

nowe technologie

Nr 4/2005 (04)

MAGAZYN COMARCH

ISSN 1734-4212

TEMAT NUMERU

Usługi finansowe

- ⌘ Optymalizujemy procesy obsługi klienta ⌘ Oddziały bez kolejek
- ⌘ Kredyt hipoteczny z automatu ⌘ Czy możemy spać spokojnie?
- ⌘ Dlaczego karta a nie palec?

ROZWIĄZANIA I WDROŻENIA

**Sprawną
windykacja**

NOWOCZESNE ZARZĄDZANIE

**Komputerowe
wsparcie leasingu**

TRENDY I STRATEGIE

**Kiedy rabat nie
wystarcza**



zrównoważona funkcjonalność gwarancją stabilnego rozwoju

” *Jakość systemów informatycznych decyduje o sukcesie przedsiębiorstw. Jesteśmy świadomi tej odpowiedzialności*

Janusz Filipiak
Prezes Zarządu Comarch



CDN Egeria jest nowoczesnym, **polskim systemem klasy ERP II**, wspomagającym zarządzanie przedsiębiorstwem. System oferuje zaawansowaną funkcjonalność, obejmującą wszystkie obszary działalności przedsiębiorstw **produkcyjnych, handlowych i usługowych**. Jest uniwersalnym narzędziem gwarantującym stabilny rozwój każdej firmy a także na tyle elastycznym, by zaspokoić jej nawet najbardziej specyficzne potrzeby.

Narzędzie oparte jest na najnowszej wersji bazy danych Oracle, co daje gwarancję bezpieczeństwa i dalszego, stabilnego rozwoju tej technologii w przyszłości.

Funkcjonalność systemu obejmuje obszary: Finanse - Księgowość, Zarządzanie Personelem, Logistyka, Produkcja, Zarządzanie Klientem i Obszar Wspierania Decyzji.

COMARCH
SYSTEMY INFORMATYCZNE

www.comarch.pl/cdn :: tel. (12) 681 43 00 :: egeria@comarch.pl



Europejski sektor usług finansowych stawia obecnie czoła chyba największemu wyzwaniu w historii. Zmiany nabrały szczególnego tempa zwłaszcza po wprowadzeniu Euro. Jesteśmy również świadkami pogłębiającej się integracji polityczno – ekonomiczno – kulturowej oraz wzrastającej mobilności ludzi. To właśnie z przemieszczaniem się ludzi wiążą się największe wyzwania dla bankowości detalicznej – człowiek wyprowadzając się z jednego kraju do drugiego poza swoimi rzeczami osobistymi, kawałkiem kultury i zwyczajów, prawdopodobnie zabrałby najchętniej również i swój bank. Technologicznie możliwe jest prawie wszystko i dzięki bankowości internetowej już teraz oderwaliśmy się od lokalnego oddziału naszego banku na ulicy obok. Niestety, kiedy w perspektywie nie mamy przeprowadzki z Krakowa do Warszawy, a z Krakowa do Londynu, to poczucie, że nasz bank przeprowadza się razem z nami dramatycznie spada, a dostęp do naszych oszczędności jest w znaczący sposób ograniczony. Przez lata banki budowały swój sukces ułatwiając dostęp do usług poprzez masową rozbudowę lokalnych oddziałów, w których pracują dobrze nam znane osoby (pani Zosia w kasie, pani Jadzia w okienku z kredytami), teraz jednak od lokalności muszą się oderwać i sprawić, aby poczucie bliskości oddziału (razem z paniami Zosią i Jadzią) przenieść do sfery globalnej. Powstaje klasyczny przykład bankowego globalizmu (z angielskiego terminu glocalization = globalisation + localisation) twórcą którego jest socjolog Roland Robertson. Według tego poglądu, w daleko idącym procesie międzynarodowej konsolidacji sektora bankowego nie chodzi jedynie o budowanie ekonomicznej władzy poprzez zwiększanie efektu skali, ale również o zmianę dominującego na razie w społeczeństwie poczucia, że nasz bank i nasze panie Jadzia i Zosia (obecnie podróżujące z nami po tym samym kraju) są w stanie wybrać się z nami na dłuższą zagraniczną eskapadę. Jak w to uwierzę (a pewnie tak się stanie bo budżety reklamowe banków są dosyć duże), to będzie to wydarzenie na miarę kolejnej sensacji XXI wieku.

Wszystkim Czytelnikom Nowych Technologii, w imieniu redakcji składam najlepsze życzenia noworoczne, a w Nowym Roku jak najmniej gadżetów technologicznych, a możliwie jak najwięcej rozwiązań.

Grzegorz Błazewicz
Dyrektor Marketingu i PR, Comarch

3 Od redakcji**4** Spis treści**6** Aktualności**9** Innowacyjność jest istotą biznesu, który prowadzimy | **PROF. J. FILIPIAK**

Comarch został laureatem nagrody Rzeczypospolitej dla najbardziej innowacyjnego polskiego przedsiębiorstwa wśród firm usługowych i handlowych. W 2004 roku na inwestycje przeznaczono 12 proc. przychodów firmy.

**10** Optymalizujemy procesy obsługi klienta

Mijający rok 2005 był udany zarówno dla instytucji finansowych działających na polskich rynkach jak i dla obsługujących ich dostawców technologii. Wśród nowych wdrożeń systemów informatycznych można zaobserwować kilka tendencji, wynikających z poziomu dojrzałości samego rynku usług finansowych.

**14** Oddziały bez kolejek

Banki oraz firmy ubezpieczeniowe w coraz większym stopniu wykorzystują w procesie obsługi klientów nowoczesne narzędzia informatyczne, szczególnie w miejscach bezpośredniego kontaktu z klientem.

**16** Kredyt hipoteczny z automatu

Prognoza rozwoju rynku mieszkaniowego, poprawa ekonomicznej sytuacji gospodarstw domowych oraz złagodzenie warunków sprzedaży kredytów hipotecznych powoduje znaczny wzrost popytu na te kredyty. Zdobycie i utrzymanie znaczącej pozycji na rynku może wymagać stosowania narzędzi wspierających automatyzację procesu sprzedaży i obsługi produktów hipotecznych.

**18** Czy możemy spać spokojnie?

Wraz z dynamicznym wzrostem liczby banków internetowych i ich klientów, równie szybko narasta fala przestępstw związanych z tą formą zarządzania finansami. Czy klienci banków internetowych mogą spać spokojnie?

**21** Dlaczego karta a nie palec?

Wybór karty mikroprocesorowej jako dodatkowego czynnika w procesie uwierzytelniania z punktu widzenia bezpieczeństwa, funkcjonalności, opłacalności i ryzyka przedsięwzięcia.

ROZWIĄZANIA I WDROŻENIA

22 Jak szybko i łatwo wystawić polisę

W odpowiedzi na zwiększające się zapotrzebowanie firm ubezpieczeniowych w zakresie obniżenia kosztów sieci sprzedaży Comarch wprowadził zestaw aplikacji Comarch Insurance dedykowanych dla ubezpieczeniowych sił sprzedaży.

24 Fuzja z Comarch NonLife Insurance

Fuzja dużych organizacji to zadanie dla mocnych graczy. Różne sposoby pracy, różne procesy biznesowe – wszystko to musi zostać spięte w jedną, sprawnie działającą całość.

27 Nowoczesna komunikacja

Jakie korzyści zapewnia wdrożenie telefonii IP w firmie? Rozmowa z Mariuszem Jurankiem, Dyrektorem Działu Infrastruktury IT

28 Sprawna windykacja

Wzrost ilości sprzedawanych produktów oznacza coraz większy wolumen niespłaconych przez klientów zobowiązań oraz pojawianie się nadużyć w agencyjnych sieciach sprzedaży. Jak temu zaradzić?

30 Tankuj na kartę

Spółka LOTOS Paliwa wprowadziła na rynek program flotowy LOTOS Biznes oparty o system Comarch FleetCare. Dzięki kartom paliwowym klient instytucjonalny może bezgotówkowo dokonywać zakupu paliw i innych artykułów.

33 Ryzyko pod kontrolą

Efektywność działań biznesowych jest zdeterminowana nie tylko sukcesem oferowanych produktów bądź usług, ale również skuteczną kontrolą wpływu czynników ryzyka na osiągnięty wynik finansowy.

SYSTEMY ERP

36 Budka suflera

Bank powinien skupiać się na optymalizacji obsługi klienta, zarządzaniu ryzykiem i maksymalizacji zysków, a procesy niezwiązane z podstawową działalnością sprawnie przebiegać w tle.

38 System szyty na miarę

Konieczność dostosowania się do surowych zasad europejskiego rynku odzieżowego sprawiła, że Vistula SA rozpoczęła poszukiwania systemu wspierającego wewnętrzne procesy.

41 Komputerowe wsparcie leasingu

Firmy leasingowe rozszerzają swoją ofertę i dostosowują się do międzynarodowych standardów. Do sprawnego i efektywnego działania niezbędne stają się nowoczesne rozwiązania informatyczne.

TRENDY I STRATEGIE

42 Kiedy rabat nie wystarcza

Systemy lojalnościowe – jak skutecznie zatrzymać obecnych oraz zdobyć nowych klientów?

45 Polska branża IT „tygrysem” Europy

Czy Polscy dostawcy systemów ERP powinni myśleć o zagranicznych rynkach?

46 Nie samą reklamą żyje marka

Rola PR produktu we współczesnej kampanii marketingowej.

47 Rozwiązania do wynajęcia

Outsourcing IT w Polsce – obecne trendy i prognozy na przyszłość.

48 Detekcja to za mało

Systemy wykrywania włamań powoli odchodzą w zapomnienie. Co sprawiło, że detekcja włamań przestała już wystarczać?

Comarch podpisał umowę z MENiS

Comarch podpisał umowę z Ministerstwem Edukacji Narodowej na dostawę, instalację i integrację ponad 14 tys. komputerów do 1053 pracowni internetowych w pięciu województwach: lubuskim, pomorskim zachodniopomorskim, kujawsko-pomorskim i warmińsko-mazurskim. Umowa opiewa na kwotę 54,5 mln zł.

Comarch uhonorowany nagrodą „Best of European Business”

Podczas uroczystej gali „Best of European Business”, która odbyła się 27 października w siedzibie Polskiej Rady Biznesu, Comarch został uhonorowany nagrodą w kategorii innowacyjność. Organizatorami konkursu „Best of European Business” był dziennik Financial Times oraz Roland Berger Strategy Consultants. Jako zwycięzca polskiej edycji konkursu Comarch weźmie udział w finale ogólnoeuropejskim, który odbędzie się w Brukseli.

Gazeta Prawna: Comarch Technologiczną Firmą Roku

Comarch został uznany przez Gazetę Prawną Technologiczną Firmą Roku 2005 i nagrodzony Wehikułem Czasu – wyróżnieniem przyznawanym za kształtowanie gospodarczej przyszłości. Statuetkę z rąk Bohdana Gawrońskiego, dyrektora Wydawnictwa „Gazeta Prawna”, odebrał w warszawskim hotelu Sheraton Paweł Przewięźlikowski, wiceprezes Comarch.

Comarch rośnie i zwiększa rentowność

Przychody Comarch ze sprzedaży w pierwszych trzech kwartałach 2005 roku wyniosły 249 mln zł, co w porównaniu z analogicznym okresem 2004 roku oznacza wzrost o 10,6 proc. Stan portfela zamówień na rok bieżący wynosi w chwili obecnej 375,1 mln zł i jest o 23,2 proc. wyższy niż w analogicznym okresie w ubiegłym roku. Udział eksportu utrzymuje się na poziomie ok. 20 proc. Zatrudnienie w Grupie wzrosło w tym czasie do 1809 osób.

Pierwsze trzy kwartały zaliczamy do udanych. Nastąpił wzrost przychodów ze sprzedaży, a także zdecydowanie poprawiła się rentowność operacyjna. Z satysfakcją należy odnotować, iż w dalszym ciągu trwa rozwój kapitału intelektualnego Grupy – mówi Rafał Chwast, Dyrektor Finansowy, Wiceprezes Comarch SA.

Bardzo dobre wyniki notują spółki w Grupie Kapitałowej Comarch. Q3 był kolejnym dobrym kwartałem dla portalu Interia.pl., która trzeci raz z rzędu wygenerowała zysk. W Q3 sięgnął on 750 tys. zł. Po trzech kwartałach Interia osiągnęła zysk netto na poziomie prawie 2 mln zł.

Kluczowy kontrakt międzynarodowy Comarch

Wiodący światowy koncern energetyczny podpisał ramową umowę z Comarch na budowę, wdrożenie, integrację i utrzymywanie globalnego systemu lojalnościowego opartego o rozwiązanie Comarch Loyalty Management. W ramach umowy, której wartość w zależności od liczby krajów może osiągnąć 20 milionów Euro, Comarch wdroży swój system w najważniejszych dla koncernu rejonach geograficznych. Umowa ramowa obejmuje podpisane do tej pory kontrakty ze spółkami zależnymi koncernu dotyczące wdrożenia systemu w jednym z krajów zachodnioeuropejskich o wartości 4,1 mln Euro. System będzie hostowany w Polsce, w centrach danych Comarch. Aktualnie prowadzone są negocjacje z przedstawicielstwami koncernu w kolejnych krajach na całym świecie.

Jesteśmy bardzo zadowoleni z faktu, że jeden z największych na świecie koncernów energetycznych zaufał nam jako solidnemu dostawcy i wybrał Comarch spośród bardzo licznej grupy światowych producentów systemów lojalnościowych. Potwierdza to bardzo wysoką jakość naszych systemów informatycznych. Mamy nadzieję, że ten kontrakt otworzy nam drzwi do kolejnych umów w sektorze energetycznym na całym świecie – mówi Paweł Przewięźlikowski, Wiceprezes Comarch SA.

Comarch wdraża lojalność w Rosji

Comarch podpisał umowę o wartości ponad 3,3 mln zł na wdrożenie systemu informatycznego do zarządzania lojalnością klientów i budowania programów lojalnościowych z klientem w Rosji. System informatyczny będzie oparty o flagowe rozwiązanie Comarch klasy CRM, Comarch Loyalty Management.

Kontrakt rosyjski potwierdza naszą pozycję jako jednego ze światowych liderów na rynku systemów lojalnościowych. Potrafimy zdobywać kontrakty i wdrażać nasze rozwiązania zarówno na dojrzałych rynkach Europy Zachodniej jak i w gospodarkach wschodzących. Aktualnie zainteresowanie tego typu systemami jest bardzo duże, tym bardziej, że daje się je zastosować nie tylko w firmach handlowych, ale także u operatorów telekomunikacyjnych, bankach, czy w sektorze energetycznym. Liczymy na kolejne kontrakty i zwiększanie udziału w rynku tych systemów. Cieszymy się również ze wzmocnienia naszej pozycji na informatycznym rynku rosyjskim. Rynek ten dynamicznie rośnie w związku z rozwojem rosyjskiej gospodarki. Jesteśmy już na nim obecni w sektorze telekomunikacyjnym, finansowym i handlowym, co stanowi dobrą bazę do dalszej ekspansji – mówi Paweł Przewięźlikowski, Wiceprezes Comarch SA.

Comarch wchodzi na niemiecki rynek systemów ERP

Comarch wprowadza na rynek niemiecki swój flagowy produkt. CDN XL to najlepiej sprzedający się polski system informatyczny klasy ERP. Produkt Comarch, wybrany dotychczas przez ponad 800 klientów w Polsce, w Niemczech po raz pierwszy został zaprezentowany podczas targów COMTEC w Dreźnie (9-11 listopada). Prowadzone są rozmowy z pierwszymi potencjalnymi klientami i partnerami.

Ułatwieniem dla Comarch będzie fakt, że nowoczesne systemy firmy są już obecne na rynku niemieckim potwierdzając renomę polskiego producenta. Używają ich między innymi tacy potentaci jak Ahold, O2 Germany, Siemens Business Services, HVB Group czy Metro AG. W ekspansji na rynek niemiecki pomoże również otwarte niedawno nowe centrum kompetencyjne w Dreźnie, dzięki któremu firma ma dostęp do wiedzy o niemieckim rynku i do najnowszych technologii. Pozwoli to zwiększyć konkurencyjność firmy na globalnych rynkach IT, a także ułatwi przepływ wiedzy i biznesu pomiędzy spółkami Comarch na wschodzie i zachodzie Europy.

Comarch mocny w sektorze energetycznym

Comarch podpisał umowę z Zakładami Energetycznymi ENION SA na dostawę i wdrożenie tematycznej hurtowni danych, która usprawni zarządzanie procesem sprzedaży energii, wspomaganie decyzji strategicznych i operacyjnych oraz monitorowanie działalności oddziałów spółki. Wartość podpisanego kontraktu to 7,3 mln zł. To jeden z największych tegorocznych projektów Business Intelligence na polskim rynku.

Spółka Akcyjna ENION to firma powstała w wyniku połączenia spółek dystrybucyjnych działających na terenie Polski południowej. Zakłady energetyczne tworzące ENION, a więc Beskidzka Energetyka, Będziński ZE, ZE Częstochowa, ZE Kraków i ZE Tarnów to obecnie Oddziały ENIONU SA, które tak jak dotychczas, zajmują się dostarczaniem energii elektrycznej i obsługą klientów na swoim terenie działania.

Bank BPH bazując na rozwiązaniach Comarch wygrywa The European Technology Awards 2005

Bank BPH otrzymał główną nagrodę w kategorii „Best Customer Relationship Achievement”, za system internetowej bankowości korporacyjnej BusinessNet. Jest to pierwsza tego typu nagroda przyznana polskiemu bankowi. Rozwiązanie informatyczne zostało opracowane przez Bank BPH na bazie najnowocześniejszych rozwiązań wspomagających zarządzanie relacjami z klientami dostarczonych przez Comarch.

Bardzo cieszy nas nagroda przyznana Bankowi BPH, który postawił na innowacyjność i rozwiązania technologiczne autorstwa Comarch. Wyróżnienia zdobywane przez naszych klientów dopingują nas do jeszcze lepszej pracy nad systemami informatycznymi, które wspierają zarządzanie relacjami z klientami we wszystkich sektorach gospodarki. Powoli możemy powiedzieć że systemy CRM i systemy lojalnościowe stają się naszą specjalnością międzynarodową. Chcemy pomagać naszym kontrahentom w zdobywaniu zaufania klientów, w czym pomagają wyróżnienia. Zwycięstwo Banku BPH w kategorii „Best Customer Relationship Achievement” jest dla nas kolejnym dowodem na słuszność tej strategii. Część systemów, z którymi konkurował BusinessNet Banku BPH to systemy globalne największych korporacji finansowych świata. Możemy więc spokojnie powiedzieć, że rozwiązanie bankowości internetowej oferowane klientom Banku BPH to ścisła czołówka nie tylko w Europie, ale i na świecie – mówi Paweł Przewięźlikowski, Wiceprezes Comarch.

BusinessNet jest w ofercie banku od czerwca 2004 roku. System jest obecnie najlepszym na rynku rozwiązaniem bankowości internetowej dla przedsiębiorstw, umożliwia integrację rachunków prowadzonych w bankach zarówno Grupy HVB jak i poza nią, a także udostępnienie klientom elektronicznych produktów bankowych nie oferowanych nigdy wcześniej przez inne systemy.

Pocztowe Towarzystwo Ubezpieczeń z Comarch

Comarch podpisał z Poczto-
wym Towarzystwem Ubezpieczeń Wzajem-
nych umowę na udzielenie
licencji i wdrożenie flago-
wego systemu do obsługi
firm ubezpieczeniowych
Comarch Insurance. TUW
Pocztowe wybrało cen-
tralny system informatyczny
Comarch NonLife Insu-
rance do kompleksowej
obsługi ubezpieczeń mająt-
kowych i osobowych oraz
system Comarch Insurance
Net, umożliwiający sprze-
daż i obsługę ubezpieczeń
w okienkach Poczty Pol-
skiej. Rozwiązanie dostar-
czone przez Comarch kom-
pleksowo wesprze strategię
rozwoju TUW Pocztowe
na polskim rynku i umoż-
liwi wprowadzanie na rynek
nowych pakietów usług.

CDN Egeria w ZRE Katowice SA

Comarch podpisał umowę
na dostawę i wdrożenie
zintegrowanego systemu
zarządzania CDN Egeria dla
Zakładów Remontowych
Energetyki Katowice SA.
W ramach podpisanej
umowy Comarch dostarczy
dopasowane do potrzeb
katowickiego zakładu roz-
wiązanie informatyczne
dla 35 końcowych użyt-
kowników. Wdrożenie
obejmuje 9 modułów z
obszarów finansowo-księ-
gowego, logistyki, zarzą-
dzenia personelem oraz
obszaru wspierania decy-
zji (System Informowania
Kierownictwa). Docelowo
planowane jest zinforma-
zowanie ośrodków wyko-
nujących kontrakty z ramie-
nia ZRE w rozwiązanie, które
zapewni płynną współ-
pracę z centralą w trybie
off-line.

Piąta wersja systemu ERP CDN Egeria wchodzi na rynek

Comarch wprowadza na rynek piątą wersję popularnego systemu klasy ERP II CDN Egeria. System zawiera wiele innowacji związanych z e-fakturą i podpisem elektronicznym, obsługą projektów inwestycyjnych, zarządzaniem jakością, obiegiem dokumentów i wykorzystaniem Intranetu w zarządzaniu zasobami ludzkimi.

Prezentacja piątej wersji systemu odbyła się w trakcie cyklu konferencji w sześciu największych miastach Polski. Patronem medialnym imprezy został magazyn Computerworld. W projekcie uczestniczył także Oracle Polska.

CDN XL STANDARD – rewolucja na rynku ERP

Na Konferencji Partnerstwo 2005 w dniu 7 października 2005r. zaprezentowany został nowy produkt Comarch – system CDN XL STANDARD. Zaprezentowane oprogramowanie – w pełni zintegrowany system informatyczny klasy ERP – dedykowane jest dla wymagających małych i średnich firm handlowych. Z systemu CDN XL korzysta obecnie ponad 700 przedsiębiorstw w całej Polsce.

Comarch sponsorem polskich hokeistów

Comarch został oficjalnym sponsorem reprezentacji Polski w hokeju na lodzie. W ramach podpisanej umowy z Polskim Związkiem Hokeja na Lodzie, logo Comarch pojawi się na strojach pierwszej reprezentacji, która w rozpoczętym sezonie wystąpi na licznych turniejach w kraju i zagranicą.

Comarch laureatem konkursu Microsoft

Comarch został laureatem konkursu aplikacji, zorganizowanego przez Microsoft w ramach programu partnerskiego „Bądź pierwszy z Microsoft”. W ramach konkursu Comarch przedstawił w pełni funkcjonalne rozwiązanie informatyczne Comarch Business Intelligence. Wręczaną podczas warszawskiej premiery SQL Server 2005 nagrodę, z rąk Tomasza Bochenka, dyrektora generalnego ds. sprzedaży i marketingu Microsoft na region Europy Środkowo-Wschodniej, odebrał wiceprezes Comarch, Zbigniew Rymarczyk.

Celem programu „Bądź pierwszy z Microsoft” było umożliwienie partnerom Microsoft oraz firmom specjalizującym się w tworzeniu rozwiązań informatycznych, przygotowania się do wprowadzenia na rynek nowej platformy bazodanowej Microsoft SQL Server 2005. Comarch znalazł się wśród twórców 20 wyróżnionych rozwiązań, ocenionych jako najbardziej innowacyjne technologicznie.

Comarch rozwija działalność na Litwie

Comarch SA zarejestrował na Litwie spółkę zależną z siedzibą w Wilnie. Nowy podmiot będzie koncentrował się na sprzedaży i obsłudze systemów sprzedawanych klientom sektora telekomunikacyjnego oraz handlowo-usługowego. Wartość litewskiego rynku ITC szacowana jest obecnie na ponad 1 miliard Euro.

Rejestracja nowej spółki na Litwie to element długofalowej strategii Comarch obejmującej zwiększanie obecności na rozwijających się rynkach Europy Środkowo-Wschodniej. Ze względu na wysoką dynamikę wzrostu zalicza się do nich również rynek litewski, którego wartość jest obecnie szacowana na ponad 1 229 mln Euro.

W zasięgu zainteresowania Comarch na Litwie znajdują się przede wszystkim dwa sektory – telekomunikacyjny oraz handlowo-usługowy. W obu z nich Comarch jest już obecny – klientem Comarch jest największy litewski operator telefonii komórkowej Bite, firma dostarcza również platformy do elektronicznej wymiany dokumentów (ECOD), systemów CRM oraz rozwiązań Business Intelligence dla sektora handlowo-usługowego.

Comarch z certyfikatem Check Point CSP

Comarch uzyskał certyfikację Check Point CSP (Certified Support Provider). Przyznawana jest ona jedynie najbardziej doświadczonym partnerom i umożliwia świadczenie profesjonalnych usług wsparcia technicznego systemów bezpieczeństwa.

Program CSP pozwala zminimalizować czas potrzebny na rozwiązywanie krytycznych problemów wymagających analizy ze strony firmy Check Point. Profesjonalne usługi wsparcia technicznego są oferowane wszystkim klientom, dla których stabilne funkcjonowanie systemów bezpieczeństwa jest kluczowym elementem wspierania działalności biznesowej.

Certyfikacja Certified Support Provider (CSP) przyznana firmie Comarch – jednemu z naszych najlepszych partnerów w Polsce, umożliwi nam wspólne zwiększenie satysfakcji klientów. Uzyskanie autoryzacji CSP stanowi kolejny dowód profesjonalizmu i wysokiego poziomu wiedzy specjalistów z firmy Comarch – powiedział Robert Żelazo, Country Manager – Check Point Software Technologies.

Uzyskanie przez Comarch certyfikatu CSP usprawnia pomoc techniczną świadczoną dla użytkowników produktów firmy Checkpoint, szczególnie dla dużych instalacji, gdzie rozwiązanie problemu wymaga bezpośredniego dostępu do inżynierów producenta odpowiedzialnych za produkt. Należy zwrócić uwagę na fakt, że standardowa subskrypcja oferowana klientom przez Checkpoint nie uprawnia ich do bezpośredniego korzystania z pomocy technicznej. Jest ona dostępna tylko za pośrednictwem firm takich jak Comarch – posiadających certyfikat CSP. – powiedział Grzegorz Flak, Szef Działu Bezpieczeństwa Aplikacji Biznesowych w Comarch.

Innowacyjność jest istotą biznesu, który prowadzimy



Innowacyjność jest istotą biznesu, który prowadzimy. Chcę jednak zwrócić uwagę na specyfikę pojęcia innowacja, a raczej na jego mniej popularne rozumienie. Oczywiście my, zarządzający firmami, oczekujemy od pracowników innowacyjności w realizacji zadań na swoich stanowiskach. Jednak niezwykle istotne jest zrozumienie, czym jest innowacyjność na poziomie strategicznym – to ciągłe robienie tego, czego rynek, konkurencja i otoczenie się nie spodziewają. Innowacyjność to ciągłe zaskakiwanie otoczenia. Posiadając długofalową strategię innowacyjności i rozwoju firma może pozwolić sobie na konkurencję nie tylko na krajowym podwórku, ale również za granicą. Tutaj polskie firmy mają największe problemy, a przecież są dowody – świadczy o tym chociażby przykład Comarch – że inwestycje w badania i rozwój mają kluczowe znaczenie w polepszaniu po-

zycji konkurencyjnej firmy na rynkach globalnych. Polskie firmy mają możliwość oferowania zaawansowanych rozwiązań technologicznych niczym nieustępujących zachodniej konkurencji po niższych kosztach. Taka oferta zawsze spotka się z zainteresowaniem. Przykładem niech będą ostatnie sukcesy systemów lojalnościowych Comarch w Rosji czy wejście na niemiecki rynek systemów ERP. Innowacyjność oferowanych rozwiązań to również możliwość wyróżnienia się na tle konkurencji, której znakomita większość, również polskich firm, ma zadziwiającą skłonność do kopiowania już wprowadzonych rozwiązań. Tego rodzaju przedsięwzięcia, w których innowacyjność produktów, myślenia i działania nie są priorytetem, ostatecznie zawsze skazane będą na niepowodzenie. By móc mówić o prawdziwym, długofalowym wzroście, poprawie rentowności przedsiębiorstwa i tworzeniu nowych

miejsc pracy, musimy wprowadzać klimat ambicji i postępu gospodarczego. Nie jest to możliwe bez zadbania o innowacyjność oferowanych rozwiązań. Firmy, które rozumieją te zależności mogą liczyć na sukcesy nie tylko na rynku lokalnym, ale też rozwój swojej działalności w regionie – w przypadku polskich przedsięwzięć mówimy o Europie Środkowo-Wschodniej – oraz na świecie. Konieczne jest tutaj myślenie w kategoriach inwestycji w badania i rozwój konkretnych produktów i rozwiązań. Tylko konkretyzowanie nakładów w kontekście poszczególnych rozwiązań i linii produktów daje szansę sensownego przeliczenia zwrotu z inwestycji i przychodu na danym produkcie oraz umożliwia podejmowanie decyzji o właściwej alokacji środków na badania w kierunku innowacji.

Profesor Janusz Filipiak
Prezes Comarch SA

Rzeczpospolita: **Comarch najbardziej innowacyjnym polskim przedsiębiorstwem**

Comarch został laureatem nagrody Rzeczpospolitej dla najbardziej innowacyjnego polskiego przedsiębiorstwa wśród firm usługowych i handlowych. Docenione zostały nakłady spółki na działalność badawczą i rozwojową, wielokrotnie przekraczające średnią krajową. W rankingu Rzeczpospolitej i Centrum Analiz Społeczno-Ekonomicznych Case, oprócz zwycięskiej firmy Comarch uwzględnionych zostało 2000 najlepszych polskich przedsiębiorstw. Według Rzeczpospolitej Comarch zwyciężył w kategorii innowacyjność, ponieważ inwestuje duże środki w badania i rozwój (B+R) w stosunku do swoich przychodów i utrzymuje duże jednostki badawcze.

W 2004 roku na inwestycje te przeznaczono 12 proc. przychodów firmy.

O tendencjach w rozwoju rynku usług finansowych i ofercie Comarch dla sektora bankowego i finansowego opowiada Tomasz Marszał, Dyrektor Centrum Konsultingu Sektora Finansowego

Optymalizujemy procesy obsługi klienta

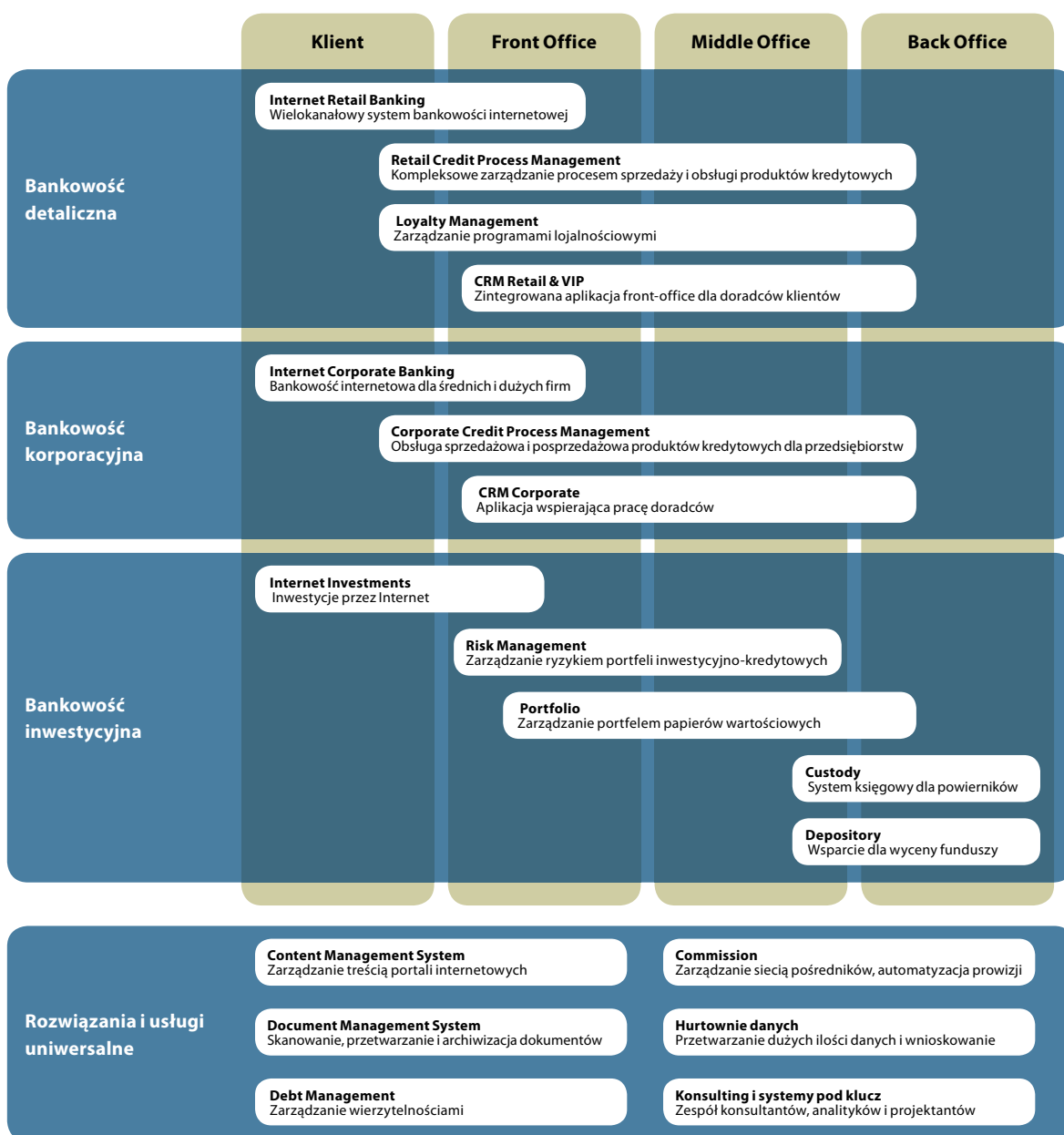
Mijający rok 2005 był udany zarówno dla instytucji finansowych działających na polskich rynkach – większość z nich zanotowała wyraźną poprawę wyników w stosunku do niezłego roku 2004 – jak i dla obsługujących ich dostawców technologii. Wśród nowych wdrożeń systemów informatycznych można zaobserwować kilka tendencji, wynikających z poziomu dojrzałości samego rynku usług finansowych. I tak wyraźnie widoczna jest koncentracja na rozwiązaniach wspierających efektywną obsługę klienta oraz na zagadnieniach związanych z zarządzaniem ryzykiem. W obszarach tych, oferta Comarch zawiera dojrzałe i nowoczesne produkty, uzupełnione zestawem profesjonalnych usług konsultingowych i informatycznych.

Wybrane sukcesy

Rok 2005 był udany również dla Comarch SA – dotyczy to wszystkich obszarów działalności, w szczególności w zakresie dostarczania nowoczesnych rozwiązań do instytucji finansowych. Kilka spośród osiągniętych przez nas sukcesów warto wyróżnić, ponieważ podkreślają one zbieżność tendencji obserwowanych na rynku ze strategią Comarch, kładącą nacisk na radykalną poprawę jakości procesów obsługi klienta.

Przykładem takiego sukcesu jest niewątpliwie zdobycie pozycji niekwestionowanego **lidera w zakresie internetowej bankowości korporacyjnej**. Chociaż banki detaliczne niemal w komplecie posiadają systemy bankowości internetowej oferując coraz większą funkcjonalność, wyższy poziom bezpieczeństwa i bardziej ergonomiczny interfejs użytkownika, to w zakresie elektronicznej obsługi firm większość instytucji na polskim (ale również globalnym)

ryнку hołduje tradycyjnym systemom wykonanym w technologii grubego klienta, często działającym w trybie off-line. Sytuacja ta zaczyna zmieniać się wraz z pojawieniem się technologii pozwalających na zaspokojenie specyficznych potrzeb klientów korporacyjnych przy pomocy znacznie tańszych w utrzymaniu i rozwoju systemów internetowych opartych o cienkiego klienta, do działania wymagających jedynie przeglądarki internetowej. System Comarch Corporate Internet Banking stanowi najnowsze ogniwo rodziny produktów Comarch Internet Banking, pozwalającej na oferowanie dowolnych produktów finansowych dowolnemu segmentowi klientów. Po głośnym uruchomieniu przez Bank BPH, w oparciu o nasze rozwiązanie, systemu BusinessNet (błyskawicznie obsypanego deszczem nagród), system Comarch Internet Corporate Banking pomaga kształtować nowoczesne relacje z klientem korporacyjnym z wykorzystaniem sieci Internet także w banku PEKAO SA (system



Oferta Comarch dla sektora bankowego i finansowego

PekaoBIZNES24) oraz w NORD/LB Bank Polska (NORD/LB NET), a kolejne banki rozpoczynają właśnie jego wdrożenie.

Innym osiągnięciem w dziedzinie doskonalenia narzędzi wspierających utrzymywanie efektywnych relacji z klientami jest osiągnięcie przez system Comarch CRM Sales Management dojrzałości, związane z zakończeniem najważniejszych etapów w Banku BPH. Ta nowoczesna aplikacja, stanowi podstawowe narzędzie pracy

doradców klienta i jest też ważnym elementem systemu zarządzania siecią sprzedaży, wykorzystywanym przez centralne i regionalne struktury banku. Duże zainteresowanie aplikacjami z rodziny Comarch CRM, które obserwujemy od drugiej połowy 2005 roku świadczy o tym, że rynek docenia wygodę, jaką system Comarch CRM Sales Management oferuje doradcom i konsultantom, dając im – obok podstawowych narzędzi, takich jak

terminarz czy lista bieżących zadań – bogaty zestaw funkcji. Kompletna informacja o każdym kliencie i posiadanych przez niego produktach (w ramach całej grupy kapitałowej obejmującej np. bank, biuro maklerskie, TFI i ubezpieczenia), historia jego kontaktów w różnych kanałach dystrybucji, aktualna informacja o ofercie banku czy aktywnych kampaniach w kontekście obsługiwanego klienta – to tylko wycinek funkcjonalności naszego

systemu. Część operacyjna zawiera moduły zarządzania umowami i rachunkami, operacji bezgotówkowych oraz moduł operacji kasowych. Całość ma nowoczesną architekturę trójwarstwową, wykorzystującą autorskie rozwiązania Comarch zapewniające unikalną elastyczność i otwartość systemu. O niektórych korzyściach wdrożenia systemu Comarch CRM Sales Management opowiada artykuł Pawła Bojara zatytułowany „Oddziały bez kolejek”.

Rozwój akcji kredytowej banków, zwłaszcza w zakresie oferty dla osób fizycznych, przyczynia się do wzrostu zapotrzebowania na złożone systemy wspierające procesy sprzedaży i obsługi produktów kredytowych. Comarch posiada wieloletnie już doświadczenie w zakresie wspierania optymalizacji i automatyzacji tych procesów. Wynikiem tych doświadczeń jest system Comarch Credit Process Management, który jest kompleksowym rozwiązaniem wspierającym wszystkie etapy „życia” produktu kredytowego – od definicji produktu i wstępnych rozmów z klientem, przez wniosek kredytowy, proces opiniowania wniosku i wydawania decyzji wykonanie samej transakcji, po monitoring aktywnych umów i windykację należności zagrożonych. Szereg kroków w procesie kredytowym – na przykład weryfikacja klienta w wewnętrznych i zewnętrznych bazach danych oraz w Biurze Informacji Kredytowej – zostało całkowicie zautomatyzowanych, co ma niebagatelny wpływ na czas trwania przeciętnego procesu kredytowego. W przypadku bardziej skomplikowanych produktów istotna jest też optymalizacja obiegu dokumentów i strategia efektywnego przydziału zadań do uprawnionych pracowników banku. Zagadnienia te szerzej przedstawia kolejny artykuł bloku „Temat Numeru” zatytułowany „Kredyt hipoteczny z automatu”.

Spośród pozostałych naszych rozwiązań, które cieszą się szczególną popularnością, warto wyróżnić m.in. Comarch Commission, przydatny w instytucjach współpracujących

z szeroką i zróżnicowaną siecią pośredników, agentów, brokerów, etc. Nowością roku 2005 jest też system Comarch Risk Management stanowiący istotne ogniwo w polityce zarządzania ryzykiem instytucji finansowych. Szczegółowe informacje na temat każdego naszego produktu znajdują się na stronach www.comarch.pl.

Kształt oferty i kierunki rozwoju w 2006

Pozostałe systemy znajdujące się w naszej ofercie również są stale ulepszone i unowocześniane, a ich funkcjonalność wzbogacana jest o nowe moduły i zastosowania. Przykładem stabilnego rozwoju może być najstarszy system Comarch przeznaczony dla sektora finansowego, wspierający banki pełniące funkcję powiernika lub organizatora obrotu papierami komercyjnymi – Comarch Custody. System ten – pod nową nazwą – grupuje funkcjonalności kilku dawnych modułów (Papiery Komercyjne, KDPW, Bony Skarbowe, Papiery Zagraniczne) w nowoczesnej technologii.

W najbliższym czasie w ofercie Comarch pojawiają się także zupełnie nowe, atrakcyjne rozwiązania, nad którymi aktualnie pracujemy. Przykładem takiej nowości będą rozwiązania dla firm świadczących usługi faktoringu lub zaawansowane mechanizmy analizy zachowań klientów ułatwiające automatyczną ich kategoryzację.

Wydarzeniem, które niewątpliwie będzie miało istotny wpływ na kierunek rozwoju oferty Comarch dla sektora finansowego jest udane zakończenie pierwszych zagranicznych wdrożeń systemu Comarch Portfolio w dwóch spółkach działających na rynku rosyjskim: Allianz Rosno i Raiffeisen Capital, które doceniły zaawansowane mechanizmy wsparcia zarządzających portfelami aktywów zastosowane w naszym rozwiązaniu. Sukces ten jest wynikiem długotrwałej pracy wpisanej w ogólną strategię Comarch – zwiększania zaangażowania na rynkach zagranicznych – i powinien w niedługim czasie przełożyć się na wyraźnie zwiększoną liczbę pro-

wadzonych i kończonych wdrożeń różnych produktów dla sektora usług finansowych w kilku krajach, zwłaszcza Europy Centralnej i Wschodniej. Z myślą o nowych projektach w tym regionie tworzone i wzmacniane są struktury oddziałów, zwłaszcza w Moskwie, Kijowie i Bratysławie. Również dojrzałe rynki Europy Zachodniej, poszukujące nowej generacji rozwiązań informatycznych stanowią dla nas ciekawe wyzwanie w najbliższych latach.

Tworzenie nowych wersji istniejących systemów, pojawianie się zupełnie nowych pozycji w naszej ofercie oraz przygotowanie całej naszej oferty do wdrażania poza granicami Polski przekłada się na odświeżenie portfela oferowanych przez Comarch rozwiązań. Część z nich otrzymała nowe nazwy, inne zostały zintegrowane w większe systemy o budowie modularnej (umożliwiającej wdrażanie pojedynczych lub dowolnie ze sobą zestawianych modułów – na przykład Comarch Custody czy Comarch Credit Process Management), jeszcze inne urosły do rozmiarów umożliwiających wydzielenie specjalizowanych modułów przeznaczonych np. dla różnych segmentów klientów. Wszystkie nasze rozwiązania cechują się otwartością na integrację z innymi systemami, elastycznością w zakresie rozszerzania funkcjonalności (również samodzielnie, własnymi siłami zespołów informatycznych instytucji finansowej) oraz wysokim poziomem integracji pomiędzy nimi. Stanowią one elementy kompletnej platformy usług finansowych dostępnych dla klienta i środowiska pracy zawierającego wszystkie niezbędne narzędzia dla doradcy.

Życząc wszystkim Czytelnikom samych udanych projektów informatycznych w 2006 roku zachęcam do bliższego poznania oferowanych przez nas produktów, rozwiązań i usług oraz do kontaktu z naszymi konsultantami, którzy są specjalistami w zakresie technologii informatycznych dla sektora finansowego.

Tomasz Marszał

Dyrektor Centrum Konsultingowego
Sektora Finansowego

Oddziały bez kolejek

Działalność instytucji finansowych coraz bardziej związana jest z przemianami technologicznymi, postępującą globalizacją i integracją poszczególnych rynków. Banki oraz firmy ubezpieczeniowe, które dostrzegają w zachodzących przemianach szansę rozwoju i budowania silnej pozycji konkurencyjnej, w coraz większym stopniu wykorzystują w procesie obsługi klientów nowoczesne narzędzia informatyczne, szczególnie w miejscach bezpośredniego kontaktu tj. oddziałach, filiach i agencjach oraz w centrach obsługi telefonicznej (call center).

Obsługa klientów w oddziałach jeszcze kilka lat temu kojarzyła się przede wszystkim z uciążliwymi kolejkami oraz pracownikami o różnym poziomie kompetencji, którzy zmuszeni byli do obsługi wielu urządzeń i korzystania z wielu aplikacji na ekranie komputera lub – co gorsza – nawet kilku komputerów. Klient, który chciał przeprowadzić nawet najprostszą operację finansową musiał spędzić w oddziale

dużo czasu. Obrabowywali nieefektywne procedury i olbrzymie ilości dokumentów papierowych, często zawierających powtarzające się dane, co zmuszało klienta do wielokrotnego uzupełniania tych samych informacji.

Taki model oddziałów operacyjnych nie pozwalał instytucjom finansowym realizować podstawowych celów biznesowych tj. prowadzenia skutecznej i efektywnej sprzedaży usług oraz

budowania długoterminowych relacji z dochodowymi klientami. Instytucje finansowe, posiadające ambicje bycia liderem na rynku, rozpoczęły stopniową przebudowę tradycyjnych placówek.

Pierwszy etap zmian dotyczył wprowadzenia stref obsługi. Przy wejściu do oddziału stworzone zostały strefy samoobsługowe wyposażone w nowoczesne urządzenia tj. banko-

maty, terminale multimedialne czy wielofunkcyjne drukarki. Ideą utworzenia tych stref było umożliwienie przeprowadzenia prostych transakcji i operacji finansowych samodzielnie przez klientów bez angażowania pracowników.

Następnym etapem modernizacji oddziałów jest wyposażenie pracowników banku w standardową, zintegrowaną aplikację front-end umożliwiającą obsługę wielu systemów. Rozwiązania tej klasy oparte są o najnowocześniejsze technologie informatyczne umożliwiające:

- personalizację interfejsu użytkownika (dopasowanie go do określonego profilu sprzedawcy),
- szybką identyfikację klienta i pracę w jego kontekście,
- realizację transakcji w czasie rzeczywistym,
- modyfikację procesów sprzedażowych bezpośrednio przez wyznaczonych pracowników banku,
- integrację z innymi kanałami dystrybucji,
- zapewnienie wysokiego poziomu bezpieczeństwa.

Sprzedawca korzystający z aplikacji front-end ma dostęp do pełnej informacji o kliencie, którego obsługuje. Po sprawnym zidentyfikowaniu klienta, na ekranie obsługującego go doradcy prezentowane są wszystkie dane niezbędne do przeprowadzenia procesu sprzedaży, między innymi:

- **profil klienta** – podstawowe, zregulowane informacje np. dane kontaktowe, dochodowość klienta, lista produktów, z których korzysta, etc.,
- **lista kontaktów** – zestawienie kontaktów z klientem: planowanych, bieżących oraz historycznych,
- **lista produktów** – zestawienie na jednej stronie wszystkich produktów, które posiada dany klient wraz ze szczegółami,
- **lista operacji** – prezentacja wszystkich operacji na rachunkach klienta.

Aplikacja klasy front-end dostarcza pełnej informacji o potrzebach

Korzyści dla klienta	Korzyści dla instytucji finansowej
Mniejsze kolejki	Obsługa większej liczby klientów
Szybki czas obsługi	Obniżenie kosztów operacyjnych
Załatwienie sprawy przy jednym stanowisku w czasie jednej wizyty w oddziale	Efektywne planowanie i monitorowanie sprzedaży i kontaktów
Kompetentne doradztwo ze strony pracownika banku	Przeprowadzanie akcji pozyskiwania dochodowych klientów
Wyższa jakość usług świadczonych przez telefon	Budowanie skutecznych programów retencji

klienta na podstawie zgromadzonych danych historycznych oraz złożonych analiz marketingowych. Dzięki temu, sprzedawca posiada w jednej aplikacji pełną informację o obsługiwanym kliencie. W każdej chwili może sprawdzić historię kontaktów, stan konta czy wnioski przesłane do banku. Co więcej, system sam analizuje sytuację klienta i przekazuje pracownikowi banku informację o usłudze lub produkcie, którym może być zainteresowany klient. W przypadku, gdy klient zdecyduje się na dany produkt system uruchamia procedurę obsługi opartą o zdefiniowany proces sprzedaży. W toku realizacji sprzedaży system automatycznie komunikuje się z bazą danych i wypełnia poszczególne formularze, znacząco ograniczając pracochłonność, a tym samym czas obsługi.

W rezultacie system front-end przynosi znaczące korzyści zarówno dla klientów jak i instytucji finansowych.

Comarch CRM Sales Management

Comarch, bazując na wieloletnich doświadczeniach współpracy z wieloma instytucjami finansowymi, opracował własne rozwiązanie w zakresie nowoczesnych aplikacji front-end – Comarch CRM Sales Management.

Nowatorski na polskim rynku system jest wysoko oceniany przez klientów. Posiada szeroką funkcjonalność z zakresu zarządzania relacjami z klientami, zarówno w oddziałach jak i contact center. Poza tym, Comarch CRM Sales Management wyróżnia się rozbudowaną funkcjonalnością transakcyjną, obejmującą pełną obsługę kasową oraz rozbudowaną sekcją do zarządzania siecią sprzedaży i planami sprzedażowymi. Należy również podkreślić, że system umożliwia automatyczne monitorowanie aktywności i skuteczności sprzedażowej sprzedawców. Brak takiego nadzoru rodzi problemy w budowaniu skutecznych programów motywacyjnych oraz podejmowaniu właściwych decyzji, zarówno przez sprzedawców jak i menadżerów odpowiedzialnych za zarządzanie sprzedażą.

Wdrożenie Comarch CRM Sales Management rozwiązuje problemy związane ze standaryzacją pracy sieci sprzedaży. Ponadto zapewnia wysoki poziom obsługi klienta i umożliwia pracownikom wgląd w działanie sieci na nieosiągalnym wcześniej poziomie.

Paweł Bojar
Business Solution Manager
Centrum Konsultingu
Sektora Finansowego

Automatyzacja procesu sprzedaży i obsługi produktów hipotecznych

Kredyt hipoteczny z automatu

Prognoza rozwoju rynku mieszkaniowego, poprawa ekonomicznej sytuacji gospodarstw domowych oraz złagodzenie warunków sprzedaży kredytów hipotecznych powoduje znaczny wzrost popytu na te kredyty. Zdobyć i utrzymać znaczącą pozycję na rynku może wymagać stosowania narzędzi wspierających automatyzację procesu sprzedaży i obsługi produktów hipotecznych.

Rosnący rynek

Rynek kredytów hipotecznych w Polsce rośnie w tempie ok. 30 proc. rocznie (wg danych Związku Banków Polskich) nadal zachowując ogromny potencjał wzrostu – w 2004 roku kredyty hipoteczne warte były ok. 4,5 proc. PKB, podczas gdy w krajach rozwiniętych ten współczynnik ma wartość często przekraczającą 50 proc. Coraz więcej Polaków poszukuje środków finansowania swoich inwestycji, banki zaś prześcigają się w ofertach. Niższe oprocentowanie, niższe marże i prowizje, mniejszy wymagany wkład własny kredytobiorcy czy też złagodzenie warunków dostępności kredytu budowlanego i hipotecznego powodują, iż podjęcie decyzji o tym, z którym bankiem związać się na kilkadziesiąt lat jest dla klienta niemalym dylematem. Dodatkowo, sytuację na konkurencyjnym rynku kredytów utrudnia rosnący udział brokerów kredytowych ułatwiających porównanie wielu ofert banków.

Oprócz kosztu kredytu, dla przeciętnego Kowalskiego, który znalazł już wymarzony dom czy mieszkanie, istnieje jeszcze jedno istotne kryte-

rium – czas. Ważne jest dla niego to, kiedy dowie się o swojej zdolności kredytowej, jak szybko otrzyma pieniądze i ile będzie musiał odbyć wizyt w banku. Optymalizacja i automatyzacja skomplikowanego procesu kredytowego ma wpływ na szybsze udzielanie kredytów i dotarcie do szerszego grona klientów. Jednocześnie sprzyja obniżaniu kosztów udzielenia kredytu pozwalając na utrzymanie się i rozwój na rynku pomimo rosnącej konkurencji.

Hipoteka – złożony proces kredytowy

Skomplikowanie procesu kredytowego wynika z kilku czynników. Najważniejszym jest wysoka wartość kredytu i związane z nią ryzyko, które wymusza zabezpieczenie się banku przed ewentualną niewypłacalnością klienta. Ustanowienie takiego zabezpieczenia wiąże się z koniecznością dostarczenia przez klienta wielu dokumentów jeszcze przed podjęciem decyzji kredytowej.

Kolejny aspekt komplikujący proces kredytowy związany jest ze sposobem wypłaty środków. W przypadku

kredytów hipotecznych, w odróżnieniu od na przykład pożyczki konsumpcyjnej wypłacanej w całości, kolejne transze zwykle wypłacane są w zależności od umowy zakupu nieruchomości, którą klient podpisał czy też postępów budowy własnego domu.

Dodatkowo, długi okres spłaty kredytu wymusza na banku podjęcie kroków zabezpieczających spłatę kredytu na wypadek utraty pracy przez klienta, jego śmierci czy też zdarzenia, które może znacznie obniżyć wartość zabezpieczenia. Są to różnego rodzaju ubezpieczenia, które wymagają cyklicznego odnawiania.

Sytuacja ta stawia banki przed dylematem: czy i w jaki sposób optymalizować proces kredytowy i minimalizować czynności związane z tym procesem tak, aby – z jednej strony – kredyt mógł zostać udzielony szybko, z drugiej zaś ryzyko banku było jak najmniejsze.

Automatyzacja procesu

Konkurencja na rynku wymusza wdrażanie przez banki rozwiązań informatycznych, które umożliwiają auto-

matyzację części lub całości procesu kredytowego. Automatyzację przeprowadzić można na kilku płaszczyznach. Po pierwsze przez wprowadzenie elektronicznego obiegu wniosku kredytowego. Zamiast tradycyjnego przesyłania wniosku z załączoną dokumentacją papierową pomiędzy osobami biorącymi udział w procesie podejmowania decyzji, dane z tego wniosku wraz z niezbędnymi dokumentami rejestrowane są w systemie informatycznym. Stertę papierów przekazywanych pomiędzy oddziałami banku zastępuje komputer i system umożliwiający autoryzowanym użytkownikom dostęp do każdego dokumentu natychmiast po jego wprowadzeniu w dowolnej lokalizacji banku. Decyzja kredytowa podejmowana jest na podstawie dokumentów elektronicznych, a weryfikacja ich zgodności z oryginałami przeprowadzana jest na etapie końcowej weryfikacji przed uruchomieniem kredytu.

Jakie są korzyści z automatyzacji tego obszaru procesu kredytowego? Podstawową korzyścią jest skrócenie czasu podejmowania decyzji kredytowej. Istotne jest to zwłaszcza w sytuacji, gdy decyzja kredytowa podejmowana jest w innym miejscu (inne miasto, inna siedziba banku) niż miejsce przyjęcia wniosku. Rozwiązanie sprawdza się również w sytuacji, gdy bank udziela kredytów poprzez pośredników finansowych, którzy nie mają uprawnień do podejmowania decyzji kredytowej, jedynie rozpoczynają proces kredytowy i są odpowiedzialni za kontakt z klientem. Dużym ułatwieniem jest również udostępnienie wniosków kredytowych w Internecie, co pozwala klientowi na wcześniejsze wypełnienie wniosku i pojawienie się w banku dopiero po wstępnej akceptacji wniosku.

Znacznie większą wartość, z punktu widzenia instytucji udzielającej kredytów, ma automatyzacja procesu podejmowania decyzji kredytowych. Do tego celu wykorzystuje się zaawansowane systemy scoringowe, które umożliwiają ocenę zdolności kredytowej klienta już w ciągu kilku minut. Decyzja podejmowana jest

automatycznie, zgodnie z polityką banku, na podstawie danych pochodzących z wniosku kredytowego, baz zewnętrznych (np. BIK, MIG-DZ, MIG-BR), baz wewnętrznych banku („czarne listy”, bazy klientów), historii klientów i innych źródeł. Niewątpliwą zaletą systemów scoringowych, poza znacznym skróceniem czasu podejmowania decyzji kredytowych, jest również usprawnienie procesów zarządzania ryzykiem i standaryzacja procedur obowiązujących w tym zakresie.

Korzystanie z opisanych powyżej narzędzi, na różnych etapach procesu, jest dla nowoczesnego banku koniecznością, jednakże istnieje jeszcze jeden poziom automatyzacji procesu – kompleksowe rozwiązania informatyczne, które obsługują proces od momentu złożenia wniosku aż do uruchomienia środków i monitoringu spłaty kolejnych rat. Takie rozwiązania umożliwiają dokładne zaplanowanie i optymalizację całego procesu, zaplanowanie ról osób biorących udział w procesie, ich uprawnień oraz zasad dostępu do dokumentów związanych z kredytem. Istotną korzyścią jest możliwość modelowania procesu kredytowego na bieżąco, co pozwala na błyskawiczne reagowanie na zmieniające się warunki na rynku. W przypadku sprzedaży kredytów hipotecznych implementacja systemu informatycznego wspierającego obsługę procesu kredytowego rozwiązuje dwa kluczowe problemy. Po pierwsze, wsparcie systemu w zakresie rejestracji i obsługi zabezpieczeń, znacznie ułatwia zarządzanie nimi i ich późniejszy monitoring, co tradycyjnie – bez wsparcia systemu – jest zadaniem trudnym, czasochłonnym i podatnym na pomyłki. Drugą bardzo ważną korzyścią jest wsparcie w obsłudze wielu dokumentów (wniosek, umowa, cesje praw z polis, ustanawianie zabezpieczeń, wypisy z ksiąg wieczystych itp.). Już sama możliwość generowania w systemie różnego rodzaju wydruków na podstawie raz wprowadzonych danych znacznie skraca proces i oszczędza czas zarówno klienta, jak i pracownika

banku. Ponadto, systemy informatyczne umożliwiają obsługę całego procesu sprzedaży kredytów na podstawie cyfrowych obrazów dokumentów, co eliminuje uciążliwe przesyłanie opasłych teczek dokumentacji pomiędzy oddziałami banku i centrami analiz kredytowych. Kompleksowy system minimalizuje ryzyko popełnienia błędów w procesie kredytowym, a dodatkowo – dzięki mechanizmom kontroli – umożliwia wykrywanie wąskich gardeł hamujących proces oraz sterowanie obciążeniem poszczególnych jego uczestników w sposób umożliwiający optymalne gospodarowanie zasobami.

Wprowadzenie kompleksowego systemu obsługi kredytów pozwala na zapewnienie szybkiej decyzji i minimalizację podejmowanych działań przez klienta oraz gwarantuje bankowi uwzględnienie wszystkich istotnych czynników procesu kredytowego.

Comarch Credit Process Management

Takie kompleksowe rozwiązanie informatyczne do obsługi procesu kredytowego, system Comarch Credit Process Management autorstwa Comarch, wdrożył Bank BPH, który znajduje się w ścisłej czołówce banków udzielających kredytów hipotecznych w Polsce z 20 proc. udziałem w rynku. Obecnie wszystkie elementy procesu sprzedaży kredytów realizowane są przez system Comarch Credit Process Management, co znacznie skraca czas procesowania wniosku (obecnie czas procesowania skrócił się z 2 tygodni do 1 dnia!), usprawnia proces, zmniejsza ryzyko kredytowe i obniża koszty operacyjne. Dzięki temu Bank BPH jest świetnie przygotowany do ciągłego wzrostu zapotrzebowania na kredyty hipoteczne zachowując wysokie standardy obsługi klienta i rygorystyczną politykę ryzyka.

Katarzyna Siwarska
Business Solution Manager
Centrum Konsultingu
Sektora Finansowego

Czy możemy spać spokojnie?

Od ponad dziesięciu lat bankowość internetowa odnotowuje gwałtowny rozwój. Jedynie w Polsce, w ciągu jednego miesiąca wykonuje się blisko 6 mln przelewów internetowych. Wraz z dynamicznym wzrostem liczby banków internetowych i ich klientów, równie szybko narasta fala przestępstw związanych z tą formą zarządzania finansami. Czy zatem klienci banków internetowych mogą spać spokojnie?

Elektroniczny przepływ pieniądza

Dynamiczny rozwój Internetu sprawia, iż jest on przedmiotem zainteresowania firm z sektora finansowego. Korzyści wynikające z zastosowania technologii internetowych w bankowości wydają się być oczywiste, zarówno dla banków, jak i posiadaczy kont. Banki zyskują możliwość usprawnienia obsługi klientów, bez konieczności rozbudowywania sieci placówek, klienci natomiast otrzymują kanał

obsługi, dzięki któremu z usług mogą korzystać 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu bez wychodzenia z domu. Dzięki niższym kosztom prowadzenia kont internetowych ich posiadaczom oferuje się zazwyczaj korzystniejsze warunki finansowe, np. wyższe oprocentowanie.

Zagadnienie bankowości internetowej nie może być jednak postrzegane wyłącznie w kontekście wygody, szybkości obsługi, czy też kosztów prowadzenia kont. Istotną jest również problematyka bezpieczeństwa trans-

akcji dokonywanych drogą elektroniczną. Z uwagi na „otwarty” charakter Internetu, operacje bankowe narażone są na liczne zagrożenia. Z tego też powodu, znaczna grupa klientów podchodzi nieufnie do bankowości internetowej i nie jest przekonana do korzystania z usług eBankingu.

Wirtualny napad na bank

Przestępstwa dotyczące bankowości internetowej w głównej mierze wiążą się z nieautoryzowanym dostępem do kont klientów banku. Najczęściej

w oparciu o pozyskane w nielegalny sposób „wrażliwe dane”, takie jak hasła, czy też kody autoryzujące, włamywacz transferuje zgromadzone środki (lub ich niewielką część licząc na nieuwagę właściciela) na własne konto. Tego rodzaju przestępstwa wykorzystują mechanizm określany jako kradzież tożsamości. Znacznie rzadziej występują przypadki przełamania zabezpieczeń samego systemu, świadczącego usługi bankowe – gdyż systemy te są z reguły bardzo dobrze zabezpieczone i stale monitorowane.

Pozyskiwanie kluczowych danych może odbywać się na wiele różnych sposobów począwszy od prób odgadnięcia hasła, poprzez wszelkiego rodzaju próby wyłudzeń, a skończywszy na podsłuchu transmisji internetowej. Równie skuteczne może być także umieszczenie złośliwego oprogramowania w systemie użytkownika, który będzie w stanie przechwycić wprowadzane poufne dane. Kluczowym, z punktu widzenia bezpieczeństwa, zagadnieniem jest zastosowanie odpowiednich mechanizmów umożliwiających dostęp do kont wyłącznie osobom upoważnionym, a także zapewnienie bezpieczeństwa wszelkich posiadanych przez użytkownika informacji, których ujawnienie mogłoby umożliwić dostęp osobom niepowołanym.

Co użytkownik wiedzieć powinien

Wszelkie „wrażliwe dane”, którymi dysponuje użytkownik bankowości elektronicznej, narażone są na ryzyko ujawnienia, zarówno podczas ich aktywnego wykorzystywania, jak i biernego przechowywania. Niezbędne są zatem mechanizmy zabezpieczeń, które wyeliminują zagrożenia na każdym z etapów korzystania z systemu bankowości elektronicznej. Aby zapewnić bezpieczeństwo informacji na etapie przesyłania pomiędzy klientem a bankiem, stosuje się algorytmy kryptograficzne – gwarantujące odpowiedni poziom bezpieczeństwa „wrażliwych danych”. Najczęściej oferowanym obec-

nie rozwiązaniem jest protokół SSL (ang. Secure Socket Layer), który wykorzystuje silne algorytmy enkrypcji do zapewnienia poufności oraz integralności danych. Pomimo, iż sam protokół może być uznany za bezpieczny, to użytkownik musi zweryfikować czy znajduje się na właściwej witrynie i czy witryna ta posiada poprawny certyfikat. Może się bowiem zdarzyć, że w wyniku celowego działania cyberprzestępcy, klient zostanie przekierowany na inny serwer, którego głównym zadaniem będzie kradzież poufnych danych.

Równie istotną kwestią jest zapewnienie stosownych zabezpieczeń na etapie przetwarzania danych w systemie użytkownika końcowego. Szczególnie ważne jest, aby system taki nie był podatny na działanie wrogiego oprogramowania zdolnego przechwycić poufne informacje. Należy mieć świadomość, że to na użytkowniku ciąży obowiązek zabezpieczenia własnego systemu poprzez zastosowanie ochrony antywirusowej oraz innych narzędzi zdolnych do regularnego sprawdzania komputera. Z tego też względu, korzystanie z usług bankowości internetowej gdziekolwiek nie jest uznawane za bezpieczne. Podstawowym zagrożeniem występującym w ogólnodostępnych systemach, jest możliwość instalacji złośliwego oprogramowania, np. przez osobę uprzednio korzystającą ze stanowiska, które będzie w stanie wykraść wrażliwe dane, takie jak hasło, lub nawet w szczególnych okolicznościach – kopię klucza elektronicznego.

Niemniej ważną sprawą jest również sam sposób przechowywania kluczowych danych. W szczególności, należy unikać sytuacji, kiedy poufne informacje zapisane są w postaci jawnej w miejscu, z którego mogą być w prosty sposób skradzione, bądź ujawnione osobom postronnym.

Banki zmniejszają ryzyko

Wykorzystywanie wyrafinowanych zabezpieczeń zarówno podczas przechowywania, przetwarzania, jak i przesyłu wrażliwych danych, może oka-

zać się niewystarczające, jeżeli system bankowy nie będzie oferował odpowiednio bezpiecznych mechanizmów autoryzacji użytkowników. Wyobraźmy sobie system, do którego dostęp uzyskiwany jest wyłącznie na podstawie statycznego hasła. W takim przypadku, nieautoryzowane wejście w posiadanie hasła, na przykład poprzez jego wyłudzenie, implikuje możliwość nieupoważnionego dostępu do konta bankowego. Aby zapobiec takim sytuacjom, wprowadza się dodatkowe zabezpieczenia, z których najprostszym jest mechanizm hasel maskowanych (przy każdej próbie logowania użytkownik podaje tylko część hasła, wskazaną przez system). Podobnie jednak jak w przypadku hasel statycznych, rozwiązanie takie nie zapewnia całkowitego bezpieczeństwa, gdyż mając możliwość analizy większej ilości sesji autoryzacyjnych (np. podsłuchując transmisję), możliwe jest skompletowanie całego zestawu znaków.

Aby podnieść poziom bezpieczeństwa hasel statycznych, stosuje się też interfejs „wirtualnej klawiatury”, przeznaczony do wpisywania poufnych danych. W takim przypadku, informacje wprowadzane są bezpośrednio w oknie przeglądarki internetowej przy użyciu wskaźnika myszy. Dzięki temu, nawet ewentualna infekcja systemu przez oprogramowanie służące do przechwytywania danych pisanych na zwykłej klawiaturze, nie spowoduje ujawnienia wrażliwych informacji. Dodatkowym zabezpieczeniem mającym przeciwdziałać śledzeniu położenia myszki są systemy, które zmieniają układ klawiatury po wciśnięciu każdego klawisza lub systemy, w których okno „wirtualnej klawiatury” jest losowo przemieszczane w obrębie witryny logowania (patrz rysunek).

Pomimo dostępności różnorodnych zabezpieczeń dla hasel statycznych, znacznie bezpieczniejsze może okazać się wykorzystywanie systemu hasel jednorazowych, który gwarantuje, że użyte przez użytkownika hasło, w żadnej sytuacji nie będzie mogło być powtórnie wykorzystane do nieautoryzowanych operacji.

Hasła jednorazowe są najczęściej udostępniane klientom banków w formie kart, zwanych potocznie „zdrapkami”, zawierających określoną liczbę kodów. Zdarzają się również przypadki, gdzie hasło takie może być przesyłane każdorazowo poprzez SMS na telefon klienta banku. System haseł jednorazowych może być również oparty o mechanizm kalkulatora – użytkownik, przy pomocy specjalnego generatora, „wylicza” aktualne hasło w oparciu o ciąg znaków podany przez system bankowy (tzw. challenge-response handshake).

Odmianą haseł jednorazowych są hasła dynamiczne. Klient musi

Poziom bezpieczeństwa takiego rozwiązania zależy od wielu czynników, z których najważniejszym jest zabezpieczenie przed nieautoryzowanym skopiowaniem klucza (np. poprzez przechowywanie na dedykowanym tokenie lub karcie mikroprocesorowej) oraz zabezpieczenie przed nieautoryzowanym użyciem klucza (np. poprzez zastosowanie dodatkowego hasła). Niestety w przypadku zastosowania kart mikroprocesorowych dla tego typu systemów użytkownik musi posiadać odpowiedni czytnik, czyli dodatkowe urządzenie elektroniczne podłączane do komputera. Niezależnie od stosowanych zabez-

pieczeństwa takiego rozwiązania zależy od wielu czynników, z których najważniejszym jest zabezpieczenie przed nieautoryzowanym skopiowaniem klucza (np. poprzez przechowywanie na dedykowanym tokenie lub karcie mikroprocesorowej) oraz zabezpieczenie przed nieautoryzowanym użyciem klucza (np. poprzez zastosowanie dodatkowego hasła). Niestety w przypadku zastosowania kart mikroprocesorowych dla tego typu systemów użytkownik musi posiadać odpowiedni czytnik, czyli dodatkowe urządzenie elektroniczne podłączane do komputera. Niezależnie od stosowanych zabez-

Śpij spokojnie

Aby móc „spać spokojnie” nie martwiąc się o fundusze ulokowane w banku internetowym, konieczne jest spełnienie wielu warunków. Podstawową kwestią jest wybór banku, którego systemy zabezpieczeń będą w stanie skutecznie chronić dostęp do zasobów użytkownika. Pod pojęciem skutecznej ochrony należy przede wszystkim rozumieć stosowanie wielopoziomych zabezpieczeń bazujących na różnorodnych mechanizmach (np. token, hasła jednorazowe, podpis cyfrowy). Ważne jest również, aby same mechanizmy nie były ograniczone wyłącznie do najprostszych rozwiązań, takich jak system haseł statycznych, ale wykorzystywały znacznie bardziej zaawansowane techniki, np. dwuskładnikowe uwierzytelnianie. Równie istotne jest zabezpieczenie własnego komputera w taki sposób, aby podczas przetwarzania danych nie nastąpił ich wyciek. Najważniejszą jednak kwestią jest świadomość zagrożeń i wypracowanie nawyków, które zmniejszą do minimum ryzyko wyłudzenia lub kradzieży poufnych informacji. Podsumowując – odpowiednie mechanizmy zabezpieczeń banku i umiejętne ich wykorzystanie przez klienta ograniczają ryzyko związane z prowadzeniem rachunku internetowego do minimum. Każdy klient banku internetowego powinien mieć świadomość, z jakimi zagrożeniami może mieć do czynienia i w jaki sposób może im przeciwdziałać. Rolą banku jest rzetelne informowanie swoich klientów na temat ewentualnych zagrożeń, a rolą klientów przestrzeganie tych zaleceń.

Maciej Pęciak

Konsultant w Dziale Bezpieczeństwa i Ochrony Danych



Wirtualna klawiatura zabezpieczająca przed większością tzw. keyloggerów

posiadać dodatkowe urządzenie elektroniczne, tzw. token (miniaturowe urządzenie dynamicznie generujące hasła), przy pomocy którego jest w stanie uzyskać informacje dotyczące aktualnego hasła. Czas życia hasła dynamicznego zazwyczaj nie przekracza kilkudziesięciu sekund. Rozwiązania wykorzystujące sprzętowe tokeny określa się mianem dwuskładnikowego uwierzytelniania (z ang. two factor authentication). Mechanizm ten wymaga posiadania przez właściciela odpowiedniego tokenu oraz znajomości hasła/PIN. Tego typu rozwiązania są łatwe w użyciu, dodatkowo gwarantują wysoki poziom bezpieczeństwa. Niestety z uwagi na wysokie koszty jedynie kilka banków w Polsce korzysta z tego typu systemów.

Oprócz wszelkiego rodzaju rozwiązań opartych na hasłach, część banków internetowych oferuje również mechanizmy bazujące na podpisie elektronicznym. W takim wypadku klient posiada klucz elektroniczny, którym sygnuje transakcje bankowe.

pieczeń technologicznych, również istotną kwestią bezpieczeństwa może okazać się dodatkowy poziom weryfikacji operacji bankowych, np. poprzez telefoniczne potwierdzenie transakcji lub zastosowanie predefiniowanych list odbiorców, do których można realizować przelewy bankowe.

Dobre zabezpieczenia to nie wszystko

Pomimo rozwoju technologicznego nawet najbardziej zaawansowane rozwiązania technologiczne nie są w stanie zagwarantować całkowitego bezpieczeństwa, jeżeli nie zostaną odpowiednio zastosowane. Przykładem może być przechowywanie informacji dotyczących identyfikatora klienta oraz hasła w jednym miejscu, np. w portfelu. W takiej sytuacji kradzież portfela staje się równoznaczna z uzyskaniem dostępu do konta bankowego. Równie duże zagrożenie może stanowić posługiwanie się hasłem opartym o specyficzne dla użytkownika informacje,

Dlaczego karta a nie palec?

Wybór kryptograficznej karty mikroprocesorowej jako dodatkowego czynnika w procesie uwierzytelniania ma głębokie uzasadnienie z punktu widzenia bezpieczeństwa, funkcjonalności, opłacalności i ryzyka przedsięwzięcia. Z punktu widzenia bezpieczeństwa komunikacji/transakcji pomiędzy klientem a bankiem, karta mikroprocesorowa pozostaje jedną z najpewniejszych metod uwierzytelniania. To nie tylko sprawdzenie tożsamości, ale również bezpieczny „pojemnik” na klucz prywatny właściciela karty. Dzięki temu uzyskaliśmy nie tylko silną metodę uwierzytelniania klienta, ale również środek do cyfrowego podpisywania zleceń, czynnik pomocny w zapewnieniu poufności i integralności komunikacji z bankiem oraz mechanizm niezaprzeczalności wykonania transakcji. Bezpieczeństwo kryptograficznych kart mikroprocesorowych zostało potwierdzone brakiem udanych ataków w ciągu ostatnich kilkunastu lat. W porównaniu z np. metodami biometrycznymi są one o wiele bardziej wiarygodnym czynnikiem uwierzytelniającym – podczas gdy metody biometryczne wciąż cechują się istnieniem tzw. błędów uwierzytelniania FRR (False Rejection Rate) i FAR (False Acceptance Rate), czyli błędów w identyfikacji autoryzowanych użytkowników i co gorsze – błędów w identyfikacji nieautoryzowanych użytkowników jako autoryzowanych.

Jedną z często wymienianych zalet metod biometrycznych dla banku jest zerowy koszt nośnika informacji



(np.: linie papilarne, wzór tęczywki oka). Sama jednak metoda jest tylko pozornie bezkosztowym zabezpieczeniem, gdyż praktyczne jej użycie na skalę masową wiązałoby się z finansowaniem przez bank niezwykle

kosztownych urządzeń po stronie naszych klientów. Jedną z najczęściej opisywanych metod ataku na czytniki linii papilarnych jest ta polegająca na ściągnięciu odcisku palca autoryzowanej osoby (np. ze szklanki) i zrobieniu na jej podstawie odlewu palca – a wszystko to domowymi sposobami, które są opisywane w Internecie. Okazuje się, że większość czytników linii papilarnych daje się na to nabrać! Zabezpieczenia na bazie biometrii, choć wydają się przyszłościowe i jest o nich ostatnio głośno, przed powszechnym wdrożeniem muszą rozwiązać wszelkie wątpliwości z nią związane i zyskać akceptację społeczną i biznesową.

Bartłomiej Nocoń

Dyrektor Platformy Internetowej
Bank BPH



Karta Comarch-PKI zabezpieczająca System Sez@m

Wsparcie sprzedaży produktów ubezpieczeniowych

Jak szybko i łatwo wystawić polisę

W odpowiedzi na zwiększające się zapotrzebowanie firm ubezpieczeniowych w zakresie obniżenia kosztów sieci sprzedaży, optymalizacji systemów motywacyjnych, skrócenia czasu dotarcia do klienta czy wykorzystania alternatywnych kanałów sprzedaży, Comarch wprowadził do swojej oferty zestaw aplikacji dedykowanych dla ubezpieczeniowych sił sprzedaży.

Szansa dla ubezpieczycieli

Rynek ubezpieczeń w Polsce jest ciągle rynkiem o tendencji wzrostowej większej niż wzrost całej gospodarki. Dodatkowo, konkurencja innych towarzystw ubezpieczeniowych, swoboda prowadzenia działalności w Unii Europejskiej oraz pojawianie się nowych potrzeb ochrony ubezpieczeniowej sprawiają, że rynek ten jest bardzo konkurencyjny. Konieczna jest możliwość szybkiego zaspokajania potrzeb rynku poprzez budowanie nowych produktów ubezpieczeniowych, wprowadzanie nowych procesów biznesowych czy wykorzystanie alternatywnych kanałów sprzedaży.

Generalnie, polskie towarzystwa ubezpieczeniowe uporały się z obsługą

podstawowych procesów biznesowych i teraz nadszedł czas na ich optymalizację. Cały czas jednak pozostają aktualne nowe możliwości i wyzwania. Dotyczy to zarówno oferty produktowej czy wykorzystania nowych źródeł sprzedaży. Reagując na oczekiwania rynku Comarch stworzył grupę rozwiązań Comarch Insurance doskonale wpasowujących się w trendy panujące na rynku ubezpieczeń. Jednym z nich jest Comarch Insurance Net – system front-office zapewniający wsparcie procesu sprzedaży i obsługi dowolnych produktów ubezpieczeniowych – ubezpieczeń na życie, ubezpieczeń majątkowych i osobowych oraz produktów emerytalnych znajdujących się w ofercie danego towarzystwa (OFE, IKE, PPE).

Wsparcie sprzedaży

Aplikacja biznesowa Comarch Insurance Net pozwala na prowadzenie aktywnej sprzedaży produktów ubezpieczeniowych (ubezpieczenia majątkowe i osobowe) przez rozproszoną sieć samodzielnych agentów, multigencji oraz pracowników różnych firm współpracujących z towarzystwem ubezpieczeniowym.

Logistyczna strona obsługi rozproszonej sieci agentów może przysparzać wielu kłopotów. Zmiany taryf produktów, aktualizacja uprawnień agentów, odbieranie informacji o wystawionych polisach to procesy, które mogą być znakomicie usprawnione za pomocą systemu Comarch Insurance Net.

Dostępne są dwa warianty rozwiązania: on-line dla sieci sprzedaży wyposażonych w stały dostęp do Internetu oraz off-line dla sieci sprzedaży korzystających jeszcze w znacznym stopniu z łączy dial-up. Istnieje również możliwość wdrożenia równocześnie obu rozwiązań lub wdrożenia off-line z opcją przejścia na on-line w przyszłości.

Warto zaznaczyć, że Comarch Insurance Net wspiera nie tylko użytkowników korzystających z komputera stacjonarnego w swoim domu lub biurze, z aplikacji mogą korzystać również agenci znajdujący się w podróży lub na spotkaniach u klienta, pod warunkiem wyposażenia ich w laptopy z bezprzewodowym dostępem do Internetu. Dzięki temu agenci uzyskują ciągłą pomoc w organizacji pracy, negocjacjach z klientem i finalnym zawieraniu ubezpieczenia.

Funkcjonalność

Funkcjonalność systemu jest zgrupowana w dwóch aplikacjach:

- aplikacji agenta: bezpośrednie wsparcie sprzedaży i obsługi posprzedażowej,
- aplikacji centralnej: definicje, administracja i integracje z innymi systemami.

W wariantcie on-line Comarch Insurance Net cała funkcjonalność aplikacji agenta jest dostępna przez przeglądarkę internetową. W wariantcie off-line agent korzysta z automatycznie aktualizującej się aplikacji zainstalowanej na jego własnym komputerze.

Kluczowe cechy

- umożliwienie szybkiego i sprawnego definiowania produktów,
- zaoferowanie funkcjonalności rozpropagowującej nowe produkty ubezpieczeniowe bądź ich modyfikacje w ramach całej sieci sprzedaży, z uwzględnieniem nadawanych centralnie uprawnień,
- przyjazny i prosty w obsłudze interfejs użytkownika (praca agenta ubezpieczeniowego powinna skupiać się na sprzedaży polis, a nie

Comarch Insurance Net

- dystrybucja dowolnych produktów ubezpieczeniowych
- sprzedaż przez wszystkie kanały dystrybucji
- wsparcie sprzedaży i obsługi posprzedażowej
- rozliczenia prowizyjne sieci agencyjnej
- przekazanie danych polis i klientów do systemu produkcyjnego
- architektura off-line i on-line

na uczeniu się skomplikowanej obsługi narzędzi informatycznych); aplikacja pozwala w szybki sposób wystawić polisę ubezpieczeniową,

- weryfikacja merytoryczna wszystkich wprowadzanych danych,
- automatyczne obliczenie składki ubezpieczeniowej na podstawie aktualnych taryf,
- zarządzanie przydziałem zakresów numerów polis dla agentów,
- zarządzanie hierarchiczną strukturą sieci sprzedaży (agencji i owce) w powiązaniu z uprawnieniami osób w aplikacjach lokalnych,
- automatyczna wymiana informacji z centralą przy zastosowaniu aplikacji agenta off-line.

Skuteczna prezentacja

Comarch Insurance Net wspomaga agenta bezpośrednio w rozmowie z potencjalnym klientem. Uporządkowany zbiór danych dotyczących produktów i towarzystwa pozwala szybko dotrzeć do wszystkich potrzebnych informacji. Kalkulatory umożliwiają szybkie obliczenie składki dla różnych wariantów ubezpieczenia, a symulatory dla ubezpieczeń życiowych i funduszy inwestycyjnych obrazują m.in. przewidywany wzrost wartości polis. Prezentacje i wykresy uatrakcyjniają sposób przedstawienia oferty towarzystwa w oczach klienta, czyniąc ją bardziej przekonującą i sugestywną.

Aktualne informacje

Za pomocą Comarch Insurance Net agenci i pracownicy firm partner-

skich mają do dyspozycji zawsze aktualne informacje potrzebne do zawarcia ubezpieczenia. Zawarcie umowy ubezpieczenia nie wymaga żadnej specjalnej wiedzy – sprowadza się do wypełnienia odpowiednich formularzy, składki liczą się automatycznie na bazie automatycznie zaktualizowanych tabel taryf, a informacje o zawartej polisie ubezpieczenia trafiają automatycznie do systemów towarzystwa bez konieczności przesyłania dokumentów i ponownego wprowadzania danych.

Wsparcie dla partnerów

Pracownik firmy partnerskiej (biura podróży, dealera samochodowego, pośrednika finansowego) sprzedając produkt ubezpieczeniowy sprzedaje coś, na czym nie zna się najlepiej, gdyż nie to jest jego podstawowym obszarem działania. Często może mieć możliwość oferowania produktów kilku towarzystw i jeśli nie zapewni się prostego i niezawodnego narzędzia to będzie preferować produkty konkurencji. Dlatego podstawowym celem systemu Comarch Insurance Net jest maksymalne uproszczenie procedury sprzedażowej tak, aby osoba taka umiała udzielić klientowi fachowej informacji dotyczącej ubezpieczenia naszego towarzystwa oraz potrafiła szybko i bez pomyłek przygotować wniosek lub wystawić polisę.

Maciej Ślósarczyk

Product Manager
Centrum Konsultingu
Sektora Finansowego

Fuzja

z Comarch NonLife Insurance

Fuzja dużych organizacji to zadanie dla mocnych graczy. Różne sposoby pracy, różne procesy biznesowe, różne wspierające je narzędzia – wszystko to musi zostać spięte w jedną, sprawnie działającą całość. W przeciwnym wypadku sens fuzji staje pod znakiem zapytania. Oczekiwania stawiane systemom informatycznym, które mają to zadanie wspomagać są bardzo wysokie. Dla UNIQA i FILAR wybór systemu Comarch NonLife Insurance okazał się strzałem w dziesiątkę.

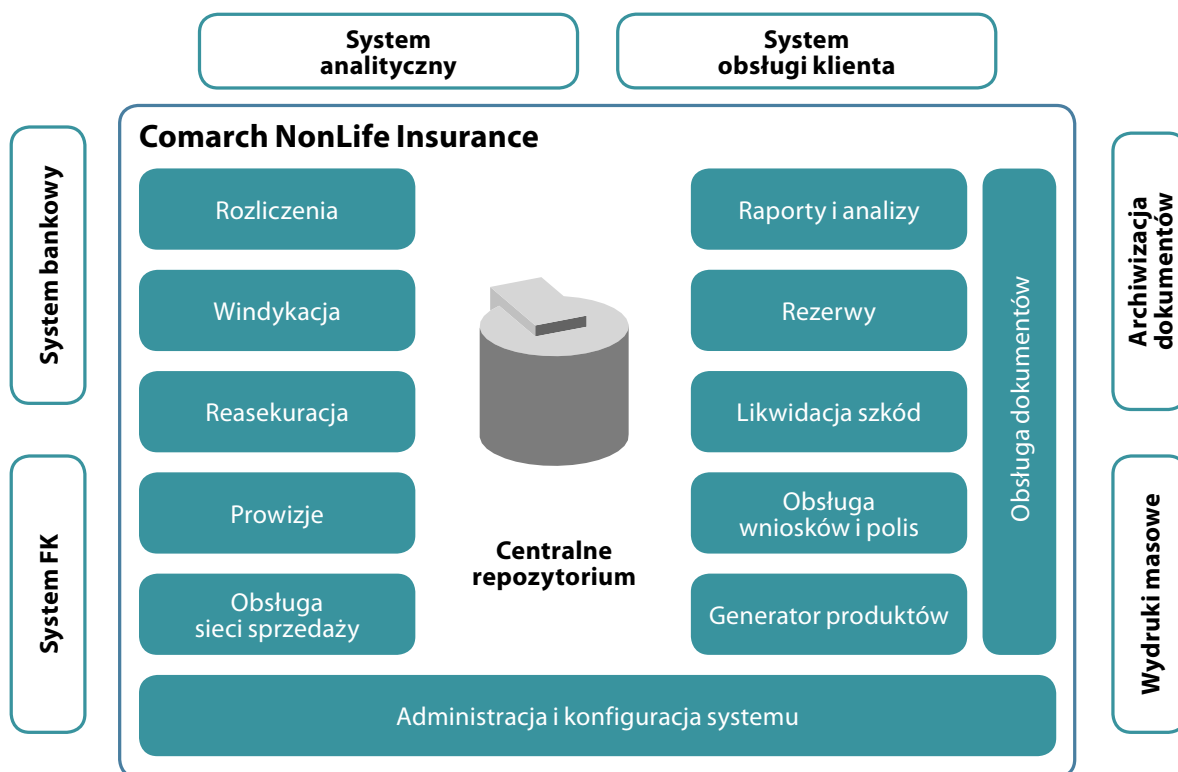
Fuzja dwóch Towarzystw Ubezpieczeniowych – UNIQA i FILAR SA jest niewątpliwie dużym wyzwaniem. Grupa UNIQA zajmuje w Polsce, według stanu na koniec roku 2004, piątą i szóstą pozycję, odpowiednio dla ubezpieczeń majątkowych i wyodrębnionych komunikacyjnych. W portfelu ubezpieczeń majątkowych i osobowych obsługiwanych przez UNIQA SA 72 proc. stanowią ubezpieczenia komunikacyjne. Większościowym udziałowcem firmy jest UNIQA International Beteiligungs-Verwaltungs

GmbH (69,93 proc.), pozostali udziałowcy to Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju (30 proc.) i akcjonariusze krajowi (0,07 proc.). W portfelu FILAR SA ubezpieczenia komunikacyjne sięgają 29 proc., zaś udziały posiadają UNIQA SA (89,67 proc.) i akcjonariusze krajowi (10,33 proc.).

Trudne początki

Comarch, wdrażając Comarch NonLife Insurance, musiał pokonać wiele trudności. Po pierwsze – różne lokalizacje obydwu towarzystw ubezpieczenio-

wych (Łódź i Szczecin). Nie wpływa to może znacząco na techniczną stronę systemu, jednak wymaga starannego i przemyślanego podejścia organizacyjnego w trakcie planowania spotkań analitycznych i szkoleń. Kolejnymi wyzwaniami okazały się: rozbieżność w ofercie produktowej sięgająca 80 proc., brak kompleksowych systemów produkcyjnych obejmujących całość działalności ubezpieczeniowej obu towarzystw (realizowana dotąd przez kilka aplikacji do obsługi polis i szkód w oparciu



Moduły systemu Comarch NonLife Insurance

o różne platformy technologiczne), odmienne systemy finansowo-księgowo i aplikacje do zarządzania siecią sprzedaży, całkowicie różne słowniki i zakres przechowywanych danych.

Na podstawie analizy sytuacji wyjściowej przygotowano listę zadań do realizacji:

- stworzenie modeli procesów biznesowych obu towarzystw,
- zdefiniowanie produktów,
- wyeliminowanie produktów powtarzających się,
- ujednoczenie słowników i zakresu danych,
- ujednoczenie sprawozdawczości obowiązkowej i wewnętrznej,
- migracja danych z wszystkich systemów obu towarzystw,
- równoległe wdrożenie identycznego systemu w obu spółkach.

Istotna jest również docelowa liczba 400 bezpośrednich użytkowników systemu. Wszystkie te zadania wymagały oczywiście bardzo drobiazgowej analizy. Jak ujął to z właściwą sobie

swadą jeden z czołowych informatyków UNIQA w trakcie spotkania na temat kartotek osób: „Rozmnożyć osoby jest bardzo łatwo, ale scalić bardzo trudno”.

Prace ruszyły

Wdrożenie podzielono na etapy funkcjonalne i organizacyjne. Etapy funkcjonalne to:

- **Etap I:** Sprzedaż i obsługa polis, obsługa szkód, prowizje.
- **Etap II:** Statystyka, operacje finansowe, rezerwy.
- **Etap III:** Windykacja, reasekuracja, koasekuracja.

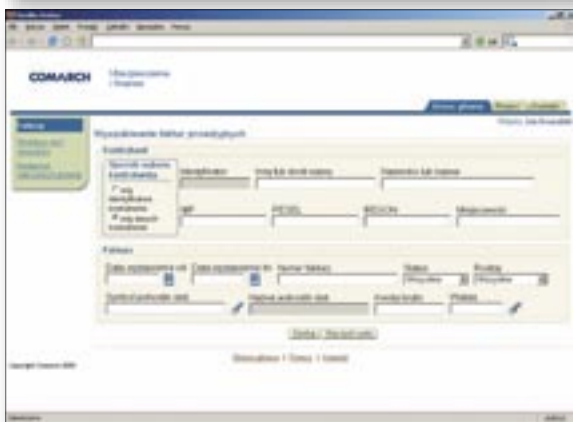
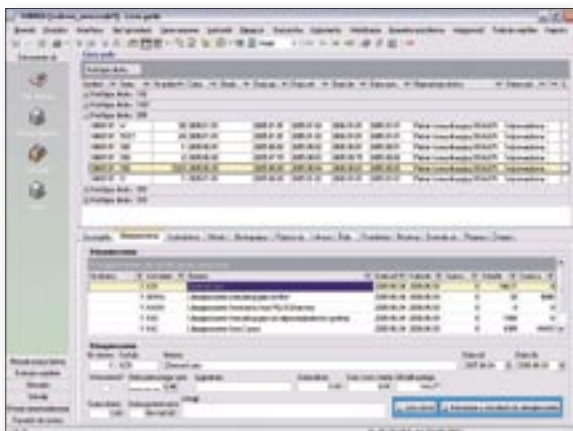
Etapy organizacyjne objęły: analizę wymagań, ujednoczenie procesów i struktur, wykonanie projektu i implementację zmian, testy akceptacyjne w obu towarzystwach, uruchomienie systemu w obu towarzystwach.

Prace ruszyły na początku 2005 roku. W trakcie czterech miesięcy odbyło się ponad 50 spotkań analitycznych, w efekcie których zde-

finiowano ponad 350 procesów biznesowych, 15 interfejsów do innych systemów oraz zidentyfikowano ponad 100 „aktorów” systemu. Czteromiesięczny etap migracji danych poświęcono na zbudowanie uniwersalnego interfejsu przeniesienia danych i przeprowadzenie migracji w 10 obszarach biznesowych. Trwający 3 miesiące etap konfiguracji systemu pozwolił na wdrożenie i uruchomienie 40 proc. całej funkcjonalności, zdefiniowanie ponad 20 produktów ubezpieczeniowych i udostępnienie systemu dla 3000 agentów.

Dlaczego Comarch NonLife Insurance?

W opinii specjalistów z grupy UNIQA to właśnie system Comarch NonLife Insurance oraz firma Comarch jako wykonawca i podmiot wdrażający, mogły sprostać wyzwaniom fuzji oraz gwarantowały najlepszą jakość usług. Wybierając Comarch i rozwiąza-



System Comarch NonLife Insurance

nie Comarch NonLife Insurance specjaliści UNIQA bazowali na dwóch podstawowych przesłankach:

- funkcjonalność systemu Comarch NonLife Insurance umożliwia kompleksowe obsługiwanie wszystkich biznesowych obszarów działalności towarzystw ubezpieczeniowych,
- pozytywna ocena dotychczasowych doświadczeń współpracy UNIQA SA z Comarch.

Zakres funkcji realizowanych przez moduły systemu Comarch NonLife Insurance przedstawia schemat.

Na szczególną uwagę zasługuje moduł Generators Produktów, w którym docelowi użytkownicy systemu mogą definiować logikę produktu (tabele taryf, formuły kalkulacyjne, zakres przechowywanych informacji) oraz interfejs wprowadzania danych. Kartoteki osób i mienia przechowują aktualne i historyczne dane w ramach repozytorium wspólnego dla całego systemu. Rejestry dokumentów w jednolity sposób klasyfikują i porządkują informacje o długofalowych i bieżących operacjach firmy.

Moduł Obsługi wniosków i polis pozwala rejestrować wszelkie operacje ubezpieczeniowe, także te związane z produktami pakietowymi, flotowymi i polisami generalnymi. Nadzoruje wprowadzane wartości i przeprowadza na ich podstawie automatyczne wyliczenia oraz kontroluje stany magazynowe.

Proces likwidacji szkód, oparty o definiowalny „workflow”, współpracuje z systemami wyceny szkody i umożliwia klasyfikację zgłoszeń szkodowych (w tym regresów rent).

Dane finansowe zbierane są przez moduł Rozliczeń, zintegrowany z systemem FK i systemami bankowymi. W module tym przeprowadzane jest automatyczne uzgadnianie należności i inkasa.

Rozbudowane funkcje modułów Zarządzania siecią, Sprzedaży i Naliczania prowizji wspomagają prowadzenie rejestru agentów i ich pracowników, umów agencyjnych oraz definiowanie wielowymiarowych struktur sieci sprzedaży. Pozwalają też nadawać uprawnienia sprzedażowe i określać stawki prowizyjne, także te związane z nadprovizjami, bonusami i premiami, oraz przeprowadzać ratingi i klasyfikacje agentów.

Pozostałe moduły zapewniają obsługę reasekuracji biernej i czynnej oraz koasekuracji, naliczanie rezerw techniczno – ubezpieczeniowych oraz dokonywanie sprawozdawczości obowiązkowej i operacyjnej, uwzględniające konstruowanie własnych raportów i wydruków oraz integrację z zewnętrznymi systemami raportującymi.

Efekty wdrożenia

Celem przeprowadzania fuzji towarzystw ubezpieczeniowych jest osiągnięcie korzyści biznesowych w postaci lepszej organizacji pracy, niższych kosztów IT, wzrostu konkurencyjności oraz podniesienia poziomu usług klienta.

Wdrożenie systemu Comarch NonLife Insurance pozwala cel ten zrealizować poprzez wykonanie przez towarzystwa, przy współpracy Comarch, konkretnych zadań, takich jak:

- ujednoczenie słowników, produktów oraz procesów biznesowych,
- integracja sieci sprzedaży i polityki prowizyjnej,
- ujednoczenie sprawozdawczości obowiązkowej i wewnętrznej,
- zastąpienie kilku systemów w dwóch towarzystwach jednym zintegrowanym systemem produkcyjnym,
- automatyczna integracja z pozostałymi elementami infrastruktury IT.

Korzyści

Funkcje oferowane przez sam system gwarantują Towarzystwom Ubezpieczeniowym UNIQA SA i FILAR SA szereg korzyści:

- szybkie dostosowanie się do zmian rynkowych i legislacyjnych,
- zmniejszenie kosztów organizacyjnych poprzez lepszy przepływ informacji i automatyzację procesów,
- szybsze i bezbłędne wystawianie polis,
- szybsza i efektywniejsza likwidacja szkód,
- skrócenie czasu obsługi przez automatyzację wielu procesów manualnych.

Michał Rogacki

Product Manager
Centrum Konsultingu
Sektora Finansowego

Rozmowa z Mariuszem Jurankiem, Dyrektorem Działu Infrastruktury IT

Nowoczesna **komunikacja**

Jakie korzyści zapewnią wdrożenie telefonii IP w firmie?

Telefonia IP nie jest ograniczona możliwościami rozbudowy tak jak w przypadku telefonii tradycyjnej. Również pod względem jakości dźwięku jest dużo lepsza niż telefonia tradycyjna. Jedną z największych korzyści jest różnica wynikająca z zarządzania jedną zintegrowaną siecią. Każda reorganizacja wewnątrz firmy wiąże się ze zmianami konfiguracyjnymi central, wykonywanymi przez wyspecjalizowane firmy zewnętrzne. Taka operacja pociąga za sobą koszty usług oraz koszty zakupu dodatkowych kart do central. Dla użytkowników telefonii IP koszty te są wyeliminowane, wszelkie zmiany są wykonywane przez administratora sieci dla całej korporacji. Instalacja nowego telefonu do tradycyjnej centrali wymaga wizyty specjalisty. W telefonii IP nowy telefon jest wpinany do gniazdka w sieci razem z komputerem i już w tym momencie staje się w pełni funkcjonalnym telefonem.

Kolejną istotną zaletą jest zdolność do budowania środowisk rozproszonych. W dużym uproszczeniu SKYPE to telefonia IP.

Czy firmy z sektora Małych i Średnich Przedsiębiorstw stać na takie rozwiązanie?

Wszyscy producenci centralek telefonicznych wybierają rozwiązania telefonii IP. W niedługim okresie czasu, w miejsce klasycznych PABXów powstaną centrale telefoniczne, które tak naprawdę będą telefonią IP. Dla właściciela średniej firmy w Polsce



zalety telefonii IP nie są jeszcze zauważalne - traktuje ją jak drogi gadżet. Wynika to z faktu, że średniej wielkości firmy nie dostrzegają problemu niesprawnego lub nieoptymalnego kontaktu z klientem, który powoduje stratę czasu i pieniędzy. Telefonia IP znacznie ułatwia integrację systemów informatycznych klienta z rozwiązaniami telekomunikacyjnymi. Wykrycie powodu źle wystawionej faktury to kilkunastominutowa rozmowa z klientem, która tak naprawdę może zająć najwyżej kilkanaście sekund. Możliwość usprawnienia pracy jest jedynie ograniczona ludzką wyobraźnią w momencie tworzenia oprogramowania.

Jakie są kryteria opłacalności wdrożenia telefonii IP (czas wdrożenia, koszty wdrożenia, zwrot z inwestycji)?

Istnieją kryteria dotyczące Voice over IP – technologii, która stanowi podstawę telefonii IP. Potrzeby klientów zawsze oceniamy indywidualnie.

Jak optymalnie wybrać rozwiązanie i dostawcę?

Wystarczy skontaktować się z nami. Nasi konsultanci dostosują ofertę do potrzeb i oczekiwań każdego klienta.

Czy komunikatory internetowe mogą zagrozić profesjonalnym rozwiązaniom telefonii IP?

Oczywiście, że nie. To tak, jakby porównać darmowe gazety do poważnych magazynów.

Jakie rozwiązania telefonii IP dostarczył Comarch w bieżącym roku w Polsce?

Comarch opracował i wdrożył system szerokopasmowej szkieletowej sieci miejskiej – eSłupsk. System zrealizowany jest w oparciu o medium światłowodowe oraz linki radiowe.

W ramach tak powstałej infrastruktury sieciowej wdrożony został system telefonii IP, składający się z serwera MSC-7825, Voice Gateway-a opartego na platformie Cisco 2651, zintegrowanego z istniejącą centralą telefoniczną oraz telefonów IP typu 7912, 7940 i 7970. Część telefonów umieszczonych w Ratuszu Miejskim zastąpiła telefony stacjonarne, pozostałe zostały rozmieszczone w poszczególnych lokalizacjach objętych siecią, umożliwiając bezpłatne połączenia w ramach sieci. Dzięki telefonii IP możliwe również będzie zestawianie bezpłatnych telekonferencji, oraz wykonywanie szybkich połączeń przy wykorzystaniu zaimplementowanej książki telefonicznej.

Rozmawiała **Izabela Hanus**



Sprawną windykacja

Dynamiczny rozwój instytucji finansowych i wzrost ilości sprzedawanych przez nie produktów oznacza coraz większy wolumen niespłaconych przez klientów zobowiązań oraz pojawianie się nadużyć w agencyjnych sieciach sprzedaży. Wychodząc naprzeciw potrzebom instytucji finansowych, Comarch stworzył system usprawniający procedury upominawcze i windykacyjne – Comarch Debt Management.

Co się windykuje?

Wbrew pozorom procedury upominawcze i windykacja nie dotyczą tylko niespłaconych przez klientów należności kredytowych. Zakres przedmiotów windykacji objęty zainteresowaniem instytucji finansowych obejmuje:

- przeterminowane raty kredytów i umów leasingowych,
- przeterminowane składki ubezpieczeń obowiązkowych i dobrowolnych,

- regres ubezpieczeniowy do sprawcy szkody (głównie przy wypadkach samochodowych),
- defraudacje i przetrzymania gotówkowych wpłat przez agentów i pośredników,
- zwroty nienależnie wypłaconych prowizji agentom i pośrednikom,
- nałożone zgodnie z postanowieniami umów kary, opłaty i odsetki.

Etapy informatyzacji

Departamenty windykacyjne w bankach i ubezpieczalniach są często

przeciążone ilością prowadzonych spraw windykacyjnych. Na obecnym etapie informatyzacji polskich instytucji finansowych departamenty IT zwykle skupiają większość uwagi na wsparciu procesów w kluczowych obszarach front-office oraz core-office. Procesy upominawcze i windykacyjne pozostają na bocznym torze. Sytuacja ta powoli się zmienia, szczególnie w instytucjach, które zakończyły kluczowy etap informatyzacji, jakim jest wdrożenie systemów produkcyjnych i wsparcia sprzedaży. W nadchodzą-

cym roku 2006 powinien nastąpić zauważalny wzrost zainteresowania rynku kompleksowymi systemami wsparcia windykacji.

Problemy klientów

W finansowych grupach kapitałowych, skupiających banki, ubezpieczycieli, leasing i inne instytucje finansowe często wszystkie sprawy prowadzi fizycznie jeden zespół ludzi, zmuszony do zbierania danych z wielu systemów produkcyjnych. Brak jednego narzędzia informatycznego utrudnia kompleksowe zarządzanie wierzytelnościami dłużnika powstałymi w kilku instytucjach naraz. Znacząca część spraw windykacyjnych wykracza poza departament windykacji, angażując merytorycznie pracowników administracji, księgowości oraz departamentu prawnego. W takich warunkach sprawna koordynacja prowadzenia spraw windykacyjnych jest wysoce skomplikowana, a przeciążeni pracownicy mogą nie nadążać za terminarzem działań. Jeśli sprawa przechodzi pomiędzy różnymi departamentami istnieje ryzyko równoczesnego podejmowania wykluczających się decyzji. W konsekwencji instytucja traci część możliwych do odzyskania wierzytelności, lub też odzyskuje je dużo później i większym nakładem kosztów.

Odpowiedź na potrzeby

Tworząc nasze rozwiązanie do zarządzania wierzytelnościami patrzyliśmy z uwagą na zidentyfikowane potrzeby naszych klientów. W efekcie powstał produkt zapewnia maksymalne wsparcie dla procesów upominawczych i windykacyjnych. Osiągnęliśmy to dzięki zebraniu wszystkich procedur i spraw windykacyjnych w jednym systemie oraz automatyzacji lub przypominaniu o wszystkich powtarzalnych czynnościach windykatora. Każda z prowadzonych spraw na każdym etapie ma wyznaczonego konkretnego operatora oraz komórkę odpowiedzialności. Sprawy tytułem wierzytelności z różnych umów (np. kredytu i leasingu) mogą być automatycznie grupowane wg dłużników. Ułatwia to zarządzanie i uniemożliwia

Comarch Debt Management

- obsługa procesów windykacyjnych
- efektywny monitoring i odzyskiwanie należności
- scentralizowanie danych o wierzytelnościach
- usprawnienie przebiegu windykacji miękkiej i twardej
- oparcie procesów windykacyjnych o Workflow
- wielowariantowe scenariusze windykacji
- automatyzacja monitów i przypomnień

dublowanie działań podejmowanych w ramach jednego dłużnika. W efekcie tych usprawnień klienci odnoszą korzyści płynące ze wzrostu ścigalności należności oraz obniżenia kosztów prowadzenia pojedynczej sprawy.

To nie może być pudełko

Comarch Debt Management nie jest standardową pudełkową aplikacją. Oferujemy kompleksowe rozwiązanie, które uwzględni pełne dopasowanie do specyficznych potrzeb każdego klienta. Jego implementacja jest złożonym procesem, stawiającym wiele wyzwań ze względu na konieczność zebrania i uporządkowania w jedno spójne rozwiązanie wielu zagadnień, z możliwością jednoczesnego objęcia wdrożeniem wszystkich podmiotów z grupy kapitałowej klienta i prowadzenia rozliczeń w wielu walutach jednocześnie. Wdrożenie systemu jest poprzedzane analizą, w wyniku której wszystkie zidentyfikowane źródła danych o wierzytelnościach zostają zintegrowane w jednym spójnym repozytorium. Wszystkie zidentyfikowane procesy windykacyjne, przepływy spraw pomiędzy departamentami oraz szablony dokumentów i raportów są umieszczane w systemie. Dzięki wymianie wiedzy i doświadczeń poszczególne procesy windykacyjne mogą zostać na etapie analizy zoptymalizowane w celu maksymalizacji korzyści dla klienta.

Automatyzacja czynności

Wszystkie szablony dokumentów wykorzystywanych w procesach windykacyjnych są generowane z systemu. System przypomina użytkownikowi o upływających terminach zadań

do wykonania, takich jak wykonanie monitu telefonicznego lub odpowiedź na korespondencję. Kontakty z dłużnikiem i innymi podmiotami w sprawie są rejestrowane.

Ważną rzeczą jest, aby automatyzacja czynności nie oznaczała upraszczania procesów albo jednakowego traktowania wszystkich klientów. Dlatego jest możliwość wyróżniania grup klientów, takich jak:

- „VIP” o wyższej tolerancji terminów płatności i stonowanych treściach pism,
- „Broken Promise”, czyli klientów którzy choć raz w przeszłości nie dotrzymali danego słowa, o zaostrzonych i przyspieszonych procedurach.

Spojrzenie w przyszłość

Kompleksowe rozwiązanie do zarządzania wierzytelnościami autorstwa Comarch jest w założeniu rozwiązaniem nie tylko bieżących ale i przyszłych potrzeb klienta. Dlatego też system umożliwia klientowi dowolne modelowanie procesów windykacyjnych, zarówno obecnych, jak i nowych, które mogą się pojawić wraz ze zmianami modelu biznesu klienta. Wszystkie systemowe obiekty procesu windykacji, takie jak etapy procesów, czynności windykatora, operacje masowe, komórki organizacyjne, wzory szablonów i raportów mogą być łatwo ulepszone lub stworzone od zera przez wyszkolonych użytkowników systemu, bez konieczności wsparcia z naszej strony.

Maciej Ślósarczyk

Product Manager
Centrum Konsultingu
Sektora Finansowego



Tankuj na kartę

We wrześniu 2005r. Spółka LOTOS Paliwa wprowadziła na rynek program flotowy LOTOS Biznes oparty o system Comarch FleetCare. Dzięki specjalnym kartom paliwowym klient instytucjonalny może bezgotówkowo dokonywać zakupu paliw i innych artykułów.

Wdrożenie programu flotowego to kolejny konsekwentny krok w realizowanej strategii rozwoju spółki LOTOS Paliwa, a rozszerzenie aktualnej oferty dedykowanej klientom instytucjonalnym ma na celu wzmocnienie jej pozycji na rynku paliwowym. System LOTOS Biznes to zewnętrzne centrum rozliczeniowe oraz nowoczesna infrastruktura informatyczna na stacjach, umożliwiająca szybką obsługę na stacji. Główne zalety systemu to: bezgotówkowy zakup paliw na stacjach, bezpieczeństwo transakcji, pełna kontrola wydatków, parametry karty dostosowane do potrzeb i specyfiki firmy, faktura zbiorcza, indywidualnie ustalone warunki handlowe, dostęp do nowoczesnej i dynamicznie rozwijającej się sieci stacji paliw. W zależności od potrzeb klienta

System **Comarch FleetCare** należy do rodziny produktów z grupy CRM, z którego wywodzi się również m.in. Loyalty Management – zintegrowana aplikacja do zarządzania programem lojalnościowym, która wraz z Contact Center oraz Business Intelligence stanowi kompleksowe rozwiązanie do wspierania sprzedaży nie tylko sieci stacji paliw.

program oferuje szeroki wachlarz kart paliwowych przypisanych do: pojazdu, osoby, pojazdu i osoby, firmy – na okaziciela. Każda z kart może być dowolnie modyfikowana w zakresie dostępności produktów i innych limitów. W ramach LOTOS Biznes klienci mają dostęp do pełnego asortymentu dostępnego na stacji. Klient ma możliwość wyboru zakresu dostępnych towarów na dowolną kartę. Inny dostęp przyznany może być prezesowi firmy a zupełnie inny pracownikowi szeregowemu. Sprzyja to wygodzie posługiwania się kartami i zarządzania kosztami podróży. Wybór zakresu towarów następuje poprzez przypisanie odpowiednich kodów towarowych dla poszczególnych kart. Bezpieczeństwo transakcji zapewnia mikroprocesorowa karta zabez-



pieczona kodem PIN znanym tylko użytkownikowi karty. Każda karta, w zależności od oczekiwań klienta jest dodatkowo chroniona definiowanymi limitami dostępności grup towarowych, wielkości i wartości zakupów zarówno w okresie dziennym jak i miesięcznym. Zarządzający flotą może również określić maksymalny dopuszczalny dzienny limit transakcji wykonywanych kartą LOTOS Biznes. Parametry te mogą być definiowane odrębnie dla każdej z kart zamówionych przez klienta. Posiadacze kart mają dostęp do wszechstronnych raportów, a w serwisie www.lotusbiznes.pl – do pełnej informacji na temat wszystkich transakcji dokonanych na stacjach LOTOS. Wystawiane są faktury zbiorcze – tylko dwie faktury w miesiącu z odroczone terminem



Grupa LOTOS SA – pionowo zintegrowany koncern naftowy, zajmujący się wydobyciem i przerobem ropy naftowej oraz dystrybucją produktów naftowych. Spółka jest m.in. liderem w branży olejów smarowych. Grupa LOTOS dostarcza na rynek produkty takie jak: benzyny bezołowiowe, oleje napędowe, oleje opałowe, paliwa lotnicze, oleje smarowe, produkty parafinowe oraz asfalty i gazy. Grupa kapitałowa LOTOS składa się z rafinerii w Gdańsku, spółki poszukiwawczo-wydobywczej Petrobaltic, trzech rafinerii południowych oraz 15 spółek-córek spod znaku LOTOS. W 2004 r. Grupa LOTOS SA sprzedała ponad 3,7 mln ton paliw. Po finalizacji transakcji zakupu sieci stacji Esso i Slovnaft w Polsce Grupa LOTOS posiadać będzie 7,5% udział w krajowym rynku detalicznym paliw, zarządzając siecią ponad 400 stacji paliw.

W ramach sieci LOTOS funkcjonuje:

- 80 stacji własnych,
- 40 stacje partnerskie,
- 241 stacje patronackie.

Główny zakres działalności LOTOS Paliwa Sp. z o.o. to:

- Zarządzanie siecią stacji paliw,
- Rozwój sieci,
- Handel B2B.

płatności, a warunki handlowe, takie jak terminy płatności, rabat oraz forma zabezpieczeń, ustalane są indywidualnie. Wszystkie rozliczenia dokonywane są na podstawie danych zgromadzonych przez Comarch FleetCare. System zapewnia całkowitą kontrolę – od transakcji zakupu na dowolnej stacji paliw aż po rozliczenie jej z klientem oraz stacją partnerską. Umożliwia akceptowanie transakcji opłacanych za pomocą paliwowych kart własnych emitenta, a także międzynarodowych kart paliwowych UTA oraz DKV. Dzięki elastyczności systemu udało się zachować dotychczasową infrastrukturę teleinformatyczną. Wykorzystanie terminala płatniczego jako interfejsu użytkownika aplikacji flotowej umożliwiło szybkie i bezpieczne wdrożenie systemu. Użytkownicy zaznajomieni z obsługą terminala w przypadku akceptacji transakcji płatniczych nie mieli problemów z wykorzystaniem go do przeprowadzenia transakcji flotowej. Terminal zapewnia również

komunikację z centralnym systemem i pośredniczy w przekazywaniu detali transakcji z systemu kasowego do systemu flotowego.

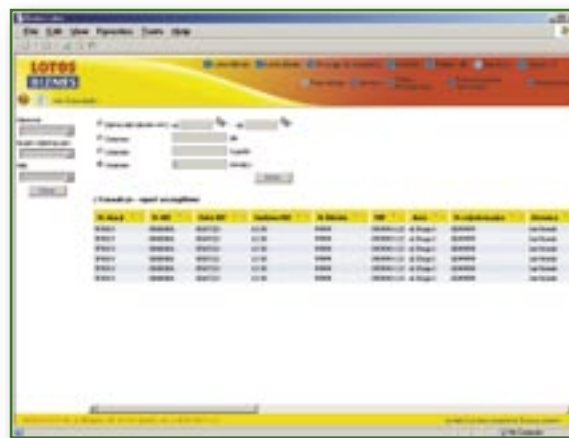
LOTOS Biznes umożliwia obsługę klienta nie tylko w sieci własnych stacji, ale i partnerskich. Sieć ta rozwija się dynamicznie, obejmuje ponad sto stacji w całej Polsce. Dzięki umowie z ExxonMobil o przejęciu stacji Esso w Polsce powiększyła się o kolejnych 39 obiektów. W ramach zawartej umowy LOTOS Paliwa będą również obsługiwać klientów krajowych i międzynarodowych, podczas tankowania wykorzystujących karty flotowe Esso Card. Wdrożenie nowoczesnego systemu do akceptacji kart paliwowych własnych i obcych nie jest łatwe, ale w obecnej sytuacji rynkowej – niezbędne. System taki zapewni dodatkowe możliwości sprzedaży, a przy odpowiednim zarządzaniu może stanowić podstawę do uruchomienia programu lojalnościowego.

W ramach projektu Flota LOTOS Comarch wykonał i wdrożył dedykowany portal komunikacyjny dla posiadaczy kart flotowych oraz potencjalnych klientów Grupy LOTOS. W części publicznej serwisu udostępnione są informacje ogólne dotyczące kart flotowych emitowanych przez Grupę LOTOS oraz kart akceptowanych na stacjach partnerskich.

Możliwe jest również pobranie dokumentów niezbędnych do podpisania umowy flotowej. W części prywatnej klienci flotowi mają po zalogowaniu możliwość wglądu do bieżących rozliczeń transakcji flotowych oraz zmiany parametrów umowy flotowej. Szeroki zestaw raportów oraz dostęp do elektronicznych faktur oraz dokumentów umowy daje możliwość pełnego

wglądu w stan rozliczeń oraz transakcji dokonywanych przy użyciu kart flotowych. Portal użytkowany jest również przez kierowników na stacjach paliw partnerskich do bieżącego kontrolowania stanu rozliczeń pomiędzy stacją, a centralą.

Marcin Kościak
Business Solution Manager,
Systemy Lojalnościowe



Portal komunikacyjny LOTOS Biznes

Pomogło doświadczenie zdobyte podczas wdrażania systemów lojalnościowych

Paweł Przewięźlikowski, wiceprezes Comarch

Comarch ma duże doświadczenie w systemach wsparcia sprzedaży przeznaczonych dla sieci stacji paliw. Po niewątpliwym sukcesie, jaki odniósł na tym rynku Comarch Loyalty Management (narzędzie do prowadzenia programów lojalnościowych), doceniony przez największe koncerny paliwowe w Polsce i za granicą, zdecydowaliśmy się na rozszerzenie naszej oferty o system obsługi kart flotowych. Doświadczenie firmy Comarch w zakresie systemów bankowych oraz systemów lojalnościowych umożliwiło stworzenie produktu idealnie dopasowanego do potrzeb biznesowych tego sektora oraz spełniającego bardzo restrykcyjne wymogi bezpieczeństwa. Posiadanie w ofercie tak zaawansowanego narzędzia nie zapewnia jednak pełnego sukcesu. Należy pamiętać, że w na pozór banalnie wyglądającym procesie opłacania transakcji kartą paliwową bierze udział wiele systemów nie pochodzących z naszej oferty. Comarch występował w tym projekcie nie tylko w roli dostawcy systemu akceptacji kart flotowych, ale również jako integrator odpowiedzialny

za sukces całego projektu. Nie było to łatwe zadanie, gdyż pełna integracja z systemem kasowym oraz systemami finansowymi eksploatowanymi w centrali Grupy LOTOS wymagała przekazywania bardzo szczegółowych danych transakcyjnych. Należy również pamiętać, że w systemie istnieje możliwość akceptacji nie tylko kart flotowych emitowanych przez Grupę LOTOS, ale również kart międzynarodowych, emitowanych przez podmioty trzecie, z którymi również musieliśmy przeprowadzić integrację w zakresie realizacji i rozliczeń transakcji kartowych. Tutaj także pomogło nam doświadczenie zdobyte podczas wdrażania systemów lojalnościowych, które wymagają równie szczegółowego zakresu integracji. Cieszymy się, że udało nam się zrealizować projekt wspólnie z zespołem z LOTOS Paliwa oraz naszymi partnerami. Mamy nadzieję, że wdrożenie systemu flotowego w LOTOS Paliwa będziemy mogli zaliczyć do sukcesów nie tylko informatycznych, ale również biznesowych.



Środowisko zarządzania ryzykiem jako istotne wsparcie działań biznesowych

Ryzyko pod kontrolą

W gospodarce wolnorynkowej efektywność prowadzonych działań biznesowych jest zdeterminowana nie tylko sukcesem produktów bądź usług oferowanych przez podmioty, ale również skuteczną kontrolą wpływu czynników ryzyka na osiągnięty wynik finansowy. Kontrola ta jest możliwa za pomocą narzędzi zarządzania ryzykiem, które ze względu na stopień złożoności i masowość obsługiwanych zdarzeń wymagają automatyzacji w systemie informatycznym.

Zarządzanie ryzykiem obejmuje procesy zmierzające do ograniczenia wpływu wahań czynników ryzyka na elementy prowadzonej działalności biznesowej. W szerszym ujęciu, dąży do identyfikacji możliwości inwestycyjnego wykorzystania tych fluktuacji do zwiększania zysków.

Warunkiem koniecznym dla realizacji funkcji zarządzania ryzykiem jest wykorzystanie dedykowanych narzędzi z zakresu inżynierii finansowej – dyscypliny udostępniającej

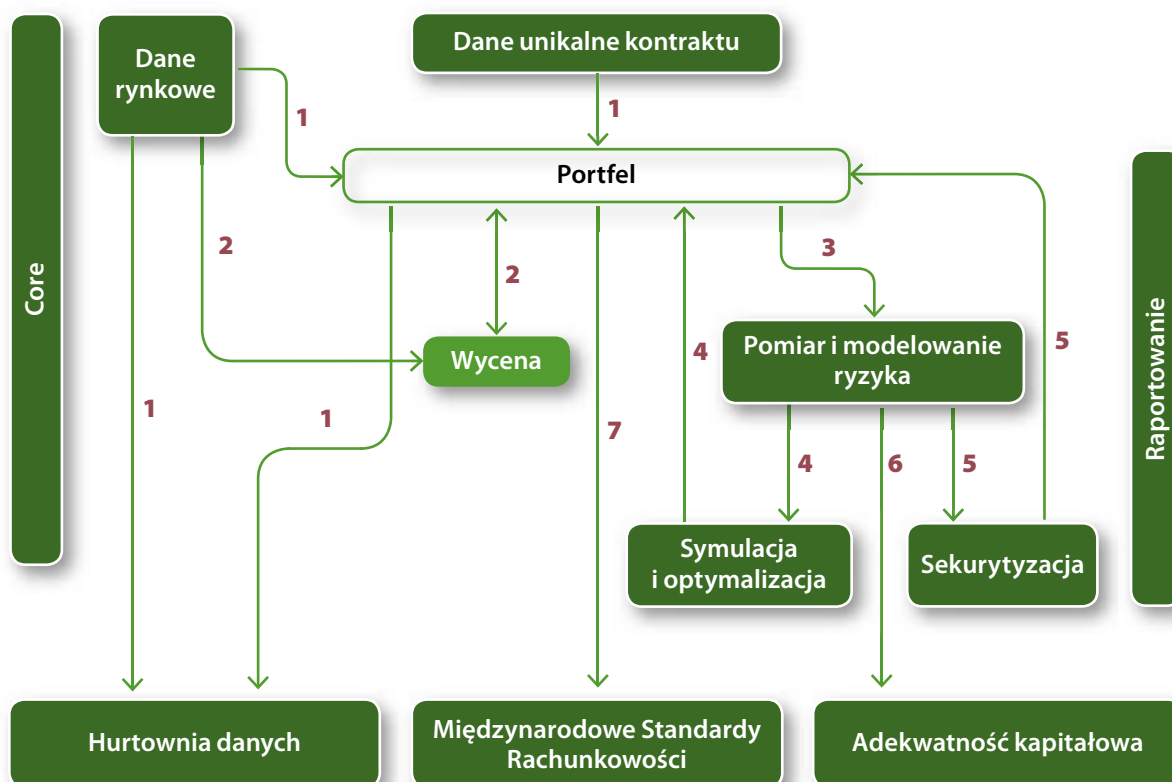
rozwiązania w zakresie modeli wyceny i projekcji oraz miar ryzyka i metod optymalizacji. Specyfika budowy tych narzędzi i wielość wymaganych danych nakazują obsługiwać je z poziomu rozwiązania informatycznego, tworzonych w technologii otwartej na modyfikację i ewolucję stosowanych metod.

Sposób na ryzyko

System zarządzania ryzykiem Comarch Risk Management ma cha-

rakter wielomodularny. Pozwala to zapewnić wysoki poziom specjalizacji rozwiązania oraz lokalną samowystarczalność.

Pomiędzy komponentami rozwiązania dochodzi do licznych interakcji – w konsekwencji można mówić o realizacji funkcji kompleksowego środowiska zarządzania ryzykiem (patrz rysunek). Dane wejściowe różnych rodzajów (dane unikalne kontraktów, dane rynkowe) po wprowadzeniu do systemu są rejestrowane



w portfelach inwestycyjno-kredytowych i archiwizowane w hurtowni danych (krok 1). W dalszych etapach pozwala to na odtworzenie kształtu portfeli oraz przeprowadzenie symulacji z wykorzystaniem danych historycznych.

Charakterystyki te wykorzystywane są do zasilenia modeli wyceny zgromadzonego w portfelach instrumentarium (krok 2). Odświeżanie wartości po portfelach i skala jej odchyień jest monitorowana i modelowana metodami estymacji ryzyka (krok 3), z możliwością wygenerowania komunikatów o konieczności zmiany struktury portfelowej (krok 4) oraz sekurytyzowania określonych pozycji (krok 5). W zależności od charakterystyki podmiotu udostępnia się funkcję obliczania wymogów kapitałowych, w tym z możliwością wykorzystania metod innych niż standardowa (krok 6).

Wszystkie operacje zmieniające kształt portfeli są księgowane i sprawozdawane w oparciu o zestaw standardów rachunkowych (krok 7), dokonują się ponadto w kontekście

uprawnień i schematów zdefiniowanych w systemie core'owym i mogą podlegać raportowaniu.

System posiada bardzo bogatą funkcjonalność, szczegółowy opis poświęcimy wybranemu modułowi dedykowanemu operacjom wyceny instrumentów finansowych.

Wycena instrumentów finansowych

Ewidencja, wycena i rachunkowość instrumentów finansowych stanowi podstawowy aspekt zarządzania ryzykiem i jest automatyzowana w jednym z modułów systemu (wyróżniony w schemacie). Procesy te są istotne w szczególności, gdy podkreśla się znaczenie wykorzystania instrumentów pochodnych i złożonych w operacjach zabezpieczania efektów działalności operacyjnej podmiotu (zadanie pierwszoplanowe) i zwiększania możliwości inwestycyjnego wykorzystania jego nadwyżek finansowych w obszarze operacji spekulacyjnych (zadanie drugoplanowe).

Moduł obsługuje następujące kategorie instrumentów:

- **Instrumenty pierwotne** – instrumenty w klasycznej postaci, o charakterze pieniężnym bądź niepieniężnym, które są przedmiotem transakcji kupna-sprzedaży.
- **Instrumenty pochodne** – instrumenty mające postać kontraktu, którego wartość zależy od wartości instrumentu pierwotnego, np. derywaty walutowe, derywaty stopy procentowej, derywaty towarowe, derywaty pogodowe. Umożliwiają zabezpieczenie podmiotu przed negatywnymi kierunkami wahań czynników ryzyka.
- **Instrumenty złożone** – kombinacja dwóch instrumentów pierwotnych lub instrumentu pierwotnego i pochodnego, np. depozyt indeksowany do wskaźnika, kredyt z opcją wcześniejszej spłaty, obligacje zamienne na akcje. Gwarantując część stałą przychodu/kosztu udostępniają możliwość udziału w korzystnych kierunkach wahań czynników ryzyka.

Moduł wyceny instrumentów finansowych umożliwia osiągnięcie wielu korzyści:

Kompleksowa obsługa instrumentów w jednym rozwiązaniu informatycznym

Moduł umożliwia ewidencję instrumentów w portfelu (subportfelach), wycenę (teoretyczną, rynkową) oraz księgowania i udostępnianie informacji o aktualnym stanie ekspozycji na ryzyko, w ramach globalnej pozycji.

Zabezpieczenie marży i uniezależnienie przychodów od wahań wybranego czynnika ryzyka

Moduł umożliwia realizację kluczowej funkcji instrumentów pochodnych i złożonych tj. zabezpieczenie poziomu czynników ryzyka. Tym samym, użytkownik posiada gwarancję osiągnięcia z góry zdefiniowanej wartości przychodu/kosztu z zabezpieczonej transakcji (np. wpływy lub wydatki z działalności eksportowej/importowej w walucie obcej o kursie ustabilizowanym derywatem).

Parametryzacja instrumentów

Moduł umożliwia obsługę instrumentów waniliowych i egzotycznych stylu europejskiego i amerykańskiego. Zwiększa możliwość dopasowania charakterystyki instrumentu do potrzeb odbiorcy bez konieczności angażowania doradcy ds. budowy instrumentów finansowych.

Znajomość wyceny instrumentów

Dzięki implementacji matematycznych modeli wyceny, moduł udostępnia informację o wartości teoretycznej instrumentów finansowych (wartość będąca podstawą kwotowań głównych uczestników rynku). Użytkownik zna azymut, jakim kierują się doradcy i dealerzy instrumentów w negocjacjach tj. może negocjować cenę bliższą realnej wartości instrumentu.

Porównanie aspektów rachunkowych

Moduł udostępnia porównanie rezultatów księgowych osiąganych

Odbiorcy systemu zarządzania ryzykiem

Sektor finansowy:

- banki
- instytucje doradcze
- fundusze

Sektor niefinansowy:

- kredytobiorcy
- inwestorzy
- eksporterzy
- importerzy
- podmioty określające ceny swoich produktów lub usług wg kursu waluty obcej

w wyniku zastosowania rachunkowości na zasadach ogólnych oraz rachunkowości zabezpieczeń.

Odbiorcy systemu

Docelową grupą odbiorców systemu zarządzania ryzykiem są podmioty, których działalność biznesowa narażona jest na wahania różnorodnych czynników ryzyka. Wpływ fluktuacji tych czynników ma istotne znaczenie dla poziomu realizowanego wyniku finansowego – może powodować zarówno jego wzrost, jak i redukcję bądź stratę.

W zależności od specyfiki podmiotów można mówić o ich narażeniu na działanie wszystkich lub prawie wszystkich czynników ryzyka (instytucje finansowe, inwestorzy rynku kapitałowego) bądź o realizacji działalności biznesowej w realiach związanych z ponoszeniem wybranych kategorii ryzyka (przedsiębiorstwa sektora niefinansowego, wykonujące operacje na rynku finansowym). W tym kontekście eksporterzy/importerzy narażeni są na ryzyko aprecjacji/deprecjacji wartości waluty narodowej. Aprecjacja waluty narodowej jest również niekorzystnym zjawiskiem dla podmiotów określających ceny swoich produktów czy usług w walutach zagranicznych. Z kolei kredytodawcy i kredytobiorcy narażeni są na ryzyko związane ze spadkiem dochodowości produktów kredytowych lub wzrostem kosztów obsługi kredytu tj. ryzyko powodowane zarówno wahaniami stóp procentowych jak i kursów walutowych

(w wypadku kredytów w walucie obcej).

Specyfika i potrzeby odbiorcy mają również istotne znaczenie dla doboru technologii wykorzystywanej do budowy systemu – rozwiązanie może być udostępnione w formie tradycyjnej (tzw. gruby klient) lub przez stronę www (tzw. cienki klient), np. usługi bankowości elektronicznej kierowane do korporacji.

Korzyści

System zarządzania ryzykiem zapewnia kontrolę ryzyka i przyczynia się do optymalizacji działalności podmiotów. W wyniku jego stosowania instytucje sektora finansowego mogą podnieść swoją konkurencyjność poprzez oferowanie innowacyjnych produktów i aktywną ocenę ryzyka portfeli inwestycyjno-kredytowych. Odbiorcom z sektora niefinansowego system umożliwia skupienie uwagi na obszarze podstawowej działalności operacyjnej przy jednoczesnej eliminacji wpływu na jej efektywność działań o charakterze spekulacyjnym (innych uczestników rynku) tj. działań, które nie znajdują pokrycia w rzeczywistym stanie gospodarki.

W wypadku wszystkich odbiorców system odgrywa istotną rolę w prawidłowym kształtowaniu organizacji pracy i wzrostu wydajności, co stymuluje trwały wzrost ich wartości rynkowej.

Marcin Smółka

Business Solution Manager
Centrum Konsultingu
Sektora Finansowego

Realizacja Gospodarki Własnej Banku w CDN Egeria

Budka suflera

System Gospodarki Własnej (SGW) pełni dla banków rolę suflera. Idealna sytuacja, do której dążą banki ma miejsce wówczas, gdy wszystko co niezbędne do wydajnej i bezpiecznej pracy banku działa bez zarzutu i minimalizuje jednocześnie zaangażowanie pracowników w tę sferę działalności. Optymalna sytuacja to taka, kiedy bank może skupić się na optymalizacji obsługi klienta, zarządzaniu ryzykiem i zabieganiu o maksymalizację zysków, a procesy niezwiązane z podstawową działalnością przebiegają w tle.

Wsparcie tych założeń za pomocą systemów informatycznych jest możliwe dopiero od momentu pojawienia się systemów zintegrowanych, ponieważ tylko takie systemy zapewniły wydajny przepływ informacji. W momencie ich pojawienia się zaczęły powstawać także pierwsze rozwiązania SGW kierowane do banków. Podobnie jak w pozostałych obszarach gospodarki, również w instytucjach branży finansowej trwa proces ciągłego doskonalenia narzędzi informatycznych i poszukiwanie nowych rozwiązań. W związku z tym, kolejnym krokiem ewolucji Systemów Gospodarki Własnej są rozwiązania oparte o mechanizmy zarządzania procesowego. Po pierwsze, wynika to z faktu, że instytucje

coraz powszechniej wdrażają procedury jakościowe, które z kolei wymuszają zmianę procesów zarządzania. Drugą przyczyną wynika ze złożoności zagadnień gospodarki własnej. Dotykają one bowiem różnych obszarów – począwszy od planowania i budżetowania, rejestracji kontraktów, zaopatrzenia, rozrachunków, środków trwałych czy gospodarki remontowej (w starszych systemach zakładało to wykorzystanie wielu modułów systemu i komplikowało zarówno obsługę samego procesu, jak i dostęp do danych).

Egeria SGW

Rozwiązaniem na miarę wymagań nowoczesnych instytucji finansowych jest System Gospodarki Własnej

będący elementem Zintegrowanego Systemu Informatycznego CDN Egeria. Oparty o filozofię zarządzania procesowego system umożliwia planowanie, realizację i ciągłą optymalizację procesów związanych z obsługą potrzeb i zasobów własnych banków. Dzięki funkcji definiowalnych obiegów dokumentów, system oferuje możliwość plastycznego odtworzenia zachodzących w instytucji procesów, zaś narzędzia analityczne i raportujące pozwalają na ich usprawnianie i elastyczne dostosowanie do zachodzących zmian w otoczeniu wewnętrznym i zewnętrznym instytucji.

System pozwala na zaplanowanie i zabudżetowanie inwestycji oraz kosztów bieżącej obsługi posiadanego majątku. Zaakceptowane plany mogą

być następnie wykorzystywane podczas rejestracji zapotrzebowań jako limity budżetowe generując informację o zbliżaniu się do limitu, jego przekroczeniu bądź też wstrzymując proces zapotrzebowania (w zależności od definicji czynności w obiegu). Zapotrzebowania wykorzystywać mogą dane z zarejestrowanych kontraktów, mogą być powiązane z dokumentami protokołów odbioru oraz realizowane za pomocą pobrań z magazynu (a za razem wydań wewnętrznych na rzecz projektu, na rzecz środków trwałych lub innych zdefiniowanych) czy zamówień do kontrahentów. Zamówienia zaś mogą być generowane na podstawie zapotrzebowań lub stanów minimalnych zdefiniowanych na określonych magazynach lub rejestrowane ręcznie w zależności od przyjętych procesów.

System pozwala również na pełną obsługę finansową realizowanych zakupów (towarów i usług), zarówno od strony rozrachunków i ich rozliczeń, ale również w powiązaniu z realizowanymi kontraktami i zadaniami budżetowymi (wraz z monitorowaniem limitów jednych i drugich).

CDN Egeria umożliwia nie tylko rejestrację oraz obsługę środków trwałych, umożliwia również obsługę wartości niematerialnych i prawnych, obsługę środków niskocennych i wyposażenia. Wsparcie systemu nie kończy się tylko na obsłudze finansowej posiadanego majątku – CDN Egeria pozwala także na rejestrację procesów związanych z przeglądami, remontami i utrzymaniem środków trwałych, wraz z ich planowaniem i zarządzaniem magazynem części zamiennych. Na każdym etapie realizowanych procesów system wspiera użytkowników operacyjnych szybkim dostępem do przekrojowych zestawień i raportów, zaś kadrze kierowniczej oferuje grupę narzędzi umożliwiających analizę zarządczą i dalszą optymalizację procesów.

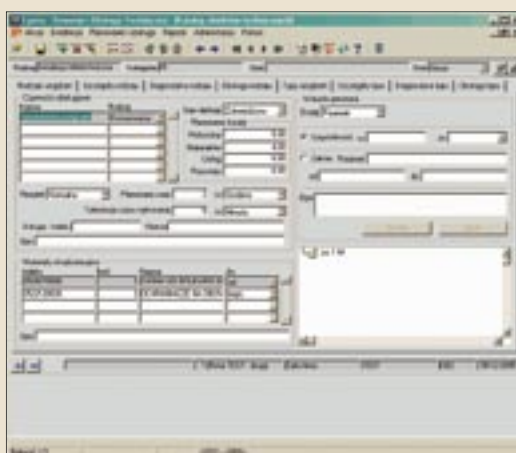
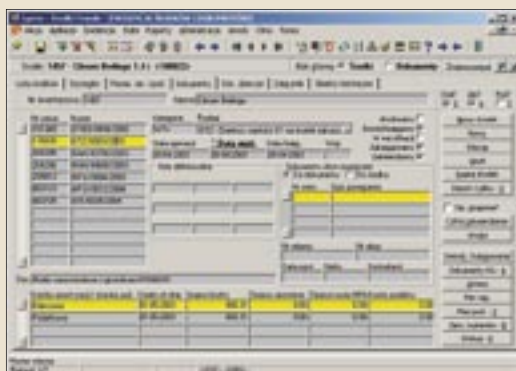
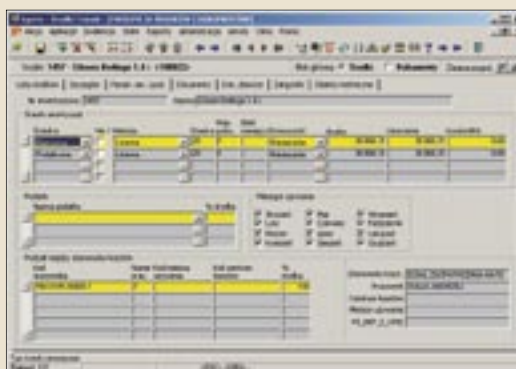
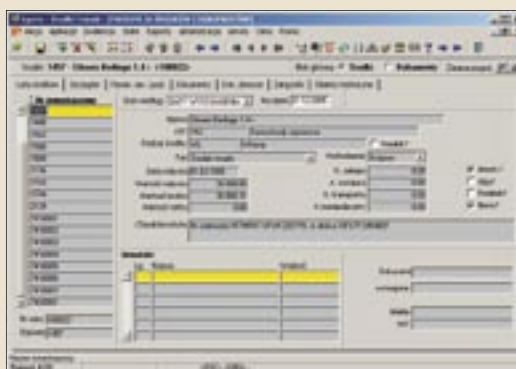
Kolejny krok – Egeria 5.0

Wspominałam już wcześniej o dążeniu do ciągłego doskonalenia zarówno procesów, jak i rozwiązań informatycznych. W najnowszej, piątej wersji systemu CDN Egeria, umożliwiamy i jedno i drugie. Wraz z premierą nowej wersji systemu oddajemy w ręce naszych klientów dwa nowe moduły mające duże znaczenie w procesie Zarządzania Gospodarką Własną banków. Pierwszy z nich to Projekty Inwestycyjne umożliwiające obsługę inwestycji realizowanych przez banki (np. budowa, remont budynków, modyfikacja sieci teleinformatycznych czy modyfikacja sieci bankomatowej). Drugi zaś to Moduł Obsługi Spraw, dzięki któremu usprawniona zostanie obsługa działań nie objętych dotychczas wsparciem standardowych systemów wspierających zarządzanie (np. obsługa decyzji administracyjnych, obsługa taboru, itp.).

Moduły te – w pełni zintegrowane z pozostałymi elementami systemu – uzupełniają oferowane wcześniej zarówno operacyjne, jak i analityczne funkcjonalności. Są one kolejnym, choć za pewne nie ostatnim krokiem na drodze ciągłego doskonalenia oferowanych przez nas rozwiązań.

Agnieszka Gałuszka

Straszy Konsultant Systemu CDN Egeria



System CDN Egeria 5.0

System szyty na miarę

Intensywny rozwój i dbałość o satysfakcję klientów sprawiły, że zarząd firmy Vistula SA rozpoczął poszukiwanie nowego systemu wspierającego procesy wewnętrzne w firmie. Po wnikliwej analizie rynku IT Vistula S.A. wybrała zintegrowany system CDN Egeria oferujący zrównoważoną funkcjonalność we wszystkich obszarach zarządzania.

Obecnie Vistula skupia się na intensywnej ekspansji na rynku detalicznym. Do końca 2005 roku własna sieć sprzedaży będzie liczyła 61 salonów w Polsce, 3 za granicą. W przyszłym roku rozwój sieci sklepów firmowych będzie kontynuowany – kolejne punkty powstaną w Polsce, w Czechach, a także na Słowacji i na Litwie. W niedługim czasie Vistula SA planuje również otwarcie pierwszego sklepu multibrandowego, oferującego wszystkie marki jakimi spółka zarządza w obecnej chwili. Salon

ma powstać w Krakowie. Spółka jest w fazie dynamicznego przekształcania się w firmę o wyraźnym profilu marketingowo-handlowym.

Vistula SA, koncentrując się na kreowaniu jednolitych stylistycznie kolekcji, a także zapewnianiu najwyższych jakości produktów, rozwija nowoczesne i dostosowane do aktualnych potrzeb zaplecze produkcyjne. Stała modernizacja bazy produkcyjnej to zapewnienie niepowtarzalnej jakości garniturów, czyli asortymentu wymagającego największej precy-

zji wykonania. Równoległe z kolekcjami Vistuli, produkowane są wyroby na zlecenie ogólnosiwiatowych marek odzieżowych. W chwili obecnej Vistula SA produkuje ubiory dla znanych na całym świecie producentów, wśród których znajdują się takie marki jak: Kenzo, Givenchy, Azzaro czy De Fursac.

Tak dynamiczny rozwój i konieczność dostosowania się do surowych zasad europejskiego rynku odzieżowego sprawiły, że firma zaczęła poszukiwania sprawnego narzędzia

informatycznego, wspierającego wewnętrzne procesy. Dodatkowym czynnikiem powodującym konieczność zmiany oprogramowania przez Vistulę był fakt, że z dniem 01-07-2004 r. miała zostać wydzielona ze swojej struktury oddzielna firma o nazwie MTM Spółka z o.o., do której miała zostać przeniesiona większość pracowników produkcji. Dostawcą systemu informatycznego mogła więc być tylko stabilna firma oferująca nowoczesne i bezpieczne oprogramowanie, obsługujące instalacje wielofirmowe, firma posiadająca zespół specjalistów mogących zrealizować projekt w bardzo krótkim czasie. Po wnikliwym przeanalizowaniu wszystkich ofert, przeprowadzeniu prezentacji systemów i sprawdzeniu referencji Vistula SA zdecydowała na zawarcie umowy z firmą Comarch SA.

Sprawną współpracę

Wdrożenie rozpoczęto od modułów Obszaru Zarządzania Personalem, gdyż pracownicy nowo powstającej firmy MTM Sp. z o.o. musieli zostać wyrejestrowani w ZUS z firmy Vistula SA i zarejestrowani w firmie MTM, co miało zostać wykonane automatycznie z nowego systemu CDN Egeria. Było to możliwe dzięki dobrej współpracy zespołów wdrożeniowych powołanych po stronie dostawcy oprogramowania oraz klienta. Po sprawnie przeprowadzonej instalacji bazy danych Oracle wraz z systemem CDN Egeria oraz migracji danych z dotychczas eksploatowanych programów, powstała instalacja wielofirmowa, zawierająca dane pracowników firm Vistula oraz MTM na jednej bazie danych.

Istotnym problemem dla firmy były kwestie zarządzania licznymi (blisko 1000 pracowników) i znacznie rozproszonymi zasobami ludzkimi (poza fabryką firma posiada kilkadziesiąt oddziałów handlowych). Zarząd Vistuli w braku właściwej obsługi spraw pracowniczych i w braku informacji zarządczej z tego obszaru postrzegał zagrożenie dla dynamicznego rozwoju przedsiębiorstwa.



Vistula SA – firma odzieżowa o wieloletniej tradycji i marce rozpoznawalnej w Polsce na poziomie dziewięćdziesięciu procent – jest organizacją skoncentrowaną na zarządzaniu własnymi markami odzieży męskiej oraz dystrybucji marek ogólnościatowych, dedykowanych zarówno kobietom, jak i mężczyznom. Spółka jest jedną z pierwszych firm notowanych na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych (od 1993 roku). Posiada certyfikat Systemu Zapewnienia Jakości ISO 9001:2000. Vistula specjalizuje się w projektowaniu klasycznych oraz nieformalnych kolekcji odzieży męskiej, charakteryzujących się wysoką jakością, niepowtarzalnym wzornictwem oraz spójnością stylistyczną. Propozycje Vistuli, obejmujące dwie czołowe marki: Vistula i Lantier oraz nową markę Luigi Vesari, powstają w oparciu o surowce dostarczane przez najlepszych europejskich producentów, a także odwołują się w swoich projektach do aktualnych trendów i tendencji w modzie światowej. Dzięki takim atutom produkty Vistuli są odpowiedzią na oczekiwania najbardziej wymagających klientów, zarówno polskich, jak i zagranicznych.

Dlaczego CDN Egeria?

Podczas wyboru dostawcy oprogramowania położono znaczny nacisk na obsługę kluczowych wymagań przedsiębiorstwa czyli:

- uwspólnienie i sprawną obsługę bazy pracowników oraz różnorodnych zawieranych z nimi umów,
- możliwość tworzenia i obsługi i rozliczenia różnych systemów pracy – istotnych z uwagi na różnorodną specyfikę pracy (inne systemy pracy i rozliczeń dla pracowników działów produkcyjnych, handlowych, administracyjnych), w tym również pracę akordową (zarówno akordu zespołowego, jak i współzależnego),
- przyśpieszenie wyliczania list płac oraz kontrola poprawności wyliczanych składników,
- obsługa struktur wielofirmowych oraz możliwość ich sprawnego rozliczania.

Poza tymi podstawowymi założeniami kadra zarządcza przedsię-

biorstwa zwracała uwagę również na:

- bardzo krótki czas wdrożenia systemu – 2 miesiące,
- ergonomię bieżącej pracy,
- wszechstronność, dostępność i elastyczność analiz oferowanych przez system.

Migracja danych

Zgodnie z obowiązującą w firmie Comarch metodyką wdrożenia, projekt rozpoczęto od szczegółowej analizy potrzeb i wymagań klienta. Analiza ta pozwoliła na precyzyjne zdefiniowanie celów wdrożenia, jego priorytetów oraz harmonogramu. Na podstawie powstałego po analizie i zatwierdzonego przez Vistulę projektu wykonano optymalną konfigurację systemu, mającą zaoferować użytkownikom maksimum korzyści przy możliwie minimalnym nakładzie pracy.

Kolejnym krokiem była migracja danych niezbędnych do prawidłowej obsługi spraw pracowniczych oraz do wyliczania wynagrodzeń i zasiłków. Jak zwykle, w procesie

wdrożenia migracja została wykonana w oparciu o dane dostarczone przez użytkownika z uprzednio posiadanego systemu, zastępując ręczne wprowadzanie tych danych przez pracowników działu HR, które byłoby pracochłonne i obciążone sporym ryzykiem popełnienia błędów. Szkolenia administratorów i przyszłych użytkowników systemu odbywały się na bazie skonfigurowanej zgodnie z wymaganiami klienta.

Zgodnie z filozofią systemu CDN Egeria, wdrożenie poza modułami obszaru Zarządzania Personalem (Ewidencja Kadrowa i Płace) objęło również tzw. moduły bazowe, umożliwiające rejestrację danych słownikowych, wykorzystywanych przez całość systemu (takich jak: dane urzędów skarbowych, oddziałów Narodowego Funduszu Zdrowia, województw, krajów, jak również strukturę organizacyjną przedsiębiorstwa). Dzięki implementacji systemu udało się nie tylko zrealizować wszystkie zakładane wymagania (począwszy od ewidencji umów, poprzez planowanie i rejestrowanie czasu pracy aż po wycliczanie i księgowanie list płac), wdrożenie umożliwiło również obsługę funduszy socjalnych, danych podatkowych i finansowych pracownika oraz wszechstronne raportowanie, zgodne z ustalonymi założeniami.

Rozszerzenie współpracy

Po pozytywnej ocenie przebiegu wdrożenia oraz analizie korzyści wynikających z modyfikacji i automatyzacji procesów biznesowych zarząd Vistuli zdecydował się na rozszerzenie współpracy z zespołem CDN Egeria i firmą Comarch. Kolejny etap współpracy objął zarządzanie majątkiem przedsiębiorstwa (ewidencja środków trwałych, wyposażenia i posiadanych wartości niematerialnych oraz prawnych).

Vistula była w posiadaniu ok. 4500 różnorodnych środków trwałych, pochodzących z wielu źródeł finansowania i objętych różnymi metodami i ścieżkami amortyzacji. Z uwagi na wspomnianą już sieć handlową, środki trwałe

użytkowane były w bardzo różnych miejscach. Dodatkową komplikacją był szeroki zakres wymaganych raportów dotyczących posiadanego majątku trwałego oraz konieczność przygotowywania raportów zgodnych z polskimi i międzynarodowymi standardami rachunkowości, co czyniło koniecznym wprowadzenie kolejnej, poza podatkową i bilansową, ścieżki amortyzacji.

Przystępując do realizacji projektu obie strony bazowały już na wspólnie wypracowanych i zweryfikowanych oraz dobrze ocenianych mechanizmach współpracy. Po wykonaniu

pakiet licznych, konfigurowalnych raportów, to żeby zaspokoić wszechstronne potrzeby informacyjne przedsiębiorstwa, zalecane było rozszerzenie implementacji o kolejny moduł systemu – Generator Raportów. Narzędzie to umożliwiło tworzenie raportów w formie tabeli przestawnej na podstawie danych zawartych w bazie. W trakcie wdrożenia przygotowano w nim wymagane raporty, analizy i zestawienia, elastyczność i ergonomia tego narzędzia umożliwiły także administratorom systemu i przeszkolonym użytkownikom tworzenie ad hoc

Największym sukcesem dotychczasowych wdrożeń było tempo ich realizacji. Zakładane przez Vistulę bardzo krótkie terminy, dzięki postawie zarówno specjalistów z Comarch jak i pracowników Spółki, zostały dotrzymane. To dobrze wróży ewentualnej dalszej współpracy pomiędzy obiema firmami – komentuje Robert Jagucki, Kierownik Sekcji Informatyki Vistula SA.

i akceptacji analizy przystąpiono do wdrożenia systemu.

W trakcie wdrożenia wykorzystano wcześniej zainstalowane i skonfigurowane moduły słownikowe, rozszerzając ich funkcjonalność przez zdefiniowanie wszystkich niezbędnych dokumentów obrotu środkami trwałymi i niezbędnych dla nich dekrétów. Migrowane i nowe środki wiązano z istniejącą już strukturą organizacyjną przedsiębiorstwa oraz odpowiedzialnymi pracownikami, zarejestrowanymi w funkcjonującej już Ewidencji Kadrowej.

Projekt nie obejmował wdrożenia modułu Księga Główna, więc zaszła konieczność stworzenia Interfejsu do wykorzystywanego przez Vistulę systemu finansowo księgowego. Dane rejestrowane w modułach operacyjnych (Płace, Środki Trwałe) są przenoszone do wykorzystywanego przez firmę systemu finansowo – księgowego w postaci plików tekstowych.

Analiza przedwdrożeniowa wykazała, iż mimo że CDN Egeria posiada standardowo w każdym module

kolejnych raportów, zgodnych z bieżącymi potrzebami informacyjnymi. Użytkownicy korzystając z przydzielonych im przez administratora obszarów analizy mogą tworzyć własne raporty, a te mogą być udostępniane innym użytkownikom systemu. Wdrożenie Generatora Raportów domknęło dotychczasowy zakres projektu.

– W planach na najbliższą przyszłość jest wdrożenie w Vistuli kolejnych modułów systemu CDN Egeria. Firmie zależy na usprawnieniu pracy i minimalizacji kosztów także w pozostałych obszarach działalności. Mam nadzieję, że wymiana doświadczeń między specjalistami obu firm zaowocuje kolejnym sukcesem, nie tylko komercyjnym, ale przede wszystkim merytorycznym – mówi Robert Kuboń, Starszy Konsultant Obszaru Zarządzania Personalem, szef projektu ze strony Comarch.

Agnieszka Gałuszka

Starszy Konsultant systemu CDN Egeria

Komputerowe wsparcie leasingu

CDN Egeria Leasing to narzędzie wspomagające zarządzanie w przedsiębiorstwach leasingowych i instytucjach finansowych. Pozwala na łatwe, scentralizowane zarządzanie zawieranymi umowami leasingowymi, majątkiem trwałym a także finansami przedsiębiorstwa. Dzięki integracji informacji oraz systemowi uprawnień proces obsługi klienta jest dopasowany do indywidualnych standardów firmy.

System jest wykorzystywany przez największe polskie i zagraniczne instytucje finansowe (WBK Finanse & Leasing, BZ Finanse & Leasing, Franfinance, Scania Finance, IKB Leasing, CitiLeasing, BA Creditanstalt Leasing) – obecnie pracuje na nim ponad tysiąc użytkowników końcowych. Zgodnie z trendami obserwowanymi na rynku, również instytucje finansowe starają się na otwarcie i coraz szersze udostępnienie swoich zasobów, jednak z uwagi na specyfikę branży zmuszone są kłaść dużo większy nacisk na bezpieczeństwo dostępu i ochronę danych. Nowa wersja Leasing Partner Care 3 (w skrócie LPC3) gwarantuje szybki dostęp do niezbędnych danych oraz przyspieszenie procedur, z zachowaniem obowiązujących wysokich kryteriów bezpieczeństwa.

LPC3 jest aplikacją służącą do użytkowania Egerii Leasing w czasie rzeczywistym za pomocą przeglądarki internetowej. Jest to kolejna, ulepszona pod względem technicznym i funkcjonalnym wersja istniejącego od 5 lat LPC1, przeznaczona dla szerszego grona użytkowników: pracowników firm leasingowych (doradcy) oraz pracowników firm dealerskich (sprzedawcy).

LPC3 umożliwia obsługę całej ścieżki biznesowej sprzedaży usługi leasingu:

- zarejestrowanie i edycję kontrahenta: leasingobiorcy oraz dostawcy,
- utworzenie nowej/edycję istniejącej oferty leasingu,
- przygotowanie wniosku dla Biura Oceny,
- przygotowanie umowy leasingu oraz dokumentów niezbędnych do jej podpisania.

Dodatkowo, posiada interfejs ułatwiający współpracę firmy leasingowej z powiązаныmi firmami-dealerami samochodowymi, ułatwiający naliczanie i fakturowanie prowizji za zawarte umowy.

W porównaniu do poprzednika, dzięki nowym, zastosowanym rozwiązaniom takim jak Generator Produktu, aplikacja pozwala na silną konfigurację sprzedawanych usług leasingowych, tworzenie promocji, przydzielanie ich do określonych użytkowników i grup użytkowników.

Interfejs aplikacji jest konfigurowalny w zakresie wyglądu stron oraz walidacji wprowadzanych danych. Ponadto, dzięki Kalkulatorowi Procesu, aplikacja umożliwia administratorom modyfikację mechanizmów kalkulacji rat leasingowych. Program posiada ulepszony, definiowalny pod względem wyglądu i przedstawianych danych sposób tworzenia raportów

i wydruków dostępnych w postaci HTML lub plików PDF.

Architektonicznie, system jest wielomodułowym, napisanym w Javie serwisem zdolnym do współpracy z web-serwerami typu IPlanet, Apache, Tomcat. Jest oparty na oryginalnym, zaprojektowanym i napisanym przez Comarch frameworku aplikacji webowej vBank. Dodatkowo, aby zwiększyć elastyczność systemu w warstwie serwetowej zastosowano biblioteki Freemarker umożliwiające dynamiczną i konfigurowalną budowę stron. Moduły składowe systemu mogą pracować w różnych konfiguracjach, na odrębnych maszynach, dzięki czemu aplikacja jest skalowalna oraz bardziej odporna na awarie sprzętowe. Aplikacja pracuje w trybie połączeń szyfrowanych, umożliwia konfigurację puli adresów, z których dopuszczają się wejście do systemu oraz (opcjonalnie) wymóg logowania się z podaniem specjalnego tokenu.

Grzegorz Niedospał

Dyrektor Sprzedaży Systemu
CDN Egeria

Artur Gruszecki

Kierownik Projektu

Kiedy rabat nie wystarcza...

Coraz więcej firm jest świadomych istotnej roli zabiegów o klienta. Czasy, w których sprzedawca decydował o być albo nie być klienta, odeszły w niepamięć. Teraz to klient trzyma wszystkie karty w ręku. Obecnie większość sieci sprzedaży posiada systemy rabatowe, mające zachęcać klienta do wierności jednemu dostawcy. Jednak w sytuacji, gdy każdy większy sklep w danej branży oferuje nabywcy własną kartę rabatową, system taki przestaje wystarczać jako bodziec utrzymania lojalności klienta – rabat stał się zbyt powszechny.

Kiedyś wprowadzenie systemu rabatowego oznaczało wybicie się z anonimowego szeregu konkurentów. Teraz nadszedł czas, kiedy trzeba opracować lepsze narzędzie pozwalające prześcignąć konkurencję. Mądrze zrealizowany i dobrze zarządzany system lojalnościowy zapewnia budowanie pozytywnych relacji z klientem – ciągłej, dwustronnej komunikacji, pozwalającej z jednej strony pozyskać wiedzę o nawykach zakupowych klienta, z drugiej zaś wykreować poczucie indywidualnej troski o jego osobę. Klient przyciągany atrakcyjnymi promocjami będzie częściej dokonywał transakcji, co skutkuje wzrostem sprzedaży i mniejszą ilością odchodzących do konkurencji klientów. Zdobywanie nowych klientów jest łatwiejsze, dzięki

licznej rzeszy obecnych lojalnych klientów, którzy poprzez swoje zadowolenie pomagają w procesie pozyskiwania klientów od konkurencji i stanowią jeden z najbardziej efektywnych kanałów komunikacji marketingowej. Dodatkowym efektem jest zwiększenie wartości marki dzięki prowadzonym promocjom i pozyskanie renomy firmy troszczącej się o klienta. Te zalety, choć przemawiają za wprowadzeniem systemu lojalnościowego, nie odpowiadają na jedno pytanie. Jakże konkretnie powody przemawiają za zastąpieniem rabatów systemem lojalnościowym?

Rabat odsuwany w czasie

Systemy rabatowe różnią się od siebie, posiadają jednak szereg wspólnych wad. Przede wszystkim, udzielając

rabatu, niejako wręcza się klientowi do ręki „żywą” gotówkę, którą może wydać gdziekolwiek i kiedykolwiek, także u naszej konkurencji. Jeśli od towaru w cenie 100 zł udziela się upustu 10 proc., to klientowi zostaje w portfelu 10 zł, a u nas w kasie jest o te 10 zł mniej – jest to rzeczywisty i niepodważalny koszt udzielenia rabatu. Co więcej, nasz budżet odczuwa ten koszt natychmiast. W przypadku systemu lojalnościowego, rabat jest odsuwany w czasie. Za wykonaną transakcję naliczane są punkty – koszt naliczenia tych punktów, jeżeli w ogóle zostanie poniesiony, to dopiero w przyszłości. Z różnych przyczyn, nie każdy klient wymieni punkty na nagrody, inny klient zrobi to dopiero po jakimś cza-

się, gdy uzbiera odpowiednią ilość punktów lojalnościowych na wybraną nagrodę. Taki mechanizm w bardzo prosty sposób łączy klienta z firmą na długi okres czasu. Jest to zaledwie jeden z wielu mechanizmów kreowania lojalności, jednak z pewnością bardzo skuteczny. Już na tym etapie uwidacznia się krótkookresowa siła oddziaływania rabatu oraz długookresowy efekt programu lojalnościowego.

W ramach programu lojalnościowego wspomniane wcześniej 10 zł, które po uzyskaniu rabatu pozostawałyby w portfelu klienta, w pewnym sensie nadal tam pozostaje (jako punkty na koncie lojalnościowym), ale klient można je wydać jedynie w sieci sprzedaży partnerów programu lojalnościowego. Na pierwszy rzut oka można odnieść wrażenie, że klient na tym traci – zamiast gotówki otrzymuje wirtualne punkty. Jednak za te same pieniądze dostawca, w ramach wymiany punktów na nagrody, jest w stanie zaoferować coś znacznie ciekawszego. Przykładowo, zegarek, który dla klienta wart jest 150 zł (cena rynkowa) u operatora programów lojalnościowych kosztuje, dzięki efektowi skali oraz marży, 80 zł – zyskują na tym obie strony. Korzyść, jaką klient otrzymał jest większa, a koszt dla operatora jest mniejszy. Nagrodą może być również rzecz trudna do wycenienia albo trudno dostępna, a tym samym relatywnie cenna. Może to być przykładowo spotkanie ze znaną osobą, wejście na kulisy po występie gwiazdy, albo produkt z limitowanej serii. Kreowanie tego typu elitarnych Klubów Klienta zaowocuje w przyszłości stworzeniem grupy najbardziej wartościowych klientów lojalnych firmie na dobre i na złe.

System lojalnościowy jest bardziej odporny na błędy czy manipulacje. Oszustwo jest trudne – na karcie lojalnościowej nie przechowuje się informacji o saldzie konta, naliczanie odbywa się automatycznie, a sam identyfikator klienta może być dodatkowo chroniony kodem PIN. Związanie wszystkich transakcji z konkretnym klientem oraz kasje-

rem pozwala na wyłapywanie wątpliwych transakcji i eliminowanie potencjalnych oszustw. Dodatkowo, poprzez związanie transakcji z klientem otrzymujemy możliwość analizy jego aktywności i upodobań. Podobnie wygląda sprawa z kuponami – w prostszych systemach rabatowych mogą występować sytuacje ich podrabiania lub inne formy oszustw. W dobrych systemach lojalnościowych wydawane kupony opatrzone są numerem seryjnym, mogą być personalizowane i weryfikowane w oparciu o szereg parametrów. Odpowiednio śledzony przez system kupon pozwala na uzyskanie szczegółowych informacji na temat zwyczajów klienta – gdzie i co kupuje (kupony dostępne w partnerskich punktach sprzedaży), jak bardzo podatny jest na promocje (badanie czasu, jaki upłynął od emisji kuponu do jego realizacji) oraz jaki jest zasięg terytorialny aktywności klienta (gdzie wydano kupon, gdzie mieszka klient, gdzie kupon zrealizowano).

Źródło dodatkowej informacji

Zalety systemu lojalnościowego nie kończą się na wzroście obrotów poprzez zwiększenie lojalności klientów lub przyciągnięcie nowych klientów atrakcyjnością programu. Równie cenna jest dodatkowa informacja o zwyczajach kupujących, którą można następnie wykorzystać tworząc nową ofertę. Im pełniejsza informacja, tym trafniejsze wnioski – gromadzenie danych o transakcjach w powiązaniu z danymi statystycznymi typu: płeć, wiek, miejsce zamieszkania, wykształcenie klienta, pozwala otrzymać pełną i treściwą bazę danych. Dzięki poznaniu stylu życia poszczególnych klientów ułatwiona jest segmentacja, jednak zdobycie dodatkowych danych od anonimowych z reguły klientów wymaga nie lada kunsztu, czasem nawet jest niemożliwe. Nieumiejętne podejście do tego zagadnienia niszczy podstawowe korzyści z systemu lojalnościowego, dlatego odpowiednia strategia

przystąpienia do programu, zasad nagradzania oraz kontaktu powinna być przemyślana i odpowiednia dla każdego z segmentu zidentyfikowanych uczestników programu.

Czas na system lojalnościowy

Przekształcenie systemu rabatowego w system lojalnościowy wymaga przemyślanych działań. Dotychczasowa polityka udzielania rabatów powinna być stopniowo i łagodnie zastępowana programami lojalnościowymi. Wiąże się to ze stworzeniem odpowiedniej strategii marketingowej, planu promocji oraz umiejętnym wpassowaniem programu lojalnościowego w dotychczasowy model działania firmy. W dalszej fazie niezbędny jest udział osób zarządzających promocjami, logistyką oraz kontaktami z uczestnikami programu. Rozpocząć należy od zdefiniowania celów programu lojalnościowego – zazwyczaj podstawowym celem będzie utrzymanie kluczowych klientów. Mimo to, dokonując segmentacji należy dokładnie zdefiniować, do kogo ma być skierowany program – rozpoznać i zidentyfikować grupy docelowe oraz scharakteryzować je możliwie szczegółowo. Pomocne mogą tu być posiadane dane o klientach i wydanych kartach rabatowych. Klienci z górnej półki, posiadający karty „złote” czy „diamentowe”, będą musieli być inaczej traktowani, niż klienci posiadający karty standardowe. Prawidłowe rozpoznanie poszczególnych grup docelowych dla podejmowanych akcji marketingowych pozwoli na osiągnięcie maksymalnych efektów przy określonym budżecie. Jednocześnie, dobra segmentacja oraz personalizacja komunikacji, przyczyni się do kreowania w klientach poczucia indywidualnego traktowania, dobrania najlepszej dla nich oferty oraz zwiększy w nich poczucie własnej wartości, co w prostej linii prowadzi do lojalności w najczystszej postaci – lojalności emocjonalnej.

Programu lojalnościowego nie można pozostawić samemu sobie – klient musi mieć wrażenie, że cały

czas ktoś o nim myśli. Należy pamiętać, iż zaufanie klienta zdobywa się długo, a stracić je można bardzo szybko. Strategię należy projektować rozważnie, biorąc pod uwagę wszystkie możliwe czynniki sukcesu i ewentualnej porażki. Rozpocząć program należy dopiero w momencie, gdy ma się pewność co do słuszności zamiarów, pamiętając o tym, iż klient ofiaruje nam swój kredyt zaufania tylko jeden raz. W praktyce oznacza to konieczność ciągłego analizowania efektywności promocji w powiązaniu z analizą zachowań klientów. Pozwala to na ocenę i wyciąganie wniosków, aby przyszłe promocje były bardziej skuteczne i dopasowane do obustronnych potrzeb. Oczywiście nie należy zapominać o samym produkcie oraz jakości obsługi, gdyż nawet najlepiej zaplanowany program lojalnościowy nie zagwarantuje sukcesu przy mizernej ofercie oraz nieodpowiedniej obsłudze klienta. Ogromną rolę odgrywa również obustronna, personalizowana komunikacja przy użyciu odpowiednich dla danego segmentu uczestników kanałów komunikacyjnych, komunikatów oraz częstotliwości.

Comarch Loyalty Management

Przykładem sprawdzonego produktu wspomagającego zarządzanie programem lojalnościowym we wszystkich fazach – od planowania i realizacji, aż po analizy i oceny jest Comarch Loyalty Management. Skierowany jest do średnich i dużych firm planujących bezpośrednie zarządzanie lojalnością klientów. Przeznaczony jest również dla specjalistycznych przedsiębiorstw oferujących otwarte programy lojalnościowe, do których zapraszani są partnerzy z zewnątrz, lub dla agencji marketingowych prowadzących programy lojalnościowe dla innych firm, na zasadzie outsourcingu. Comarch Loyalty Management obsługuje wszystkie możliwe rodzaje nagród lojalnościowych. W specjalnym katalogu mogą być tworzone: nagrody rzeczowe, usługi, upusty procentowe,

upusty kwotowe – dzięki temu możliwe jest utrzymanie starego systemu rabatowego z równoczesnym wprowadzaniem nowego programu lojalnościowego. System firmy Comarch jest modułowy, jego elastyczność jest w stanie sprostać wymaganiom klienta zarówno w zakresie definicji nowych schematów promocji, jak też zaawansowanych raportów, umożliwiających analizę zgromadzonych danych. System można integrować z różnymi systemami zewnętrznymi, do których należą systemy kasowe, płatnicze, billingowe oraz inne zasila-jące bazę danych w cenne informacje pomocne przy budowaniu efektywnych programów lojalnościowych. W centralnej bazie danych przechowywane są wszystkie informacje o klientach, ich zakupach i udziale w promocjach lojalnościowych, co w połączeniu z dostępnymi w systemie narzędziami analitycznymi pozwala na dogłębne rozpoznanie zwyczajów i preferencji klientów oraz na ciągłe badanie efektywności programu lojalnościowego. Unikalny w tego typu rozwiązaniach moduł logistyczny pozwala na racjonalne zarządzanie procesem zamawiania, przechowywania i dostarczania nagród lojalnościowych, zaś dzięki modułowi ContactCenter oraz modułowi wiadomości marketingowych można dotrzeć do klienta ze zindywidualizowaną ofertą. Wszystkie zgłoszone problemy czy potrzeby klienta po zidentyfikowaniu mogą zostać niezwłocznie obsłużone. Dwustronna, zautomatyzowana oraz personalizowana komunikacja z uczestnikami programu lojalnościowego to podstawowe założenie modułu komunikacyjnego, wspierającego proces kreowania prawdziwej lojalności klientów. System został zaprojektowany jako narzędzie pomocne dla pracowników działu marketingu oraz wsparcia sprzedaży. Podstawowym założeniem przy tworzeniu systemu była elastyczność oraz łatwość obsługi. Zostało to osiągnięte dzięki graficznemu interfejsowi użytkownika opartemu o przeglądarkę internetową – możliwość dostępu do aplikacji z dowolnego

miejsca z dostępem do Internetu oraz uniezależnienie od platformy sprzętowej użytkowników.

Droga do lojalnych klientów

Systemy rabatowe są niewątpliwie popularne i proste do wdrożenia oraz nie wymagają zbyt rozbudowanej infrastruktury informatycznej i mocnego wsparcia marketingowego. Jednakże w czasach ostrej konkurencji na rynku utrzymanie lojalnego klienta wymaga czegoś więcej. Ciągłe dążenie do obniżania ceny minimalizuje marżę do niebezpiecznego poziomu, w którym zapewnienie dobrej jakości oferty oraz należytej obsługi jest wręcz niemożliwe do zrealizowania. Programy lojalnościowe oferują dużo szersze możliwości w zakresie długoterminowego motywowania klientów, dochowywania wierności dostawcy oraz odróżniania się od dostawców konkurencyjnych. Dzięki danym gromadzonym o klientach, możliwe jest wprowadzenie nowych produktów i usług. Z drugiej strony, jeżeli program lojalnościowy ma spełnić oczekiwania, wymagane jest zastosowanie odpowiednich narzędzi informatycznych oraz zaangażowanie i inwencja ze strony dostawcy. Program lojalnościowy musi być dobierany z namysłem pod kątem potrzeb klientów i w dopasowaniu do filozofii działania firmy, po nakreśleniu szczegółowych celów oraz strategii. Rabat doskonale sprawdza się jako narzędzie marketingowe w krótkookresowych akcjach promocyjnych, jednakże prostota istoty rabatu i łatwość wprowadzenia go w życie nie stanowi przewagi konkurencyjnej, którą można osiągnąć za pomocą mądrze zrealizowanego programu lojalnościowego. System rabatowy był pierwszym krokiem na drodze do lojalnych i oddanych klientów, jednak nadszedł czas na wdrożenie systemu lojalnościowego z prawdziwego zdarzenia, aby móc w konsekwencji dojść tą drogą do celu.

Marcin Kościak
Business Solution Manager
Systemy Lojalnościowe

Czy Polscy dostawcy systemów ERP powinni myśleć o zagranicznych rynkach?

Polska branża IT „tygrysem” Europy

Jestem przekonany, że polscy dostawcy systemów ERP nie tylko mogą, ale powinni myśleć o wyjściu ze swoimi rozwiązaniami na rynki zagraniczne. Czy mamy szansę odnieść sukces? Zdecydowanie tak – od wielu lat polscy programiści odnoszą sukcesy w międzynarodowych zawodach (w rankingu TopCoder www.topcoder.com Polska jest aktualnie na drugim miejscu, wyprzedzają nas tylko Stany Zjednoczone). Polska w tej chwili, w szczególności branża IT, jest „tygrysem” Europy i stanowi dla niej takie samo „zagrożenie konkurencyjne” jak Chińczycy dla gospodarki ogólnoswiatowej. Musimy tylko w to uwierzyć, postawić sobie i swoim pracownikom jasny cel i konsekwentnie go realizować.

Bardzo wiele polskich przedsiębiorstw z powodzeniem inwestuje na Ukrainie, Rosji czy w Niemczech. Wśród nich jest bardzo wielu użytkowników rodzimego oprogramowania. Jeden z naszych klientów ma w tej chwili własne sklepy w Rosji, na Litwie, w Kazachstanie, na Słowacji i w Niemczech. Oprócz tego ma ok. 100 sklepów w Polsce oraz planuje dalszą ekspansję zagraniczną. Wśród użytkowników polskich aplikacji są także firmy zachodnie, zarówno produkcyjne jak i handlowe. One także decydują się na nasze systemy, ponieważ prezentują najlepszy stosunek jakości do ceny, a coraz więcej klien-



tów polskich domów software'owych chce korzystać z naszych systemów w innych krajach. Byłoby głupotą nie skorzystać z tej okazji. Mamy doskonałych specjalistów ze znakomitymi pomysłami na innowacje zarówno technologiczne jak i biznesowe. Nasze systemy do zarządzania zdobywają nagrody (rok temu w Toronto podczas ogólnoswiatowej konferencji Partnerów Microsoft nasz system CDN OPT!MA otrzymał nagrodę Winning Customers Award, a kilka miesięcy wcześniej został wyróżniony w Polsce godłem promocyjnym Teraz Polska).

Zaczęliśmy robić informatykę kilkanaście lat temu, firmy zachodnie kilkadziesiąt lat temu. Automatycznie więc nasze rozwiązania są od tych zachodnich znacznie nowocześniejsze. Równolegle polska gospodarka kilkanaście lat temu stała się wolno-

rynkowa, innowacyjna i konkurencyjna. Ta kombinacja dała znakomite połączenie – nasi konsultanci nazywają to koniunkcją implikacji nowoczesnych technologii. Co więcej, w Polsce powstało bardzo dużo małych i średnich firm, które są naturalnym rynkiem docelowym dla polskich dostawców ERP. Na Zachodzie, w szczególności w Niemczech, nie ma aktualnie dobrych rozwiązań dla tego segmentu rynku. Taką samą opinię prezentują nasi potencjalni niemieccy partnerzy oraz doradcy podatkowi. Dwa miesiące temu byłem w Niemczech w jednej z firm, która jest zainteresowana zakupem naszego oprogramowania. Okazało się, że ta firma ma system działający w środowisku DOS, a większość rozliczeń, w szczególności gospodarkę magazynową prowadzi ręcznie! A my dla naszych klientów opracowujemy magazyn 3D i testujemy technologię RFID. Myślę, że to mówi samo za siebie.

Polacy mają ogromne szanse na rewolucjonizowanie europejskiej branży IT. Przy odrobinie szczęścia staniemy się europejską Doliną Krzemową. Jestem pewny, że polskie firmy mogą i potrafią skutecznie zaistnieć na rynkach zagranicznych. Zapraszam wszystkich młodych utalentowanych ludzi do pracy w polskich firmach.

Zbigniew Rymarczyk
Wiceprezes Zarządu Comarch SA

Rozmowa z Grzegorzem Błazewiczem, Dyrektorem Marketingu i PR

Nie samą reklamą żyje marka

Czym jest PR produktu?

PR produktu to jedna z najważniejszych składowych PR korporacyjnego oraz sposób na budowanie marki. W branży informatycznej, podobnie jak w wielu innych, mamy do czynienia ze znacznym nasyceniem rynku i dużą ilością podobnych komunikatów jakie wysyłają konkurencyjne firmy. Strategia PR produktu jest jednym z nielicznych sposobów na odróżnienie się od konkurencji oraz pokazaniu zalet prowadzonego biznesu. Porównując misje różnych firm można stwierdzić, że są one niesamowicie do siebie podobne, natomiast PR produktowy to sposób na przedstawianie firmy poprzez konkretne przykłady działań. Z mojego doświadczenia jedyny sposób na aktywny PR to pokazywanie różnorodnych wdrożeń i ciekawych referencji.

Jakie znaczenie odgrywa PR produktu w komunikacji marketingowej firmy? W czym pomaga?

Klient nie patrzy na firmę poprzez pryzmat prezesa czy siedziby, tylko poprzez pryzmat produktów, które firma oferuje. W kontaktach z analitykami branżowymi w USA nikt nie pyta nas o firmę – liczy się tylko i wyłącznie produkt oraz jego pozycjonowanie. Co ciekawe, to właśnie analitycy pytają o to jak my pozycjonujemy produkt, jaką mamy dla niego przewidzianą strategię komunikacyjną i PR, a przez to również i sprzedażową. Z tej perspektywy PR produktowy staje się niezmiernie ważny.

W stosunku do jakich produktów jest stosowany PR?

PR produktowy najlepiej sprawdza się w przypadku oferty „spakowanej”, „spakowanej”, która jest

dotykana i mierzalna. Łatwiej robić PR produktowy dla konkretnego systemu finansowo-księgowego niż dla ogólnej koncepcji rozwiązania IT dla „zarządzania procesami biznesowymi” – choć pewnie to drugie jest znacznie bardziej interesujące.

Czy możliwe byłoby wylansowanie produktu bez udziału PR, np. wyłącznie dzięki intensywnie prowadzonej kampanii reklamowej?

Nie. Ale możliwe jest wylansowanie produktu przy pomocy PR bez udziału reklamy.

Na ile uprawniona jest teza, że działania PR stały się ważnym elementem marketingu mix ze względu na spadek efektywności działań reklamowych?

Budowanie marki produktu to zadanie głównie PR-owe, natomiast generowanie realnego popytu na dany produkt może się odbywać na wyedukowanym już rynku poprzez reklamę. Korzyścią takiego podejścia jest łatwe przeliczanie efektów reklamy na konkretne wyniki i stawianie wobec niej określonych celów.

Które firmy sprzedają swoje produkty wyłącznie w oparciu o działania PR lub reklamowe?

Dla Comarch na rynkach zagranicznych liczy się przede wszystkim PR. Generalnie w moim odczuciu relacja jest taka – im krótszy cykl sprzedaży danego produktu, tym większe znaczenie ma reklama, im dłuższy cykl sprzedażowy tym większa rola PR. W informatyce cykl sprzedaży dużego systemu informatycznego trwa nawet dwa lata. W takim kontekście działać można tylko i wyłącznie za pomocą PR – nastawiać się na edukację a nie na emocje.

Gdzie PR produktu znajduje zastosowanie – w jakich sektorach, branżach? W jakich sytuacjach?

Przykłady PR produktowego to: broszury produktowe dla klientów, studia przypadków (opisy konkretnych zastosowań produktów przez klientów), White Papers (krótkie analizy wycinka rynku i zastosowanie naszych rozwiązań), Blueprints (rozszerzenie broszur produktowych – tworzenie kontekstu dla danego produktu), informacje prasowe (udane wdrożenia, nowe kontrakty, nowe produkty), wizyty referencyjne

Czy warto inwestować w PR produktu?

PR produktu może być stosunkowo niskonakładowym elementem strategii PR.

Jaka jest przyszłość PR produktowego w Polsce?

Tym większa im więcej będziemy produkowali własnej niezależnej myśli technicznej.

Niektórzy dziennikarze sądzą, że PR produktu to nic innego jak ukryta kryptoreklama. Czy zarzut jest uzasadniony?

To kwestia profilu publikacji. W niektórych pismach branżowych przykłady wdrożeń i dobrych praktyk stanowią ponad 50 proc. materiału. Ludzie właśnie dlatego czytają takie gazety, żeby się dowiedzieć jak najwięcej o wdrożeniach, ich przebiegu, rezultatach. Dobry opis wdrożenia systemu informatycznego oznacza co najmniej parę dni pracy dziennikarza z klientem i dostawcą.

Rozmawiała **Izabela Hanus**

Rozmowa z Dorotą Gałuszką, Dyrektorem Wykonawczym Sektora ERP

Rozwiązania do wynajęcia

Wydaje się, że polski rynek outsourcingu IT rozwija się wolniej niż rynek IT ogółem. Jest to konsekwencją tradycyjnego myślenia, w którym dominuje pogląd, że bezpieczniej, gdy dane trzyma się u siebie i ma się na nie wpływ, nie korzystając z zewnętrznych rozwiązań. Dlatego tańsze i efektywniejsze rozwiązanie, jakim może stać się outsourcing IT, nie zawsze jest właściwie postrzegane, co ogranicza rozwój rynku. Ten sposób myślenia zmienia się powoli. Możemy dostrzec to np. w sektorze finansowym – szczególnie w firmach związanych z korporacjami międzynarodowymi – który jest chyba najbardziej otwarty na tego typu usługi. W związku z tym outsourcing IT w Polsce to rynek perspektywiczny.

Jaki typ usług outsourcingowych jest najbardziej popularny w Polsce obecnie? Jakie są prognozy na przyszłość?

Najbardziej rozpowszechnione są dwa skrajne rozwiązania. Plan minimum, gdzie sprzęt znajduje się w DC, a pozostałe komponenty rozwiązania u klienta, związany jest z uniknięciem inwestowania w sprzęt, którego wartość bardzo szybko maleje. Drugie rozwiązanie, nazwijmy je planem maksimum, polega na wynajęciu firmy zewnętrznej, która prowadzi za klienta np. księgowość. Wtedy klient nie musi się martwić ani o sprzęt, ani o opro-



gramowanie. Rozwiązania pośrednie są raczej mało popularne, ponieważ postrzegane są jako mniej bezpieczne.

Świadomość możliwości wykorzystania modelu outsourcingu IT oraz płynących z tego korzyści wzrasta jednak dość szybko. Klienci coraz częściej są zainteresowani konkretnymi rozwiązaniami, związanymi np. z przetwarzaniem dokumentów, które pozwalają im zaoszczędzić pieniądze. Ta wartość powinna być w najbliższych latach motorem napędowym rozwoju outsourcingu IT w Polsce.

Jakie perspektywy mają firmy zajmujące się outsourcingiem IT w branży przemysłowej? Czy branża ta charakteryzuje się jakimiś szcze-

gólnymi wymaganiami? Czy będzie ciągle chłonnym rynkiem?

Dotychczasowe wykorzystanie outsourcingu struktury IT w branży przemysłowej nie było zbyt duże. Jest to związane ze specyfiką branży, w której myśli się raczej o centralizacji zarządzania działaniem przedsiębiorstwa w strategicznym centrum. Podobnie jak w przypadku innych sektorów, w momencie gdy dostrzeże się korzyści wynikające z outsourcingu, zarówno finansowe, jak i odnoszące się do jakości świadczonych usług, rozwiązanie takie ma dużą szansę na stosowanie. Ważne jest podniesienie poziomu bezpieczeństwa takiej oferty, tzn. przekonanie klienta o możliwości bezpiecznej rezygnacji z usług, jeśli np. po roku dojdzie do wniosku, że jednak nie decyduje się na takie rozwiązanie, oraz przekonanie, że wykorzystanie modelu outsourcingu nie wiąże się z uzależnieniem od firmy wykonującej tego rodzaju usługi. Branża przemysłowa ciągle się rozwija, w związku z tym rosnąć będzie również zapotrzebowanie na wysokiej jakości rozwiązania z zakresu outsourcingu IT pozwalające zmniejszyć koszty inwestowania w sprzęt, oprogramowanie i obsługę całego systemu.

Rozmawiał **Radosław Czyrnek**

Detekcja to za mało

Do niedawna panowała powszechna opinia, że systemy wykrywania włamań (IDS – Intrusion Detection Systems) stanowią swoisty „złoty środek” na wszystkie zagrożenia w sieci informatycznej. Dziś, zaledwie parę lat po rynkowej premierze tego typu rozwiązań, systemy IDS powoli odchodzą w zapomnienie. Co sprawiło, że detekcja włamań przestała już wystarczać?

Raport firmy badawczej Gartner opublikowany w 2003 roku przedstawił kontrowersyjną wówczas tezę, że w ciągu 2 lat klasyczne systemy wykrywania włamań staną się technologią przestarzałą. Nie była to teza bezpodstawna – raport wypunktował podstawowe słabości tych systemów takie jak: wysoka ilość fałszywych alarmów, niska skuteczność w blokowaniu ataków czy problemy z integracją z systemami zaporowymi. Dziś już wiemy, że przewidywania zawarte w raporcie Gartnera urzeczywistniły się i więk-

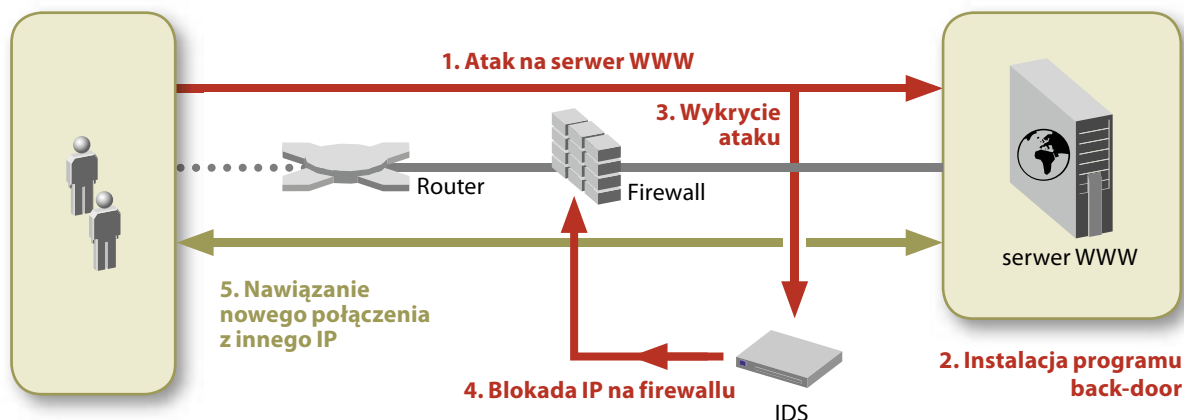
szość firm wycofuje z oferty tego typu rozwiązania. Co zatem proponują nam w zamian producenci tych systemów?

Pierwsza linia ochrony

Pierwszym elementem ochrony sieci wewnętrznej przed zagrożeniami pochodzącymi z zewnątrz jest firewall. Zapora ogniowa została zaprojektowana jako bariera nie do przebycia dla niechcianego ruchu sieciowego. Odpowiednio skonfigurowane reguły w jasny sposób określają dozwolone i niedozwolone ruchy. Skoro jest to tak

dobrze zabezpieczenie, dlaczego więc wprowadzono systemy wykrywania włamań?

Odpowiedź jest prosta: systemy firewall nie są w stanie dogłębnie analizować ruchu w warstwie aplikacyjnej. Jeżeli nasz serwer WWW jest dostępny w Internecie, to firewall musi przepuszczać ruch do niego, a w konsekwencji również atak na ten serwer WWW będzie przepuszczony przez klasyczny system zaporowy (działający w warstwie sieciowej i transportowej). Systemy IDS zaprojektowano przede



wszystkim z myślą o analizie ruchu w warstwie aplikacyjnej, narzędzia te miały działać jako uzupełnienie systemów zaporowych.

Systemy wykrywania włamań

Systemy IDS zostały zaprojektowane jako komplementarny element ochrony sieci. Analizują one zawartość przepuszczanych przez systemy firewall pakietów w poszukiwaniu wzorców ataków. Naturalna ewolucja tych systemów szybko doprowadziła do wprowadzenia mechanizmów automatycznej reakcji na wykryte włamanie. Do tych mechanizmów należy rozłączenie połączenia oraz sprzężenie systemu wykrywania włamań z systemami firewall. Mechanizmy te okazały się jednak mało skuteczne lub bardzo skomplikowane i w praktyce rzadko stosowane.

Zastosowanie systemu firewall uzupełnionego przez systemy wykrywania włamań przez długi okres uznawano za modelowe rozwiązanie w zakresie ochrony sieci. Firewall miał za zadanie blokowanie niechcianego ruchu sieciowego, natomiast system IDS analizował przepuszczany ruch pod kątem wszelkich zagrożeń. Najważniejszym elementem tej układanki był administrator bezpieczeństwa, do którego należało reagowanie na wykryte zagrożenia. Z czasem jednak zaczęto dostrzegać pewne wady rozwiązań klasy IDS:

- Duże nakłady na administrację systemu. Zaproponowane mechanizmy blokowania ataków oraz informacyjny charakter systemów wykrywania włamań wymagały ciągłego monitoringu oraz interwencji administratora, co pociągało za sobą znaczne koszty utrzymania.
- Duża liczba fałszywych alarmów. Powstawały one na skutek wyszukiwania zagrożeń na podstawie statycznych sygnatur ataków. Fałszywe alarmy stanowią duże utrudnienie dla administratorów bezpieczeństwa i mogą prowadzić do przeoczenia prawdziwego ataku.
- Dodatność na ataki typu odmowa usługi (DoS, czyli Denial of Service). Atakujący w łatwy sposób mógł wykorzystać mechanizmy automatycznej reakcji na włamanie do zablokowania systemu. Przeprowadzenie takiego ataku jest banalnie proste, wystarczy, że atakujący podszczy się pod adres IP naszego partnera handlowego, zaatakuje w dowolny sposób serwery chronione przez system wykrywania włamań. System IDS w momencie wykrycia ataku wprowadzi na firewallu blokadę adresów IP naszego partnera handlowego. Po takim ataku nasz partner nie będzie mógł się połączyć z wybranym serwerem.

Największym jednak ograniczeniem systemów IDS jest fakt, że zostały stworzone do wykrycia włamania już

po jego wystąpieniu. Jeśli nawet reakcja na włamanie będzie prawidłowa, to nie stanowi ona wystarczającego zabezpieczenia przed dzisiejszymi atakami. Do zainfekowania systemu wystarczy obecnie jeden pakiet, więc blokada czy rozłączenie połączeń nie są w stanie powstrzymać nikogo, gdyż w momencie wykrycia ataku złowrogi pakiet jest już u celu.

Nowa generacja

Gdy okazało się, że systemy wykrywania włamań nie są wystarczająco skuteczne zaistniała naturalna potrzeba ich przebudowy, idąca tak daleko, że firmy rozwijające tę technologię pokusiły się nawet o zmianę nazwy produktu. Nowa generacja tych rozwiązań określana jako systemy wykrywania i prewencji włamań, w zależności od producenta przyjmuje nazwę IPS (Intrusion Prevention System) lub IDP (Intrusion Detection and Prevention).

Ideą funkcjonowania systemów IDP/IPS jest możliwość wykrycia i zablokowania ataku zanim dotrze on do celu – jest to podstawowa cecha odróżniająca te systemy od ich poprzedników. Zostało to osiągnięte poprzez umieszczenia takiego systemu na drodze pakietu. Każdy pakiet, zanim dotrze do celu musi przejść inspekcję na systemie IDP/IPS, który podejmuje decyzję czy pakiet przepuścić dalej czy też nie.

Pierwsze takie systemy pomimo nowej funkcjonalności wykrywały

włamania na podobnej zasadzie jak klasyczne systemy IDS, to znaczy w oparciu o sygnatury ataków. Było to przyczyną powstawania wielu fałszywych alarmów, które w tym przypadku skutkowały częstą blokadą prawidłowego ruchu. Dziś systemy wykrywania i prewencji włamań korzystają jednocześnie z wielu metod wykrywania włamań, co pozwoliło na wykrywanie nieznanych ataków, a jednocześnie ograniczyło liczbę fałszywych alarmów. W systemach IDP udoskonalono mechanizm wyszukiwania sygnatur ataków tylko w określonym kontekście, wprowadzono kontrolę poprawności protokołów, wykrywanie schematów zachowań, a także stosowanie pułapek (tzw. honeypot) mających na celu oszukanie włamywacza.

Systemy wykrywania włamań przeszły nieuniknioną drogę ewolucji w kierunku systemów prewencji włamań. Samo wykrywanie okazało się niewystarczające, a zaproponowane metody blokowania ataków nieskuteczne. Zmiana architektury systemów wykrywania włamań rozwiązała większość problemów – dziś systemy IDP są nieodzownym elementem infrastruktury sieciowej każdej bezpiecznej sieci – czego zatem możemy się spodziewać jutro?

Zabawa w przewidywanie przyszłości

Coraz większa automatyzacja ataków oraz coraz wyższy stopień zaawansowania wirusów i robaków internetowych powodują, że ochrona przed infekcjami wirusowym coraz bardziej przypomina ochronę przed włamaniami. Ta zbieżność może w niedalekiej przyszłości doprowadzić do zrównania funkcjonalności systemów wykrywania i prewencji włamań z funkcjonalnością systemów antywirusowych. W tym starciu może nie być zwycięzcy, pozostaje tylko pytanie jak będzie się nazywało nowe rozwiązanie posiadające obie funkcjonalności.

Czy funkcje systemów firewall oraz IPS/IDP również zostaną połączone i zastąpione jednym rozwiązaniem? Już dziś istnieją zintegrowane „kombajny”

służące do ochrony bramki internetowej. Posiadają one funkcjonalność systemów firewall, VPN, IDP oraz skanerów antywirusowych. Systemy te, poza wieloma zaletami takimi jak prostota obsługi czy niskie koszty utrzymania, posiadają jedną zasadniczą wadę: z reguły posiadają jedynie podstawową funkcjonalność każdego z tych produktów. Mimo, że doskonale nadają się do ochrony małych sieci o niewielkich wymaganiach bezpieczeństwa, to firmy posiadające wysokie wymagania jeszcze przez jakiś czas skazane są na instalację kilku dedykowanych systemów, gdyż tylko takie rozwiązanie zapewni im wymaganą funkcjonalność.

Coraz większa mobilność systemów komputerowych, rozwijająca się technologia łączy bezprzewodowych, a także coraz łatwiejszy dostęp do sieci powoduje, że w niedalekiej przyszłości każdy komputer będzie stanowił swoistą bramkę do Internetu. Bezpieczeństwo przestanie być już kojarzone jedynie z ochroną styku z siecią publiczną a standardem stanie się ochrona każdego komputera w sieci wewnętrznej w taki sam sposób jak bramki internetowej. Ochronę taką zapewni oprogramowanie instalowane na każdym komputerze, posiadające funkcjonalność osobistej zapory ogniowej, systemu wykrywania włamań, ochrony antywirusowej, a często również narzędzi kryptograficznych pozwalających na zdalny, bezpieczny dostęp do wewnętrznych zasobów firmy. Ochrona stacji użytkowników końcowych (tzw. endpoint security) jest dziś najszybciej rozwijającym się elementem technologii w strategii wszystkich wielkich graczy w dziedzinie bezpieczeństwa, inicjatywa TAP – Total Access Protection firmy CheckPoint, czy NAP – Network Admission Control firmy Cisco – to obecnie najczęściej powtarzane hasła na ustach specjalistów od bezpieczeństwa.

Paweł Kurzelewski

Konsultant w Dziale Bezpieczeństwa i Ochrony Danych



Nowe Technologie

Kwartalnik

numer 4/2005 (04)

Redaktor Naczelny

Grzegorz Błażewicz

Redakcja

Radosław Czyrnek
Izabela Hanus

Projekt graficzny

Łukasz Dąbrowski

Grafika

Agnieszka Szuta

Wydawca

Comarch SA

Al. Jana Pawła II 39a

31-864 Kraków

tel.: (12) 64 61 000

fax: (12) 64 61 100

e-mail: marketing@comarch.pl

www.comarch.pl

Infolinia: 0 801 33 44 55

Druk

Drukarnia Legra

ul. Rybitwy 15a

30-716 Kraków

Nakład:

4 000 egz.

Magazyn Nowe Technologie

jest wydawnictwem bezpłatnym dostępnym w subskrypcji.

Artykuły publikowane w niniejszym wydawnictwie mogą być kopiowane i przedrukowywane za wiedzą i zgodą redakcji.

Nazwy produktów i firm wymienione

w niniejszym wydawnictwie są znakami handlowymi i nazwami towarowymi odpowiednich producentów.



Najchętniej kupowany system **ERP**

Wg raportu dziennika Puls Biznesu (nr 18, 26.01.2005 r.)


CDN XL to kompleksowy, w pełni zintegrowany system informatyczny klasy ERP. Zapewnia pełne wsparcie we wszystkich obszarach działalności gospodarczej przedsiębiorstwa, począwszy od planowania pracy, sterowania zakupami i magazynem, a skończywszy na wytworzeniu i sprzedaży produktów, towarów i usług. Jest dedykowany średnim i dużym przedsiębiorstwom produkcyjnym, handlowym i usługowym. Obecnie z systemu korzysta ponad 800 firm.

COMARCH
SYSTEMY INFORMATYCZNE

CDN
XL

sprawdź
co nowego
w ofercie

Buduj relacje z klientami i zwiększaj zyski



Internet Banking
Credit Process Management
CRM for Financial Services
Insurance Process Management

Comarch jest globalnym dostawcą biznesowych rozwiązań IT, które kompleksowo obsługują relacje z klientami i optymalizują działalność operacyjną oraz procesy biznesowe. Głównym atutem firmy jest głęboka wiedza sektorowa, którą przekazujemy naszym klientom w postaci zintegrowanych systemów informatycznych.

Comarch od ponad dziesięciu lat dostarcza swoje systemy i rozwiązania dla sektora usług finansowych. Klientami firmy są największe banki w Polsce, fundusze inwestycyjne oraz firmy ubezpieczeniowe i leasingowe.

Specjalizujemy się w integracji bankowych systemów informatycznych, zarządzaniu aktywami, obsłudze kredytów, business intelligence, outsourcingu oraz w bankowości elektronicznej.

COMARCH
SYSTEMY INFORMATYCZNE

www.comarch.pl :: tel. (0801) 33 44 55 :: info@comarch.pl