

CERTYFIKATY DLA BIZNESU



CERTYFIKOWANIE PRODUKTÓW/USŁUG – MARKETING, CZY RZECZYWISTA POTRZEBA?

Firmy z Europy Zachodniej od lat przywiązują wagę do posiadania certyfikatów. Jest to trwały trend w biznesie, który wynika z oczywistego założenia, że każda firma, zarówno mała jak i duża, potrzebuje nowych klientów. Tylko nieliczni gracze na rynku wykonują prace na poczet jednego kontrahenta. Zdecydowana większość koncentruje się na zdobywaniu klientów, a wśród instrumentów pomagających w tym działaniu znajdują się właśnie różnego rodzaju certyfikaty.



Łukasz Tłoczyński

prawnik, dyrektor zarządzający
Kancelarii Prawno – Podatkowej Capital
Legis Sp. z o.o. (Oddział w Polsce)

Polsce przedsiębiorcy również zdają sobie z tego sprawę. Dawno minęły czasy Stanisława Wokulskiego, kiedy to nazwisko, rekomendacja zaufanej osoby, czy reputacja zawodowa w środowisku stanowiły wyłączną gwarancję jakości produktu, czy dostarczenia

usługi na najwyższym poziomie. Współcześnie klienci wybierają spośród wielu podmiotów oferujących swoje usługi. Odwiedziny w niemal każdym biurze menedżera wyższego szczebla przekonują, że kadra zarządzająca nie bagatelizuje kwestii posiadania certyfikatu, umieszczając w widocznym miejscu dyplomy, z których można dowiedzieć się, iż dana firma należy do grupy profesjonalistów traktujących klientów uczciwie i dbających o najwyższy standard rozpowszechnianych produktów lub świadczonych usług.

Zwiększyć zainteresowanie

Należy stwierdzić, iż samo zapewnienie: „Kliencie, jesteśmy najlepsi

w branży” raczej nie wpłynie na zwiększenie zainteresowania daną firmą. Klient chce poznać jakość i pozycję kontrahenta, aby uniknąć nieprzemyślanej decyzji, złego wyboru. W świetle raportów agencji badawczych aż 60 proc. Polaków nie wybrałoby produktu, czy usługi danej firmy, gdyby znalazła się ona na oficjalnej liście dłużników. Organizacje, które stoją za przyznawaniem certyfikatu, mają to na uwadze i sprawdzają firmy zgłaszające się do otrzymania danego certyfikatu. Warto zaznaczyć, iż najbardziej liczący się certyfikatory analizują spisy dłużników, bazy urzędów skarbowych, jak również informacje udostępnione przez same firmy zainteresowane certyfikatem. Oznacza to, iż przyznanie certyfikatu nie jest czynnością automatyczną, ale zostaje poprzedzone zebraniem niezbędnych informacji w celu określenia wiarygodności danego kandydata do tytułu. Sam proces certyfikacji jest też niejednokrotnie kilkietapowy, a przyznanie certyfikatu na określony czas motywuje przedsiębiorcę do dalszej pracy tak, aby nie stracić swojego

tytułu, który przecież można wykorzystać do promocji na stronie internetowej, opakowaniu produktu, czy na folderze reklamowym, albo w siedzibie firmy.

Gromadzenie certyfikatów to nie cel sam w sobie

Gromadzenie certyfikatów nie powinno być celem samym w sobie, czy efektem spontanicznej decyzji, tym bardziej, iż większość z nich wiąże się z koniecznością poniesienia opłaty, tak więc przedsiębiorcy muszą mieć świadomość, że nie są to trofea darmowe. Chcąc wyróżnić się na zatłoczonym rynku, warto zastanowić się nie tylko nad możliwością samej certyfikacji, ale również nad certyfikatem odpowiednim dla danego rodzaju działalności. Takie prestiżowe odznaczenie powinno wynikać z rzeczywistej potrzeby związanej z chęcią zwiększenia wiarygodności w branży i w oczach potencjalnych klientów. Są zatem dostępne certyfikaty potwierdzające spełnianie norm etycznych, społecznych, czy jakościowych, wymagane

często w konkretnym sektorze gospodarki, bez posiadania których sprzedaż produktu lub wykonanie usługi niejednokrotnie bywają wręcz niemożliwe.

Wsparcie dla marketingu

Certyfikat jako znak na opakowaniu, czy na stronie internetowej może w sposób określony plan marketingowy, a także poszerzyć pulę klientów. Może zintensyfikować przekaz już skierowany do grupy konsumentów. Nie budzi więc wątpliwości wniosek, że certyfikat właściwie dobrany, szczególnie taki, za którym stoi już prestiż instytucji go przyznającej jest istotnym atutem dającym przewagę nad konkurencją. O takie znaki zabiegają firmy. Uwzględniając z kolei wchodzenie polskich firm z produktami na rynki zagraniczne, można przewidywać, iż popularność zarówno certyfikatów rodzimych, jak i tych, które są obecne na obcych rynkach, będzie tendencją rosnącą, a przemyślana decyzja o pozyskaniu certyfikatu to słuszny krok do wzmocnienia pozycji rynkowej.

Jak dobrać certyfikat SSL do potrzeb strony www?

Certyfikat SSL powinna mieć każda strona www, na której dokonuje się płatności lub która obliuguje do pozostawienia danych osobowych. Ponieważ istnieją certyfikaty o różnej walidacji, dziś podpowiadamy, który wybrać – DV, OV czy EV, aby zagwarantować witrynie odpowiedni poziom ochrony.

Jakub Dwernicki

prezes zarządu Hekko.pl

Artur Pajkert

ekspert Hekko.pl

Dzięki HTTPS, czyli szyfrowanej wersji protokołu HTTP, chroni się dane internauty przed przechwytniem, zapobiega ryzyku ich zmienienia oraz zapewnia autentyczność dla źródła pochodzenia strony www. Dlatego posiadanie certyfikatu SSL powinno być standardem, szczególnie że żyjemy w czasach, w których zakupy w internecie są normą, a wiele stron daje możliwość pozostawienia swoich danych, takich jak: imię i nazwisko, adres czy numer karty kredytowej. Nie da się ukryć braku certyfikatu SSL. Wystarczy, że internauta sprawdzi adres strony www czy sklepu internetowego. Jeżeli nie zaczyna się od „HTTPS”, a z boku paska adresowego nie pojawia się zielona kłódka, oznacza to, że witryna nie korzysta z bezpiecznego połączenia. Ostrzega też przeglądarka Google Chrome, która oznacza takie strony jako „niebezpieczne”.

Jak certyfikat SSL wpływa na konwersję?

Trzeba pamiętać, że witryna wyposażona w protokół HTTPS daje in-

ternaucie pewność, że jego dane są bezpieczne – i to zarówno podczas procesu rejestracji, logowania na konto, składania zamówienia i podawania danych osobowych, jak i w momencie wybierania płatności online, dokonywania przelewu czy płatności kartą kredytową. Nic dziwnego, że dziś mało który klient odważy się kupować w e-sklepie czy pozostawić swoje dane osobowe na stronie www, która nie jest odpowiednio chroniona. Witryny bez certyfikacji tracą na wiarygodności, a ich potencjalni odbiorcy rezygnują z konwersji na rzecz stron z działającym certyfikatem. Warto też dodać, że SSL dobrze wpływa na pozycję strony w wyszukiwarce Google, która chętniej winduje witryny z certyfikatem niż te, które go nie posiadają.

Poziom walidacji SSL, czyli czym różnią się certyfikaty DV/OV/EV?

Trzeba pamiętać, że istnieją certyfikaty SSL o różnej walidacji, czyli poziomie zagłębienia weryfikacji danej strony, np. sklepu internetowego, przez centrum certyfikujące. Ogólnie można wyróżnić trzy: DV, OV oraz EV. Co dają i czym się od siebie różnią? Główne różnice występują w obrębie poziomu wiarygodności, opinii na temat wydawcy, ilości informacji zawartych w certyfikacie, okresu ważności, oznaczenia w przeglądarce, liczby domen objętych certyfikatem oraz wysokości



kwoty ubezpieczenia, która może wynieść nawet 1,5 mld dolarów.

DV, czyli „Domain Validation”, to certyfikat, w którym dochodzi do weryfikacji jedynie domeny. Nie zawiera informacji o stronie www, a walidacja następuje automatycznie. Innymi słowy, DV potwierdza bezpieczeństwo witryny, ale nie daje użytkownikowi wglądu do wiedzy na temat jej wydawcy. Z tego powodu Domain Validation należy do najtańszych certyfikatów, a jego uzyskanie trwa najkrócej, bo zaledwie kilka minut. Można go polecić kiedy budżet jest ograniczony, szczególnie właścicielom prostych, wizerunkowych stron www, mających służyć jako wizytówka firmy.

OV, czyli „Full Organization Validation”, to certyfikat, w którym internauta znajdzie nazwę i dane firmy, a także potwierdzenie, że dany podmiot jest właścicielem odwiedzanej strony www. Walidacja jest więc zdecydowanie bardziej dogłębna, przez co sam certyfikat jest droższy, a jego uzyskanie wymaga zapewnienia pełnej zgodności danych podmiotu wnioskującego z danymi w urzędowych rejestrach (CEIDG, KRS). Czasem pojawia się też element walidacji telefonicznej. Ten certyfikat poleca się stronom www, które zbierają dane o użytkownikach, np. wymagają wypełniania ankiet czy umożliwiają zapis na newsletter.

EV, czyli Extended Validation, to najbardziej szczegółowy rodzaj wa-

lidacji, podczas której centrum weryfikacyjne sprawdza dane rejestrowe firmy, umowy spółki oraz prawo do posługiwania się daną domową. Ten certyfikat wybierają przede wszystkim sklepy internetowe, banki oraz duże firmy. Jego przyznanie trwa najdłużej (bywa, że do 10 dni) i jest najdroższą opcją. Im wyższa walidacja, zatem i weryfikacja tożsamości właściciela strony www, tym wyższy poziom zaufania ze strony internautów. Między innymi z tego powodu certyfikat SSL należy postrzegać nie w kategorii zbędnego wydatku, ale inwestycji, która z pewnością zwróci się, owocując większą liczbą konwersji i przyrostem lojalnych, kupujących klientów.

Certyfikat wiarygodności, czyli budowanie zaufania w oczach klientów

Zdobycie zaufania klienta jest jednym z największych wyzwań jakie stoi przed przedsiębiorcą. Jest to trudne zadanie, ponieważ na wiarygodność firmy muszą pracować przez długie lata, a jednocześnie mogą ją błyskawicznie stracić. W jaki sposób zbudować zaufanie klientów?



Marta Dec

rzecznik praw klienta
Centrum Odszkodowań DRB

Z tego właśnie powodu przedsiębiorstwa coraz częściej decydują się na potwierdzenie swoich kompetencji. W jaki sposób?

Certyfikat to strzał w dziesiątkę

Jednym ze sposobów, aby zachęcić współczesnego odbiorcę do skorzystania z usług oferowanych przez naszą firmę, jest uczestnictwo w różnorodnych programach certyfikacji. Przyznane wyróżnienia sprawiają, że nasi interesariusze czują się pewnie, bezpiecznie i komfortowo, a co najważniejsze wiedzą, że współpracują z ekspertami w swojej

dziedzinie. Biura certyfikacji przyznają wyróżnienia firmom, które poprzez działanie w oparciu o najwyższe standardy, nowoczesne produkty i usługi oraz odpowiednie zarządzanie, wyróżniają się na tle konkurencji. Laureaci plebiscytów zobowiązani są do przestrzegania przepisów prawa, jak również uczciwej konkurencji oraz dbałości o rozwój pracowników. Stosunki między nagrodzoną firmą, a jej klientami oparte są na wzajemnym zaufaniu, a podejmowane działania charakteryzują się profesjonalizmem. Dlatego właśnie przyznane wyróżnienia są dla klienta potwierdzeniem tego, że w swojej działalności pracownicy firmy kierują się najwyższymi standardami, a przedsiębiorstwo dynamicznie się rozwija oraz cieszy się uznaniem zarówno

partnerów biznesowych, jak również konsumentów.

Informacja kluczem do sukcesu

W dzisiejszych czasach odpowiednie zaprezentowanie firmy powinno być sprawą priorytetową. Szczegółowe informacje dotyczące przedsiębiorstwa, które klient może znaleźć na naszej stronie internetowej, znacząco zwiększają szanse na wzbudzenie zaufania naszych usługobiorców. Eksponowanie wyróżnień świadczących o naszym profesjonalizmie może okazać się czynnikiem decydującym o tym, że konsument zakupi dany produkt lub usługę u nas, a nie u konkurencji. Klienci z zasady chętniej korzystają ze wsparcia firm, które uważają za solidne, co jest zrozumiałe – w końcu każdy z nas woli współpracować z fachowcami. Dla-

tego właśnie warto zadbać o odpowiednio przygotowaną prezentację firmy umieszczoną na stronie internetowej, w której znajdą się między innymi informacje na temat tego, jakimi wyróżnieniami dysponuje nasze przedsiębiorstwo.

Współcześni konsumenci przywiązują szczególną uwagę do naszych kompetencji. Przed wyborem konkretnej firmy, szukają informacji oraz opinii na jej temat m.in. w Internecie czy wśród znajomych. Chcą w ten sposób sprawdzić, czy przedsiębiorstwo cieszy się dobrą opinią i czy swoje zadania wykonuje sumiennie. Dzięki przyznanym wyróżnieniom przedsiębiorcy podkreślają wysoką jakość świadczonych usług, a także umacniają w ten sposób pozycję swojej firmy na rynku oraz budują zaufanie w oczach klientów.

Współcześni konsumenci wybierają firmy, które oferują usługi na najwyższym poziomie, wykonywane z pełnym profesjonalizmem.

Zmniejszyć koszty

Dostosowanie się do zaleceń po audycie energetycznym może przynieść firmom oszczędność zużycia energii na poziomie 5–10 proc. – wynika z obserwacji firmy Enetech. Co więcej, zwykle nie wiąże się to ze znacznymi nakładami inwestycyjnymi. Mimo to firmy nie zdają so-

bie sprawy z korzyści, jakie niesie audyt. Część z nich nawet po jego wykonaniu nie analizuje wniosków audytorów i nie wdraża ich w życie. – Największym plusem audytu jest zebranie wszystkich danych dotyczących zużycia energii w zakładzie, które może uświadomić przedsię-

biorcy, w jakich obszarach wykorzystania energii ponosił on dotychczas najwyższe koszty. Zaletą jest szereg zaleceń poaudytowych, które pozwalają na wprowadzenie opłacalnych inwestycji o szybkim czasie zwrotu – podkreśla w rozmowie z agencją Newseria Biznes dr inż. Mateusz Lisowski, prezes Enetech.

Koszty energii są dużym wydatkiem zwłaszcza w budżetach firm produkcyjnych, gdzie cena su-

rowca jest istotnym elementem końcowej ceny produktu. Jak wynika z badania przeprowadzonego w kwietniu przez Kantar Millward Brown na zlecenie Ayming Polska, zdecydowana większość przedsiębiorstw (93 proc.) deklaruje, że koszty energii elektrycznej to istotna pozycja w ich kosztach. Co trzecia firma deklaruje, że wydatki na energię stanowią powyżej 7 proc. kosztów produkcji.

Globalne trendy a rynek polski



Jacek Suski

ekspert Lean Soft

Certyfikacja i systemy jakości pozwalają uzyskać wymierne korzyści, to oczywiste. Najnowsze wymagania norm serii ISO coraz lepiej wychodzą naprzeciw wymaganiom rynku i stymulują implementowanie najlepszych praktyk z zakresu zarządzania. Ciągłe doskonalenie oraz szczupłe zarządzanie (lean management) stają się jednym z głównych wymagań przetrwania na rynku. Przedsiębiorstwa funkcjonują w globalnej rzeczywistości, więc nieustanna rywalizacja wymusza stałe podnoszenie efektywności i optymalizację kosztów. Podnoszenie jakości przy jednoczesnym podnoszeniu efektywności i redukcji kosztów staje się wyzwaniem i jednym z kluczowych zagadnień dla rozwoju przedsiębiorstw. Kolejny globalny trend to zmiany demograficzne i wynikająca z nich konieczność lepszego wykorzystania i wsparcia dostępnych zasobów ludzkich. Zmniejszając się dostępność wykwalifikowanych pracowników i wzrost kosztów pracy wymusza wprowadzanie w organizacji przedsiębiorstw narzędzi, które wesprą pracowników w realizacji powierzonych im licznych zadań i funkcji. Przedsiębiorstwa funkcjonują w coraz bardziej dynamicznie zmieniających się warunkach rynkowych. Pojawiają się nowe technologie, regulacje prawne, rynek podlega bardzo dynamicznym zmianom, a to wszystko sprawia, że każda firma musi stale monitorować sytuację. Dlatego coraz większego znaczenia nabiera konieczność prowadzenia działań skierowanych na ocenę ryzyka funkcjonowania firmy i podejmowanie odpowiednich działań. Wymieniłem cztery istotne trendy, które wymuszają zmiany w przedsiębiorstwach. Jedną z odpowiedzi na wyzwania XXI wieku stają się Technologie Informatyczne-Komunikacyjne (ang. ICT), które coraz powszechniej wkraczają we wszystkie procesy wewnętrzne w firmach. Z drugiej strony robotyzacja i automatyzacja pozwalają na budowanie coraz bardziej innowacyjnych firm zgodnie z założeniami czwartej rewolucji przemysłowej – Industry 4.0.

Dobry certyfikat pozwala na stałą kontrolę wiarygodności posiadacza

Odpowiedni certyfikat to podkreślenie wiarygodności przedsiębiorstwa. Na rynku dostępnych jest wiele form wyróżnienia firmy, a certyfikat jest jedną z najłatwiej dostępnych. Niestety, większość z nich nie daje żadnych korzyści i często kojarzona jest z kupionym dyplomem. Kluczowy staje się więc proces przyznania certyfikatu oraz warunki, jakie musi spełnić przedsiębiorca, aby otrzymać dane wyróżnienie. Prawdziwy proces certyfikacji to nie tylko wstępna weryfikacja, ale bieżąca kontrola danego podmiotu.

Joanna Zielińska

Jak wynika z raportu „Kapitał społeczny i zaufanie w polskim biznesie” zrealizowanego na zlecenie Rzetelnej Firmy i Krajowego Rejestru Długów, co druga osoba zarządzająca firmą uważa, że klienci wykorzystają luki prawne, aby uzyskać dodatkowe korzyści z kontraktu. Z tego samego raportu wynika, że 47 proc. firm zrezygnowało w ostatnich miesiącach z części transakcji, bo nie ufało kontrahentom.

– 73,5 proc. ankietowanych przedsiębiorców wątpi w uczciwość swoich kontrahentów, twierdząc, że musi stale uważać, by nie zostać oszukanym. Przy tak niskim poziomie zaufania podkreślenie wiarygodności firmy jest więc bardzo ważne, bo przekłada się wprost na finansach firmy – albo poprzez zwiększenie sprzedaży albo poprzez zmniejszenie strat wynikających z zawarcia umowy z nieuczciwym kontrahentem. Ale nie wystarczy do tego dowolny dyplom zawieszony na ścianie – podkreśla Mirosław Sędlak, prezes Rzetelnej Firmy.

Certyfikat poświadczający uczciwość przedsiębiorstwa bardzo często można zdobyć w prosty i przystępny sposób. Wystarczy wypełnić odpowiedni wniosek na stronie internetowej firmy, która oferuje tego typu rozwiązania. Następnie trzeba uiścić opłatę certyfikującą i mamy gotowy dokument. Jednak co dalej? Skąd gwarancja, że dana firma faktycznie postępuje etycznie? A nawet jeśli rzeczywiście zostało to sprawdzone przed przyznaniem certyfikatu, to czy po jego uzyskaniu nadal gra zgodnie z zasadami?

Jesteś dłużnikiem, nie jesteś rzetelny

Dla wiarygodności samego certyfikatu ważne jest nie tylko faktyczne sprawdzenie, czy w momencie jego przyznawania przyszły posiadacz postępuje etycznie, ale także to, czy tak będzie postępował w przyszłości.

– W przypadku Certyfikatu Rzetelności przyznawanego przez Rzetelną Firmę stosujemy bardzo proste kryterium wykorzystując patronat, jaki nad nami rzuca Krajowy Rejestr Długów. Przede wszystkim sprawdzamy, czy przedsiębiorstwo, który się do nas zgłasza, nie jest już notowane jako dłużnik w KR D. To wyklucza natychmiast z grona potencjalnych posiadaczy certyfikatu 224 tysiące nierzetelnych firm – tłumaczy Mirosław Sędlak.

Na tym się jednak nie kończy. To, co odróżnia Certyfikat Rzetelności od innych certyfikatów, to możliwość sprawdzenia w dowolnym momencie, czy jego posiadacz w dalszym ciągu spełnia warunki uczestnictwa w tym programie. Umożliwia to charakterystyczny baner z logo Rzetelnej Firmy umieszczony na stronie internetowej posiadacza, który jest połączony z bazą danych Krajowego Rejestru Długów. Po kliknięciu na niego pojawia się informacja czy właściciel nadal spełnia warunki uczestnictwa w programie. Gdyby został wpisany do Krajowego Rejestru Długów jako dłużnik, automatycznie zostałby z niego wykluczony.

– To jest najlepsza weryfikacja, bo dostępna online 24 godziny na dobę, także w niedziele i święta. Oczywiście firmom, które nie spełniają warunki uczestnictwa w programie wypowiadamy umowę

żądając zaprzestania posługiwania się Certyfikatem Rzetelności, ale to trwa. A kliknięcie daje możliwość natychmiastowego sprawdzenia – wyjaśnia Mirosław Sędlak.

Kliknięcie na certyfikat pozwala też na pozyskanie dodatkowych informacji o jego posiadaczu: od kiedy uczestniczy w programie, ile i jakie ma opinie o sobie, jakie są dane rejestrowe (NIP, REGON, KRS, adres itp.). Brak zadłużenia zarejestrowanego w Krajowym Rejestrze Długów to nie jedyny warunek, jaki trzeba spełnić aby otrzymać i utrzymać Certyfikat Rzetelności. Konieczne jest zobowiązanie się do przestrzegania Kodeksu Etycznego Rzetelnych Firm i cieszenie się dobrą opinią.

Masz zastrzeżenia – napisz, sprawdzimy

Każdy, kto uważa że jakiś posiadacz Certyfikatu Rzetelności postępuje nieetycznie, może poprzez specjalny formularz dostępny na stronie www.rzetelnafirma.pl zgłosić swoje zastrzeżenia do niego. Te zgłoszenia są weryfikowane przez specjalny zespół konsultantów Rzetelnej Firmy i jeśli zostaną potwierdzone, firma posługująca się certyfikatem jest wzywana do zmiany postępowania, a jeśli to nie odniesie skutku, wypowiada się umowę. Oczywiście taka informacja pojawia się również po kliknięciu na baner, zanim zostanie on trwałe usunięty.

W programie Rzetelna Firma uczestniczy około 50 tys. firm, które spełniły wymogi przyznania certyfikatu. To największa w Polsce grupa przedsiębiorstw wyznająca wspólną zasadę, że działalność gospodarczą można i należy prowadzić etycznie. Rzetelna Firma działa też na rzecz ułatwiania polskim przedsiębiorcom prowadzenie działalności gospodarczej, prowadząc rozmaite badania o problemach polskich firm z sektora MSP i publikując je w mediach. Raz do roku członkowie programu spotykają się na Kongresie Rzetelnych Firm, na które zapraszani są także przedstawiciele władz państwowych, co stanowi doskonałą okazję do dyskusji z nimi o rozwiązaniach, które mają wspierać polską przedsiębiorczość.

Jak wynika z badania znajomości programów certyfikujących przeprowadzonego przez Millward Brown na zlecenie Krajowego Rejestru Długów, Certyfikat Rzetelności jest też najbardziej znanym i cenionym dokumentem poświadczającym wiarygodność biznesową w Polsce. Jego znajomość deklaruje 28 proc. dorosłych Polaków.



Znaczenie jakości, czyli czy certyfikat faktycznie oznacza wysoki standard?

Dawno już minęły czasy, w których liczyła się jedynie ilość oferowanych klientom produktów. Dzisiejszą rzeczywistość wyznaczają zupełnie inne kryteria, w które wpisuje się nie tylko wysoki standard produktu czy usługi samej w sobie, ale także związanej z tym oprawy czyli obsługi klienta, przestrzegania szeregu norm produkcji etc. W związku z tym pojawia się w przedsiębiorstwach potrzeba potwierdzenia najwyższych standardów jakości właśnie w postaci różnych przyznawanych im certyfikatów, w zależności od rodzaju prowadzonej przez nie działalności.



Katarzyna Heflik

koordynator ds. Rozwoju Jednostek Francyzjowych Lauren Peso Polska

Zmienia się także świadomość i postawa większości zarządzających firmami, dla których polityka dbania o jakość nie jest jedynie koniecznością, a wypływa z wewnętrznych przekonań, co dodatkowo korzystnie wpływa na wizerunek całej firmy i prezentowanych przez nią wartości. Takie podejście sprawia, że klienci częściej wybierają usługi firmy, z którą czują się bezpiecznie tzn. takiej, której mogą zaufać i która da im gwarancję jakości na wachlarz swoich produktów. A co może być taką gwarancją jeśli nie odpowiedni certyfikat potwierdzający rzetelność jej usług?

Wsparcie w rozeznanii

Pomaga to klientom rozeznać się wśród szerokiego grona dostawców i zdecydować, który z nich spełnia stawiane mu wymagania jakościowe i z którym nawiązą współpracę. Trzeba przy tym odróżnić wagę certyfikatów przyznawanych po audycie przez znaczące instytucje certyfikujące od tych, które każda firma może nabyć za symboliczną opłatą w Internecie. W przypadku tych drugich będą to raczej działania marketingowe służące bu-

downaniu pozytywnego wizerunku przedsiębiorcy.

Oczywiście droga do zdobycia certyfikatu jakości nie zawsze jest szybka i prosta. Wymaga szeregu przygotowań, niejednokrotnie przejścia przez skomplikowaną procedurę oraz sprostanie licznym wymaganiom nakładanym na firmy przez instytucje certyfikujące. Wliczamy w to wszelkiego rodzaju audyty, które firma musi przejść pomyślnie, aby dany certyfikat otrzymać. Instytucje certyfikujące biorąc podczas audytu pod lupę zasady, na których opiera się dane

przedsiębiorstwo, decydują o tym czy spełnia ono wszystkie kryteria do przyznania mu certyfikatu jakości. Jest to zatem obiektywna opinia o firmie wydana przez zewnętrzny organ.

Zyskać pewność

Patrząc na kwestię certyfikatów jakości z perspektywy firmy szkoleniowo-doradczej dostrzegamy, że rynek szkoleń i dostawców usług nieustannie dynamicznie się rozwija przynosząc nie tylko nowe rozwiązania, ale też nowe wyzwania, którym należy sprostać, tak aby mieć zapewnione miejsce w czołówce firm szkoleniowych. Wiąże się to również z posiadaniem certyfikatów jakości i członkostw w różnych zrzeszeniach. Dzięki temu stali oraz potencjalni klienci instytucji szkoleniowej zyskują pewność, że prowadzi ona politykę jakości nie tylko z nazwy, ale taką, która jest widoczna w konkretnych działaniach.

Większość liczących się firm w naszej branży dąży w swoich założeniach do

uzyskania certyfikatów członkowskich takich instytucji jak chociażby Polska Izba Firm Szkoleniowych, która jest największą organizacją skupiającą firmy tego rodzaju. Dzięki członkostwu w PIFS mogą one uczestniczyć w konferencjach różnego typu, których celem jest podnoszenie poziomu prowadzonych szkoleń oraz wymiana doświadczeń i rozwijanie innowacji w szkoleniach. Bardzo ważne jest bowiem ciągle dążenie do rozwoju i zdobywanie nowej wiedzy oraz praktyki, co w korzystny sposób wpływa nie tylko na samą firmę szkoleniową, ale także przekłada się na wysoki standard świadczonych przez nią klientom usług.

Coraz większe znaczenie

Mówiąc o wysokim standardzie, należy koniecznie uwzględnić certyfikaty, których posiadanie oferuje możliwość realizacji usług rozwojowych ze środków publicznych. Po zmianach, które nastąpiły w systemie

przyznawania funduszy unijnych na organizację szkoleń, wzrosła rola akredytacji pozytywnie zweryfikowanych przez PARP (Znak Jakości TGLS Quality Alliance; Certyfikat ISO 29 990:2010 czy Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych), o które mogą ubiegać się instytucje szkoleniowe. Ich znaczenie jest bardzo szerokie – z jednej strony klienci firm szkoleniowych mają dostęp do szkoleń finansowanych w dużej wysokości ze środków unijnych, a z drugiej posiadanie takich certyfikatów przez instytucje szkoleniowe daje ich klientom pewność, że będą to szkolenia na wysokim poziomie zweryfikowanym przez wiarygodne organy certyfikujące.

Pojęcie jakości w przypadku usług firm szkoleniowo-doradczych zyskuje zatem coraz większe znaczenie. Za pomocą certyfikatów jakości mogą one pokazać swoim klientom, jakie wartości są dla nich ważne i w oparciu o jakie standardy realizują procesy



Autoryzacja dokumentów przez Internet usprawnia pracę firm

Od kilku lat w Polsce istnieje możliwość elektronicznej autoryzacji dokumentów. Z usługi mogą korzystać nie tylko duże firmy, ale także mikroprzedsiębiorstwa. Ekspersi podkreślają, że kluczowa w tym zakresie jest kwestia możliwości udowodnienia pochodzenia danych i zabezpieczenia ich przed sfałszowaniem, świadczona jako usługa przez wyspecjalizowane firmy. W Polsce podpis elektroniczny, jak choćby ePUAP, pozwala na potwierdzenie tożsamości w przypadku umowy czy pisma urzędowego, ale nie gwarantuje autentyczności samego pisma. Podpis cyfrowy to w definicji dane dołączone do danych lub ich przekształcenie kryptograficzne, które pozwala odbiorcy danych udowodnić pochodzenie danych i zabezpieczyć je przed fałszerstwem (więcej informacji dotyczących definicji można odnaleźć sięgając do normy ISO 7498-2:1989). Ekspersi uważają, że kluczowa jest zatem rola firm, które dają możliwość udowodnienia pochodzenia danych i zabezpieczenia ich przed sfałszowaniem.

W ubiegłym roku liczba budynków z zielonymi certyfikatami wzrosła o 44 proc. – wynika z raportu Colliers International. Inwestorzy coraz chętniej decydują się na budownictwo przyjazne środowisku, bo zainteresowanie takimi powierzchniami wśród najemców rośnie. Trend ten wymusza zmiany także wśród firm budowlanych, które są generalnymi wykonawcami inwestycji. Praca nad uzyskaniem certyfikatu rozpoczyna się już na etapie projektowania, do-

Coraz więcej budynków przyjaznych środowisku

boru materiałów i całego procesu budowy. – Budownictwo przyjazne środowisku jest dobrą praktyką branży budowlanej już od kilku lat. W realizacji obiektów z zielonymi certyfikatami trzeba zawsze brać pod uwagę wiele aspektów, w tym tak bardzo ważny wpływ na otaczające nas środowisko – podkreśla w rozmowie z agencją Newseria Biznes Konrad Redlich, kierownik kontraktu II etapu inwestycji Business Garden Warszawa z Hochtief Polska.

