korporacje – które borykają się z problemem nieterminowych płatności i poszukują wsparcia w odzyskiwaniu wierzytelności o wysokich nominałach.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI?

Produkt wyróżnia się na rynku przede wszystkim wąską specjalizacją w segmencie B2B oraz koncentracją na wierzytelnościach wysokonominatowych, co wymaga unikalnych kompetencji i

precyzji. Przewagą konkurencyjną kancelarii jest pełna kompleksowość obsługi – klient otrzymuje wsparcie na każdym etapie procesu, od wstępnej analizy dłużnika, przez mediacje, aż po reprezentację procesową i nadzór nad egzekucją komorniczą.

Działania te wspierane są przez rozbudowaną bazę danych gospodarczych oraz wieloletnie doświadczenie zespołu, co pozwala na znaczne skrócenie czasu odzyskiwania środków przy jednoczesnym minimalizowaniu ryzyka biznesowego.

KANCELARIA PRAWNICZA MACIEJ PANFIL I PARTNERZY



KOMPLEKSOWA OBSŁUGA WIERZYTELNOŚCI

Usługa obejmuje kompleksowe wsparcie w odzyskiwaniu należności na każdym etapie – od działań przedsądowych, przez postępowanie sądowe, aż po egzekucję komorniczą. Dzięki ponad 23-letniemu doświadczeniu Kancelarii Panfil w obsłudze procesów dochodzenia wierzytelności masowych, SME oraz korporacyjnych, a także indywidualnie

dobieranym strategiom działania proces dochodzenia wierzytelności prowadzony jest z uwzględnieniem specyfiki sprawy oraz celów biznesowych klienta. W celu zwiększenia efektywności wykorzystywane są zaawansowane modele analityczne i predykcyjne oparte m.in. na sieciach neuronowych, algorytmach genetycznych, XGBoost oraz

lasach losowych. Pozwalają one wspierać ocenę ryzyka, segmentację spraw oraz dobór optymalnej strategii postępowania. Połączenie kompetencji prawnych z nowoczesnymi technologiami zapewnia transparentność procesu, sprawną obsługę portfeli wierzytelności oraz wysoką skuteczność odzyskiwania należności.

GRUPA DOCELOWA: Podmioty działające w kluczowych sektorach gospodarki, w tym w sektorze bankowym, ubezpieczeniowym, leasingowym, pożyczkowym, energetycznym oraz telekomunikacyjnym.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI?

Usługa łączy wieloletnie doświadczenie Kancelarii z własnymi rozwiązaniami technologicznymi wspierającymi proces dochodzenia należności. Kancelaria zapewnia kompleksową obsługę obejmującą analizę spraw, działania przedsądowe, postępowania sądowe i egzekucyjne, za-

awansowane raportowanie oraz bieżące wsparcie klienta. Stosowane systemy, w tym autorskie rozwiązanie Legal Management System oraz Panfil Direct umożliwiają pełną kontrolę nad portfelem wierzytelności, integrację z systemami klienta oraz dostęp online do statusów spraw i dokumentów. Wykorzystanie modeli scoringowych,

analitiki danych oraz algorytmów sztucznej inteligencji pozwala optymalizować strategię działania i zwiększać skuteczność odzyskiwania należności. Istotnym wyróżnikiem jest również możliwość dostosowania procesów, raportowania i integracji technologicznych do indywidualnych wymagań klienta.

KACZMARSKI GROUP

RISKRADAR



RiskRadar to system online do weryfikacji i monitoringu wiarygodności płatniczej kontrahentów, stworzony przez Kaczmarzki Group. W jednym miejscu łączy dane z Krajowego Rejestru Długów BIG S.A., rejestrów sądowych, sprawozdań finansowych i baz AML, przekładając je na czytelny scoring (skala A–H) oraz rekomendowany Limit

Kupiecki. Algorytm oparty na uczeniu maszynowym analizuje ponad 1500 zmiennych i prognozuje ryzyko problemów płatniczych kontrahenta w horyzoncie 6 miesięcy. System działa w przeglądarce, bez wdrożeń i angażowania IT – wystarczy dostęp do Internetu. Za jego pomocą można szczegółowo przeanalizować dowolną firmę w Pol-

sce (Raport+), a także automatycznie monitorować cały portfel klientów (nawet 5000 firm jednocześnie) otrzymując powiadomienia o zmianach scoringu, limitu czy zadłużenia. Dzięki temu działy ryzyka, sprzedaży i windykacji podejmują decyzje na podstawie aktualnych danych, a nie przecucia.

GRUPA DOCELOWA: Firmy z sektora B2B obsługujące wielu kontrahentów, w szczególności działy sprzedaży, zarządzania ryzykiem kredytowym, finansów/księgowości oraz windykacji, które potrzebują szybko oceniać wiarygodność płatniczą partnerów i kontrolować limity kupieckie. Z systemu korzystają przedsiębiorstwa z branż takich jak transport i logistyka, automotive, FMCG, farmacja, budownictwo, energetyka, IT, handel hurtowy czy produkcja – czyli firmy, dla których terminowość płatności kontrahentów ma bezpośredni wpływ na płynność finansową.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI?

RiskRadar w jednej platformie łączy dane z Krajowego Rejestru Długów BIG S.A. z pełnym raportem o kontrahencie (KYC, AML, finanse, powiązania) oraz autorskim scorin-

giem opartym na ponad 1500 zmiennych i uczeniu maszynowym. To jedyne na rynku rozwiązanie łączące ocenę pojedynczej firmy z automatycznym monitoringiem całego portfela – nawet 5000 kontrahentów jednocześnie, z

powiadomieniami o zmianie scoringu, limitu kupieckiego czy nowego zadłużenia. System nie wymaga wdrożenia ani udziału IT – działa od razu w przeglądarce, a 7-dniowy okres próbny daje pełny dostęp bez zobowiązań.

KUEHNE+NAGEL

SEAEXPLORER



seaexplorer to cyfrowe narzędzie Kuehne+Nagel, które konsoliduje dane o globalnej sieci żeglugi kontenerowej. Wspiera logistyków planujących transport morski w warunkach zakłóceń. Platforma zapewnia widoczność w czasie rzeczywistym: pozycje statków, rozkłady rejsów, wydajność przewoźników i połącze-

nia port–port. Prognozuje realne czasy tranzytu na bazie danych historycznych, sygnalizuje ryzyko zakłóceń i agreguje wiadomości branżowe w SeaNews. Sieć obejmuje 150 000 połączeń port–port realizowanych przez 1 575 serwisów przewoźników w 750 portach, z 17 400 wypłynięciami statków tygodniowo.

Porównuje serwisy pod względem szybkości i niezawodności. Udostępnia dane o emisji CO2e serwisów, umożliwiając wybór tras również pod kątem środowiskowym. Zintegrowany z platformą myKN, seaexplorer wspiera logistyków w podejmowaniu decyzji opartych na danych i utrzymaniu przewagi operacyjnej.

GRUPA DOCELOWA: Dyrektorzy i eksperci ds. łańcucha dostaw i logistyki morskiej

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI? seaexplorer pozwala reagować na zakłócenia, zanim wpłyną one na łańcuchy dostaw. Agreguje dane z wielu źródeł i wspiera podejmowanie decyzji nt. najbardziej optymalnych serwisów morskich.

NIVETTE FLEET MANAGEMENT

LEASING +

Leasing + to rozwiązanie łączące zalety własnej floty z wygodą outsourcingu. Klient spona jedynie utratę wartości pojazdu, czyli różnicę między ceną zakupu a wartością rynkową na koniec umowy. Przy zwrocie niezależny rzeczoznawca wycenia auto na bazie notowań Eurotax, a my rozliczamy różnicę względem założeń z umowy. Co ważne, zwracamy klientowi

nadpłatę, jeśli wartość rynkowa przewyższa rezydualną. Pozwala to czerpać zyski z odsprzedaży bez konieczności wykupu auta i angażowania w to czasu. W przeciwieństwie do klasycznego wynajmu nie naliczamy opłat za nadprzebieg. Oferujemy zarządzanie serwisem w modelu kosztów rzeczywistych (z uwzględnieniem rabatów flotowych) lub

ryczałtowym, który ułatwia przewidywanie wydatków. Jako polska firma gwarantujemy najwyższą jakość obsługi, autorski system IT, aplikację wspierającą użytkowników oraz ogólnopolską sieć sprawdzonych serwisów. To elastyczny, przejrzysty i korzystny sposób na finansowanie floty.



GRUPA DOCELOWA: Małe, średnie i duże przedsiębiorstwa zarządzające flotą samochodów osobowych.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI? Brak obowiązku wykupu pojazdu po zakończeniu leasingu. Kluczowym atutem jest możliwość zwrotu nadpłaty dla Klienta, jeśli wartość rynkowa zwróconego auta okaże się wyższa niż ustalona w umowie wartość końcowa (rezydualna).

SALTUS UBEZPIECZENIA



UBEZPIECZENIE ODPOWIEDZIALNOŚCI ZA SZKODY W ŚRODOWISKU I KOSZTÓW WYKONANIA ZASTĘPCZEGO (SALTUS EKO)

SALTUS EKO to specjalistyczny produkt stworzony dla firm poszukujących bezkompromisowego bezpieczeństwa ekologicznego. Zabezpiecza je przed ogromnymi obciążeniami finansowymi wynikającymi z ustawy o zapobieganiu szkodom w środowisku i ich naprawie oraz gwarantuje stabilność finansową firm w dobie rygorystycznych wymogów ESG.

Kluczowe przewagi korporacyjne:

- Pełne spektrum kosztów: pokrycie nakładów na działania zapobiegawcze, naprawcze oraz roszczenia osób trzecich.
- Koszty wykonania zastępczego: ochrona finansowa w przypadku decyzji administracyjnych dotyczących m.in. zbierania i przetwarzania odpadów.

- Unikalny zakres: włączenie szkód powstałych wskutek rażącego niedbalstwa oraz dla ubezpieczenia odpowiedzialności za szkody w środowisku ochrona na terytorium całej UE.
- Elastyczność operacyjna: możliwość objęcia jedną umową działalności wymagającej wielu różnych pozwoleń środowiskowych.
- Długi okres zgłaszania: aż 2 lata na zgłoszenie wypadków zaistniałych w okresie ubezpieczenia.

GRUPA DOCELOWA:

- do gmin i powiatów – odpowiadających za szkody w środowisku powstałe w obrębie terenu prowadzonej przez nie działalności, w tym za podmioty zajmujące się zbieraniem odpadów w Punktach Selektywnej Zbiórki Odpadów Komunalnych (PSZOK) oraz za podmioty zajmujące się przetwarzaniem odpadów w Regionalnej Instalacji do Przetwarzania Odpadów Komunalnych (RIPOK);
- do firm zajmujących się gospodarką odpadami, w tym zarządzających składowiskiem odpadów;
- do przedsiębiorstw produkcyjnych / przemysłowych, które w związku z prowadzoną działalnością ponoszą ryzyko wyrządzenia szkód w środowisku;
- do firm z branży wodno-kanalizacyjnej.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI?

SALTUS EKO wyróżnia się na rynku przede wszystkim tym, że jest samodzielnym produktem dedykowanym ryzyku ekologicznemu, a nie jedynie uproszczoną klauzulą dodawaną do standardowego ubezpieczenia OC. Podczas gdy zwykła klauzula środowiskowa w polisie OC firmy chroni głównie przed szkodami osób trzecich, produkt SALTUS TUW skupia się na rygorystycznej odpowiedzialności administracyjnej. Najważniejsze rynkowe wyróżniki SALTUS EKO to:

- Finansowanie kosztów wykonania zastępczego: to unikalny element ochrony. Jeśli przedsiębiorstwo nie wykona decyzji administracyjnej (np. dotyczącej pilnego usunię-

cia odpadów), a urzędy zlecą to firmie zewnętrznej, SALTUS TUW pokryje te koszty.

- Ochrona przy rażącym niedbalstwie: większość ubezpieczycieli wyłącza odpowiedzialność w przypadku rażącego niedbalstwa. SALTUS włącza je do standardu.
- Kompleksowe podejście do czystych strat: ubezpieczenie pokrywa nie tylko same koszty usunięcia skażenia, ale też długofalowy proces: od przygotowania wymaganych prawem ekspertyz, przez monitoring środowiska po szkodzie, aż po koszty działań zapobiegawczych.
- Konsolidacja wielu pozwoleń: dla korporacji i instytucji posiadających rozproszoną infrastrukturę kluczowa jest możliwość objęcia jedną umową ubezpieczenia procesów

wymagających różnych decyzji i pozwoleń środowiskowych – np. dla Komunalnego Związku Gmin prowadzącego jednocześnie PSZOKI, RIPOKI i zarządzającego składowiskiem odpadów.

- Wydłużony czas na zgłoszenie: aż 2-letni okres na zgłoszenie roszczeń za zdarzenia, które miały miejsce w trakcie trwania polisy, daje firmie bezpieczeństwo w przypadku powolnego ujawniania się skutków awarii. SALTUS EKO łączy ochronę finansową z odpowiedzialnym podejściem do środowiska. Produkt wspiera przedsiębiorstwa nie tylko w reagowaniu na szkody, ale również w budowaniu odpornego, zgodnego z regulacjami i wiarygodnego modelu działalności.

SATIS GPS

SYSTEM SATIS – ZARZĄDZANIE FLOTĄ POJAZDÓW

SATIS

SATIS GPS to kompleksowe rozwiązanie do zarządzania flotą pojazdów, które pomaga firmom zwiększać efektywność operacyjną, ograniczać koszty oraz poprawiać bezpieczeństwo użytkowników pojazdów. System łączy monitoring GPS w czasie rzeczywistym, zaawansowaną analizę danych oraz narzędzia wspierające co-

dziennie zarządzanie flotą. Rozwiązanie umożliwia bieżącą kontrolę lokalizacji i wykorzystania pojazdów, analizę stylu jazdy kierowców, kontrolę kosztów eksploatacyjnych oraz tworzenie szczegółowych raportów wspierających podejmowanie decyzji biznesowych. Dzięki automatyzacji procesów i dostępowi do aktu-

alnych informacji firmy mogą skuteczniej zarządzać zasobami, zwiększać bezpieczeństwo na drodze i wykorzystywać flotę w bardziej efektywny sposób. SATIS jest skalowalnym rozwiązaniem dopasowanym do potrzeb firm o różnej wielkości floty, od pojedynczych pojazdów po rozbudowane floty przedsiębiorstw.

GRUPA DOCELOWA: Grupę docelową SATIS stanowią firmy i organizacje wykorzystujące pojazdy w codziennej działalności operacyjnej, zarówno przedsiębiorstwa posiadające pojedyncze pojazdy, jak i rozbudowane floty samochodowe. Rozwiązanie jest szczególnie dedykowane

firmom, dla których kluczowe znaczenie mają efektywne zarządzanie mobilnością, kontrola kosztów, bezpieczeństwo kierowców oraz optymalizacja procesów związanych z użytkowaniem pojazdów. Z systemu SATIS korzystają, m.in. przedsiębiorstwa posiadające floty handlowe, ser-

wisowe, techniczne, dostawcze i transportowe, a także organizacje wykorzystujące pojazdy służbowe w wielu lokalizacjach. System odpowiada na potrzeby menedżerów flot, osób odpowiedzialnych za logistykę, administrację, bezpieczeństwo oraz kontrolę kosztów.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI? SATIS wyróżnia się kompleksowym podejściem do zarządzania flotą, łączy precyzyjny monitoring pojazdów z zaawansowaną analizą danych i narzędziami wspierającymi codzienne decyzje biznesowe. System nie ogranicza się wyłącznie do lokalizacji pojazdów, ale dostarcza użytkownikom informacji

pozwalających optymalizować koszty, zwiększać bezpieczeństwo oraz efektywniej wykorzystywać zasoby floty. Istotną przewagą rozwiązania jest elastyczność i możliwość dopasowania funkcjonalności do indywidualnych potrzeb różnych organizacji, niezależnie od wielkości floty i branży. SATIS zapewnia przejrzysty dostęp do danych,

rozbudowane raportowanie oraz wsparcie w automatyzacji procesów związanych z zarządzaniem pojazdami. Połączenie doświadczenia w obszarze telematiki, stabilności rozwiązania oraz koncentracji na realnych potrzebach biznesowych sprawia, że SATIS jest narzędziem wspierającym nie tylko kontrolę floty, ale przede wszystkim jej efektywne zarządzanie.

SYMFONIA

SYMFONIA ERP



symfonia
Oprogramowanie. Biznes. Harmonia.

Symfonia ERP to kompleksowy system do zarządzania przedsiębiorstwem, wspierający kluczowe procesy biznesowe w jednym, zintegrowanym środowisku. Rozwiązanie obejmuje obszary finansów i księgowości, sprzedaży, handlu, gospodarki magazynowej, produkcji, kadr i płac oraz HR, zapewniając pełną kontrolę nad działalnością firmy. Dzięki centralizacji danych organizacje mogą szybciej podejmować decyzje biznesowe, eliminować błędy wynika-

jące z pracy w wielu systemach oraz efektywniej zarządzać zasobami.

System wyróżnia się modułową budową, która pozwala dostosować zakres funkcjonalności do potrzeb przedsiębiorstwa i rozwijać rozwiązanie wraz ze wzrostem organizacji. Symfonia ERP wspiera automatyzację procesów, usprawnia komunikację między działami oraz umożliwia integrację z zewnętrznymi aplikacjami biznesowymi poprzez otwarte

API. Dodatkową wartością jest model subskrypcyjny, zapewniający bieżące aktualizacje oraz zgodność z obowiązującymi przepisami prawa.

Symfonia ERP jest rozwiązaniem wybieranym przez firmy poszukujące skalowalnego systemu wspierającego transformację cyfrową, zwiększenie efektywności operacyjnej oraz budowanie przewagi konkurencyjnej w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu biznesowym.

GRUPA DOCELOWA: Średnie i duże przedsiębiorstwa z sektora handlu, produkcji i usług, poszukujące zintegrowanego systemu do zarządzania finansami, sprzedażą, magazynem, kadrą i innymi kluczowymi procesami biznesowymi, wspierającego rozwój i cyfryzację organizacji

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI? Symfonia ERP wyróżnia się połączeniem kompleksowości, elastyczności i zgodności z polskimi przepisami, dzięki czemu odpowiada na potrzeby firm działających na lokalnym rynku. System integruje finanse, księgowość, sprzedaż, magazyn, produkcję oraz kadry i płace w jednym środowisku, zapewniając spójność danych i pełną kontrolę nad procesami biznesowymi.

UNUM ŻYCIE

OCHRONA PREMIUM



unum

Unum oferuje kompleksową ochronę zdrowia pracowników i ich najbliższych, obejmującą m.in. wsparcie onkologiczne, kardiologiczne oraz pomoc w przypadku chorób cywilizacyjnych. Zakres ubezpieczenia obejmuje poważne choroby, szeroki katalog operacji chirurgicz-

nych, pobyt w szpitalu oraz świadczenia z tytułu NNW, również podczas uprawiania sportu. Zapewniamy dostęp do diagnostyki, badań profilaktycznych, konsultacji dietetycznych, rehabilitacji oraz wsparcia psychologicznego i psychiatrycznego. Szczególną ochroną obejmu-

jemy dzieci pracowników – od narodzin do 25. roku życia, a w uzasadnionych przypadkach także dłużej, w tym wcześniaki i dzieci z wadami wrodzonymi. Elastyczna konstrukcja programu pozwala dopasować zakres ochrony do indywidualnych potrzeb.

GRUPA DOCELOWA: Produkt skierowany jest do pracodawców, którzy chcą zapewnić swoim pracownikom i ich rodzinom kompleksowe zabezpieczenie zdrowotne oraz dodatkowe benefity wspierające dobrostan. Rozwiązanie odpowiada na potrzeby osób aktywnych zawodowo, osób posiadających dzieci, pracowników oczekujących szerokiej ochrony na wypadek poważnych zachorowań lub wypadków.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI? Ochrona Premium wyróżnia się połączeniem ochrony finansowej z szerokim dostępem do usług medycznych, diagnostycznych i opiekuńczych. Szczególnym atutem jest rozbudowana ochrona dzieci, a także wsparcie psychologiczne i psychiatryczne. Dla najbardziej wymagających klientów przygotowaliśmy Ochronę VIP. Zapewniamy obsługę premium: wsparcie opiekuna, krótki czas wypłaty świadczeń oraz wypłatę wszystkich należnych świadczeń, nie tylko tych zgłoszonych.

VSOFT SA

SYSTEM DO OBSŁUGI WIERZYTELNOŚCI VSOFT COLLECTION



VSoft Collection optymalizuje proces windykacyjny poprzez automatyzację działań i błyskawiczny dostęp do informacji o jakości portfela wierzytelności. System wyposażono w kompleksowe narzędzia usprawniające odzyskiwanie należności, co znacząco upraszcza zarządzanie całym procesem windykacji. Automatyzacja obejmuje wszystkie powtarzalne czynności w zakresie działań polubownych,

w tym wysyłkę pism i komunikatów do klientów. Dzięki temu etap odzyskiwania należności staje się szybszy i efektywniejszy. System na bieżąco monitoruje należności oraz udostępnia aktualny status spraw, automatycznie przypominając o zbliżających się terminach płatności, co przekłada się na wyższą skuteczność windykacji. Istotną zaletą VSoft Collection jest możliwość integracji zarówno z sys-

temami wewnętrznymi, jak i zewnętrznymi. System współpracuje m.in. z: call center, bramką SMS, elektroniczną obietnicą spłaty, e-Sądem, Portalem Informacyjnym Sądów Powszechnych, Komornikiem Online oraz rejestrami dłużników i innymi bazami danych. System posiada moduł AI do automatycznej ekstrakcji i interpretacji danych z pism sądowo-egzekucyjnych.

GRUPA DOCELOWA: Sektor finansowy, duże przedsiębiorstwa B2B i dostawcy usług masowych, branża zarządzania wierzytelnościami.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI? System do efektywnej obsługi procesu windykacyjnego, obejmujący monitoring (EWS), działania ugodowe, outsourcing, windykację sądową, egzekucyjną oraz sprzedaż należności, system można dostosować do indywidualnych potrzeb klienta poprzez parametryzację mechanizmów, takich jak silnik decyzyjny, modele predykcyjne, strategie i akcje windykacyjne oraz strategie typu champion challenger.

3LP (WÜRTH GROUP MEMBER)

FULFILLMENT – KOMPLEKSOWA OBSŁUGA LOGISTYCZNA FIRM



MEMBER OF THE WÜRTH GROUP

Usługa fulfillment 3LP to kompleksowa obsługa logistyczna obejmująca przyjęcie i magazynowanie towarów, kompletację, kontrolę jakości, pakowanie zgodne z wytycznymi klienta, wysyłkę, usługi dodatkowe (VAS), obsługę zwrotów i reklamacji oraz integrację z systemami sprzedaży i

pełny monitoring procesów. Dzięki zaawansowanej automatyzacji, autorskim rozwiązaniom IT oraz elastycznej infrastrukturze logistycznej zamówienia są realizowane sprawnie i z zachowaniem najwyższych standardów jakości. Outsourcing logistyki do 3LP pozwala przedsiębiorstwom

ograniczyć koszty operacyjne i nakłady inwestycyjne na własną infrastrukturę, elastycznie skalować działalność wraz ze wzrostem sprzedaży oraz zachować pełną kontrolę nad procesami dzięki bieżącemu dostępowi do danych i transparentności realizacji zamówień.

GRUPA DOCELOWA: Przedsiębiorstwa produkcyjne, handlowe i e-commerce, w szczególności z sektorów home&decor, elektrotechnicznego, automotive i retail, a także firmy obsługujące towary ciężkie, wielkogabarytowe, wrażliwe lub wymagające specjalnych warunków magazynowania, pakowania i transportu. Oferta skierowana jest do organizacji poszukujących elastycznych, skalowalnych i zautomatyzowanych rozwiązań logistycznych wspierających rozwój biznesu bez konieczności rozbudowy własnej infrastruktury i zasobów operacyjnych.

CZYM WYRÓŻNIA SIĘ PRODUKT NA TLE KONKURENCJI?

3LP wyróżnia się elastycznym podejściem do projektowania i realizacji procesów logistycznych, dostosowując rozwiązania do specyfiki działalności oraz tempa rozwoju klientów. Każde wdrożenie prowadzone jest przez dedykowanego opiekuna i zespół Project Management, zapew-

niające sprawną implementację oraz bieżące wsparcie. Firma wykorzystuje zaawansowaną automatykę magazynową, autorskie rozwiązania IT i technologie wspierające zrównoważony rozwój, w tym system on demand packaging ograniczający zużycie materiałów opakowaniowych i emisję CO₂. Specjalizuje się również w obsłudze produk-

tów ciężkich, wielkogabarytowych, wrażliwych, takich jak szkło, oraz kompletowanych w zestawy wieloelementowe, wymagających indywidualnych procesów pakowania, kontroli jakości i transportu. Dzięki temu 3LP łączy wysoką efektywność operacyjną z elastycznością oczekiwaną przez wymagających klientów biznesowych.

Profesjonalne narzędzia dla firm transportowych

Jeszcze kilka lat temu większość firm transportowych poszukiwała rozwiązań odpowiadających na pojedyncze potrzeby – paliwa, opłat drogowych czy zwrotu VAT. Dziś oczekiwania są znacznie szersze.



NATALIA KARPIUK

Head of Business Development
w Grupie E100

Przedsiębiorcy chcą narzędzi, które pomagają zarządzać kosztami, bezpieczeństwem, płynnością finansową i codziennymi operacjami. Wi-

dać to również w naszych danych: statystyczny klient E100 korzysta dziś średnio z 2,7 produktu z naszej oferty, a wskaźnik ten systematycznie rośnie.

Współpracując z ponad 28 000 przedsiębiorstw transportowych, obserwujemy tę zmianę bardzo wyraźnie. Rozwój profesjonalnych narzędzi nie wynika dziś z samej technologii, lecz z realnych problemów biznesowych, z którymi mierzą się firmy transportowe. Nowe rozwią-

zania rozwijamy wspólnie z firmami transportowymi, które testują je w codziennej pracy, dzielą się doświadczeniami i wskazują nam, co rzeczywiście przynosi wartość biznesową. Takie podejście znajduje odzwierciedlenie również w sposobie udostępniania nowych usług. Klienci mogą samodzielnie aktywować wybrane usługi w Panelu Klienta E100, bezpłatnie sprawdzić ich działanie i ocenić ich przydatność. W rozwoju produktów największym wyzwaniem nie jest stworzenie nowej funkcji. Sukces produktu zależy od tego, czy rozwiązuje rzeczywisty problem klienta. Dlatego rozwój narzędzi dla transportu nie kończy się w momencie ich wdrożenia. Rozwiązania, które oddaje-

my klientom, stale rozwijamy na podstawie doświadczeń użytkowników.

Dobrym przykładem tej ewolucji jest karta paliwowa. Jej podstawowa funkcja pozostaje niezmienna, ale jej rola w firmach transportowych jest dziś zupełnie inna. Przeszła być wyłącznie sposobem rozliczania tankowań, a stała się elementem szerszego środowiska wspierającego zarządzanie transportem. W E100 przykładem tego rozwoju jest uruchomienie autoryzacji tankowania z wykorzystaniem technologii NFC, dzięki której kierowca może potwierdzić transakcję smartfonem bez użycia fizycznej karty paliwowej. E100 należy do grona pierwszych firm

w Europie, które wdrożyły takie rozwiązanie jednocześnie na urządzeniach z systemami Android i iOS. To przykład ewolucji sprawdzonego narzędzia, które odpowiada dziś na potrzeby profesjonalnych flot i zapewnia większą elastyczność, bezpieczeństwo i ogranicza ryzyko przestojów.

Profesjonalne narzędzia dla firm transportowych powstają dziś nie dlatego, że rynek potrzebuje kolejnych produktów. Powstają dlatego, że profesjonalne firmy transportowe potrzebują skuteczniejszych sposobów zarządzania coraz bardziej złożonym biznesem. Ich przewagą jest umiejętność wykorzystania narzędzi do rozwiązywania realnych problemów klientów.

Większa sprzedaż w e-commerce. Przelewy24 uruchamia Raty 2.0 oparte na agregacji ofert

Agregacja ofert wiodących dostawców rozwiązań ratalnych w jednej metodzie płatności. Mechanizm inteligentnego ratowania wniosków zwiększający konwersję nawet o 20 proc. Odpowiednia ekspozycja rat może zwiększyć średnią wartość koszyka nawet nawet 3–4-krotnie.

Przelewy24 uruchamia Raty 2.0, całkowicie przebudowaną usługę płatności ratalnych dla e-commerce. Od lipca 2026 r. merchanti i ich klienci zyskują dostęp do rozwiązania, które w ramach jednej metody płatności agreguje oferty wiodących dostawców rozwiązań ratalnych dla sprzedaży internetowej. Jedną z najważniejszych nowości w Ratach 2.0 Przelewy24 jest mechanizm fallbacku, czyli inteligentnego ratowania wniosku. W przypadku negatywnej decyzji kredytowej u jednego z dostawców klient jest automatycznie przekierowywany do kolejnego bez konieczności ponownego wypełniania wniosku. Dzięki temu konwersja transakcji ratalnych może wzrosnąć nawet o 20 proc.

Równocześnie odpowiednie wdrożenie i komunikowanie rat w sklepie internetowym przekłada się na wzrost średniej wartości koszyka – w niektórych kategoriach nawet 3–4-krotnie, co potwierdzają doświadczenia wiodących merchantów z branż: dom i ogród, motoryzacja, RTV i AGD, materiały budowlane, usługi medyczne czy edukacja. Klienci, którzy już na etapie przeglądania oferty wiedzą, że zakup mogą wygodnie sfinansować w ratach, chętniej decydują się na zakup produktów z wyższej półki cenowej i rzadziej rezygnują z transakcji z powodu chwilowego braku środków. Dodatkowo Przelewy24 przejmuje na siebie wszystkie wymogi regulacyjne i raportowanie do KNF, zdejmując ze sklepów ryzyko kar finansowych.

– Raty 2.0 to przede wszystkim rozwiązanie, które usuwa bariery zakupowe. Mechanizm fallbacku zwiększa liczbę pozytywnie zakończonych procesów kredytowych, ponieważ klient nie musi ponownie składać wniosku

po negatywnej decyzji jednego z dostawców. Równie ważne jest jednak to, aby informacja o możliwości zakupu na raty pojawiała się już na etapie wyboru produktu, a nie dopiero podczas płatności. Wtedy raty realnie wspierają sprzedaż i pomagają merchantom zwiększać wartość koszyka

– mówi Ernest Niklas, dyrektor Pionu Rozwoju Usług i Produktów eCommerce w Przelewy24.

Korzyści dla sprzedawców

Dotychczas raty w wielu e-sklepach były traktowane jako ukryta metoda płatności widoczna dopiero na finalnej formacie transakcji w koszyku, co skutkowało relatywnie niską konwersją. Raty 2.0 całkowicie zmieniają ten sposób myślenia. Merchant otrzymuje nie tylko nowoczesną metodę płatności, ale również narzędzia wspierające sprzedaż na każdym etapie ścieżki zakupowej.

W ramach Rat 2.0 Przelewy24 merchanti otrzymują gotowe wtyczki do platform Magento, PrestaShop i WooCommerce z dynamicznymi kalkulatorami rat wyświetlanymi bezpośrednio na karcie produktu, a także praktyczny podręcznik „O raty! Sprzedaż na maksa”. Rekomendacje obejmują również odpowiednią komunikację rat w całym sklepie – na stronie głównej, listach produktów, wynikach wyszukiwania, blogu, w mediach społecznościowych czy nawet podczas kontaktu z infolinią. Im wcześniej klient dowie się o możliwości sfinansowania

zakup, tym większa szansa, że zdecyduje się na zakup i wybierze produkt lepiej odpowiadający jego potrzebom.

– Dla klienta raty nie są wyłącznie metodą płatności. To sygnał, że nie musi rezygnować z zakupu tylko dlatego, że w danym momencie nie chce angażować całej dostępnej kwoty. Dlatego skuteczna sprzedaż ratalna zaczyna się znacznie wcześniej niż na etapie płatności. Widoczność rat na karcie produktu, stronie głównej, w kampaniach marketingowych czy podczas kontaktu z obsługą klienta buduje poczucie swobody zakupowej, a w efekcie zwiększa zarówno konwersję, jak i średnią wartość koszyka – mówi Dorota Bachman, dyrektor Go-To-Market, Brandu i Komunikacji w Przelewy24 i PeP.

Co mówią dane rynkowe?

Z danych raportu Omn-commerce „Kupuję wygodnie 2026”^{*} wynika, że około 47 proc. internautów korzysta z rat online. Raty, razem z BNPL (Buy Now Pay Later), utrzymują bardzo wysoki poziom popularności – jedynie 4 proc. badanych całkowicie wyklucza tę formę finansowania zakupów. Najczęściej z rat korzystają osoby powyżej 35. roku życia, szczególnie w grupie 45–54 lat, mieszkańcy dużych miast oraz gospodarstw domowych o zróżnicowanych dochodach.

Dlaczego warto uruchomić Raty 2.0 Przelewy24?

Konsumenci najbardziej cenią raty 0 proc. (29 proc. wskazań), możliwość zakupu mimo chwilowego braku środków (24 proc.), szybką decyzję kredytową (23 proc.), dostęp do promocji (22 proc.) oraz w pełni online proces zakupu (20 proc.). Oznacza to, że raty stają się nie tylko narzędziem finansowania, ale również elementem doświadczenia zakupowego. Coraz większe znaczenie ma więc ich odpowiednia komunikacja, która daje klientowi poczucie kontroli nad budżetem i swobodę podejmowania decyzji zakupowych.

