

RYNEK CERTYFIKATÓW



Kompetencje pracownika w zespole – potwierdzone dokumentem

W ostatnich latach coraz więcej przedsiębiorstw w Polsce działa projektowo, niezależnie od branży i wielkości przedsiębiorstwa. Podejście projektowe staje się koniecznością, gdyż coraz większa część tworzenia wartości w gospodarce odbywa się właśnie w projektach.



Ewa **Zawadzka**

dyrektor generalny
IPMA Polska

przewidzianych rezultatów. Orientacja projektowa przedsiębiorstwa wpływa na znacznie efektywniejsze wykorzystanie zasobów w firmie, a tym samym zwiększa jego przewagę konkurencyjną, a w efekcie wartość rynkową.

Certyfikowany zespół

Projekty to przede wszystkim ludzie, a nie narzędzia czy materiały. W znaczącej mierze za sukces przedsięwzięcia projektowego odpowiedzialny jest kierownik projektu. Jego rolą jest m.in. wskazywanie kierunku i motywowanie

członków zespołu, żeby w ramach swoich zadań realizowali cele projektu. Jeśli więc projekt ma zakończyć się sukcesem i osiągnięciem określonych celów, musi być prowadzony przez osobę posiadającą wiedzę, doświadczenie, wysokie zdolności interpersonalne i komunikacyjne, jednym słowem: określony zestaw kompetencji. Idealny kierownik projektu identyfikuje się zarówno z zespołem, jak i celem projektu. Jego zachowania i postawy pozwalają na rozwiązanie najpoważniejszych problemów pojawiających się w trakcie realizacji projektu. W związku z tym, że kierownik projektu zarządza zespołem projektowym, ważna jest umiejętność współpracy z ludźmi, zarządzanie relacjami i budowanie integracji w zespole. Taki kie-

ownik projektu jest na wagę złota, ponieważ żaden sponsor projektu nie przekaże milionów złotych jeśli nie będzie pewny, że projekt jest zarządzany przez osobę posiadającą zestaw kluczowych kompetencji. Porażka projektu istotnego z punktu widzenia strategii firmy może wręcz wpłynąć na zachwianie stabilnością finansową firmy.

Silna motywacja i integracja pracowników

Certyfikowany kierownik projektu, kompletując zespół projektowy, również zwraca uwagę na posiadane przez pracowników certyfikaty. Doświadczenie, praktyka – to istotne elementy życiorysu, jednak posiadanie uznanego na świecie certyfikatu daje gwarancję sprawdzenia wiedzy i posiadanych

kompetencji PM oraz potwierdza, że osoba certyfikowana posługuje się tym samym językiem PM, co inni certyfikowani członkowie zespołu. W organizacjach, gdzie wdrożono system szkoleń z zakresu zarządzania projektami zakończonych certyfikacją, można zaobserwować zjawisko silnej motywacji i integracji pracowników. Świadomość przejścia tej samej ścieżki edukacji i egzaminu daje poczucie lepszego zrozumienia się nawzajem i integracji z kierownikiem projektu/zespołu/działu. Powyższe czynniki zdecydowanie ułatwiają pracę zespołu i realizację wyznaczonych zadań, pozytywnie wpływają na etapy życia zespołów projektowych i przyczyniają się do zwiększenia efektywności całej organizacji.

Projekt (przedsięwzięcie) to unikatowy zestaw skoordynowanych działań ograniczony czasem i kosztami, mający na celu uzyskanie

Bezpieczeństwo gwarantowane

Tylko w pierwszym półroczu w wypadkach przy pracy ucierpiało ponad 39 tys. osób. To o blisko 6 proc. więcej niż przed rokiem. Na szczęście spada liczba najpoważniejszych zdarzeń. Podejście do zagrożeń w sposób systematyczny pomaga zmniejszyć lub całkowicie wyeliminować liczbę wypadków, przede wszystkim poprzez właściwe zarządzanie ryzykiem. Firmy doceniają też znaczenie certyfikacji. Stosują ją już niemal wszystkie branże. – Zagrożenia w miejscu pracy mogą mieć różnoraki charakter. Mogą to być zagrożenia fizyczne, takie jak np. poruszające się przedmioty czy zagrożenia chemiczne. Jednym ze sprawdzonych sposobów zapanowania nad takimi zagrożeniami jest podejście do nich w sposób systematyczny, a więc określenie bezpiecznych warunków pracy i wdrożenie systemu zarządzania BHP, za pomocą którego możemy zmniejszyć liczbę wypadków, a nawet zlikwidować je i inne zdarzenia niepożądane w firmie – tłumaczy w rozmowie z agencją Newseria Biznes Zbigniew Suchodolski, dyrektor branży certyfikacji w SGS Polska.

Gotowi zapłacić więcej

Zrównoważone połowy ryb i owoców morza stanowią około 10,5 proc. całości. Reszta zasobów jest przeławiana i nadmiernie eksploatowana. Certyfikat dla łowiska oznacza, że tamtejsze połowy mają możliwie jak najmniejszy negatywny wpływ na środowisko. Konsumenci są też w stanie prześledzić, z jakiego źródła ryby pochodzą. Za taką gwarancję jakości Polacy są skłonni zapłacić o 16 proc. więcej. – Według najnowszego raportu FAO (skrót od ang. Food and Agriculture Organization of the United Nations, czyli Organizacja Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa – red.) połowy zrównoważone stanowią około 10,5 proc. wszystkich na świecie – mówi agencji Newseria Biznes Anna Dębicka, koordynator programu organizacji MSC Polska. – Pokrywa się to mniej więcej z liczbą łowisk certyfikowanych na podstawie naszych standardów. Jednocześnie połowy te do minimum ograniczają swój negatywny wpływ na środowisko. Ważne jest również to, że pozwalają środowiskowi na korzystanie z żywych zasobów mórz i oceanów.

Certyfikowana chmura obliczeniowa

Zaufanie firm i instytucji do rozwiązań chmurowych rośnie, ale żeby przekonać do niej kolejne podmioty, dostawcy chmury inwestują w międzynarodowe certyfikaty bezpieczeństwa. Oktawave, pierwsza polska chmura obliczeniowa, otrzymała certyfikat ISO 27001. – Zaufanie przedsiębiorstw do dostawców chmury rośnie. Potwierdza to badanie IDC z końca 2015 roku, z którego wynika, że tylko 40 proc. przedsiębiorców obawia się utraty fizycznej kontroli nad danymi w chmurze. To oznacza, że chmura podwyższa bezpieczeństwo zasobów informatycznych oraz informacji, a kluczem do tego jest zrozumienie, czym ta chmura jest i w jaki sposób gwarantuje bezpieczeństwo – mówi agencji informacyjnej Newseria Jan Lekszycki, wiceprezes i dyrektor ds. sprzedaży w chmurze obliczeniowej Oktawave.

Budownictwo przyjazne środowisku coraz popularniejsze

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, doboru materiałów i całego procesu budowy. – Budownictwo przyjazne środowisku jest dobrą praktyką branży budowlanej już od kilku lat. W realiza-

cji 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.

Właściwy certyfikat to dobra inwestycja dla firmy

Odpowiedni certyfikat to nie tylko podkreślenie wiarygodności przedsiębiorstwa, ale również wymierne korzyści finansowe. Na rynku dostępnych jest wiele form wyróżnienia firmy, a certyfikat jest jedną z najłatwiej dostępnych. Niestety, większość z nich nie daje żadnych korzyści. Kluczowy jest więc właściwy wybór.

Mateusz Tomaszewski

Certyfikat mówiący o wiarygodności, solidności czy uczciwości przedsiębiorstwa bardzo często można zdobyć wypełniając odpowiedni wniosek na stronie internetowej firmy, która oferuje tego typu rozwiązanie. Następnie trzeba uiścić opłatę certyfikującą i mamy gotowy dokument. Wszystko po to, by wzbudzić, tak bardzo potrzebne dziś, zaufanie w relacjach handlowych.

– Jak wynika z raportu „Kapitał społeczny i zaufanie w polskim biznesie” zrealizowanego na zlecenie Rzetelnej Firmy i Krajowego Rejestru Długów, 73,5 proc. przedsiębiorców wątpi w uczciwość swoich kontrahentów twierdząc, że musi stale uważać, by nie zostać oszukanym. Podkreślenie jakości firmy jest bardzo ważne, ale nie wystarczy do tego dowolny dyplom zawieszony na ścianie – podkreśla Mirosław Sędłak, prezes Rzetelnej Firmy. Przedsiębiorcy w Polsce nie ufają swoim kontrahentom. Co druga osoba zarządzająca firmą uważa, że klienci wykorzystają luki prawne, aby uzyskać dodatkowe korzyści z kontraktu. Jak pokazuje raport „Kapitał społeczny i zaufanie w polskim biznesie”, 47 proc. firm zrezygnowało w ostatnich miesiącach z części transakcji, bo nie ufało kontrahentom. Certyfikat ma więc podkreślić wiarygodność danej firmy.

Mało znane certyfikaty można powiesić na ścianie lub stronie internetowej. Ładne kolory z pewnością nacieszą oko, ale poza tym trudno liczyć na inne pozytywne skutki wynikające z ich posiadania. Odpowiedni dokument, poza oczywistymi korzyściami wizerunkowymi, będzie również pozytywnie wpływał na finanse posiadającej go firmy.

Zaufanie to podstawa w biznesie

Certyfikaty budują, tak ważne dzisiaj, zaufanie w biznesie. Oczywiście nie wystarczy samo zaświadczenie. Liczy się przede wszystkim jakość produktów i usług oraz podejście do klienta. Czasem to jednak nie wystarczy.

– Polscy przedsiębiorcy nie mają do siebie zaufania. Potrzebują więc potwier-

dzenia wiarygodności płatniczej. Dlatego wiele firm korzysta z możliwości sprawdzania swoich kontrahentów. Szacujemy, że do końca 2016 roku z Krajowego Rejestru Długów zostaną pobrane 32 miliony raportów – mówi Adam Łacki, prezes Zarządu Krajowego Rejestru Długów.

Odpowiedzią na pytania klientów o wypłacalność i transparentność płatniczą jest również Certyfikat Rzetelności wydawany tylko firmom, które nie są wpisane jako dłużnicy do KRD BIG oraz zaakceptują Kodeks Etyczny. Jak wynika z badania znajomości programów certyfikujących przeprowadzonego przez Millward Brown, jest to najbardziej znany i ceniony dokument poświadczający wiarygodność biznesową.



Przedsiębiorcy w Polsce nie ufają swoim kontrahentom. Co druga osoba zarządzająca firmą uważa, że klienci wykorzystają luki prawne, aby uzyskać dodatkowe korzyści z kontraktu. Jak pokazuje raport „Kapitał społeczny i zaufanie w polskim biznesie”, 47 proc. firm zrezygnowało w ostatnich miesiącach z części transakcji, bo nie ufało kontrahentom. Certyfikat ma więc podkreślić wiarygodność danej firmy.

Obecnie w programie uczestniczy około 50 tys. firm, które spełniły wymogi przyznania certyfikatu. Natomiast świadectwo Rzetelnej Firmy nie jest wydawane dożywotnio.

– Certyfikat Rzetelności to baner na stronie internetowej posiadacza, który jest połączony z bazą danych Krajowego Rejestru Długów. Jeśli firma, która się nim legitymuje, zostanie wpisana do KRD jako dłużnik, automatycznie jest to zaznaczane w systemie. Taka informacja pojawi się po kliknięciu w baner. Dlatego tak ważne jest, żeby zawsze klikać w banery z Certyfikatem Rzetelności, wtedy mamy zawsze aktualną informację o tym, czy jego posiadacz nadal jest wiarygodny – mówi Mirosław Sędłak, prezes Rzetelnej Firmy.

Jakość równa się dodatkowi klienci

Programy promujące biznes mają również za zadanie ułatwić pozyskanie nowych klientów. Potwierdzenie jakości, przejrzystości i uczciwości jest jak najbardziej jednym z argumentów, który przemawia za tym, żeby nawiązać współpracę z firmą posiadającą certyfikat. Ale to nie jedyna korzyść.

– Uczestnicy programu Rzetelna Firma mają również dostęp do informacji, kto ich sprawdza w KRD i jakie informacje na ich temat pobiera. Łatwo można ocenić, czy jest to stały kontrahent, czy potencjalny klient. Wiele firm wykorzystuje wiedzę o tym, kto o nich pytał i oferuje im swoje usługi – wyjaśnia Mirosław Sędłak. W ocenie Mirosława Sędłaka, Certyfikat Rzetelności jest również dobrą kartą przetargową w negocjacjach warunków umów czy terminów płatności. Jeśli firma jest rzetelna, gwarantująca zapłatę, może oczekiwać lepszego traktowania.

Wspólne interesy

Rzetelna Firma, która powstała w 2008 r. stawia również na integrację mikro, małych i średnich firm. Jej założeniem jest wymiana doświadczeń i pomoc w rozwiązywaniu problemów. Dlatego już w przyszłym tygodniu organizowany jest kolejny, V Kongres Rzetelnych Firm, podczas którego uczestnicy programu będą mogli wymienić się swoimi doświadczeniami.

– Główna idea to wsparcie sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Jednym z celów, które sobie stawiamy jest prezentowanie opinii MSP. Wychodzimy z założenia, że jeden przedsiębiorca może niewiele, ale gdy jest nas pięćdziesiąt tysięcy, stanowimy silny głos, którego powinno się wysłuchać – mówi Mirosław Sędłak.

Certyfikat EV pomocny w sklepie internetowym

Im więcej czasu potencjalni klienci spędzają w sieci, tym zdobywają więcej doświadczenia, ale też więcej uwagi poświęcają kwestiom bezpieczeństwa.



Michał Szałowski

właściciel Mserwis.pl

To właśnie one w dużym stopniu powstrzymują internautów od zakupów online. Według najnowszego raportu Gemius „E-commerce w Polsce 2016”, zakupy w sieci cieszą się pozytywną opinią badanych, ale tylko 12 proc. badanych postrzega je jako bezpieczne! Wciąż stosunkowo dużo osób w grupie niekupujących (24 proc.) zwraca uwagę na bezpieczeństwo zakupów, jako element wymagający poprawy w celu zachęcenia ich do takiej formy kupowania.

Szyfrowanie danych

W jaki sposób zadbać o bezpieczeństwo zakupów? Przede wszystkim instalując w sklepie internetowym certyfikat SSL. SSL (Secure Socket Layer) jest najczęściej używanym protokołem szyfrowania transmisji danych przez Internet, który sprawia, że transmisja ta nie zostanie podsłuchana przez osoby trzecie. Adres internetowy strony zabezpieczonej SSL będzie rozpoczynał się od liter „https”. Trudno sobie wyobrazić

sklep internetowy, który nie przetwarza danych osobowych, dlatego też warto zainwestować w certyfikat SSL jak najszybciej. Już od stycznia 2017 r., wraz z premierą nowej wersji przeglądarki Google Chrome, wszystkie witryny, które wykorzystują logowanie za pomocą hasła lub posiadają systemy płatności elektronicznych, i które nie będą szyfrowane, będą oznaczone jako potencjalnie niebezpieczne.

Najpełniejsza weryfikacja tożsamości firmy

W zależności od wybranego certyfikatu SSL, przy adresie strony może się znaleźć dodatkowo ikonka kłódki, zielone pole adresowe lub inny znak informujący o zabezpieczeniu strony. Najbardziej widoczne i budujące zaufanie oznaczenie to zielone pole adresowe, które pojawia się na stronie zabezpieczonej certyfikatem EV (Extended Validation). Certyfikat SSL klasy EV to najpełniejsza weryfikacja tożsamości firmy. Aby go uzyskać, firma musi przejść szczegółową weryfikację. Analizowane są takie informacje jak status prawny firmy, fizyczna obecność, rzeczywiste prowadzenie działalności, zgodność z danymi urzędowymi oraz prawo do posługiwania się domeną. Uzyskanie tego certyfikatu wymaga nieco większej inwestycji i wysiłku ze strony firmy, trwa też dłużej, ale przynosi za to wiele korzyści.

Korzyści w branży e-commerce

Najszybciej przyznawane certyfikaty SSL, to certyfikaty DV (Domain Validation). Przyznanie takiego certyfikatu sprowadza się jednak jedynie do weryfikacji samej domeny, a mianowicie tego, czy firma lub osoba wnioskująca

o wydanie certyfikatu ma prawo do posługiwania się daną domeną. Oznacza to, że użytkownik nie ma żadnej gwarancji, że firma obsługująca daną stronę jest godna zaufania i że jego dane osobowe nie wpadną w niepowołane ręce. Przyznanie firmie certyfikatu EV jest dla klienta wyraźnym sygnałem, że firma pozytywnie przeszła szczegółową weryfikację i można obdarzyć ją zaufaniem. Klient może znaleźć na danej stronie interesujący go produkt, ale jeśli będzie miał jakiegokolwiek wątpliwości co do rzetelności czy wiarygodności strony, to nie wypełni formularza zamówienia, gdzie będzie musiał podać swoje dane. Jeśli dana strona posiada certyfikat EV, to wystarczy, że klient kliknie w zielony pasek adresowy, aby zobaczyć nazwę firmy, dla której wystawiony został certyfikat, co stanowi wiarygodne po-

twierdzenie, że operatorem strony internetowej jest rzeczywiście ta firma, której dane na stronie widnieją. Ponadto wystawcy certyfikatów współpracują z twórcami przeglądarek internetowych, aby uświadomiać ludziom potencjalne zagrożenia wynikające z podawania danych na sfałszowanych witrynach bądź takich prowadzonych przez niezaweryfikowane podmioty.

Opuszczone koszyki

Najlepszym sposobem na zwiększenie zysków firmy jest po prostu zamknięcie większej ilości transakcji. Opuszczone koszyki są bolączką każdego sklepu internetowego. Klient poświęcił już część swojego czasu, aby znaleźć interesujący go produkt, ale opuścił stronę w trakcie procesu zakupowego. Z badania przeprowadzonego przez VeriSign, 93 proc. bada-

nych chętniej dokonałoby zakupu na stronie z zielonym paskiem adresowym. Certyfikat EV zwiększa zatem szanse na to, że klient dokończy zakup. Przekształcenie odwiedzającego w kupującego wymaga dużej dawki zaufania. Oszustwa i kradzieże danych osobowych występują na stronach internetowych niezależnie od branży, co sprawia, że klienci są nieufni. Rygorystyczny proces uwierzytelniania EV pozwala rzetelnym firmom wyróżnić się na tle konkurencji. Klient nie rozumie wprawdzie dokładnie, jaki proces weryfikacyjny firma musi przejść, aby otrzymać taki certyfikat, ale rozumie, że firma, która podjęła dodatkowe kroki bardziej dba o komfort i bezpieczeństwo swoich klientów. Rezultat? Więcej konwersji, transakcje o wyższej wartości i większe zyski.



Miarą sukcesu jest lojalny konsument

Współczesny konsument to konsument świadomy, dokonujący przemyślanego zakupu i stawiający coraz częściej na jakość produktu lub usługi oraz jego dobrą opinię. Jednym z narzędzi wyróżniających nasz produkt oraz świadczących o jego wysokiej jakości są certyfikaty, które dodatkowo budują zaufanie do naszej marki i przekładają się na zwiększoną sprzedaż.



Paweł Jurga

członek zarządu
Cydrownia

jest dużo bardziej złożony niż jeszcze kilka lat temu. Zwłaszcza że firmy dwoją się i troją, żeby skupić na sobie uwagę klienta, nie mówiąc już o tym, że ma on do wyboru wiele alternatywnych ofert dla naszego produktu czy usługi. Dlatego, konsument podchodzi dzisiaj do decyzji zakupowej dużo ostrożniej, biorąc pod uwagę wiele różnych czynników. Stąd też mnogość i rosnące znaczenie certyfikacji produktowej, która pozwala wyróżnić naszą ofertę na tle konkurencji. Co jeszcze zyskuje firma doceniona certyfikatem?

Informacja dla świadomych konsumentów

Czasy, kiedy jednym z głównych kryteriów zakupu była cena powoli odchodzą do lamusa. Obecnie, zanim dokonamy zakupu, z reguły skrupulatnie wyszukujemy informacji na temat danego produktu lub usługi w Internecie, porównujemy go z konkurencją, często polegamy również w tej kwestii na opinii znajomych. Poza samą ofertą sprawdzamy też często firmę, która stoi za danym produktem bądź usługą. Zamiast ceny dzisiaj coraz bardziej liczy się więc jakość, co jest oczywiście tendencją jak najbardziej pozytywną. Z drugiej strony większość firm określa swoje produkty jako wysokiej jakości, dlatego konsumenci poszukują profesjonalnego i niezależnego potwierdzenia zapewnień producenta, a właśnie takim poświadczeniem jest otrzymany certyfikat.

Produkt godny zaufania

Certyfikat stanowi wartość dodaną do produktu lub usługi. Jest on dla konsumenta informacją, że dana firma jest godna zaufania i ma ofertę na wysokim poziomie, docenioną przez zewnętrzne podmioty. A to właśnie zaufanie konsumenta jest czymś, na czym powinno nam szczególnie zależeć. Zwłaszcza że klienci – w tym głównie przedstawiciele pokolenia Y i Z – w coraz mniejszym stopniu przywiązują się do marek, coraz trudniej więc o budowanie z nimi trwałej relacji, opartej na lojalności. Mówiąc o zaufaniu warto wspomnieć również o wiarygodności związanej z posiadaniem certyfikatem. Jeśli odbiorcy wierzą w naszą markę, oznacza to, że jesteśmy firmą wiarygodną w oczach naszego otoczenia, co wzmacnia naszą pozycję na rynku i pozwala na budowanie za-

angażowanej społeczności wokół naszego przedsiębiorstwa.

Certyfikat a sprzedaż

Posiadanie certyfikatu z reguły oznacza też większe zainteresowanie daną usługą bądź produktem. Zwłaszcza że możemy wykorzystać informację o pozyskaniu danego certyfikatu w ramach dodatkowej reklamy naszej firmy. Z drugiej strony, organizacje certyfikujące również mają w swoim interesie promocję swoich działań oraz wyróżnionych przez siebie firm. Dlatego, informacja o przyznaniu tytułu „idzie w świat” zwykle zarówno od laureata, jak i podmiotu certyfikującego, co zdecydowanie zwiększa jej siłę dotarcia do konsumentów. Intensywna promocja i uznanie naszych produktów lub usług może przełożyć się na ich zwiększoną sprzedaż, co z kolei pozwala na realizację konkretnych celów biznesowych firmy.

W dobie dynamicznego rozwoju nowych technologii proces zakupowy przeciętnego konsumenta

POTWIERDZONA WIARYGODNOŚĆ

Odpowiedni dobór kontrahentów jest jednym z kluczowych aspektów pozwalających firmie na osiągnięcie zaplanowanych celów. Nierzetelni partnerzy to duży problem dla przedsiębiorców, dlatego warto poświęcić czas na sprawdzenie wiarygodności naszego potencjalnego wspólnika przed nawiązaniem współpracy. W jaki sposób można to zrobić?



Adam Rybusiewicz

dyrektor zarządzający
ds. sprzedaży Intrum Justitia

Dziś zabezpieczenie biznesu przed nieuczciwymi partnerami powinno być standardem. Niestety nie wszyscy przedsiębiorcy wiedzą, w jaki sposób najlepiej sprawdzić potencjalnych wspólników, inni nie mają na to czasu albo bazują na własnym przeczuciu. A z partnerem biznesowym jest jak z małżeństwem – zaczyna się od euforii, kwiatów i wysokich oczekiwań, ale bez odpowiedniego poznania drugiej strony, może skończyć się bolesnym rozstaniem, utratą reputacji, a nawet bankructwem. Czy zatem w biznesie nie ma miejsca na pełne zaufanie? To nie do końca prawda. Stephen Covey napisał w jednej ze swoich książek, że „niski poziom zaufania to wielki ukryty podatek”. Według Coveya zaufanie ma wpływ na

szybkość działania oraz koszty, ponieważ kiedy maleje jego poziom, maleje także szybkość działania, a koszty wzrastają. Natomiast kiedy poziom zaufania rośnie, wzrasta szybkość działania, a koszty maleją. Musimy wierzyć, że nasi kontrahenci dobrze wykonają swoje zadanie i budować relacje biznesowe w oparciu o wzajemne zaufanie oraz szacunek, lecz współpracy nie możemy opierać jedynie na naszym przeczuciu.

Certyfikaty potwierdzające rzetelność firmy
Zapoznanie się z certyfikatami przyznanymi firmie, z którą chcemy podjąć współpracę, jest jednym z najprostszych i najszybszych sposobów na sprawdzenie wiarygodności naszego przyszłego kontrahenta. Co ważne, takie działanie może stanowić podwaliny długoterminowej współpracy opartej na wzajemnym zaufaniu i szacunku. W Polsce już od wielu lat organizowane są różnorodne programy certyfikowania firm, które wspierają i promują rzetelne przedsiębiorstwa, w ten sposób poddając je weryfikacji i tworząc bazę partnerów biznesowych godnych zaufania. Jednocześnie, w związku ze wzrostem zainteresowania tego typu wyróżnieniami, przedsiębiorcy powinni upewnić się, czy biura zajmujące się certyfikacją przykładają odpowiednią uwagę

do weryfikacji nadesłanych zgłoszeń i rzetelnie analizują sytuację przedsiębiorstwa ubiegającego się o certyfikat. Warto tu również zaznaczyć, że każdy z przyznaných tytułów może odpowiadać za inne aspekty funkcjonowania przedsiębiorstwa. Szczegółowe informacje dotyczące kryteriów, które musiały zostać spełnione, aby dana firma mogła posługiwać się konkretnym certyfikatem, powinniśmy znaleźć na stronie organizatora konkursu. Zazwyczaj pod uwagę brane są takie czynniki, jak: kondycja finansowa przedsiębiorstwa, jego nowoczesność i – przede wszystkim – podejście do pracowników oraz klientów.

Posłuchaj, co mówią inni

Przed podpisaniem umowy warto także zapoznać się z opiniami innych przedsiębiorców, którzy współpracowali z naszym potencjalnym kontrahentem. Często takie rekomendacje umieszczane są na stronach internetowych. Jeśli nie są one podane do publicznej wiadomości, warto jest poprosić naszego przyszłego partnera o udostępnienie takich informacji, albo o podanie kontaktu do osób, które mogłyby wystawić referencje. W ten sposób, z tak zwanej „pierwszej ręki”, dowiemy się o tym jakie są mocne strony naszego kontrahenta, a nad czym powinien jeszcze popracować. Takie informacje przydatne są już na etapie selekcji, czyli wyboru właściwego partnera, ale przede wszystkim podczas konstruowania umowy – pozwalają na zawarcie w kontrakcie przydatnych zapisów, które pozwalają uniknąć zbędnych nieporozumień. Nawet znakomicie prosperujący biznes może zostać poważnie nadwyrężony przez złe partnerstwo. Z tego powodu przedsiębiorstwo może mieć też trudności w realizacji celu biznesowego i osiągnięciu pełnego potencjału. I choć rozpoczęcie współpracy jest doświadczeniem emocjonalnym – pamiętajmy, aby w trakcie robienia „due diligence” swojego potencjalnego partnera, zostawić emocje trochę z boku. Upewnijmy się, że przyszła współpraca ma silne podwaliny do tego, by stać się długoterminowym partnerstwem, spełniającym nasze oczekiwania biznesowe i przynoszącym oczekiwane korzyści.

”
Szczegółowe informacje dotyczące kryteriów, które musiały zostać spełnione, aby dana firma mogła posługiwać się konkretnym certyfikatem, powinniśmy znaleźć na stronie organizatora konkursu.

Zbudować zaufanie w oczach klienta

Zdobycie zaufania klienta jest jednym z największych wyzwań, jakie stoją przed przedsiębiorcami. 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

Współcześni konsumenci wybierają firmy, które oferują usługi na najwyższym poziomie, wykonywane z pełnym profesjonalizmem. Z tego właśnie powodu przedsiębiorstwa coraz częściej decydują się na potwierdzenie swoich kompetencji. W jaki sposób? 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. W dzisiejszych czasach odpowiednie zaprezentowanie firmy powinno być sprawą priorytetową. 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. Dlatego 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.

Reklama



Systemy Zarządzania

- Szkolenia ISO (Akredytacja IRCA)
- Certyfikacja ISO (Akredytacja ANAB, UKAS)
- Analiza luk
- Weryfikacja GHG, CHP (Akredytacja PCA)

BSI wspiera klientów w sprawniejszym działaniu, efektywnym zarządzaniu ryzykiem oraz osiąganiu zrównoważonego rozwoju od ponad stu lat. Zaufało nam przeszło 80 000 klientów ze 182 krajów – począwszy od najpopularniejszych globalnych marek, aż po małe i średnie ambitne przedsiębiorstwa lokalne.

Spraw, by ciągle doskonalenie wpisało się w kulturę Twojej organizacji

bsi.

...making excellence a habit.™

bsigroup.pl

17 lat bsi.
na rynku polskim

INVESTORS
IN PEOPLE

By Royal Charter

UK
Superbrand
2016