

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	JERONIMO MARTINS POLSKA	107 753 832,00
3	TOTALIZATOR SPORTOWY GK	89 646 005,00
4	PGE POLSKA GRUPA ENERGETYCZNA	61 434 000,00
5	GK PZU	59 408 000,00
6	LIDL	43 450 000,00
7	PKO BP	40 783 000,00
8	KGHM POLSKA MIEDŹ	36 366 000,00
9	DINO POLSKA	33 634 155,00
10	TAURON POLSKA ENERGIA	33 277 000,00
11	EUROCASH	30 023 909,60
12	ENEA	28 136 652,00
13	GRUPA KAPITAŁOWA SPECJAŁ	27 424 618,53
14	GRUPA ŻABKA	27 200 000,00
15	ORLEN PALIWA	26 548 096,00
16	POLSKIE SIECI ELEKTROENERGETYCZNE	26 406 192,20
17	VOLKSWAGEN POZNAŃ	24 905 570,00
18	BANK PEKAO	23 676 915,00
19	LPP	23 109 000,00
20	TOYOTA CENTRAL EUROPE	22 622 932,00
21	VOLKSWAGEN GROUP POLSKA	22 450 000,00
22	GK TERG	21 536 412,00
23	INTER CARS	21 216 209,00
24	ENERGA	21 138 000,00
25	ARCELORMITTAL POLAND	20 893 289,78
26	GRUPA ERSTE BANK POLSKA	20 798 368,00
27	POLSKA GRUPA ZBROJENIOWA	20 000 000,00
28	PELION	19 692 939,00
29	MBANK	18 326 549,00
30	PSH LEWIATAN	18 140 000,00
31	ING BANK ŚLĄSKI	17 379 000,00
32	ASSECO POLAND	16 779 800,00
33	ROSSMANN SUPERMARKETY DROGERYJNE POLSKA	16 523 475,00
34	BP EUROPA	16 438 395,00
35	FCA POLAND	16 283 265,00
36	GRUPA KAPITAŁOWA MASPEX	16 178 037,50
37	BANK GOSPODARSTWA KRAJOWEGO GK	16 162 000,00
38	LG ENERGY SOLUTION	15 128 217,00
39	GRUPA WARTA	15 064 981,00
40	AB MAGNICE	14 931 151,00
41	UNIMOT GK	14 805 000,00
42	INPOST GROUP	14 700 000,00
43	GRUPA CANPACK	14 640 000,00
44	GK CYFROWY POLSAT	14 323 600,00
45	PGL LASY PAŃSTWOWE	13 854 248,00
46	GRUPA NEUCA	13 643 615,00
47	GRUPA BOSCH W POLSCE	13 600 000,00
48	KAUFLAND POLSKA MARKETY	13 583 089,00
49	GRUPA AZOTY	13 138 155,00
50	ORANGE POLSKA	13 133 000,00
51	ANWIM	12 949 214,87
52	LG ELECTRONICS MŁAWA	12 530 830,92
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	MODIVO	10 856 578,00
59	POLSKIE LINIE LOTNICZE LOT	10 820 000,00
60	AUCHAN POLSKA	10 792 625,00
61	GRUPA P4	10 544 900,00
62	GRUPA ERGO HESTIA	10 510 825,00
63	SHELL POLSKA	10 484 522,00
64	SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA MLEKOVITA	10 479 427,00
65	POLMLEK	10 300 000,00

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 finansowego

Lp	spółka	wysokość przychodów 2025 r.
1	GK PZU	59 408 000,00
	PKO BP	40 783 000,00
2	BANK PEKAO	23 676 915,00
4	GRUPA ERSTE BANK POLSKA	20 798 368,00
5	MBANK	18 326 549,00

Liderzy sektora energetycznego

Lp	spółka	wysokość przychodów 2025 r.
1	PKN Orlen	294 976 000,00
2	PGE POLSKA GRUPA ENERGETYCZNA	61 434 000,00
3	TAURON POLSKA ENERGIA	33 277 000,00
4	ENEA	28 136 652,00
5	ORLEN PALIWA	26 548 096,00

Liderzy sektora handlowego

	spółka	wysokość przychodów 2025 r.
1	JERONIMO MARTINS POLSKA	107 753 832,00
2	LIDL	43 450 000,00
3	EUROCASH	30 023 909,60
4	DINO POLSKA	33 634 155,00
5	GRUPA ŻABKA	27 200 000,00

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	3 302 158,62
5	OKRĘGOWA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA ŁOWICZ	2 275 165,00

66	BANK MILLENNIUM	10 199 007,00
67	BUDIMEX	9 438 558,00
68	CARREFOUR POLSKA	9 320 000,00
69	CASTORAMA POLSKA	9 221 810,00
70	AXPO POLSKA	8 697 810,00
71	SAMSUNG ELECTRONICS POLSKA	8 650 087,00
72	STOKROTKA	8 289 000,00
73	GRUPA KAPITAŁOWA SYNTHOS	8 274 000,00
74	ALIOR BANK	8 135 964,00
75	WIPASZ GK	8 013 495,00
76	EME-AERO	7 886 248,00
77	VOLKSWAGEN MOTOR POLSKA	7 853 083,00
78	ITAKA HOLDINGS	7 562 000,00
79	POLKOMTEL	7 550 000,00
80	SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA MLEKPOL	7 542 239,00
81	T-MOBILE POLSKA	7 423 178,00
82	KGHM METRACO	7 419 000,00
83	POLSKA GRUPA FARMACEUTYCZNA	7 400 000,00
84	CIRCLE K POLSKA	7 229 124,00
85	INPOST	7 177 200,00
86	CARGILL POLAND	7 109 617,00
87	POLSKA GRUPA GÓRNICZA	7 100 000,00
88	MAKRO CASH AND CARRY	6 908 472,00
89	POCZTA POLSKA	6 869 000,00
90	GRUPA STRABAG W POLSCE	6 820 000,00
91	CEDC INTERNATIONAL	6 765 279,00
92	DHL GROUP	6 685 585,00
93	GRUPA UNIQA	6 637 982,00
94	BELEAF	6 572 695,00
95	IKEA RETAIL	6 273 696,00
96	FORTUM MARKETING AND SALES POLSKA	6 100 000,00
97	LUX-MED	5 912 000,00
98	IKEA INDUSTRY POLAND	5 798 526,00
99	TOYOTA MOTOR MANUFACTURING POLAND	5 719 995,00
100	GRUPA SOKOŁÓW	5 708 365,00
101	GRUPA CICHY-ZASADA	5 546 533,86
102	GRUPA KĘTY	5 494 000,00
103	TUI POLAND	5 490 547,00
104	WARSAW TRADING PARTNERS	5 465 387,00
105	ZAKŁADY FARMACEUTYCZNE POLPHARMA	5 404 948,00
106	GK CREDIT AGRICOLE POLSKA	5 377 435,00
107	IMPERIAL TOBACCO POLSKA	5 351 523,44
108	STS	5 204 814,00
109	GRUPA RABEN	4 932 418,00
110	MOWI POLAND	4 883 139,00
111	BORYSZEW	4 836 501,00
112	GK DPD POLSKA	4 826 907,00
113	BARRY CALLEBAUT MANUFACTURING POLSKA	4 734 575,00
114	PORSCHE INTER AUTO POLSKA	4 729 071,00
115	TELE-FONIKA KABLE	4 707 266,00
116	VOLVO POLSKA	4 682 384,00
117	VELOBANK	4 658 587,00
118	KRAJOWA GRUPA SPOŻYWCZA	4 649 885,00
119	RAINBOW TOURS	4 557 807,00
120	BENEFIT SYSTEMS	4 522 683,00
121	URTICA	4 512 291,00
122	AUTO PARTNER	4 424 895,00
123	GRUPA PSB HANDEL	4 422 154,00
124	TU COMPENSA	4 365 188,00
125	AMAZON FULFILLMENT POLAND	4 326 588,00
126	E100 INTERNATIONAL TRADE	4 320 000,00
127	WB ELECTRONICS GK	4 300 000,00
128	GRUPA TZMO	4 263 431,87
129	SAMSUNG ELECTRONICS POLAND MANUFACTURING	4 239 291,00
130	POLENERGIA	4 225 771,00
131	HOLDING 1	4 224 629,00
132	PLICHTA	4 224 081,40
133	POLIMEX MOSTOSTAL	4 130 489,00
134	ALDI	4 109 484,40
135	PORR	3 954 945,17



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	QEMETICA	3 945 709,00
137	OGP GAZ -SYSTEM	3 926 798,00
138	GRUPA AZOTY ZAKŁADY AZOTOWE PUŁAWY	3 896 308,00
139	GOBARTO	3 829 024,00
140	KIA POLSKA	3 794 150,42
141	PKP CARGO	3 785 900,00
142	STALPRODUKT	3 737 371,00
143	AMREST	3 710 000,00
144	IMPEL	3 709 045,00
145	NGK CERAMICS POLSKA	3 705 728,00
146	ALSTOM POLSKA	3 700 488,00
147	MONDI ŚWIECIE	3 697 444,00
148	SCANIA POLSKA	3 634 816,00
149	BANK HANDLOWY	3 616 737,00
150	HITACHI ENERGY POLAND	3 588 217,00
151	E. LECLERC POLSKA	3 572 139,00
152	MAN TRUCK & BUS POLSKA	3 538 639,00
153	KRAKOWSKI HOLDING KOMUNALNY	3 534 100,00
154	CMC POLAND	3 524 516,00
155	CORAL TRAVEL POLAND	3 509 300,00
156	CELSA HUTA OSTROWIEC	3 376 748,00
157	FLEXTRONICS INTERNATIONAL POLAND	3 361 979,00
158	ESKY	3 358 384,90
159	ROCHE POLSKA	3 310 400,00
160	OKRĘGOWA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA PIĄTNICA	3 302 158,62
161	ERBUD	3 258 215,00
162	DOM DEVELOPMENT	3 255 594,00
163	UNITED BEVERAGES	3 253 232,00
164	TELEWIZJA POLSKA SA W LIKWIDACJI	3 217 805,01
165	ARCTIC PAPER	3 197 594,00
166	KRUK	3 190 651,00
167	JYSK	3 131 249,00
168	GRUPA UHY ECA	3 103 049,00
169	DOZ SA DIRECT	3 054 855,00
170	BEMO MOTORS	3 033 605,00
171	ACTION	2 994 449,00
172	GENERALI TU	2 958 182,00
173	ENTER AIR	2 952 236,00
174	MIRBUD SKIERNIEWICE	2 951 013,00
175	TU ALLIANZ ŻYCIE POLSKA	2 949 631,00
176	BASF POLSKA	2 931 397,00
177	FIRMA OPONIARSKA DĘBICA	2 914 847,00
178	RTB HOUSE	2 872 337,00
179	DELL	2 856 768,00
180	LUBELSKI WĘGIEL BOGDANKA	2 854 264,00
181	ABB	2 843 990,75
182	THYSSENKRUPP MATERIALS POLAND	2 805 363,82
183	DHL ECOMMERCE (POLAND)	2 780 615,00
184	CARLSBERG POLSKA	2 681 232,00
185	MWS	2 668 010,52
186	ZARA POLSKA	2 664 928,80
187	ZEW KOGENERACJA	2 650 467,00
188	ADAMIETZ	2 609 657,93
189	FERRERO POLSKA COMMERCIAL	2 606 241,00
190	AGATA	2 535 501,00
191	HUTCHINSON POLAND	2 516 405,00
192	GRUPA PRUSZYŃSKI	2 509 656,00
193	PRESS GLASS HOLDING	2 508 438,00
194	ACCENTURE	2 500 575,00
195	CAPGEMINI POLSKA	2 477 529,00
196	GRUPA AZOTY ZAKŁADY CHEMICZNE POLICE	2 468 884,00
197	CNH INDUSTRIAL POLSKA	2 433 674,00
198	DIAGNOSTYKA	2 424 233,00
199	TUIR ALLIANZ POLSKA	2 411 846,00
200	AMICA	2 411 000,00
201	ADAMED PHARMA	2 401 000,00
202	LOUIS DREYFUS COMMOD POLSKA	2 396 597,00
203	NEWAG	2 386 420,00
204	GRENEVIA	2 379 000,00
205	OPONEO.PL	2 370 875,00

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 osiąająca 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 zwiększać sprzedaż, zachować kontrolę nad procesami i jednocześnie ograniczać 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. Dziś 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.

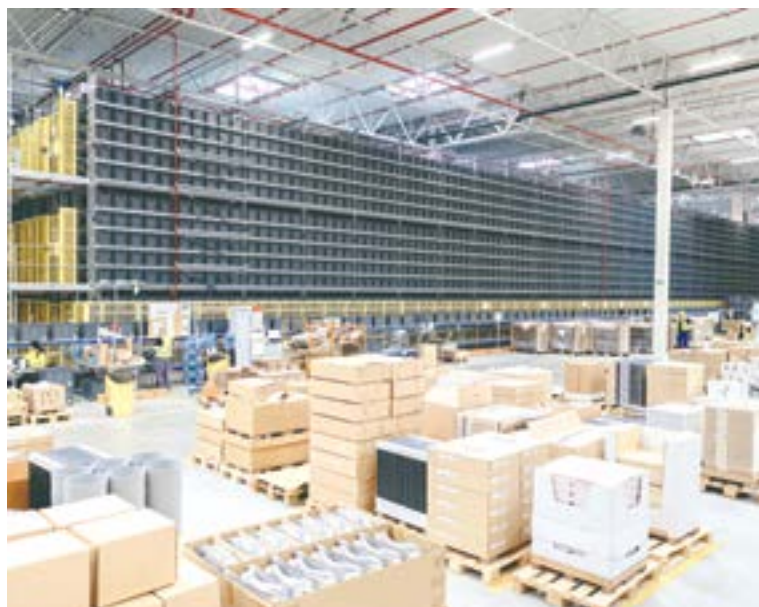
– Jeszcze kilka lat temu rozmowy koncentrowały się głównie na koszcie pojedynczej operacji magazynowej. Dziś przedsiębiorcy coraz częściej pytają, jak skalować biznes bez proporcjonalnego wzrostu kosztów stałych. Partner logistyczny powinien zapewniać nie tylko realizację zamówień, ale również elastyczne 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	AMPOL - MEROL	2 368 893,00
207	NATIONALE-NEDERLANDEN TUNŻ	2 361 103,00
208	UNIBEP	2 358 373,00
209	VIENNA LIFE TU NA ŻYCIE	2 355 516,00
210	TAMEH HOLDING GK	2 346 928,00
211	CREDIT AGRICOLE BANK POLSKI	2 331 500,00
212	GRUPA OLX	2 311 045,00
213	MOTO-PROFIL	2 310 396,00
214	LPP LOGISTICS	2 300 000,00
215	MESKO	2 278 558,55
216	OKRĘGOWA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA ŁOWICZ	2 275 165,00
217	BUDMAT BOGDAN WIĘCEK	2 264 288,00
218	GRUPA NDI	2 247 270,93
219	ROHLIG SUUS LOGISTICS	2 245 025,00
220	TARCZYŃSKI	2 243 190,00
221	ID LOGISTICS POLSKA	2 243 091,00
222	TRAKCJA	2 242 361,00
223	KRONOSPAN POLSKA	2 241 819,70
224	JABIL POLAND	2 235 850,00
225	CASINOS POLAND CP	2 228 174,00
226	WIRTUALNA POLSKA HOLDING	2 213 622,00
227	STALPROFIL	2 200 600,00
228	BRENNTAG POLSKA KĘDZIERZYN-KOŹLE 2)	2 186 500,00
229	WIELTON	2 183 000,00
230	SII	2 180 010,00
231	XTB GK	2 146 056,00
232	TEVA OPERATIONS POLAND	2 126 478,00
233	TAMEH POLSKA	2 122 169,70
234	RYANAIR SUN	2 112 383,00
235	FARUTEX	2 108 071,00
236	VINCI CONSTRUCTION POLSKA (EUROVIA POLSKA WARBUD)	2 081 640,00
237	COGNOR HOLDING GK	2 080 844,00
238	MTU AERO ENGINES POLSKA	2 077 037,00
239	DEVELIA	2 076 930,00
240	SWISS KRONO	2 064 525,00
241	STORTEBOOM HAMROL	2 020 067,00
242	ECHO INVESTMENT	2 012 720,00
243	GRUPA ECHO	2 012 720,00
244	WYBOROWA	1 993 340,00
245	POLSKIE SUPERMARKETY PAKOŚĆ	1 983 065,00
246	TORPOL	1 978 447,00
247	ENIQ	1 965 341,00
248	PWC	1 931 511,00
249	PEKABEX	1 923 498,00
250	MW FOOD	1 919 900,59
251	TU INTERRISK	1 917 318,00
252	FEDEX EXPRESS POLAND	1 912 717,00
253	HURTAP	1 897 894,00
254	CERSANIT	1 889 628,00
255	DEKPOL	1 876 436,00
256	MOORE POLSKA	1 867 998,00*
257	JOHNSON MATTHEY POLAND	1 855 614,00
258	OPTIMA LOGISTICS GROUP	1 838 102,00
259	DROSED SUROWIEC	1 834 087,00
260	3W	1 827 472,00
261	GRUPA ALUMETAL	1 826 702,00
262	MENNICA POLSKA	1 826 193,00
263	CENTRALA FARMACEUTYCZNA CEFARM	1 806 054,10
264	PCC ROKITA	1 801 291,00
265	ASSECO SOUTH EASTERN EUROPE	1 798 665,00
266	RHENUS LOGISTICS	1 797 042,00
267	SELENA FM	1 796 563,00
268	TJX POLAND	1 789 451,00
269	COMARCH	1 788 466,00
270	RONAL POLSKA	1 761 994,00
271	KOMPUTRONIK	1 754 648,00
272	ADIENT SEATING POLAND	1 751 237,00
273	BOWIM	1 740 777,00
274	MPEC	1 715 973,00



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	ANSWEAR.COM	1 701 667,00
276	IGLOTEX	1 678 861,09
277	KOMTUR POLSKA	1 673 142,00
278	EXIDE TECHNOLOGIES	1 667 820,00
279	PIEPRZYK FAMILY	1 661 686,00
280	ZAKŁADY MIĘSNE SKIBA	1 649 653,00
281	BANK OCHRONY ŚRODOWISKA	1 647 232,00
282	LEONI KABEL POLSKA	1 637 211,00
283	ONNINEN	1 624 648,86
284	KUEHNE + NAGEL	1 614 076,00
285	AGORA	1 606 580,00
286	TUW PZUW	1 603 365,00
287	FM LOGISTIC	1 582 819,00
288	CENTRUM ROZLICZEŃ ELEKTRONICZNYCH POLSKIE E-PŁATNOŚCI	1 578 802,38
289	KRONOSPAN MIELEC	1 568 454,00
290	MIROSLAW WRÓBEL	1 567 749,00
291	STOCZNIA REMONTOWA IM. J. PIŁSUDSKIEGO	1 565 452,00
292	GDAŃSKA STOCZNIA REMONTOWA IM. J. PIŁSUDSKIEGO SA, GDAŃSK	1 565 452,00
293	GENERAL LOGISTICS SYSTEMS POLAND	1 558 047,00
294	TYCO ELECTRONICS POLSKA	1 553 528,00
295	EY POLSKA	1 550 843,00
296	ROBYG	1 546 114,00
297	JOYNEXT	1 543 034,00
298	PROCAM POLSKA	1 527 897,00
299	HL MANDO CORPORATION POLAND	1 522 066,00
300	MARKETING INVESTMENT GROUP	1 521 165,00
301	OSADKOWSKI	1 520 250,00
302	GRUPA DELOITTE POLAND	1 505 745,00
303	VRG	1 504 832,00
304	ROLDROB	1 504 764,00
305	DISTRIBEV	1 503 725,00
306	FERRERO POLSKA	1 478 729,00
307	DROBIMEX	1 477 898,00
308	ZAKŁADY MIĘSNE ŁUKÓW	1 475 004,70
309	DRUTEX	1 474 736,00
310	DROSED SIEDLCE	1 472 879,00
311	HANDEN	1 470 548,00
312	SANOK RUBBER COMPANY	1 469 968,00
313	GEDIA POLAND	1 467 366,00
314	OREX TRAVEL	1 459 904,00
315	ADIENT POLAND ŚWIEBODZIN	1 452 518,00
316	HUSQVARNA POLAND	1 449 942,18
317	PHUP GNIEZNO HURTOWNIA	1 447 985,00
318	DEALZ POLAND	1 447 041,00
319	MORELE.NET	1 443 511,00
320	MILKPOL POLSKA	1 438 761,00
321	PHILIPS POLSKA	1 415 216,00
322	MAZDA MOTOR POLAND	1 411 377,00
323	CARGILL PROTEIN POLAND	1 410 761,00
324	GRUPA FAKRO	1 410 000,00
325	BALTIC HUB CONTAINER TERMINAL	1 409 293,00
326	INSTANTA	1 400 967,00
327	MEDTRONIC POLAND	1 399 046,00
328	MIEJSKIE ZAKŁADY AUTOBUSOWE	1 398 984,01
329	NTT SYSTEM	1 389 220,00
330	GRUPA VELUX	1 381 536,00
331	LOTTE WEDEL	1 379 935,12
332	A.P.N. PROMISE	1 377 716,00
333	EGGER BISKUPIEC	1 374 855,00
334	FABRYKA KABLI ELPAR PARCZEW	1 374 431,00
335	KOLEJE MAZOWIECKIE - KM	1 373 790,00
336	ME M08	1 368 721,00
337	MENNICA SKARBOWA	1 368 117,00
338	TRANSFER MULTISORT ELEKTRONIK GK	1 361 156,00
339	RANDSTAD POLSKA	1 360 766,00
340	ESPERSEN POLSKA	1 359 275,00
341	E100 POWER MAX	1 356 788,00
342	PROCTER AND GAMBLE POLSKA	1 338 031,00



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.

343	ZE PAK	1 333 834,00
344	TRAMWAJE WARSZAWSKIE	1 332 124,00
345	COPERNICUS PODMIOT LECZNICZY	1 327 995,00
346	GRUPA NOWY STYL KROSNO	1 324 403,00
347	AGRII POLSKA	1 321 784,00
348	SIG	1 316 896,00
349	PILKINGTON AUTOMOTIVE POLAND	1 312 034,17
350	MOSTOSTAL WARSZAWA	1 309 494,00
351	STENA RECYCLING	1 308 346,00
352	SIEMENS	1 304 512,00
353	PPH STANDARD	1 300 414,00
354	SM SPOMLEK	1 299 927,48
355	TIM	1 295 366,00
356	SERIS KONSALNET HOLDING	1 290 932,00
357	KAJIMA POLAND	1 282 866,66
358	4AUDYT	1 281 687,00*
359	CISCO SYSTEMS POLAND	1 267 711,00
360	ATAL	1 267 068,00
361	INDYKPOL	1 265 752,00
362	MICROSOFT POLAND OPERATIONS	1 261 939,00
363	LORENZ	1 261 283,00
364	MURAPOL	1 260 847,00
365	INTER LAND	1 258 343,30
366	INNPRO	1 253 698,51
367	IMPERIAL TOBACCO POLSKA MANUFACTURING	1 250 608,44
368	PROCTER & GAMBLE DS POLSKA	1 250 120,35
369	QEMETICA SODA POLSKA	1 249 878,50
370	MORIS	1 243 631,00
371	DS SMITH POLSKA	1 234 321,00
372	IZOSTAL	1 233 514,00
373	ABP POLAND PNIEWY	1 227 370,00
374	MARTES SPORT	1 224 786,20
375	MOSTOSTAL ZABRZE	1 224 460,00
376	FABRYKI MEBLI FORTE	1 209 000,00
377	OKRĘGOWA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA GIŻYCKO	1 202 044,00
378	APATOR	1 201 852,00
379	FIEGE	1 194 678,00
380	PKC GROUP POLAND	1 188 641,53
381	ILS	1 163 513,00
382	GK GRODNO	1 160 547,09
383	RE ALLOYS	1 144 179,06
384	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO KOMUNIKACYJNE	1 137 528,10
385	EXIM	1 123 146,00
386	PHOENIX CONTACT WIELKOPOLSKA	1 122 098,00
387	SANTE	1 116 568,03
388	WERNER KENKEL GK	1 113 014,00
389	POL-OIL-CORPORATION	1 111 332,00
390	TRUMPF HUETTINGER	1 103 080,00
391	SUN GARDEN POLSKA	1 102 770,00
392	SE BORDNETZE POLSKA	1 097 681,00
393	4MASS	1 095 289,00
394	KPMG	1 091 364,00
395	PCC EXOL	1 085 503,00
396	GRUPA KAPITAŁOWA ETRAVEL	1 079 068,00
397	DEICHMANN OBUWIE	1 075 091,00
398	FRONERI POLSKA	1 069 942,00
399	GK RAWLPLUG	1 069 003,29
400	SILVA	1 058 101,00
401	GRUPA CSWP	1 053 433,00*
402	GRUPA KAPITAŁOWA IMMOBILE	1 050 238,00
403	AYP – WŁAŚCICIEL MARKI AY PRIME	1 047 873,00
404	CEMENTOWNIA WARTA	1 034 565,00
405	CONSORFRUT POLSKA	1 024 775,00
406	AUTO PARTNER GDAŃS	1 012 479,00
407	OKRĘGOWA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA WŁOSZCZOWA	1 011 566,46
408	FENIX METALS	1 011 118,00
409	NORDZUCKER POLSKA	1 009 236,00
410	GENERALI ŻYCIE TU	1 007 155,00
411	SUNREEF VENTURE	1 003 592,00
412	LINK 4 TU	999 727,00

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 źle 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 centrom dystrybucyjnym, w tym pierwszym w branży hurtowniom Cash&Carry, 150 sklepom firmowym Mlekovitka oraz sklepowi internetowemu mlekovitka.pl.

MLEKOVITA

Dariusz Sapiński
Prezes Zarządu
Grupy Mlekovita

znajdź nas

413	SCANFIL POLAND	994 764,00
414	ROCHE DIAGNOSTICS POLSKA SP. Z O.O., WARSZAWA	988 974,41
415	DANWOOD	984 941,00
416	SÜDZUCKER POLSKA	983 528,00
417	JOIN UP! POLSKA	982 854,00
418	AUTOTORINO	980 650,00
419	GRUPA AGROCENTRUM	973 557,61
420	ROCKFIN	962 693,11
421	ARCHICOM	961 658,00
422	JAS-FBG	956 838,00
423	GRUPA KOMBUD	956 232,00
424	SHELL MOBILITY POLSKA	951 805,00
425	FROSTA	949 852,00
426	LX PANTOS POLAND	949 801,00
427	BONPRIX	949 331,00
428	ZUE	945 898,00
429	CEREAL PARTNERS POLAND -PACIFIC	943 271,00
430	KIMBALL ELECTRONICS POLAND	941 914,00
431	GRECOS HOLIDAY	940 992,00
432	LATEX OPONY	931 709,00
433	SUZUKI MOTOR POLAND	929 484,19
434	SKLEPY KOMFORT	926 288,63
435	KYNDRYL GLOBAL SERVICES DELIVERY CENTRE POLSKA	925 065,00
436	BISPOL ŁAŃCUT	919 594,00
437	ASTELLAS PHARMA	916 137,00
438	STANCHEM PRZEDSIĘBIORSTWO CHEMICZNE	911 850,00
439	PAYU	909 552,00
440	TOYA GK	907 705,00
441	AIR PRODUCTS	904 597,00
442	DACHSER	903 718,00
443	POLSKIE TOWARZYSTWO REASEKURAC	901 484,00
444	GOODMILLS POLSKA	900 342,00
445	NEAPCO EUROPE	896 684,00
446	METRO WARSZAWSKIE	895 738,00
447	AMBRA	894 895,00
448	BEL-POL ŚWIDNICA	887 504,00
449	ORACLE POLSKA	885 925,00
450	FOODHUB	883 714,00
451	ARCHE	882 169,13
452	GOODVALLEY	881 333,00
453	KELVION	877 419,04
454	POLSKI HOLDING NIERUCHOMOŚCI	876 200,00
455	SBS	875 060,00
456	HAWA	874 246,00
457	KROT INVEST	872 600,00
458	ASCLEPIOS	869 782,64
459	LINDE GAZ POLSKA	869 602,00
460	CD PROJEKT	866 989,00
461	STORCK	864 172,00
462	SOFIDEL POLAND	861 999,00
463	ACCENTURE SERVICES	858 705,00
464	GRUPA KAPITAŁOWA CYBER_FOLKS	855 151,00
465	MCCAIN POLAND	854 535,00
466	CENTRUM MEDYCZNE ENEL-MED	854 268,00
467	ONDE	852 181,00
468	FLEX FILMS EUROPA	849 687,00
469	TARGET POLSKA	847 735,01
470	COMP	846 509,00
471	GRUPA SWGK	845 917,00 *
472	NOVA TRADING	842 061,24
473	GOLDBECK CEE NORTH	840 399,60
474	CARSERVIS	839 128,00
475	NOVO	833 622,35
476	WERNER KENKEL	832251
477	ATOS POLAND GLOBAL SERVICES	831 235,00
478	UNUM ŻYCIE TUIR	822 005,00
479	DYCKERHOFF POLSKA	820 271,00
480	NAGEL POLSKA	817 695,00
481	PHUP MERKURY	817 663,00

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 przyczynowy.

wo-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, klasyfikacja 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.

482	NOWEL	817 199,00
483	RR DONNELLEY GTS POLAND	815 040,00
484	GRUPA PRACUJ	811 232,00
485	FUNDACJA KSZTAŁCENIA MENEDŻERÓW	810 081,00
486	TETRA PAK	809 208,00
487	FIRMA KABANOS	807 685,00
488	SHARP CONSUMER ELECTRONICS POLAND ŁYSOMICE	806 658,00
489	WSCHODNIA FIRMA HANDLOWA	802 442,00
490	AQUANET	801 718,00
491	LIGENTIA POLAND	792 120,00
492	FUJITSU TECHNOLOGY SOLUTIONS	782 835,00
493	DELKO	782 160,00
494	ARHELAN	778 280,00
495	REAL	777 426,00
496	TAKEDA PHARMA	775 686,00
497	COLAS POLSKA PAŁĘDZIE	774 493,00
498	FABRYKA FARB I LAKIERÓW ŚNIEŻKA	772 506,00
499	FRESH LOGISTICS POLSKA	771 446,00
500	HANDLOPEX	771 040,03
501	NSK STEERING SYSTEMS EUROPE	770 138,00
502	MANGATA HOLDING	768 869,00
503	CHEP POLSKA	760 339,00
504	R. TWINING AND COMPANY	760 237,00
505	GRUPA GUMUŁKA	759 593,00 *
506	LERG	759 363,00
507	NSK BEARINGS POLSKA	758 975,00
508	GLOBALLOGIC	756 715,00
509	BLUM POLSKA SWARZĘDZ	756 458,00
510	TOYOTA BANK POLSKA	756 183,00
511	KORPORACJA BUDOWLANA DORACO	755 377,00
512	TOYOTA MATERIAL HANDLING POLSKA	755 016,00
513	FERRO	754 567,00
514	MHC MOBILITY	752 981,00
515	HOMAG POLSKA	751 779,20
516	GREENBRIER POLAND	750 217,00
517	VF POLSKA DISTRIBUTION	748 771,02
518	TECHNISAT DIGITAL	748 495,00
519	BF AUDYT	747 817,00 *
520	SECO/WARWICK	745 923,00
521	SZYNAKA – MEBLE	743 320,00
522	FUCHS OIL CORPORATION (PL)	741 909,00
523	POLSKA GRUPA AUDYTORSKA	724 073,00 *
524	GRUPA TRANSPORTOWA	721 343,00
525	HELLMANN WORLDWIDE LOGISTICS POLSKA	716 213,00
526	GRUPA MOKATE	700 000,00
527	BIURO AUDYTORSKIE PROWIZJA	659 665,00 *
528	NO LIMIT	636 386,00
529	INTROL	602 288,00
530	LUBAWA	602 288,00
531	SPYROSOFT	601 255,00
532	WASKO	598 413,00
533	REX	594 568,00
534	VOXEL	583 789,00
535	ELEKTROTIM	579 715,00
536	AILLERON	579 657,00
537	ORZEŁ BIAŁY	574 795,00
538	MERCATOR MEDICAL	574 176,00
539	GPW	551 879,00
540	MARVIPOL	547 698,00
541	B-THINK AUDIT	545 138,00 *
542	MILKILAND	535 557,00
543	ATLATNA POLAND	529 792,00
544	KGL	527 724,00
545	EUROTEL	520 225,00
546	SKAT TRANSPORT	515 758,00
547	DR. MIELE COSMED GROUP	507 443,00
548	GEIS PL	499 080,00
549	PIJ MAKRUM	492 498,00
550	CITY SERVICE	488 463,00
551	BEST	485 603,00

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 zamykane 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.

552	QUATRO	479 686,00
553	ORCO PROPERTY GROUP	478 078,00
554	ASSECO BUSINESS SOLUTIONS	476 774,00
555	WITTCHEN	476 742,00
556	ARLEN	474 275,00
557	VERCOM	471 152,00
558	VOTUM	462 421,00
559	FORVIS MAZARS W POLSCE	453 279,00 *
560	HELIO	445 313,00
561	GRUPA INSTYTUT STUDIÓW PODATKOWYCH MODZELEWSKI I WSPÓLNICY	444 561,00 *
562	DADELO	443 988,00
563	MAC AUDITOR	437 839,00 *
564	CAT LC POLSKA	428 421,00
565	INPRO	421 062,00
566	MLP GROUP	420 527,00
567	DELOITTE DORADZTWO PODATKOWE DĄBROWSKI I WSPÓLNICY	419 470,00
568	ZAKŁADY MAGNEZYTOWE ROPCZYCE	394 435,00
569	PRIMEFIELDS	387 311,00 *
570	CARGO-PARTNER SPEDYCJA	384 083,00
571	TEVA PHARMACEUTICALS POLSKA	383 456,00
572	PHOTON ENERGY	380 999,00
573	SELVITA	364 471,00
574	TSGAMES	361 903,00
575	KRYNICA VITAMIN	356 274,00
576	MONNARI	355 881,00
577	SYGNITY	350 256,00
578	INSTAL KRAKÓW	342 085,00
579	COLIAN LOGISTIC	338 929,00
580	KINO POLSKA	333 733,00
581	KPPD-SZCZECINEK	332 210,00
582	REGESTA	331 419,00
583	KPMG TAX M. MICHNA	330 420,00
584	TEXT	329 073,00
585	BUMECH	328 845,00
586	ESOTIQ & HENDERSON	323 563,00
587	ATM GRUPA	322 861,00
588	ATENDE	321 426,00
589	MO-BRUK	319 898,00
590	ATREM	311 929,00
591	BIO PLANET	311 005,00
592	EUROGATE LOGISTICS	309 861,00
593	LENTEX	308 009,00
594	TVM TRANSPORT & LOGISTICS	303 024,00
595	PLAYWAY	298 211,00
596	IZOBLOK	298 011,00
597	IPOPEMA SECURITIES	296 866,00
598	MAKARONY POLSKIE	293 678,00
599	MOJ	293 317,00
600	COLUMBUS	293 278,00
601	CAVATINA HOLDING	289 998,00
602	TPG / TRANS POLONIA GROUP	283 252,00
603	TRANSPOL	283 252,00
604	BIOTON	282 521,00
605	OT LOGISTICS	272 894,00
606	ZAKŁADY PRZEMYSŁU CUKIERNICZEGO OTMUCHÓW	272 036,00
607	CDRL	270 283,00
608	MEXEM	263 982,00
609	MARATHON INTERNATIONAL	259 525,00
610	CFI HOLDING	259 136,00
611	MDI ENERGIA	256 127,00
612	HARPER	254 347,00
613	TIRSPED	253 166,00
614	LINKTIS	250 386,00
615	SILVANO	248 133,00

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 Fondée

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

616	P.A. NOVA	246 452,00
617	ULMA	245 630,00
618	CELON PHARMA	244 335,00
619	TRANSSPED	244 080,00
620	PRZEDSIĘBIORSTWO PRZEMYSŁU SPOŻYWCZEGO PEPEES	243 730,00
621	ASM GROUP	243 526,00
622	SEKO	243 374,00
623	ODLEWNIE POLSKIE	236 545,00
624	PREMIUM AUDYT	236 213,00 *
625	SKARBIEC	229 400,00
626	TU ZDROWIE	226 504,00
627	GRUPA RÖDL	226 252,00 *
628	SUNEX	218 339,00
629	SHOPER	217 974,00
630	GRUPA DELTA TRANS	213 881,00
631	SONEL	209 451,00
632	NATIONALE-NEDERLANDEN TU	208 491,00
633	AC	205 568,00
634	BOOMBIT	205 096,00
635	QUERCUS TFI	204 767,00
636	PCF GROUP	199 598,00
637	KUKE	196 606,00
638	BFI	194 939,00
639	INTERSPORT POLSKA	190 129,00
640	POLINVEST-AUDIT	183 438,00 *
641	FSG AUDYTORIUM BIEGLI REWIDENCI	182 732,00 *
642	NOVITA	182 662,00
643	MERCOR	181 159,00
644	REMAK-ENERGOMONTAŻ	177 017,00
645	PKO ŻYCIE TU	176 914,00
646	MOSTAL PŁOCK	169 427,00
647	UNIQ LOGISTIC	169 296,00
648	BEIDFK FIN-EKSPERT	165 294,00 *
649	REWIDO AUDIT	163 913,00 *
650	SALTUS TUW	158 374,00
651	SIGNAL IDUNA POLSKA TU	154 524,00
652	CREOTECH INSTRUMENTS	152 347,00
653	JWW INVEST	149 649,00
654	SANTANDER ALLIANZ TU	149 581,00
655	AUDYTOR PLUS	149 326,00 *
656	BLOOBER TEAM	149 314,00
657	BETACOM	146 738,00
658	APLISENS	146 561,00
659	LENA LIGHTING	141 752,00
660	11BIT	141 034,00
661	POLFROST INTERNATIONALE SPEDITION	139 925,00
662	GETIN HOLDING	137 867,00
663	GIEŁDA PRAW MAJĄTKOWYCH VINDEXUS	137 867,00
664	VINDEXUS	137 867,00
665	PROCHEM	133 351,00
666	PTWP	132 482,00
667	TRIO AUDYT	131 986,00 *
668	TALEX	130 907,00
669	SALTUS TU ŻYCIE	130 767,00
670	POLWAX	129 857,00
671	MEX POLSKA	127 365,00
672	RAY TRANS	125 697,00
673	FEERUM	125 400,00
674	POLAUDIT	124 909,00 *
675	ED INVEST	124 246,00
676	LTP-LOGISTYKA	124 004,00
677	PASSUS	123 330,00
678	ML SYSTEM	122 848,00
679	CAPITEA	119 247,00
680	FRIGO-EXPRESS LOGISTIC	118 922,00
681	DTA / GRUPA DTA	117 867,00

682	CREDIT AGRICOLE TU	117 078,00
683	HYDROTOR	114 886,00
684	BIOGENED	113 110,00
685	DIGITAL NETWORK	112 919,00
686	GRUPA VGD	112 897,00 *
687	CRIDO TAXAND	112 450,00
688	WISE ENERGY	111 307,00
689	RELPOL	107 774,00
690	LOKUM DEWELOPER	106 376,00
691	HERKULES	103 676,00
692	ADATEX	102 850,00
693	MAXCOM	102 339,00
694	KOMPAP	101 530,00
695	CANVAS LOGISTICS	101 408,00
696	PATENTUS	101 272,00
697	TL TRANS LOGISTYKA	100 845,00
698	OPTTEAM	100 223,00
699	KDM SHIPPING PUBLIC LIMITED	99 349,00
700	EQUUNICO	98 469,00
701	TUW- CUPRUM	98 173,00
702	TRITON	97 173,00
703	YARRL	96 832,00
704	ARTIFEX MUNDI	95 983,00
705	PEKAO FAKTORING	95 720,00
706	APS ENERGIA	93 558,00
707	BNP PARIBAS FAKTORING	93 532,00
708	VIGO PHOTONICS	93 012,00
709	TOLL GROUP POLAND	87 880,00
710	ECBSA	87 169,00
711	WARIMPEX	86 347,00
712	LSI SOFTWARE	85 312,00
713	KSG AGRO	83 453,00
714	LIBET	83 296,00
715	BAP AUDYT	82 095,00 *
716	POCZTOWE TUNŻ	79 654,00
717	PROTEKTOR	79 528,00
718	CERTES	78 095,00
719	ING COMMERCIAL FINANCE	75 420,00
720	ZAKŁADY SPRZĘTU PRECYZYJNEGO NIEWIADÓW	75 367,00
721	REINO CAPITAL	75 009,00
722	ERG	74 463,00
723	CI GAMES	73 782,00
724	COMPERIA	72 177,00
725	RAFAMET	71 992,00
726	TESGAS	71 820,00
727	MOJ	67 720,00
728	WIKANA	67 350,00
729	FABRITY	67 071,00
730	IMS	66 608,00
731	DIGITREE GROUP	66 505,00
732	RANK PROGRESS	66 212,00
733	ENERGOAPARATURA	65 089,00
734	YANOSIK	63 391,00
735	IFIRMA	63 390,00
736	PKF POLSKA	63 100,00
737	RYVU	62 254,00
738	BIOMAXIMA	61 187,00
739	COMPREMUM	60 518,00
740	MDDP MICHALIK DŁUSKA DZIEDZIC I PARTNERZY	60 430,00
741	EXPRESS LOGISTIC	59 192,00
742	XPLUS	58 351,00
743	QUANTUM SOFTWARE	56 807,00
744	SIGNAL IDUNA ŻYCIE POLSKA TU	55 798,00
745	BGGM AUDYT	55 176,00 *
746	MIRACULUM	53 678,00
747	ALTUS	53 476,00
748	STĄPORKÓW	52 608,00

749	PKO FAKTORING	51 632,00
750	GENERAL AUDYT	51 043,00*
751	CLOUD TECHNOLOGIES	50 690,00
752	AFORTI HOLDING	50 538,00
753	KONSORCJUM SZKOLENIOWO DORADCZE GAMMA	50 257,00
754	SANTANDER FACTORING	49 614,00
755	CASPAR ASSET MANAGEMENT	49 178,00
756	TPA	48 390,00
757	SFINKS	46 682,00
758	ENERGOINSTAL	45 508,00
759	RÖDL KANCELARIA PRAWNA	45 290,00
760	SCANDICA LOGISTICS	45 047,00
761	TENDERHUT	44 899,00
762	ULTGAMES	44 398,00
763	MFAKTORING	42 579,00
764	MUZA	42 423,00
765	SNTVERSE	42 009,00
766	KORPORACJA GOSPODARCZA „EFEKT”	40 117,00
767	ZREMB	40 025,00
768	MEGARON	39 952,00
769	BTC STUDIOS	38 000,00
770	DATAWALK	37 783,00
771	GRUPA KPW	37 624,00*
772	OPEN LIFE TU ŻYCIE	37 499,00
773	CZERWONA TOREBKA	36 045,00
774	BILANS-SERVIS	35 979,00*
775	7FIT	35 348,00
776	CROWE POLAND	33 798,00*
777	B-ACT	32 968,00
778	GRANT THORNTON	32 250,00
779	PMPG POLSKIE MEDIA	32 179,00
780	GWV LADZIŃSKI CMOCH I WSPÓLNICY	32 160,00
781	A&S CARGO	31 751,00
782	GARDA TSL	31 302,00
783	MEDICALGORITHMICS	30 985,00
784	PRO-LOGIS	30 868,00
785	DB ENERGY	30 059,00
786	CREEPY JAR	29 832,00
787	BANK MILLENNIUM/FAKTORING	28 903,00
788	BRIDGE SOLUTIONS HUB	28 848,00
789	MSR AUDYT	27 718,00*
790	PRZEDSIĘBIORSTWO IZOLACJI PRZEMYSŁOWYCH IZOLACJA–JAROCIN	27 113,00
791	MCI CAPITAL ALTERNATYWNA SPÓŁKA INWESTYCYJNA	26 377,00
792	COFACE POLAND FACTORING	25 244,00
793	SANWIL	25 117,00
794	KRAKCHEM	25 088,00
795	TU INTER-ŻYCIE POLSKA	24 806,00
796	BEEIN	23 884,00
797	AGROMEP	23 811,00
798	DG-NET	22 608,00
799	CENTRUM FINANSOWE	22 079,00
800	BBI DEVELOPMENT	21 899,00
801	GRUPA ODITK	21 883,00
802	SCANWAY	21 616,00
803	DORADZTWO PODATKOWE WTS&SAJA	21 350,00
804	ALTO TAX	21 150,00
805	O6MAGNA	20 936,00
806	TUW REJENT-LIFE	20 511,00
807	BIZTECH CONSULTING	20 420,00
808	THEDY & PARTNERS	20 360,00
809	INTERBUD-LUBLIN	20 020,00
810	BDO	19 790,00
811	LEXUS AUDIT	19 433,00*
812	DB AUDYT	19 387,00*

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

Strategiczne położenie geograficzne, rozwinięta infrastruktura transportowa, dynamiczny rynek magazynowy oraz rosnące znaczenie e-commerce sprawiają, że coraz więcej firm buduje swoje regionalne centra dystrybucyjne właśnie w Polsce. Potwierdzają to zarówno inwestycje w nowe terminale intermodalne i porty, jak i rosnąca liczba między-

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 SKŁADY BUDOWLANE

MRÓWKA

PROFI

POLSKIE SKLEPY

760

punktów w całej Polsce

550

wiodących dostawców

490 000

produktów dla budownictwa i remontów

Największa sieć dystrybucji materiałów budowlanych w Polsce.

✓ **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.

profesjonalnie szybko blisko **WSZYSTKO**

ODWIEDŹ NAJBLIŻSZY
PUNKT PSB

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

813	TERMOREX	19 301,00
814	UNFOLD	19 012,00
815	TOMCZYKOWSKI TOMCZYKOWSKA	18 950,00
816	WOODPCKR	18 771,00
817	BAKER TILLY TPA	18 528,00*
818	BLACK POINT	18 497,00
819	WISE FINANCE	18 433,00
820	PACZUSKI TAUDUL DORADCY PODATKOWI	17 720,00
821	DEKTRA	17 536,00
822	ADN AKADEMIA	17 390,00
823	RENDER CUBE	16 976,00
824	E-XIM IT	16 849,00
825	KCI	16 419,00
826	DRAGO ENTERTAINMENT	16 407,00
827	CITI HANDLOWY/FAKTORING	16 314,00
828	INTERLINK LTD.	16 296,00
829	BIURO DORADZTWA I USŁUG HERA SOSNOWIEC	16 187,00*
830	GAMES OPERATORS	16 131,00
831	FIRMA AUDYTORSKO-KONSULTINGOWA	16 127,00*
832	CENTRUM SZKOLENIOWO KONFERENCYJNE COMARCH	16 103,00
833	SILVAIR-REGS	15 944,00
834	GAMING FACTORY	15 925,00
835	DENTONS	15 850,00
836	GRUPA HLB POLAND	15 757,00*
837	MABION	15 757,00
838	XTPL	15 608,00
839	VIVID	15 154,00
840	NEXIA ADVICERO	15 090,00
841	RUSSELL BEDFORD POLAND	15 050,00
842	JRC GROUP	15 047,00
843	NOWE MOTYWACJE	14 527,00
844	PTE-PROFIT	14 223,00*
845	AMPLI	14 193,00
846	NWAI DOM MAKLERSKI	13 761,00
847	SUBTENO TAX KOMORNICZAK I WSPÓLNICY	13 600,00
848	COAL ENERGY	13 594,00
849	EUROPEJSKIE CENTRUM ODSZKODOWAŃ	13 319,00
850	RSM POLAND AUDYT	13 301,00*
851	PRIMA MODA	13 174,00
852	EKO EXPORT	13 140,00
853	4MOBILITY	12 674,00
854	BIG CHEESE STUDIO	12 646,00
855	ADAC	12 318,00*
856	INTEGRA CONSULTING POLAND	12 200,00
857	E-KIOSK	12 177,00
858	ONESANO	11 931,00
859	ANALIZY ONLINE	11 842,00
860	STARHEDGE	11 809,00
861	IBC POLSKA F&P	10 924,00
862	GRUPA POL-TAX	10 922,00*
863	ELKOP	10 714,00
864	ABAK	10 289,00
865	PARTNER TUIR	10 234,00
866	MOVIE GAMES	10 193,00
867	A. M. JESIOŁOWSCY – FINANSE	9 913,00*
868	WL FINANCE	9 845,00*
869	INC	9 218,00
870	WPW DORADZTWO PODATKOWE	9 080,00
871	AMS AUDYTOR	8 708,00*
872	KUKE FINANCE	8 668,00
873	3RGAMES	8 589,00
874	KANCELARIA STANIEK&PARTNERS	8 560,00
875	ENODO ADVISORS	8 430,00
876	SIMFABRIC	8 210,00

877	BEHAP – BUD	8 079,00
878	MISTERS AUDYTOR ADVISER	8 005,00*
879	BBR EKO-BILANS	7 821,00*
880	VATAX	7 550,00
881	NEXIA PRO AUDIT	7 455,00*
882	BTTP	7 270,00
883	EUROFACTOR POLSKA	7 102,00
884	ACCURACY AUDIT AND ACCOUNTING	6 966,00*
885	MAGNET AUDIT	6 946,00*
886	BROWAR CZARNKÓW	6 812,00
887	DORADCA AUDITORS	6 812,00*
888	DGA	6 585,00
889	GEKKO TAXENS DORADZTWO PODATKOWE	6 180,00
890	AGROTON	6 155,00
891	SENDERO	6 130,00
892	DEWIZA AUDYT GLIWICIE	6 093,00*
893	LIGHTHOUSE TAX	6 080,00
894	MOLECURE	6 017,00
895	LITIGATO PŁAWIAK PROKURAT KARCZ	5 780,00
896	PRAGMATIQ DORADZTWO TRANSAKCYJNE I PODATKOWE SZYMKOWIAK	5 780,00
897	JRD TAX	5 330,00
898	PARULSKI I WSPÓLNICY SZYMON PARULSKI WOJCIECH KROK DORADCY PODATKOWI	5 150,00
899	JGA DORADZTWO PODATKOWE WIŚNIEWSKI SABLİK I PARTERZY	4 900,00
900	BOŚ BANK/FAKTORING	4 870,00
901	ENEFI ASSET MANAGEMENT	4 862,00
902	DARK POINT GAMES	4 722,00
903	KRAFTAX	4 540,00
904	ZEF AUDITOR Sopot	4 411,00*
905	RDK AUDYT	4 025,00*
906	JOANNA ZDANOWSKA ASSTES & FUNDUS AUDIT	4 018,00*
907	REDAN	4 015,00
908	SOWISŁO TOPOLEWSKI KANCELARIA ADWOKATÓW I RADCÓW PRAWNYCH	3 950,00
909	BIBBY FINANCIAL SERVICES	3 947,00
910	ZEFIR-HLX RZESZÓW	3 898,00*
911	HHW HEWELT WOJNOWSKI LINDNER I WSPÓLNICY	3 880,00
912	DBZ 77 TAX & LEGAL	3 800,00
913	ZIMNY MATAREWICZ DORADCY PODATKOWI	3 790,00
914	ZBR FABER	3 771,00*
915	IDMSA	3 713,00
916	NOCTILUCA	3 640,00
917	7LEVELS	3 573,00
918	PBS FINANSE	3 558,00
919	AKCEPT BBR	3 553,00*
920	INDEPENDENT TAX ADVISERS DORADZTWO PODATKOWE	3 500,00
921	INSTYTUT CENTRANSFEROWYCH	3 490,00
922	PRAGMA INKASO	3 467,00
923	DMS TAX SPÓŁKA DORADZTWA PODATKOWEGO	3 440,00
924	KKA BUCHALTERIA	3 418,00*
925	IDM	3 289,00
926	MW TRADE	3 268,00
927	AMZ	3 259,00*
928	NATIONALE-NEDERLANDEN OFE	3 246,00
929	TBULL	3 239,00
930	UHY POLAND	3 170,00
931	GLC ADVISORY SZYMIK KUBISTA MIKUŁA	3 140,00
932	GESSEL KOZIOROWSKI KANCELARIA RADCÓW PRAWNYCH I ADWOKATÓW	2 990,00
933	SCHOENHERR HALWA OKOŃ CHYB	2 970,00
934	ALIOR BANK/FAKTORING	2 697,00
935	FAKTORIA	2 569,00

936	PERFECTUM - AUDIT DFK	2 545,00*
937	GRUPA LEX-FIN	2 539,00*
938	VIALTO PARTNERS POLAND	2 470,00
939	GRUPA SAVAPARTNERS	2 420,00*
940	FON	2 414,00
941	KANCELARIA AUDYTORSKA DUDEK I PARTNERZY	2 362,00*
942	ESO AUDIT	2 328,00*
943	EFAKTOR	2 275,00
944	BIOMASS ENERGY PROJECT	2 265,00
945	IFIS FINANCE	2 214,00
946	FIRMA AUDYTORSKA INTERFIN	2 120,00*
947	IAUDIT	2 064,00*
948	CHOJNACKA & ŁAGOWSKI DORADCY PODATKOWI	2 060,00
949	DORADCA ZESPÓŁ DORADCÓW FINANSOWO-KSIĘGOWYCH	2 052,00*
950	FAST FINANCE	2 027,00
951	PRAGMA GO	1 983,00
952	APIS	1 974,00
953	APANET	1 944,00
954	BASEIG	1 936,00
955	CARBON STUDIO	1 912,00
956	AUDYTORZY I DORADCY	1 805,00*
957	ECDP AUDYT	1 600,00*
958	PHARMENA	1 577,00
959	BFF POLSKA	1 514,00
960	BUFIKS	1 496,00*
961	ALLIANZ POLSKA OFE	1 488,00
962	ONE MORE LEVEL	1 455,00
963	GENERALI OFE	1 441,00
964	KNDP KOLIBSKI NIKOŃCZYK DEC & PARTNERZY	1 334,00
965	ASB TAX	1 238,00
966	ADVANCED MEDICAL EQUIPMENT	1 200,00
967	AGENCJA BIEGŁYCH REWIDENTÓW TAX-2	1 200,00*
968	RYCHTER RANISZEWSKA KANCELARIA DORADCÓW PODATKOWYCH I RADCÓW PRAWNYCH	1 200,00
969	LTCA ZARZYCKI NIEBUDEK KUBICZ	1 125,00
970	ERES SPÓŁKA DORADZTWA PODATKOWEGO	1 120,00
971	ATLANTIS	1 111,00
972	TOWER INVESTMENTS	1 103,00
973	VIENNA OFE	1 075,00
974	DOMAŃSKI ZAKRZEWSKI PALINKA	1 062,00
975	MB AUDYT	1 060,00*
976	RYMARZ ZDORT MARUTA	1 024,00
977	SGB FAKTORING	999,00
978	BAKED GAMES	955,00
979	FARM INNOVATIONS	906,00
980	HALCYON	850,00
981	ECC GAMES	841,00
982	TAXTONE	840,00
983	ALL IN! GAMES	836,00
984	CONTROLLING KBR	818,00*
985	BLACK ROSE PROJECTS	816,00
986	ADIUVO INVESTMENTS	812,00
987	BIURO RACHUNKOWO-PODATKOWE DR HAB. KAROL SCHNEIDER	777,00*
988	FAKTORONE	668,00
989	GREENX METALS LIMITED	621,00
990	TRANSCASH.EU	560,00
991	ALTA	512,00
992	TEYLOR POLSKA	512,00
993	ZAMET	512,00
994	LARQ	442,00
995	BPS LEASING I FAKTORING	411,00
996	INVESTMENT FRIENDS CAPITAL	383,00
997	QNA TECHNOLOGY	379,00
998	BALTICON	301,00
999	VIRTUS	250,00
1000	DOROTA DŻUGAJ-KOSIOR KBR	238,00*

* 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 świadomości 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 wyrywkowa 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 najciężiej: u twórcy, który sam pozostaje jego największym użytkownikiem.



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 przedsiębiorstwom 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 ciążyących 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 skraca 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,

analitki 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 działu ryzyka, sprzedaży i windykacji podejmują decyzje na podstawie aktualnych danych, a nie przecucia.

GRUPA DOCELOWA: Firmy z sektora B2B obsługujące wielu kontrahentów, w szczególności działu 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 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-

dzienne 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 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 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. Przesłała 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.

