

nowoczesne

www.erp.comarch.pl

Nr 1/2010

zarządzanie

SPOJRZENIE W PRZYSZŁOŚĆ

iKsięgowość24.pl

Comarch OPT!MA 2010

Comarch Retail Innovation Center

SPIS TREŚCI



Rynek docenia sprawdzone strategie

Napływające ze światowych rynków informacje zwiastują ożywienie gospodarcze. Comarch wychodzi z kryzysu

gospodarczego o krok przed konkurencją. Sukces spółki spoczywa na solidnych filarach, jakimi są mądre zarządzanie i skuteczna strategia... O zakończeniu 2009 roku oraz prognozach na 2010 rok opowiada Prezes Comarch SA Janusz Filipiak. Zapraszamy na stronę 6.



Sklep przyszłości - zwyczajnie niezwykłe zakupy

Standardowa oferta przestała być atrakcyjna, dlatego też firmy prześcigają się w pomysłach, nie tylko na przyciągnięcie nowych konsumentów, ale również wywołanie lojalności u już obecnych, a także zwiększenie wartości koszyka zakupowego w obu tych grupach. Jakie nowości pojawiły się w ostatnim czasie w branży handlu detalicznego? Jak będą wyglądać już wkrótce zakupy? Zapraszamy na stronę 40.

Standardowa oferta przestała być atrakcyjna, dlatego też firmy prześcigają się w pomysłach, nie tylko na przyciągnięcie nowych konsumentów, ale również wywołanie lojalności u już obecnych, a także zwiększenie wartości koszyka zakupowego w obu tych grupach. Jakie nowości pojawiły się w ostatnim czasie w branży handlu detalicznego? Jak będą wyglądać już wkrótce zakupy? Zapraszamy na stronę 40.



Środowisko biznesowe Comarch OPTIMA

Oferta Comarch to nie tylko aplikacje obsługujące podstawowe procesy zachodzące w firmie, ale i pomysły na biznes oraz

cała gama rozwiązań dodatkowych, które kreują zupełnie nowe możliwości. Wybór oprogramowania to tak naprawdę wybór partnera w biznesie. O korzyściach z wyboru rozwiązań Comarch i nowych zintegrowanych aplikacjach przeczytaj Państwo, poczynwszy od strony 12.



Social media zmieniają biznes

Social media stają się coraz częściej nośnikiem informacji, mających na celu zwiększenie świadomości marki wśród

konsumentów. Firmy mogą powiadamiać internautów o ważnych wydarzeniach i relacjonować je, wspierać obsługę klienta, organizować konkursy i promocje, czy nawet rekrutować nowych pracowników. Jak wykorzystać to narzędzie w swoim biznesie? Odpowiedź znajdzie Państwo na stronie 34.

3. Od redakcji
4. Aktualności z rynku
5. Spojrzenie w przyszłość
6. Rynek docenia sprawdzone strategie
8. Postaw na PR
10. Oprogramowanie Comarch na progu drugiej dekady XXI w.
12. Środowisko biznesowe Comarch OPTIMA
14. iFaktury24 – witaj w nowym wymiarze fakturowania
16. Outsourcing usług księgowych – iKsięgowość24
18. Nowe iMożliwości dla firm handlowych
20. Program Partnerski – nowoczesna platforma współpracy
22. Zintegrowana oferta w chmurach
24. Serwery x86 stworzone dla nowoczesnej firmy
25. KSN Sanel wdraża Comarch CDN XL
27. Comarch Mobile – nowoczesny biznes każdego dnia
28. Nowoczesne sposoby nauczania z Comarch CDN XL
30. Area Traders z systemem Comarch CDN XL
32. Business Intelligence – nieodłączny element nowoczesnego zarządzania
33. Comarch OPTIMA 2010 – przyjemność korzystania z nowoczesnych rozwiązań
34. Social media zmieniają biznes
36. Analiza ABC – poznaj wartość swoich produktów
40. Sklep przyszłości - zwyczajnie niezwykłe zakupy

Nowoczesne Zarządzanie
numer 1/2010**Redakcja**
Agnieszka Kozłowska
Magdalena Grochala**Korekta**
Magdalena Grochala**Grafiki i skład**
Adam Dąbrowski**Wydawca**
Comarch SA
Al. Jana Pawła II 41g
31-864 Kraków
tel.: 0 12 684 90 01 wew. 1
fax: 0 12 687 71 00**Kontakt dla Czytelników**
marketingerp@comarch.pl
www.erp.comarch.pl**Nakład**
1500 egz.

Nowoczesne Zarządzanie 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.

Szanowni Państwo,

Kiedy Juliusz Verne pisał swoje książki o lotach w kosmos, wszyscy widzieli w nim przede wszystkim sprawnego literata i człowieka o wybujałej wyobraźni, ale mało kto myślał wtedy – wizjoner. Ba! Pewnie niejeden popukał się znacząco palcem w czoło, słuchając wymyślonych przez niego historii. A przecież przyszedł 20 lipca 1969 roku i pierwszy spacer po powierzchni Srebrnego Globu. I choć do dziś część ludzkości święcie wierzy w to, iż lądowanie na Księżycu było tylko wielką mistyfikacją skrzętnie przygotowaną i przeprowadzoną w hollywoodzkich studiach filmowych, nikt nie może zaprzeczyć, że rację miał Verne, pisząc: Ileż to jest spraw, które jeszcze wczoraj budziły sprzeciw, a urzeczywistnił je dzień dzisiejszy!

Odnosi się to również do biznesu. Kiedyś relacje z partnerami w interesach i klientami wymagały bezpośredniego spotkania, a narzędziami wspierającymi były co najwyżej kartka i długopis. Dziś niemal wszystko w tej sferze można zrobić wirtualnie. Prowadzenie sklepu, robienie zakupów, wystawianie faktur, dbanie o lojalność klienta i bezpieczeństwo firmy – tak naprawdę wystarczy do tego komputer i odpowiednie oprogramowanie. Zwykła wizyta w sklepie to już nie spotkanie ze sprzedawcą, tylko przygoda z nowoczesnymi technologiami, wśród których dominują lada prezentujące najnowsze produkty, interaktywne podłogi z ofertą sklepu czy też wirtualne lustra, które bez przymierzania pokazują klientowi, jak wyglądałby w ubraniach wrzuconych do koszyka.

Brzmi jak odyseja kosmiczna? Nic bardziej mylnego – to już świat współczesnego biznesu. Prowadząc przedsiębiorstwo, trzeba nie tylko obserwować bacznie to, co dzieje się wokół, ale też spoglądać w przyszłość, która pewnego dnia niepostrzeżenie stanie się teraźniejszością. Żeby nie zostać w tyle, warto wybrać rozwiązania, które pozwalają być zawsze o krok przed innymi. W tym numerze „Nowoczesnego Zarządzania” przedstawiamy Państwu najnowsze produkty Comarch wspierające przedsiębiorców i wykorzystujące najbardziej zaawansowaną technologię. Mamy nadzieję, że wyjaśnienia naszych ekspertów przybliżą Państwu współczesne trendy i przekonają do podążania za nimi. Decyzja o zainwestowaniu w nowoczesne aplikacje to mały krok dla Państwa, ale wielki krok dla Państwa biznesu. Pomożemy go Państwu uczynić.

Życzymy przyjemnej lektury

Redakcja

CeBIT 2010 – ofensywa produktowa Comarch

Podczas odbywających się w dniach 2-6 marca Międzynarodowych Targów Technologii Informatycznych i Telekomunikacyjnych CeBIT 2010 Comarch wystartował z ofensywą produktową. W Hanowerze zaprezentował wiele innowacyjnych rozwiązań.

Głównym założeniem koncepcji stoiska Comarch na tegorocznych targach CeBIT było stworzenie multimedialnej i interaktywnej prezentacji produktów spółki.

Publiczność CeBIT 2010 mogła poznać nową wersję inteligentnej platformy ERP Comarch ALTUM, kompleksowy system lojalnościowy iReward24 Loyalty Platform oferowany w modelu SaaS oraz narzędzie do modelowania procesów decyzyjnych Comarch Workflow. Na targach zaprezentowano również platformę Comarch ECOD – rozwiązanie do elektronicznej wymiany dokumentów, której wersja 2.0 miała

swoją premierę właśnie w Hanowerze, oraz pokaz nowoczesnego zaplecza Data Center Comarch w Polsce i na świecie.

Swoją premierę podczas ekspozycji w Hanowerze miało też multimedialne stoisko Comarch Retail Innovation Center (Comarch RIC), prezentujące rozwiązania Comarch ERP dla branży detalicznej. W Comarch RIC zastosowano najnowszej generacji sprzęt i oprogramowanie IT, dzięki czemu osiągnięto całkowicie nową jakość procesu zakupów. Odwiedzający mogli sprawdzić działanie innowacyjnych rozwiązań Comarch ALTUM, Comarch Retail, Business Intelligence, Comarch iSklep24 i możliwość ich integracji z Allegro i eBay, a także przyjrzeć się propozycjom ECOD – EDI oraz iReward24.

Prawdziwą atrakcją na stoisku Comarch był wizjonerski, krótkometrażowy film ukazujący niedaleką przyszłość sklepów samoobsługowych.

Francuski gigant stawia na polski system – Comarch ALTUM w Auchan

Auchan Telecom – spółka zależna Auchan Group, działająca na rynku telefonii mobilnej, wybrała Comarch ALTUM. Operator oferujący usługi wirtualnej telefonii komórkowej, należący do działającej w 12 krajach francuskiej sieci hipermarketów, powierzył Comarch ALTUM wsparcie wszelkich procesów biznesowych związanych z bieżącą działalnością firmy, w ramach różnych działów i na różnych poziomach organizacyjnych.

Wdrożona w Auchan Telecom innowacyjna platforma biznesowa Comarch ALTUM jest odpowiedzialna za kompleksową, bezbłędną i płynną obsługę procesu zakupu oraz dostarczania niematerialnych produktów, takich jak kody pin, gry i wiele innych usług mobilnych. System wspiera także procesy weryfikacji faktur od dostawców, obsługi fak-

tur wystawianych dla klientów oraz związane z nimi procesy księgowo.

Kluczowymi czynnikami, które przesądziły o wdrożeniu Comarch ALTUM, były jego otwarta architektura, gwarantująca pełną kompatybilność ze środowiskiem IT w Auchan, a także komplementarne rozwiązanie dla przemysłu telekomunikacyjnego, już wcześniej zaproponowane i wdrożone przez Comarch.

Jednym z priorytetów Auchan Telecom jest zapewnienie bezproblemowej i bezpiecznej obsługi ponad 25 tys. transakcji każdego dnia. Comarch ALTUM wspiera procesy zakupu, dostawy i dystrybucji produktów do klientów pośrednich (ponad 800 supermarketów, hipermarketów i sklepów, należących do 15 sieci handlowych) oraz finalnych użytkowników telefonii komórkowej A-Mobile.

Mercedes-Benz Polska napędzany przez zintegrowaną platformę Automaster z Comarch CDN XL

Comarch i Mercedes-Benz Polska rozpoczynają kolejny etap współpracy. Wdrażają aplikację AmSynch. To efekt udanego opracowania oraz wdrożenia mechanizmu wymiany danych pomiędzy systemami Automaster oraz Comarch CDN XL.

Rozwiązanie AMSynch zapewnia dwustronną wymianę danych pomiędzy znanym w Europie branżowym systemem Automaster – obsługującym salony sprzedaży i serwis – a systemem Comarch CDN XL, funkcjonującym w działach księgowości. Rezultatem wdrożenia jest dwukierunkowa komunikacja pomiędzy systemami, a także gromadzenie danych na wystandardyzowanym planie kont służących do generowania raportów finansowych z salonów dealerskich do polskiej centrali firmy Mercedes-Benz. Są one przecho-

wywane w specjalnej hurtowni danych i służą do zarządzania siecią dealerską.

Komunikacja między systemami odbywa się dwutorowo. Z systemu Automaster do Comarch CDN XL przesyłane są dokumenty handlowe oraz zapisy kasowe, następnie po ich przetworzeniu przez moduł księgowy Comarch CDN XL informacje na temat rozliczeń i płatności wysyłane są z powrotem do Automaster.

W 2010 planowane jest wdrażanie architektury Automaster-AMSynch-Comarch CDN XL w największych salonach dealerskich Mercedes-Benz w całej Polsce.

Rezultatem udanej kooperacji między firmami Comarch SA, Mercedes-Benz Polska i Proferis jest propozycja dalszej współpracy z Comarch i rozwijania aplikacji AmSynch w roku 2010.

SPOJRZENIE W PRZYSZŁOŚĆ

Niedawno pisałem o konieczności stosowania innowacji w biznesie, która staje się kluczem do konkurencyjności. Wprowadzając słowa w czyn i przybliżając naszą wizję przyszłości, ten numer „Nowoczesnego Zarządzania” poświęcamy ostatnim innowacyjnym działaniom Comarch. Przy ich tworzeniu staraliśmy się patrzeć na rynek oczami naszych klientów. Dzięki temu najnowsze rozwiązania, niektóre dopiero w wersji beta, nakierowane są na trzy zasadnicze korzyści, jakich oczekują przedsiębiorstwa: ergonomię i łatwość pracy, redukcję kosztów oraz zwiększanie sprzedaży. Zachęcam zatem do wspierania innowacyjności w biznesie przy wykorzystaniu rozwiązań Comarch.

iFaktury24.pl to prosty program do fakturowania.

Ponieważ pracuje na serwerach Comarch, nie wymaga on instalacji, jedynie dostępu do Internetu. To jeden z najbardziej intuicyjnych systemów do fakturowania na świecie. Program przy wykonywaniu poszczególnych operacji prowadzi użytkownika za rękę. Nie ma ani jednego zbędnego guzika, a informacje (kontrahenci, towary, dokumenty) można wyszukiwać w nim praktycznie tak łatwo, jak za pośrednictwem Google. Produkt kierujemy do firm korzystających z usług biur rachunkowych zgromadzonych w społeczności iKsięgowość24.pl.

iKsięgowość24 to innowacyjne biuro rachunkowe. Pod tym adresem znajdują Państwo ponad 300 biur rachunkowych z całej Polski, które pracują na systemie Comarch OPTIMA i oferują obsługę księgową i kadrowo-płacową dla przedsiębiorstw korzystających z oprogramowania Comarch. W bardzo łatwy sposób mogą Państwo wycenić i zlecić prowadzenie księgowości oraz ewidencji kadrowo-płacowej swojej firmy. Może to być bardzo dobra alternatywa dla własnego działu księgowości lub obecnego biura rachunkowego. Dzięki serwisowi iKsięgowość24.pl można znacznie zredukować koszty obsługi księgowej.


Comarch iSklep24 oraz iGaleria24.pl – nasze rozwiązania e-commerce – pozwalają w szybki sposób zwiększyć sprzedaż, bez konieczności ponoszenia dużych nakładów finansowych. Od ponad 2 lat oferujemy naszym klientom sklep internetowy – Comarch iSklep24, który można szybko uruchomić na naszych serwerach. **Comarch iSklep24** jest

integralną częścią naszych rozwiązań do zarządzania – Comarch OPTIMA, Comarch CDN XL oraz Comarch ALTUM. Dzięki temu już na starcie można wypełnić go towarami z prowadzonego magazynu. W przypadku sprzedaży informacja jest od razu przesyłana do programu magazynowego, gdzie następuje wysyłka, rezerwacja lub zamówienie, gdy danego towaru nie ma na stanie. To rozwiązanie cieszy się ogromną popularnością. Już ponad 350 firm z całej Polski zdecydowało się na uruchomienie własnego sklepu internetowego na platformie Comarch. Od kilku tygodni działa również nasze najnowsze rozwiązanie – **iGaleria24.pl**.

Jest to swego rodzaju namiastka Allegro. Pod tym adresem znajduje się oferta sklepów internetowych naszych klientów (aktualnie blisko 60). Już dzisiaj jest to unikalne miejsce w polskim Internecie, gdzie Kowalski może kupić np. zegarek, wyposażenie biura czy domu, odzież i artykuły sportowe, książki, sprzęt jeździecki, sprzęt komputerowy i oprogramowanie, balsam kapucyński oraz dziesiątki innych artykułów.

Jestem przekonany, że dzięki tym oraz wielu innym innowacyjnym rozwiązaniom Comarch, które prezentujemy w bieżącym numerze „Nowoczesnego Zarządzania”, będą Państwo mogli rozwijać działalność i zwiększać sprzedaż swojej firmy oraz zredukować koszty jej działania.

Zbigniew Rymarczyk
Wiceprezes Zarządu Comarch SA
Dyrektor Sektora ERP



Rynek docenia sprawdzone strategie

Napływające ze światowych rynków informacje zwiastują ożywienie gospodarcze. Comarch wychodzi z kryzysu gospodarczego o krok przed konkurencją. Sukces spółki spoczywa na solidnych filarach, jakimi są mądre zarządzanie i skuteczna strategia – od lat skutecznie wspieranych przez prezesa spółki Janusza Filipiaka.

Ubiegły rok okazał się dla Comarch łaskawszy niż oczekiwania analityków. Ogłoszenie dobrego wyniku rocznego było dla rynku zaskoczeniem. W porównaniu z konsensusem analityków raportowane dane dotyczące czystego zarobku w spółce były aż o 16 proc. wyższe, niż przewidywano. Jak udało się spółce wypracować tak dobry wynik?

Janusz Filipiak: Taki rezultat udało nam się osiągnąć dzięki ciężkiej pracy i skutecznej strategii. Obniżaliśmy koszty, polepszyliśmy jakość produktów i inwestowaliśmy w przyszłość, eksplorując zagraniczne rynki. Udało nam się także poprawić rentowność całej grupy. Może zabrzmi to jak truzizm, ale zwykła konsekwencja w takim działaniu wystarczy, aby osiągnąć sukces, którym teraz może pochwalić się Comarch.

Cieniem na dokonaniach za 2009 r. położyły się straty poniesione przez niemiecki SoftM oraz koszty funkcjonowania spółek założonych przez CCF FIZ. Czy nie jest to niepokojące?

JF: Wierzę, że w 2010 roku nakłady poniesione na te inwestycje zapoczątkują. Owszem, wyniki SoftM w początkowych trzech kwartałach 2009 roku nie napawały optymizmem. Ostatecznie uprościliśmy strukturę organizacyjną firmy, zmniejszając zatrudnienie o kolejne 25 osób. Udało się też zrealizować wspólną strategię marketingową. Zmienione zostały nazwy produktów SoftM na związane z marką Comarch. Wyniki osiągnięte w IV kwartale były już dodatnie, co było możliwe dzięki przeprowadzonej w tej fir-

mie gruntownej restrukturyzacji. To dobrze rokuje na przyszłość. Pokładam w tej spółce duże nadzieje.

Co można wobec tego powiedzieć o prognozach całej grupy na 2010 rok i czym będzie się on różnił od miniego-

JF: To dla nas czas kolejnych wyzwań. Na szczęście w 2010 r. na rynku nie ma już nastroju paniki. Jeszcze rok temu o tej porze w gospodarce panowała destrukcyjna niepewność. Efekt był taki, że nawet inwestorzy z przemyślanymi planami inwestycyjnymi wstrzymywali je w oczekiwaniu na rozstrzygnięcie. To, co w 2010 będzie dla nas najbardziej pozytywne, to nie to, czy PKB wzrośnie o 2 czy 3 proc., tylko fakt, że mamy w końcu stabilną sytuację ekonomiczną. Dla nas oznacza to klienta z pomysłem na rozwój swojego biznesu oraz potrzebą skutecznych rozwiązań informatycznych. Wierzymy w silny wzrost, zwłaszcza za granicą, i zaczynamy nad nim pracować na najwyższych obrotach.

Czy to oznacza, że Comarch ukończy bieżący rok na jeszcze większym plusie?

JF: Myślę, że tak. Po trochę słabszym 2009 roku rok bieżący powinien stać pod znakiem istotnej poprawy wyników, płynących przede wszystkim z działań restrukturyzacyjnych przeprowadzonych w niemieckim SoftM oraz poprawy rezultatów spółek celowych. Dużych szans dla spółki upatruję też w starcie budowy elektronicznej administracji w Polsce. Wierzę, że Comarch będzie brał w niej udział. Niemniej uważam, że obecna wycena rynkowa w pełni

odzwierciedla potencjał do poprawy wyników w tym roku. Uwzględnione w cenach jest też według nas przyszłe zaangażowanie w Plan Informatyzacji Państwa.

Czy w związku z dobrymi bieżącymi wynikami i prognozowanym silnym wzrostem Comarch zapłaci inwestorom dywidendę?

JF: Nie zamierzamy płacić dywidendy inwestorom. Nasza strategia jest niezmienna od wielu lat i jest bardzo przejrzysta. Comarch nie płaci dywidendy, bo forsuje innowacyjność i strategię przedsiębiorstwa rozwojowego. To jest naszą główną siłą napędową. Nasz główny akcjonariusz mniejszościowy – BZWBK – przyjmuje to do wiadomości, w pełni akceptuje, a nawet wspiera. To dobra recepta na radzenie sobie z przedsiębiorstwem w czasach kryzysu i pozwala na bycie o krok przed konkurencją. Prywatnie uważam, że dla indywidualnych inwestorów liczy się wartość akcji, a dywidendę traktują jako instrument poboczny. Tak naprawdę gracze oczekują wyraźnego wzrostu wartości akcji, aby je ewentualnie sprzedać po dobrej cenie. Przeznaczenie wypracowanego zysku na zagraniczny rozwój spółki, a nie na dywidendę, jest przecież jak najbardziej w ich interesie.

Jakie wydatki wobec tego Comarch planuje ponieść na inwestycje w rozbudowę infrastruktury informatycznej?

JF: Mamy dwa duże projekty inwestycyjne: rozbudowę przestrzeni biurowej oraz Data Center w Niemczech i we Francji. Ciekawostką jest to, że mogłoby się wydawać, iż biznes informatyczny nie jest kapitałochłonny. Ale uważam, że nie jest to do końca prawdą. W wielu przypadkach, zwłaszcza w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw, fizyczna obecność firmy w danym kraju jest niezwykle istotna i doceniana przez klientów. Dlatego inwestycje kapitałowe w tym roku wyniosą ok. 3-4,5 mln euro – ze środków własnych. Zarząd jest zdeterminowany, aby obciążenie spółki nie było większe niż w ubiegłym roku, dlatego niektóre plany finansowe będą redefiniowane.

Niedawne komunikaty płynące ze spółki jasno wskazują, że Comarch większość przychodów chce uzyskiwać za granicą. Czy w związku z forsowaną zagraniczną ekspansją spółki można spodziewać się wkraczania na nowe rynki?

JF: Tak. Ale warto zwrócić uwagę na to, że nasza spółka już od dawna jest międzynarodowa i aby się rozwijać, musi poszukiwać dużych rynków zbytu. Już teraz blisko połowa przychodów Comarch pochodzi z zagranicy. Dobrym przykładem jest np. marcowa premiera szóstej już wersji językowej portalu Comarch ECOD. Z portalu mogą korzystać w swoim ojczystym języku mieszkańcy Państwa Środka. Portal w języku wietnamskim był gotowy już w listopadzie ubiegłego roku. Brak bariery językowej zwiększa atrakcyjność naszej oferty. Oczywiście nadal będziemy rozwijać swój biznes na Starym Kontynencie – głównie w Niemczech i Francji. Comarch notuje już kolejny rok z rzędu bardzo dobre otwarcie na zachodzie Europy i ten rynek ma na razie dla nas największe znaczenie – staramy się niezmiennie budować na nim reputację i zyskiwać renomę.

Jak sam Pan zaznaczył, dla rynku zaczyna się teraz szczególny czas – faza pewnego ożywienia. Jaka jest Pańska recepta dla przedsiębiorstwa na pierwszą fazę wychodzenia z kryzysu?

JF: Uważam, że strategia przedsiębiorstwa powinna polegać na dynamicznym rozwoju własnych produktów. Proszę zwrócić uwagę na to, że Comarch jest w większej mierze firmą produkcyjną niż usługową. Dysponujemy dwoma tysiącami informatyków, którzy wciąż rozwijają nowe produkty, a część z nich stale udoskonalają. Choć w kryzysie zamówienia istotnie spadły, to autorskie produkty i usługi zawsze będą sprzedawać się nieźle. Jest to bardzo dobry pomysł na recesję, który mogą polecić każdej spółce. Posiadanie w ofercie takich produktów powoduje, że jesteśmy zawsze w stanie odnaleźć się na rynku. Sprzedaż myśli technicznej to doskonały produkt w XXI wieku. Wytwarzanie własnego oprogramowania to niezwykle atut, którym Comarch podbija rynki światowe i dzięki temu staje się korporacją międzynarodową. Najlepszą podstawą każdego przedsiębiorstwa jest solidny fundament spółki i dobre zarządzanie, gdyż to zawsze jest gwarantem sukcesu w dłuższym horyzoncie czasowym.

W jaki sposób Comarch w związku z tym odnajduje się przy rozwiązyaniu planowania zasobów przedsiębiorstw ERP? Czy mógłby Pan polecić produkty szczególnie dedykowane dla zaawansowanego szczebla zarządzania przedsiębiorstwem? Kończąc, jakie są w Pana ocenie perspektywy tego rynku i jakie kroki należy przedsięwziąć, by osiągnąć długofalowy sukces?

JF: Comarch zawsze pozostawał liderem projektowania i wdrażania takich systemów. Myślę, że nasza siła tkwi w elastyczności i zgrabnym dopasowaniu systemów ERP do specyfiki poszczególnych przedsiębiorstw. Z naszych doświadczeń wynika, że wspomagają one zarządzanie firmą lub nawet grupą współpracujących ze sobą przedsiębiorstw. Moim zdaniem na minionych targach CeBIT na szczególną uwagę zasługiwała premierowa prezentacja multimedialnego stoiska Comarch Retail Innovation Center – przedstawiającego rozwiązanie Comarch ERP dla branży detalicznej. W Comarch RIC zastosowano najnowszej generacji sprzęt, oprogramowanie IT oraz kompleksowe rozwiązania Business Intelligence dla detalistów, dzięki czemu osiągnięto całkowicie nową jakość procesu zakupów. Wracając do drugiej części pytania, jestem zdania, że w polskich przedsiębiorstwach warto położyć większy nacisk na odblokowanie pewnych barier mentalnych, ponieważ uwolni to nasz potencjał – szczególnie ten dotyczący pracy zespołowej, która w nowoczesnym świecie jest niezbędną i powinna być traktowana priorytetowo. Wszystko, o czym mówiłem, to integralne elementy systemów przyszłego świata biznesu i zawsze będą ciepło przyjmowane przez rynek. Tego ostatniego też sobie i wszystkim przedsiębiorcom życzę.

Opracowali:
Jakub Kerlin
Paweł Kozyra

Postaw na PR



Sektor nowych technologii stanowi jeden z najdynamiczniej rozwijających się i konkurencyjnych obszarów gospodarki. Nowoczesne rozwiązania IT czynią codzienne życie biznesu łatwiejszym. Jednak rosnąca liczba firm informatycznych kierujących ofertę do rynku przedsiębiorstw (B2B) sprawia, że przedstawiciele branży IT – producenci komputerów i oprogramowania oraz firmy zajmujące się usługami wdrożeniowymi – potrzebują mediów jak długopisu, komputera czy telefonu. A działania public relations stają się bronią w walce konkurencyjnej.

Wnioski płynące z raportu „Edelman Trust Barometer 2010” pokazują, iż rok 2009 przyniósł zmianę w globalnym trendzie. Zarówno w USA, jak i w większości państw UE to przede wszystkim zaufanie i przejrzystość budują teraz reputację firmy. Wśród najbardziej zaufanych obszarów branży przemysłowej światowym liderem pozostaje sektor technologii z 79-procentowym poparciem respondentów. Polacy w 2009 roku udzielili technologiom poparcia nieco mniejszego od światowych wskaźników, ale ich wynik jest imponujący – 70 proc.

Dlaczego tak istotne z punktu widzenia branży informatycznej staje się budowanie swojego wizerunku w oparciu o wykorzystywanie zaawansowanej technologii, nowoczesności oraz specjalizacji?

Mysłąc o potencjalnym kliencie i jego poziomie wiedzy o produktach i usługach z zakresu nowoczesnych technologii, możemy rozpatrywać kilka realnych scenariuszy. Możliwe, że konsument do tej pory nie zetknął się z takimi produktami, mógł też poznać różne rozwiązania informatyczne z oferty wielu dostawców, ale ich nie

rozumie bądź też po prostu nie wie, które są dla niego najlepsze. Właśnie to niezrozumienie i nieznaną ofertę IT utrudnia lub uniemożliwia potencjalnym nabywcom zakup właściwego rozwiązania spełniającego potrzeby ich przedsiębiorstw. Idąc dalej, także ich sprzedaż osobom, które ich nie rozumieją, niesie dodatkowe ryzyko, a klient bez wiedzy o tych produktach czy usługach jest droższy w obsłudze i często bywa mniej zadowolony.

Dlatego właśnie działania public relations podejmowane przez firmy z sektora nowych technologii są tak

ważne i muszą polegać na umiejętnym przetłumaczeniu funkcji produktu z języka technicznego na język biznesowych korzyści wynikających z jego użytkowania. Zatem proces komunikacji o produktach, usługach i rozwiązaniach IT należy prowadzić w oparciu o edukację konsumenta w zakresie ich funkcjonowania.

Poza tym nie należy zapominać, iż informacje o produktach IT muszą zainteresować zarówno osoby zupełnie niemające o nich pojęcia, jak i te, które znają się na rzeczy. Kluczem w procesie komunikacji jest zatem uwzględnienie stopnia świadomości odbiorców oraz poziomu ich wiedzy specjalistycznej na temat nowatorskiego charakteru ofert firm informatycznych.

W specyfikę branży wpisana jest innowacyjność

Projekt badawczy zrealizowany przez ComPress we wrześniu 2008 roku wśród przedstawicieli 25 redakcji zajmujących się tematyką informatyczną przyniósł ciekawe wnioski. Badanie wykazało, że podstawowym elementem wpływającym na pozytywne postrzeganie usługi, produktu czy rozwiązania IT wśród dziennikarzy jest przede wszystkim jego stopień innowacyjności (58,06 proc. wskazań). W dalszej kolejności ankietowani wymienili zaawansowanie techniczne i profesjonalny sposób informowania (obie kategorie uzyskały 48,39 proc. deklaracji). Na wizerunek oferty IT wpływają również praktyczne aspekty jej wykorzystania (45,16 proc.) oraz atrakcyjność na tle konkurencji (41,94 proc.).

Jak zatem powinno mówić się o rozwiązaniach IT, aby zwrócić na nie uwagę mediów i potencjalnych klientów? Należy przede wszystkim pamiętać, że technologia informatyczna ma ogromne znaczenie dla innowacji biznesowych. Produkty IT bardzo często są innowacyjne nie tylko technologicznie, ale i biznesowo. Ich zadaniem nie jest bowiem wyłącznie optymalizacja pracy, lecz kreowanie nowych źródeł zysku dla przedsiębiorstwa. Dlatego w działaniach PR dotyczących tej branży bardzo ważna jest wyobraźnia biznesowa, dzięki której w komunikacji

skomplikowane procesy informatyczne zostaną przełożone na konkretne działania firmy i uwzględnia indywidualne potrzeby każdego użytkownika.

W przypadku produktów innowacyjnych mamy często do czynienia z sytuacją, w której popyt na nie należy wykreować, gdyż w wielu przypadkach po prostu go nie ma. Oznacza to konieczność zaprojektowania spójnej strategii komunikacji, która pozwoli dotrzeć z przekazem do właściwych osób, wyedukować je, a w rezultacie przekonać do zakupu. Do tego właśnie służą odpowiednie działania PR.

Wykorzystywanie komunikacyjnej i edukacyjnej siły informacji

Głównym aspektem podejmowania wszelkich działań public relations jest komunikacja, która stanowi idealną okazję dotarcia poprzez media do klientów i partnerów biznesowych. Firma, która nie tworzy świadomie i nie kontroluje własnego wizerunku, powinna liczyć się z tym, iż z dużym prawdopodobieństwem ktoś inny zrobi to za nią. Rynek nie znośi próżni, dlatego zawsze ma jakieś zdanie o każdym przedsiębiorstwie – może ono być zgodne bądź sprzeczne z tym, jak chcemy być postrzegani. Jeśli firma nie zarządza swoim wizerunkiem, to nie planuje i nie dąży do tego, by rynek myślał o niej w określony, a nie w dowolny sposób.

W większości przypadków, a zwłaszcza w przypadku nowych technologii, u podstaw pozytywnego postrzegania firmy i jej produktów leży zrozumienie korzyści, które one niosą. Z punktu widzenia odbiorcy komunikatów, a więc potencjalnego klienta i użytkownika rozwiązań IT – najistotniejsze jest poznanie, w jaki sposób produkt sprawdza się „w akcji” oraz jakie korzyści może on przynieść w codziennej pracy przedsiębiorstwa. Publikacja

informacji prasowych, referencji i case studies buduje świadomość marki firmy IT i jej wizerunek wśród potencjalnych i obecnych klientów, będąc jednym z taktycznych elementów długofalowej strategii public relations.

Podstawowym celem tworzenia i dystrybucji informacji prasowych jest kreowanie profesjonalnego wizerunku firmy jako eksperta reprezentującego najwyższy poziom znajomości technologii i produktów informatycznych, posiadającego najwyższe kompetencje, wiedzę i doświadczenie w zakresie ich sprzedaży oraz wdrażania. Eksperckość wzmacnia bowiem bezpośredni przekaz. Należy jednak pamiętać, że działania takie wymagają czasu. Dopiero ciągła i zaplanowana, a nie incydentalna i przypadkowa obecność marki w mediach wpłynie na stworzenie jej pożądanego obrazu medialnego.

Rośnie grono firm, dla których działania public relations stają się szansą na efektywne i długofalowe kreowanie pozytywnego wizerunku wśród swoich obecnych i potencjalnych klientów, a tym samym na zwiększanie sprzedaży oraz zysków. Bo lepsze informacje to trafniejsze decyzje, a jeśli klient zrozumie produkt, to chętniej go kupi.

Łukasz Majewski

Specjalista ds. PR i Social Media
Sektor ERP Comarch SA

Oprogramowanie Comarch na progu drugiej dekady XXI w.

System do zarządzania to narzędzie często niedoceniane w tworzeniu sprzyjającego środowiska potrzebnego do rozwoju przedsiębiorstwa. Nowe technologie zmieniają nasze codzienne życie w prawie każdym jego aspekcie. W szczególności technologie informatyczne mają olbrzymi wpływ na sposób prowadzenia działalności gospodarczej i są warunkiem koniecznym do tego, co w biznesie jest najważniejsze – uzyskiwania i utrzymywania przewagi konkurencyjnej.

Będąc producentem, mamy tego świadomość, dlatego przygotowujemy nasze produkty, czyli oprogramowanie do zarządzania, tak aby użytkownik wykorzystywał w pełni zawarty w nich „know-how”. Dotyczy to zarówno praktycznej wiedzy dotyczącej prowadzenia biznesu we wszystkich jego aspektach, jak i innowacyjnych pomysłów oraz rozwiązań biznesowych, dzięki którym przedsiębiorstwo może się rozwijać, zdobywać nowe rynki, zwiększać przychody, a także bardziej efektywnie wykorzystywać wszystkie swoje zasoby.

Kierunki rozwoju naszych systemów to przede wszystkim:

- innowacyjna funkcjonalność (szybki zwrot inwestycji),
- ergonomia i intuicyjna obsługa,
- rozwiązania branżowe pozwalające na obsługę specyficznych procesów,
- wydajność,
- szybka reakcja na zmiany w przepisach.

Powyższe znajduje wyraz w rozwoju wszystkich produktów przeznaczonych dla poszczególnych rynków.

Comarch ALTUM – nowoczesna platforma ERP, napisana od podstaw w najnowszej technologii, przeznaczona dla średnich firm handlowo-usługowych, wykorzystujących od 5 do 100 komputerowych stanowisk pracy. Innowacyjna koncepcja obsługi procesów biznesowych (Business Process Management) w połączeniu z wbudowanym i kontekstowym systemem kontrollingowym (Business Intelligence) dają niespotykane do tej pory możliwości bieżącej optymalizacji kluczowych procesów w przedsiębiorstwie. Produkt przeznaczony jest na rynki międzynarodowe i Polskę. Trafność koncepcji tego produktu potwierdzają zamówienia klientów – tylko w 3 pierwszych kwartałach po wprowadzeniu na polski rynek sprzedaż Comarch ALTUM przekroczyła 1 mln zł. W połączeniu z dedykowanym do obsługi sieci detalicznych systemem Comarch Retail stanowi

kompleksową ofertę dla branży retail (non-food).

Comarch CDN XL – największy, najbardziej rozbudowany funkcjonalnie, wielobranżowy system ERP od kilku lat jest corocznie najlepiej sprzedającym się systemem ERP w Polsce. Przeznaczony dla średnich i dużych przedsiębiorstw produkcyjnych, serwisowych i handlowo-usługowych, zweryfikowany w ponad 2600 przedsiębiorstwach. Stosowany w firmach średnich – od 5 komputerowych stanowisk pracy – aż po duże korporacje (500 i więcej stanowisk). Na liście referencyjnej znajduje się kilkadziesiąt znanych, wiodących w swoich branżach przedsiębiorstw w całym kraju.

Comarch OPTIMA – program dla niewielkiej (od 1 do 5 stanowisk) firmy, wyposażony we wszystkie potrzebne do prowadzenia działalności handlowo-usługowej funkcje. Dzięki prostocie obsługi oraz dużej liczbie rozwiązań funkcyjnych stanowi codzienne wsparcie w ponad 33 500 małych i średnich firm oraz w biurach rachunkowych.

Patrząc na dzisiejszy rynek oprogramowania do zarządzania w Polsce, oferta Comarch jest wyjątkowa i niepowtarzalna – zarówno w aspekcie wszystkich segmentów rynku (małe-średnie-duże przedsiębiorstwa), jak również pozycji rynkowej (udziału w rynku). Oferta Comarch wyróżnia się dodatkowo szeregiem komplementarnych współpracujących rozwiązań – dla przykładu można wymienić chociażby **Comarch iSklep24** oraz służącą do jego promocji **iGalerię24.pl** – mających na celu automatyczną współpracę i poszerzenie kanału sprzedaży o Internet. Kolejnym przykładem jest **Comarch Mobile**, przeznaczony dla menadżerów, mobilnych sprzedawców i przedstawicieli handlowych oraz magazynierów – również ściśle współpracujących z użytkowanym przez klienta systemem Comarch OPTIMA, Comarch CDN XL czy Comarch ALTUM.

Inwestycja w badania i rozwój

Warto podkreślić, iż Comarch mocno inwestuje w badania i rozwój (ang. R&D), a uzyskane w ten sposób innowacje po weryfikacji rynkowej są implementowane w rozwiązaniach producenta. Niech za przykład posłuży unikalna, ultranowoczesna, szybka wyszukiwarka danych, która jako wynik prac działu R&D zostanie w najbliższym czasie wbudowana we wszystkie produkty Comarch. Kolejnym przykładem jest przygotowany w najnowszej technologii Microsoft Silverlight udostępniony już w wersji beta produkt o nazwie **iFaktury24**, będący praktycznym wynikiem prac Comarch nad nowatorskim podejściem do ergonomii i intuicyjności obsługi.

Na potrzeby segmentu mniejszych firm uruchomiliśmy internetowy serwis **iKsięgowość24.pl**, który stanowi miejsce kontaktowe z jednej strony dla firm szukających dopasowanej do siebie obsługi księgowej, z drugiej dla oferujących je biur rachunkowych pracujących na Comarch OPTIMA. Innowację to w dużej mierze

Internet – dlatego nie można zapominać o modelach usługowych, które są istotnym elementem strategii rynkowej Comarch. Zatem obok instalowanych na komputerze klienta, tradycyjnych aplikacji do zarządzania oferujemy dodatkowo możliwość alternatywną – wynajmowanie tychże rozwiązań w ramach miesięcznego abonamentu. Dzięki temu użytkownik nie musi inwestować w zakup oprogramowania, baz danych czy serwerów, co pozwala przeznaczyć uwolnione w ten sposób środki na rozwój podstawowego biznesu. Obecnie oferujemy w tym modelu wszystkie nasze główne produkty – są to Comarch iOPT!MA24, Comarch CDN iXL24, Comarch iALTUM24. Warto dodać, iż usługi te są zbudowane w oparciu o Comarch Data Center, są standaryzowane, a zatem oferują unikalny stosunek ceny do możliwości, jednocześnie będąc często bezpieczną i tańszą

alternatywą dla coraz liczniejszej grupy użytkowników.

Ponieważ objętość niniejszego artykułu jest ograniczona, serdecznie zapraszam do kontaktu z nami (więcej informacji na www.erp.comarch.pl) oraz naszymi Partnerami dostępnymi w Państwa miejscowościach. Jestem głęboko przekonany, iż – podobnie jak ponad 70 tys. innych małych, średnich i dużych przedsiębiorstw – znajdą Państwo swoją idealnie dopasowaną ofertę Comarch, która wspomże Państwa biznes w dynamicznym rozwoju, czego Państwu, na koniec, serdecznie życzę.

Ryszard Stawarz

Dyrektor Konsultingu ERP/MSP
Comarch SA

Działalność	Wielkość Firmy	Mikro i małe firmy (1 - 5+ stanowisk)	Średnie firmy (6 - 100+ stanowisk)	Przedsiębiorstwa (100 - 500+ stanowisk)
Handel, Dystrybucja		COMARCH OPTIMA iKsiegowosc24.pl	COMARCH CDN XL COMARCH ALTUM	COMARCH CDN XL
Handel detaliczny		COMARCH OPTIMA	COMARCH RETAIL	COMARCH RETAIL
Produkcja		COMARCH CDN XL	COMARCH CDN XL	COMARCH CDN XL
Serwis, Usługi		COMARCH OPTIMA iKsiegowosc24.pl	COMARCH CDN XL COMARCH ALTUM	COMARCH CDN XL
Biura rachunkowe i doradcy podatkowi		COMARCH OPTIMA iKsiegowosc24.pl	COMARCH OPTIMA iKsiegowosc24.pl	COMARCH CDN XL
e-commerce		COMARCH iSklep24	COMARCH iSklep24 PULPIT KONTRAHENTA	COMARCH iSklep24 PULPIT KONTRAHENTA

Środowisko biznesowe Comarch OPT!MA

Dobre prowadzenie biznesu wymaga planowania i przemyślenia celów, do których będzie dążył przedsiębiorca. Równie ważny jest dobór narzędzi wspomagających pracę firmy. Standardowo myśli się w tym momencie o programie, który pozwoli automatyzować codzienne czynności. Ale czy na pewno wystarczy dobry program?

Comarch oferuje swoim klientom znacznie więcej. W ofercie znajduje się nie tylko oprogramowanie obsługujące podstawowe procesy zachodzące w firmie, ale i pomysły na biznes oraz cała gama rozwiązań dodatkowych, które kreują zupełnie nowe możliwości.

Księgowość najlepiej zlecić specjalistom

Każdy przedsiębiorca wie, że jednym z najbardziej kluczowych obszarów działalności do prowadzenia jest księgowość. Dla laików sprawa nie jest trywialna i często wiąże się z różnymi, problematycznymi sytuacjami. Na szczęście można je ominąć, delegując obsługę księgową specjalistom, wykwalifikowanym księgowym, np. zlecając jej prowadzenie na zewnątrz firmy. Jak dobrze wybrać biuro rachunkowe? Na to pytanie odpowiada www.iKsięgowość24.pl.

iKsięgowość24 to model świadczenia usług księgowych przez podmioty zarejestrowane w Społeczności Biur Rachunkowych. Społeczność zrzesza biura rachunkowe, doradców podatkowych oraz inne podmioty prowadzące działalność usługową z zakresu księgowości oraz kadr i płac. Więcej na ten temat przeczytacie Państwo w artykule „Outsourcing obsługi księgowej – iKsięgowość24”.

Dla małych firm Comarch udostępnił dodatkowo www.iFaktury24.pl – nowoczesną aplikację służącą do obsługi fakturowej w małej firmie, dostępną przez przeglądarkę internetową. Dzięki połączeniu z Comarch OPT!MA dokumenty wystawione w iFaktury24 mogą być automatycznie przesyłane do biura rachunkowego. Wybierając najwygodniejszą dla siebie usługę w iKsięgowość24 i korzystając z iFaktury24, przedsiębiorca zapewnia sobie szybkość

i sprawną obsługę rozliczeń w swojej firmie. Także użytkownicy Comarch OPT!MA mogą korzystać z profesjonalnej obsługi księgowej iKsięgowość24. Niewątpliwym atutem takiej współpracy jest możliwość bezpiecznej wymiany danych za pomocą Internetowej Wymiany Dokumentów (IWD). Szczegółowe informacje na temat możliwości tej współpracy odnajdą Państwo na www.iKsięgowość24.pl.

Pozyskiwanie nowych klientów

Bez względu na rodzaj prowadzonej działalności niezwykle ważne jest pozyskiwanie nowych klientów. Jak dotrzeć z ofertą do największego potencjału rynku? Jak pozyskiwać wciąż nowych odbiorców towarów czy usług? Odpowiedź to Internet, kanał informacyjny o największym zasięgu.

Wyróżnij się albo zgiń to brutalne, ale prawdziwe motto dzisiejszych czasów. Sklep internetowy trzeba nie tylko stworzyć, ale również wypromować. W gąszczu innych ofert staje się to coraz trudniejsze. Unikalną możliwością jest skorzystanie z iGaleria24 (www.iGaleria24.pl) – projektu Comarch mającego na celu promocję sklepów internetowych opartych na rozwiązaniu producenta – Comarch iSklep24.

Pozyskiwanie klientów to nadal sprzedaż bezpośrednia. Zamiast czekać, aż klient przyjdzie do Ciebie – to Ty wyjdź do niego. Rozwój technologii pozwolił na wykonywanie niezbędnych transakcji sprzedażowych z wykorzystaniem urządzeń mobilnych. Dzięki integracji Comarch OPT!MA z aplikacją Comarch Mobile firmy uzyskały możliwość pracy przedstawicieli handlowych w terenie poprzez urządzenia typu smartphone czy palmtop. Natomiast właściciel czy menadżerowie niezbędne informacje o firmie mogą mieć zawsze przy sobie (mobilny dostęp do raportów i analiz).

Dbaj o bezpieczeństwo

Na koniec coś, o czym niestety wielu przedsiębiorców zapomina i myśli o tym za późno – bezpieczeństwo danych. W tym wypadku działania prewencyjne będą zawsze tańsze od kosztów związanych z utratą kluczowych dla firmy informacji. W ofercie Comarch pojawiła się usługa iBard24. W ramach iBard24 klient otrzymuje

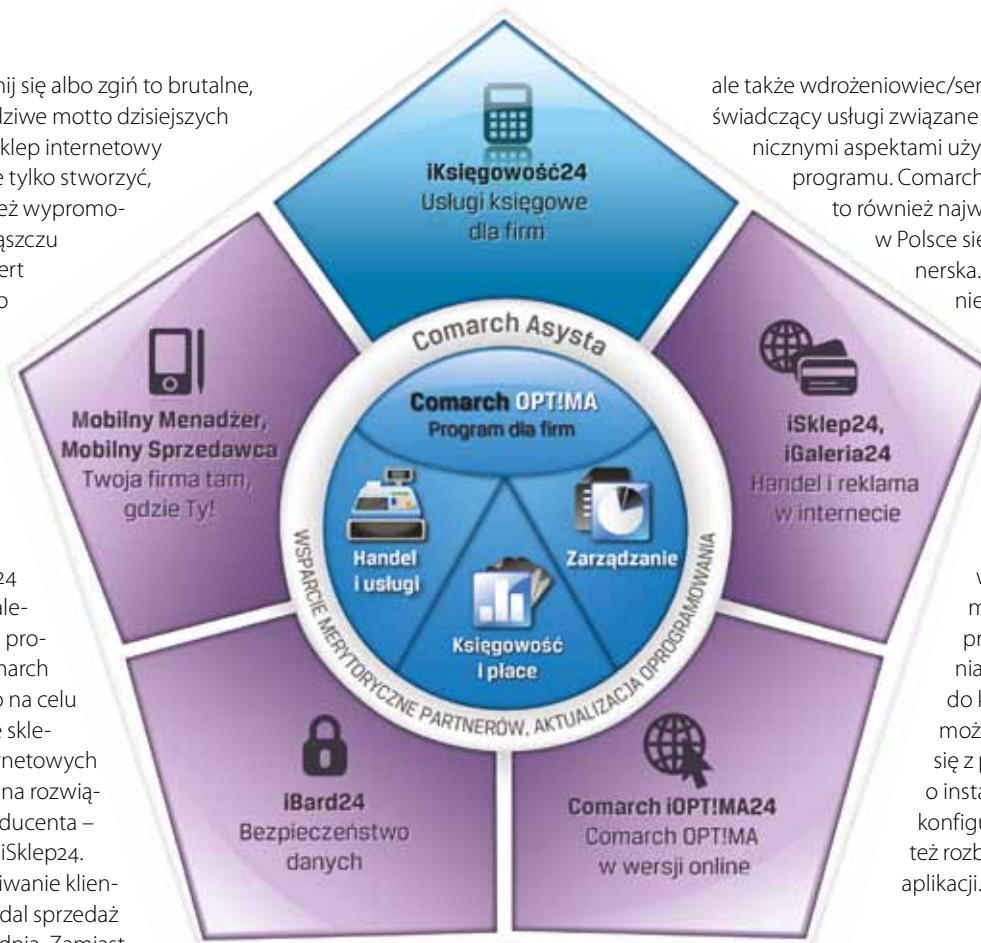
dostęp do indywidualnej przestrzeni dyskowej Centrum Danych Comarch (CDC), gdzie jego dane przechowywane są na nowoczesnych serwerach, chronionych 24 godziny na dobę przed dostępem z zewnątrz, także fizycznie.

Dobrze wybierz partnerów biznesowych

Przedsiębiorca powinien być ekspertem w swojej dziedzinie działalności, nie jest jednak w stanie jednocześnie śledzić nowinek i zmian w wielu obszarach. Z drugiej strony – nie może ignorować dziedzin tak bliskich prowadzeniu biznesu, jak np. narzędzia informatyczne wspomagające zarządzanie firmą czy też zmiany w przepisach. Dlatego też kluczowy jest dobór partnerów biznesowych.

Wybór rozwiązań dla firmy to wybór partnera biznesowego, jakim jest niewątpliwie producent aplikacji,

ale także wdrożeniowiec/serwisant świadczący usługi związane z technicznymi aspektami użytkowania programu. Comarch OPT!MA to również największa w Polsce sieć partnerska. Dzięki niej każdy klient ma możliwość wyboru firmy wdrożeniowej blisko miejsca prowadzenia biznesu, do której może zwrócić się z prośbą o instalację, konfigurację czy też rozbudowę aplikacji.



Spojrzenie w przyszłość

Oferta produktowa Comarch jest niezwykle bogata: od rozwiązań dla małych i średnich firm, po systemy dla firm produkcyjnych czy sieci handlowych. Wybór przez właściciela małej czy średniej firmy programu Comarch OPT!MA to gwarancja, że niezależnie od etapu rozwoju jego biznesu wśród oferowanych przez producenta produktów i usług odnajdzie rozwiązanie dla siebie.

Przedsiębiorca, który zdecyduje się na współpracę z Comarch, ma pewność, że uzyskuje nie tylko najwyższej jakości produkty i dostęp do innowacyjnych narzędzi, ale wchodzi w unikalne środowisko biznesowe, sprzyjające rozwojowi jego firmy. Dzięki niemu może wybić się ponad przeciętność.

Lucyna Chwesiuk

Product Manager Comarch OPT!MA

iFaktury24

– witaj w nowym wymiarze fakturowania

iFaktury24 – najnowszy internetowy projekt Comarch – to jedyne w swoim rodzaju rozwiązanie na polskim rynku. Nowoczesna aplikacja dostępna jest z poziomu przeglądarki internetowej w modelu SaaS (Software as a Service) i służy do łatwego i szybkiego wystawiania dokumentów handlowych oraz podstawowej obsługi klienta online. Rozwiązanie dedykowane jest podmiotom gospodarczym nastawionym na innowacyjność oraz wysoki komfort pracy.

Użytkownik w kilka chwil intuicyjnie może skonfigurować aplikację, dodać kontrahenta, towar oraz wystawić fakturę lub rachunek. Wystawione dokumenty można następnie wydrukować lub przesłać drogą elektroniczną do wybranego biura rachunkowego. iFaktury24 w połączeniu z aplikacją iKsięgowość24 tworzą kompletne rozwiązanie potrzebne do obsługi podstawowych procesów zachodzących w firmie.

Najnowocześniejsza technologia

Rozwiązanie iFaktury24 wyróżnia się na tle konkurencji przede wszystkim zastosowaniem najnowocześniejszych narzędzi technologicznych. Jego cechami charakterystycznymi są – zgodnie z panującymi w branży IT trendami – ponadprzeciętna ergonomia i prostota obsługi. Wykorzystanie technologii Microsoft Silverlight daje praktycznie nieograniczone możliwości przy tworzeniu nowoczesnego i przyjaznego interfejsu użytkownika.

– Od początku stawialiśmy na dużą ergonomię aplikacji, tak aby osoba korzystająca z niej po raz pierwszy miała uczucie, że pracuje z nią od zawsze. Dlatego też przeprowadziliśmy badania pracy na systemie z osobami nieznanymi go, bacznie obserwując ich reakcje. Pozwoliło nam to lepiej zrozumieć potrzeby i zachowania użytkowników końcowych. W efekcie aplikacja kontekstowo dobiera akcje oraz eksponuje te wykonywane najczęściej. Istotnym elementem rozwiązania jest także jego architektura, która zakłada możliwość wymiany dowolnego elementu inter-

fejsu. Przygotowaliśmy nawet wersję, która wygląda dokładnie jak standardowa aplikacja DOS-owa – mówi Michał Zyznarski, architekt w zespole R&D.

Zadowolenie klientów

iFaktury24 skierowane są do biur rachunkowych, które po wykupieniu usługi będą mogły oferować dostępy swoim klientom, oraz bezpośrednio do mikro i małych firm, którym aplikacja umożliwi szybkie wystawianie prostych dokumentów handlowych oraz wysyłanie ich przez Internet do biur rachunkowych.

Integracja z Comarch OPT!MA

iFaktury24 to nie tylko proste wystawianie faktur. Dzięki integracji z Comarch OPT!MA wystawione faktury będą mogły być w prosty sposób wysłane do biura rachunkowego, które zajmuje się obsługą księgową danej firmy.

W dniu nieoficjalnej premiery aplikacji na stronie www.iFaktury24.pl zarejestrowało się aż 200 chętnych do zbadania nowego narzędzia, o którego istnieniu dowiedzieli się tylko dzięki poczcie pantoflowej. Rozwiązanie iFaktury24 do końca roku 2010 będzie całkowicie bezpłatne.

Zaloguj się już teraz na www.iFaktury24.pl

Paweł Regiec
Dyrektor Sprzedaży
iComarch24



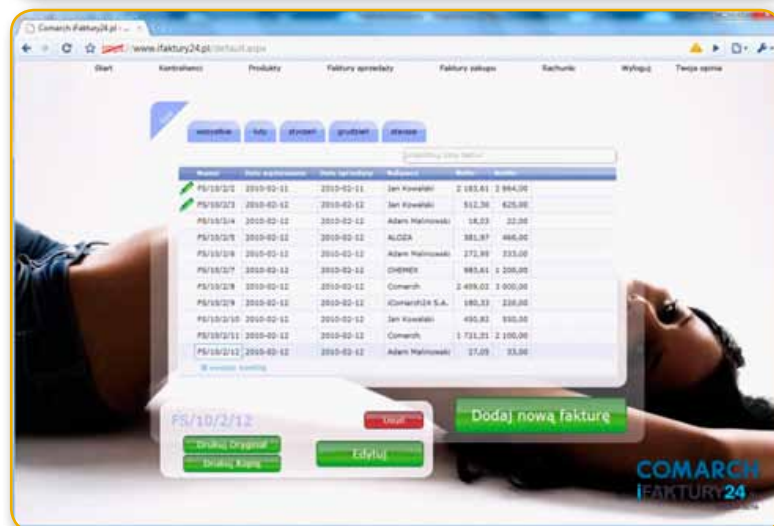
iRozwiązania Comarch to, naszym zdaniem, przede wszystkim unikalna na polskim rynku platforma współpracy biur rachunkowych i ich klientów. Świadome tych innowacyjnych możliwości biura rachunkowe czerpią z nich pełnymi garściami dla siebie i swoich klientów. Nowy produkt – iFaktury24 – dzięki swojej intuicyjności obsługi i integracji z platformą iKsięgo-wość24 powinien stać się hitem wśród klientów biur rachunkowych, w szczególności małych firm usługowych i usługowo-handlowych.

Piotr Malewski
XLE s.c.



www.iFaktury24.pl ... logowanie ... chwila oczekiwania i ... pozytywne zaskoczenie. Jeszcze chwila na konfigurację – dane firmy, NIP, rachunek bankowy, adres – i system gotowy do pracy. Przejrzyste okna, intuicyjne zakładanie kartotek i wystawianie dokumentów. Kilka ruchów myszką – faktura jest wystawiona i wydrukowana. Dodatkowo dostajemy informację o dłużnikach i przeterminowanych płatnościach. Produkt zapowiada się bardzo obiecująco. Gdyby jeszcze dodać... Ale to dopiero wersja beta. Czekam na kolejne wersje i funkcjonalności.

Wojciech Kubara
JAWO-Projekt



Outsourcing usług księgowych – iKsięgowość24

Chcąc wyjaśnić, na czym polega innowacyjność usługi iKsięgowość24, należy na wstępie określić istotę outsourcingu usług księgowych. Tego rodzaju outsourcing to nie tylko rozpowszechniony w państwach Unii Europejskiej oraz Stanach Zjednoczonych model przenoszenia procesów obsługi księgowej z dużej korporacji do wyspecjalizowanej firmy zewnętrznej. To także działanie na poziomie mikro i małych przedsiębiorstw, które powierzają prowadzenie rachunkowości oraz zagadnień kadrowo-płacowych biurom rachunkowym.

Zarówno duże korporacje, jak i małe przedsiębiorstwa decydują się na skorzystanie z outsourcingu przede wszystkim na podstawie kalkulacji kosztów. Koszt utrzymania księgowości to nie tylko wynagrodzenia pracowników, to także koszty specjalistycznych szkoleń podnoszących kwalifikacje, koszty związane z zakupem odpowiedniego oprogramowania i jego aktualizacją oraz koszty wyposażenia i utrzymania biura.

Argumentem przeciw outsourcingowi może być utrata przez przedsiębiorstwo w pewnym stopniu kontroli nad wydzielonym na zewnątrz procesem obsługi księgowej, co może sugerować brak dostępu do bieżących informacji o sytuacji materialnej i finansowej firmy. Biorąc pod uwagę dostępność na rynku nowoczesnych rozwiązań informatycznych, ten argument wydaje się tracić na znaczeniu. Biura rachunkowe dzięki powszechnemu w Polsce dostępowi do Internetu mogą zdalnie udostępniać klientowi dane wprowadzone do systemu księgowego, więc znika problem opóźnionego przepływu informacji.

Przedsiębiorca, który zdecyduje się skorzystać z usług biura rachunkowego, może znacznie obniżyć koszty, nie tracąc jednocześnie dostępu do cennych danych. Warunkiem osiągnięcia sukcesu jest wybranie właściwego biura. W dzisiejszych czasach profesjonalne biuro rachunkowe to nie tylko doskonała znajomość obowiązujących przepisów podatkowych oraz wieloletnie doświadczenie zawodowe, to także otwarcie na innowacyjne rozwiązania technologiczne, wspomagające proces obsługi klientów.

Odpowiedzią na potrzeby rynku w tym zakresie jest usługa iKsięgowość24. Podmioty rejestrujące się w Społeczności Biur Rachunkowych Comarch, prezento-

wane w wyszukiwarce portalu www.iKsięgowość24.pl, to nie tylko specjaliści z zakresu rachunkowości i podatków, to także firmy korzystające z nowoczesnego oprogramowania pozwalającego na automatyzację przepływu dokumentów oraz zdalny dostęp do danych finansowych.

Dlaczego warto wybrać iKsięgowość24?

Lista cech wyróżniających iKsięgowość24 spośród podobnych rozwiązań dostępnych na rynku jest długa, poniżej prezentujemy jedynie kilka wybranych elementów.

Korzyści dla klienta biura rachunkowego:

- klient posiadający oprogramowanie Comarch OPTIMA może znaleźć biuro rachunkowe, które pracując na tej samej aplikacji, będzie mogło znacznie łatwiej i szybciej wprowadzać dane do ewidencji i przekazywać klientowi informacje zwrotne o sytuacji finansowej i majątkowej firmy,
- klient, który właśnie rozpoczyna działalność gospodarczą, kupując oprogramowanie Comarch OPTIMA, może już na starcie zmniejszyć wydatki na obsługę księgową dzięki Internetowej Wymianie Dokumentów automatyzującej wymianę dokumentów pomiędzy firmą a biurem rachunkowym,
- dzięki dostępowi do aplikacji Comarch OPTIMA Pulpit Menadżera klient ma możliwość bieżącego śledzenia wartości przychodów oraz kontrolowania wysokości wydatków. Informacje dostępne przez Internet przez 24 godziny na dobę sprawiają, że księgowość powierzona firmie zewnętrznej może być traktowana jak księgowość prowadzona w tym samym miejscu co działalność gospodarcza.

Korzyści dla biura rachunkowego:

- biura rachunkowe zaangażowane w Społeczność Biur Rachunkowych dzięki prezentacji w portalu zyskują klientów, nie zajmując się działaniami marketingowymi i nie zgłębiając tajników pozycjonowania w wyszukiwarkach internetowych. Promocją zajmuje się producent oprogramowania, z którego biura rachunkowe korzystają,
- Społeczność Biur Rachunkowych to także udział w innowacyjnych projektach, takich jak iFaktury24, gdzie biura rachunkowe wspólnie z Comarch tworzą atrakcyjne narzędzia pracy dla swoich klientów,
- biura rachunkowe zrzeszone w Społeczności Biur Rachunkowych stają się Partnerami Comarch w zakresie obsługi księgowej klientów, bowiem ich usługi stanowią część oferty największego producenta oprogramowania.

DANTE BIURO RACHUNKOWE BIEGŁEGO REWIDENTA

DANTE

WYLICZAM PRZYSZŁOŚĆ

Misja: Jakość jest naszą najlepszą gwarancją pozyskania lojalności klienta; naszą najlepszą ochroną przeciw konkurencji i jedyną drogą umożliwiającą wzrost.

Współpraca z Comarch jest ważnym elementem realizacji misji współczesnego DANTEgo.

Cenię wsparcie marketingowe Społeczności Biur Rachunkowych, ponieważ moje działania ukierunkowane są na profesjonalne świadczenie usług, pozyskiwanie wiedzy i kompetencji w obszarze finansów, rachunkowości i podatków, a przecież równie ważne jest, aby informacja o istnieniu biura rachunkowego dotarła do firmy, która poszukuje bezpiecznego i pewnego partnera do powierzenia swoich danych finansowych. Właściwie przetworzone i zaprezentowane dane finansowe są liczbowym obrazem firmy, wyliczają przyszłość.

Społeczność Biur Rachunkowych jest więc dopełnieniem struktury organizacyjnej prowadzonego przeze mnie biura. Uczestnictwo w projektach tworzonych przez Comarch jest gwarancją sukcesu i prestiżu. Klient ma dostęp do bazy wyselekcjonowanych firm świadczących usługi księgowe na sprawdzonych i bezpiecznych narzędziach informatycznych.

Przynależność do Społeczności Biur Rachunkowych zobowiązuje do dbania o jakość i profesjonalizm, nowoczesność i aktywność. Zapraszam więc do korzystania z produktów Comarch i usług świadczonych przez rekomendowane biura.

Barbara Szmurło

Biegły Rewident

Właściciel Biura Rachunkowego DANTE

www.dante.katowice.pl

KANCELARIA RACHUNKOWA INGA DARIA ORŁOWSKA



Społeczność Biur Rachunkowych jest niewątpliwie ciekawą propozycją Comarch skierowaną do osób poszukujących profesjonalnej obsługi księgowej i kadrowo-płacowej. Dzięki standaryzacji usług i łatwej obsłudze portalu iKsięgowość24, związany ze Społecznością Biur Rachunkowych, umożliwia szybkie dotarcie do właściwego biura. Z drugiej strony uczestnictwo w Społeczności Biur Rachunkowych zwiększa szanse na pozyskanie nowych klientów podmiotom zrzeszonym w Społeczności. Comarch stawia na rozwój portalu iKsięgowość24, na co wskazuje np. uruchomione niedawno Forum Dyskusyjne iKsięgowość24, skierowane do uczestników społeczności oraz innych osób zainteresowanych tematyką branżową.

Jako uczestnik Społeczności Biur Rachunkowych moja firma wykorzystuje także inne rozwiązania, jakie Comarch kieruje do biur rachunkowych. Mam tu na myśli rozwiązania mobilne, jakimi są Pulpit Menadżera i Comarch Mobilny Menadżer. Mobilność to wyróżnik obecnych czasów, cecha ludzi otwartych na nowości informatyczne i korzyści z nich płynące, a do takich ludzi kieruję swoją ofertę.

Inga Daria Orłowska

Właściciel Kancelarii Rachunkowej KRiDO

www.krido.eu

**Plany rozwoju portalu internetowego
www.iKsięgowość24.pl**

Od momentu uruchomienia wersji 1.0 w listopadzie ubiegłego roku systematycznie były gromadzone i analizowane informacje zwrotne z rynku na temat funkcjonalności portalu. W przygotowaniu wersji 2.0 brały udział biura zrzeszone w Społeczności Biur Rachunkowych, które przekazywały swoje pomysły na nowe funkcje. Już w maju zostanie udostępniona nowa wersja portalu, a w niej między innymi:

- oddziały biura i prezentacja zasięgu prowadzonej działalności,
- prezentacja biur, które ostatnio dołączyły do Społeczności Biur Rachunkowych,
- panel administracyjny łączący Internetową Wymianę Dokumentów oraz iFaktury24,
- uproszczony formularz kontaktowy dla potencjalnego klienta w wyszukiwarce,
- opcja zaawansowanego wyszukiwania biur na liście,
- ocena świadczonych usług.

Joanna Pieróg

Product Manager iKsięgowość24

iComarch24

Nowe iMożliwości dla firm handlowych

Coraz więcej firm decyduje się na uruchomienie nowego kanału sprzedaży, jakim jest sklep internetowy. Głównym motorem tej tendencji jest nieustannie rosnąca wartość polskiego rynku sprzedaży internetowej, która w roku 2009 sięgnęła już 13 mld zł.

Z roku na rok coraz więcej Polaków robi zakupy właśnie za pośrednictwem Internetu. Obecnie w Polsce działa ok. 7,5 tys. sklepów internetowych, a ich liczba wzrosła w stosunku do roku poprzedniego o prawie 6 proc. Znaczącą dynamikę wzrostu zanotowało również oprogramowanie Comarch iSklep24, którego sprzedaż w styczniu 2010 roku była aż o 164 proc. wyższa niż w analogicznym okresie roku 2009.

Zakup odpowiedniego oprogramowania dla sklepu internetowego to dopiero początek drogi do sukcesu. W dzisiejszym zatłoczonym świecie Internetu równie istotne jest skuteczne wypromowanie firmowego e-sklepu. Jednym ze sposobów na osiągnięcie tego celu jest obecność na portalach, na których klienci dokonują e-zakupów. Rozwiązanie Comarch iSklep24 oprócz współpracy ze znanymi porównywarkami cen (Ceneo, Nokaut oraz Skąpiec) posiada także pełną integrację z serwisem Allegro. Dzięki niej właściciel Comarch iSklep24 może swobodnie tworzyć aukcje oraz zarządzać nimi w największym w Polsce serwisie aukcyjnym. Wygrane aukcje są konwertowane w zamówienia, które automatycznie trafiają do systemu użytkownika przez klienta – Comarch OPT!MA, Comarch CDN XL lub Comarch ALTUM.

iGaleria24, czyli skuteczna promocja w Internecie

Istotnym elementem skutecznej sprzedaży w Internecie jest promocja własnego e-sklepu, dlatego też Comarch uruchomił dla swoich klientów serwis iGaleria24, obecnie w wersji beta. To pierwsza w Polsce internetowa galeria handlowa stworzona przez producenta oprogramowania. Dzięki obecności w iGaleria24 firmy już od samego początku pracy z Comarch iSklep24 otrzymują skuteczne narzędzie promocji, które wspiera działania związane z pozyskaniem nowych nabywców w Internecie.

iGaleria24 w wersji beta daje właścicielom sklepów internetowych Comarch iSklep24 możliwość prezentacji w serwisie m.in. poprzez przypisanie się do odpowiedniej kategorii, stworzenie wizytówki sklepu, dodanie własnego logotypu, określenie punktów odbioru. W drugiej połowie 2010 roku udostępniona zostanie kolejna wersja aplikacji iGaleria24, wzbogacona między innymi o prezentację i wyszukiwarkę towarów dostępnych w zrzeszonych sklepach internetowych. Przy rozwijaniu serwisu zostanie także położony nacisk na zwiększanie interakcji między sklepami a klientami.



iGaleria24 to kolejna ciekawa inicjatywa Comarch i znacząca wartość dodana do oprogramowania **Comarch iSklep24**. Uczestnictwo w projekcie to dla nas szansa na pozyskanie nowych klientów, dlatego przystąpiliśmy do niego z wielkimi nadziejami – przyznaje Wojciech Kropidłowski, właściciel sklepu z zegarkami **GoldTime.net.pl**.

Już teraz dzięki iGaleria24 można bezpiecznie kupować takie towary, jak: aparaty fotograficzne, notebooki i akcesoria komputerowe, a także książki oraz rowery. Dla bardziej wymagających klientów dostępne są m.in. luksusowe zegarki, sprzęt do nurkowania, elektroniczne papierosy czy nawet zdrowa żywność bezglutenowa. Obecnie w iGaleria24 prezentuje się już blisko 60 z 350 sklepów internetowych korzystających z oprogramowania Comarch iSklep24. Każdego dnia do projektu przystępują kolejne sklepy szukające innowacyjnego kanału sprzedaży.

Rozwój aplikacji iSklep24

W maju ukaże się kolejna już w tym roku wersja Comarch iSklep24. Aplikacja nadal utrzymuje wysokie tempo rozwoju. Każda wersja udostępnia kolejne funkcjonalności. W najbliższej odsłonie wprowadzona zostanie galeria zdjęć towarowych, a także nowe możliwości w zakresie naliczania kosztu dostawy – stworzony zostanie mechanizm umożliwiający uzależnienie kosztu dostawy od wagi towarów. W zakresie wyszukiwania towarów pojawią się zaawansowane opcje, takie jak wyszukiwanie według producenta, marki itp. Nowością będzie również możliwość definiowania tzw. punktów odbioru osobistego.



Aplikacja jest również rozwijana pod kątem rynków międzynarodowych i aplikacji Comarch ALTUM. Comarch iSklep24 zostanie zintegrowany z niemieckim systemem płatności online – Sofortüberweisung.

Zapraszamy na www.iGaleria24.pl

Paweł Regiec
Direktor Sprzedaży
iComarch24

Program Partnerski – nowoczesna platforma współpracy

Comarch to organizacja, w której największą wartością jest wiedza i zdolność do tworzenia innowacji. Firma przeznaczając znaczne środki na rozwój działów R&D, nowych inicjatyw, takich jak portale iFakty24, iKsięgowość24, iGaleria24.

Aby zbudować przewagę konkurencyjną, stale monitorujemy trendy rynkowe, rozwijamy programy oraz struktury, które pozwalają gromadzić wiedzę i stać się w pełni uczącą się organizacją. Nasza współpraca oparta na relacjach klient – Partner – Comarch tworzy swoisty kanał przepływu informacji. Tym właśnie sposobem czerpiemy wiedzę, jakiej dostarczają nam klienci poszukujący pożądanego przez siebie produktów i usług.

Ogromny potencjał, jaki oferuje przyjęty model współpracy, wymaga bardzo intensywnych relacji z naszymi Partnerami biznesowymi. Kluczowe wyznaczniki przyjętego modelu to poziom wzajemnej interakcji, zdolność absorpcji nowych technologii i wiara w sukces nowych inicjatyw. Zastosowanie innowacyjnych rozwiązań w praktyce w dużej mierze zależy od wymienionych czynników oraz ludzi, którzy nie boją się nowych wyzwań. Dlatego też postanowiliśmy doskonalić naszą współpracę oraz relacje z Firmami Partnerskimi Comarch w ramach Programu Partnerskiego. Nasza wizja to rozwój platformy, której celem jest zainicjowanie procesu dzielenia się, rozwoju i pełniejszego wykorzystania wiedzy w tworzeniu innowacji.

W pierwszej kolejności postanowiliśmy przededefiniować kilka podstawowych zasad współpracy z Partnerami Comarch. Poszerzenie oferty produktowej i dążenie do utrzymania wysokich kompetencji w zakresie poszczególnych produktów to główne elementy, wokół których budowane były nowe standardy współpracy. Program Partnerski został wyprofilowany produktowo tak, aby wspierać proces tworzenia strategii Firm Partnerskich w ramach wybranego produktu. Podstawą realizacji projektu nowego Programu Partnerskiego stało się wykorzystanie narzędzi nowoczesnej technologii informacyjno-komunikacyjnej. W efekcie powstał kompleksowy system integrujący procesy związane z obsługą klientów, budową kompetencji Partnerów, wsparciem technicznym oraz handlowym. Wciąż rozbu-

wujemy narzędzia komunikacji w postaci dedykowanych portali, forum oraz aplikacji pozwalających w czynny sposób uczestniczyć w procesie tworzenia wizji naszych produktów. Partnerzy Comarch dostają możliwość przekazania swoich doświadczeń z rynku, zgłaszania własnych propozycji rozwojowych, które mogą zostać zrealizowane w kolejnych wersjach systemów Comarch.

Wizualizację platformy stanowi nowa Mapa Sieci Partnerskiej, na której pozycjonujemy Partnerów zgodnie z osiągnięciami w Programie Partnerskim. Poziom kompetencji i doświadczenie w zakresie wybranego produktu znajdują swoje odzwierciedlenie w statusach Platynowy, Złoty, Srebrny oraz Partner, podlegających cyklicznej weryfikacji.

Jednym z naszych priorytetów, oprócz dostarczania Państwu wysokiej jakości produktów, jest jakość świadczonych usług wdrożeniowych. W ramach przebudowy Programu Partnerskiego poszerzyliśmy możliwości zdobywania wiedzy z zakresu naszych produktów, technologii towarzyszących tego typu rozwiązaniom oraz infrastruktury, w której funkcjonują. Partnerzy Comarch mają dostęp do programu szkoleń i egzaminów certyfikujących. W ramach wybranej ścieżki rozwoju mogą zdobyć tytuł konsultanta z zakresu systemów do zarządzania Comarch. Aby jeszcze bardziej wzmocnić proces podnoszenia poziomu wiedzy Sieci Partnerskiej Comarch, uruchomiliśmy program szkoleń produktowych dofinansowanych z funduszy UE.

Zastosowane rozwiązania dają bardzo pozytywne rezultaty i skutkują wzrostem poziomu satysfakcji klientów. Decydując się na zakup naszego oprogramowania, można liczyć nie tylko na niezawodny i innowacyjny system do zarządzania, ale także na pomoc i fachową obsługę ze strony licencjonowanych Partnerów Comarch.

Aneta Dudziak, Robert Różycki
Chanel Management Sektor ERP Comarch SA

W ramach wprowadzania na rynek naszych innowacyjnych produktów z modelu usługowego w pierwszej kolejności udostępnił je Sieci Partnerskiej. To Partnerzy Comarch jako pierwsi mieli możliwość przetestowania nowych produktów i podzielenia się z nami wrażeniami dotyczącymi ich użytkowania.



Doświadczenie nasze i biur rachunkowych, z którymi współpracujemy, wskazuje na niebywałą skuteczność usługi iKsięgowość24 w pozyskiwaniu nowych klientów.

Jako przykład mogę podać jedno z biur rachunkowych z niewielkiej podwarszawskiej miejscowości. Prowadzi ono obsługę swoich klientów w systemie Comarch iOPT!MA24 od ponad 6 lat. Od początku biuro stawiało na pracę w strukturach rozproszonych, nie chciało ograniczać dostępności swoich usług tylko dla firm z okolicy. Jednak dopiero przystąpienie do Społeczności Biur Rachunkowych w ubiegłym roku umożliwiło mu aktywne działania w zakresie informowania szerokiej rzeszy potencjalnych klientów o jakości świadczonych usług księgowych. Z uwagi na pozyskanie kilku nowych, atrakcyjnych klientów firma musiała trzykrotnie zwiększyć zatrudnienie. Kilku klientów, których udało się pozyskać, ma swoje siedziby w odległych miastach, m.in. Płocku, Lublinie i Białymstoku. Przyjęty model biznesowy i wykorzystanie systemu umożliwiającego pracę rozproszoną okazały się prawdziwym strzałem w dziesiątkę.

Tomasz Piątek

Dyrektor Działu Wdrożeń Liquid Systems



Pomysł z nowymi innowacyjnymi usługami Comarch uważam za bardzo trafiony. Uznając za oczywistą bogatą rdzenną funkcjonalność systemów, spoglądamy na nie z zupełnie innej perspektywy – umieszczamy je w centrum internetowej rzeczywistości. Wykorzystanie potencjału Internetu jako środka komunikacji z klientem na pewno pomoże klientom używającym naszych systemów w rozwoju. Będzie to również ważny argument dla przyszłych klientów, decydujący o wyborze rozwiązań Comarch.

Michał Maliszewski
ADVANTEC



Podobnie jak firma Comarch jesteśmy zdania, że należy wychodzić naprzeciw klientom z sektora MSP i ułatwiać im dostęp do nowoczesnego zarządzania. Dlatego firmom, które chcą korzystać z nowoczesnych rozwiązań informatycznych, przy zachowaniu niskich nakładów finansowych, polecamy usługi oparte na społecznościach. Comarch swą ofertę usług poszerzył o takie platformy, jak: iKsięgowość24, iGaleria24 oraz iFaktury24. Usługi te skupiają się na razie na handlu przez Internet i usługach księgowych.

Atutem tych rozwiązań jest przede wszystkim to, że nie wymuszają na użytkownikach inwestycji w sprzęt. Szczególnie polecamy platformę iKsięgowość24.pl, która tworzona jest wspólnie z biurami rachunkowymi świadczącymi swe usługi w oparciu o system Comarch OPT!MA. Pozwala ona na promocję biur oraz oferowanych usług, a tym samym jest źródłem informacji dla firm szukających obsługi księgowej. Tworzenie społeczności sprzyja rozwijaniu kontaktów i budowaniu silnych relacji partnerskich między firmą i jej klientami końcowymi, co przekłada się na dobrą i długotrwałą współpracę.

Anna Smolińska-Kuc

Konsultant ds. handlowych
Connecto



Innowacyjność to w obecnych czasach klucz do sukcesu. Comarch poprzez uruchomienie nowych projektów, takich jak iGaleria24 czy iKsięgowość24, wychodzi naprzeciw wymogom współczesnego rynku biznesowego. Dla potencjalnych klientów umieszczenie sklepów internetowych działających na rozwiązaniu Comarch iSklep24 w jednym miejscu jest doskonałym pomysłem na stworzenie wirtualnego centrum handlowego. Z kolei firmom poszukującym obsługi księgowej portal iKsięgowość24.pl ma także wiele do zaoferowania. Internet wciąż pozostaje narzędziem przyszłości w biznesie i Comarch to wykorzystuje.

Daniel Kaczmarczyk

Centrum Technologii Informatycznej
Dział Marketingu

Zintegrowana oferta w chmurach

Jednym z najmocniejszych trendów współczesnej informatyki stał się cloud computing. Ta idea – znana informatykom już od dłuższego czasu – niedawno zaczęła się urzeczywistniać. Także w ofercie Comarch.

W odróżnieniu od tradycyjnych rozwiązań, w których każdy użytkownik posiada komputer, zestaw programów na twardym dysku i dzieli się wynikami pracy za pomocą emaili, w technologii cloud computing oprogramowanie instalowane jest tylko na jednym serwerze. Użytkownicy pracując, łączą się z nim, tworząc „chmurę” (ang. cloud). Odbiorcy mogą pracować na wyrafinowanych programach bez konieczności instalowania czegokolwiek na swoich urządzeniach – oprócz oczywiście przeglądarki internetowej. Dodatkowo zyskują możliwość łatwego dzielenia się wynikami pracy, publikowania ich, a nawet udostępniania ich do edycji innym osobom. Można zacząć pisać dokument, a następnie wyjść z biura i powędrować do kawiarenki internetowej, by kontynuować pracę na dowolnym komputerze.

Bezpieczeństwo ponad wszystko

Dzięki połączeniu tego trendu, a dokładnie jednej z jego odmian – SaaS (Software as a Service), z wykonywaniem kopii bezpieczeństwa powstało narzędzie **iBard24 Backup Online**. iBard24 w pełni zabezpiecza dane składowane na komputerach i zapewnia automatyczną aktualność kopii zapasowych, wyposażonych w możliwość szyfrowania danych

kluczem użytkownika (AES 256-bit). Aplikacja po skonfigurowaniu działa w tle, przysyłając dane na serwer szyfrowanym połączeniem SSL 128-bit. Dane są dostępne 24 godziny na dobę praktycznie z każdego miejsca na świecie, wystarczy tylko przeglądarka internetowa.

Wiele firm z sektora MSP przeobraża się wewnętrznie, wybierając dostawców oprogramowania w modelu usługowym, podejmując wysiłki standaryzacji i redukcji kosztów, aby móc spełnić wymagania biznesu. Wdrażając iBard24 Backup Online, cechujący się szybkim czasem konfiguracji z powiązаныmi gwarancjami bezpieczeństwa, firma jest w stanie zredukować koszty zarządzania i zakupu sprzętu. Dostępność danych sprzyja ich przejrzystości i standaryzacji, co z kolei tworzy bardziej przewidywalny model kosztów.



www.iBard24.pl

Lojalność w modelu SaaS

Model SaaS to także przyszłość dla programów lojalnościowych. Przed firmami z sektora MSP otwierają się coraz większe możliwości korzystania z nowoczesnych narzędzi IT służących zarządzaniu programami lojalnościowymi. Jedną

z ciekawszych propozycji jest oferta spółki iReward24, która wprowadziła na rynek innowacyjny, rozbudowany system lojalnościowy w tym modelu.

Zastosowanie modelu SaaS oznacza brak konieczności ponoszenia jednorazowych dużych nakładów inwestycyjnych, krótki czas wdrożenia oraz możliwość elastycznego dostosowania funkcjonalności do potrzeb firmy. Dotychczasowe doświadczenia spółki iReward24 pozwalają przewidywać, że w 2010 roku firmy z sektora MSP coraz chętniej będą sięgać po tego typu rozwiązania. Dzięki SaaS mają możliwość łatwo i stosunkowo niedrogo przekonać się o korzyściach wynikających ze stosowania zaawansowanych rozwiązań. **iReward24 Loyalty Platform** w pełni integruje się z systemami Comarch CDN XL i Comarch ALTUM. Próbkę możliwości rozwiązań po integracji z Comarch ALTUM można było zobaczyć na targach CeBIT w Hanowerze. W zaprezentowanym Comarch Retail Innovation Center karty iReward24 są zarówno identyfikatorem klienta i nośnikiem informacji o jego profilu, jak również narzędziem zapamiętującym jego wybory w samym sklepie.



www.iReward24.pl



Czas na e-fakturę

Kolejnym produktem, który upowszechnił się już w dużych korporacjach, a zyskuje coraz większą popularność w małych i średnich firmach, jest elektroniczna faktura. Powód jest oczywisty – wprowadzenie elektronicznych faktur gwarantuje firmie spore oszczędności nawet przy niewielkiej liczbie wystawianych dokumentów. Każda faktura wystawiona elektronicznie to oszczędność kilku złotych na samej kopercie i kosztach wysyłki oraz wielokrotnie wyższa oszczędność czasu i kosztów pracy osób, które zajmują się księgowaniem. Dzięki szybkiemu potwierdzeniu dostarczenia e-faktury zmniejszają się też koszty związane z opóźnieniami płatności uzasadnianie nieotrzymaniem lub zagubieniem faktury.

eDOC24+

www.eDoc24.pl

Platforma internetowa **eDOC24.pl** to rozwiązanie do kompleksowej obsługi e-dokumentów, między innymi faktur, not odsetkowych i wezwań do zapłaty. W eDOC24 można wystawiać e-faktury bez konieczności kupowania własnego podpisu elektronicznego. Dokumenty przesłane za pośrednictwem platformy spełniają wszystkie wymogi prawne i skarbowe, w tym

wymóg archiwizacji. Z rozwiązania oferowanego przez **iFIN24** korzystają już Lotos Asfalt i wodociągi w Rybniku, finalizowane są kolejne wdrożenia.

ZYSKUJESZ
CAŁĄ DOBĘ **iFIN24+**

www.iFin24.pl

Lekarz przez Internet

System **iMed24** to nowe spojrzenie na rozwiązania informatyczne dla medycyny. Nowoczesna architektura w połączeniu ze sprawdzonymi technologiami pozwala na zastosowanie go zarówno w dużej sieci medycznej, jak i w prywatnym gabinecie lekarskim.

Elastyczność i funkcjonalność systemu iMed24 zaspokoi nawet najbardziej wyszukane potrzeby. Integracja z wieloma systemami zewnętrznymi i otwarta struktura rozwiązania stanowią zupełnie nowe podejście do informatyzacji placówek medycznych. Duży nacisk na interoperacyjność z oprogramowaniem innych firm oraz ergonomię pracy z samym systemem iMed24 powoduje, że nauka jego obsługi jest bardzo szybka, a korzyści z wdrożenia widoczne niemal od razu.

System iMed24 to nie tylko oprogramowanie – to również pozycjonowanie przychodni i gabinetów lekarskich

w wyszukiwarkach internetowych, możliwość udostępnienia pacjentom rejestracji i wyników badań online oraz uatrakcyjnienia własnej strony internetowej przychodni lub gabinetu poprzez umieszczenie na niej elementów interaktywnych.

iMed24.PL

www.iMed24.pl

Wraz z rozwojem naszych aplikacji dbamy również o rozwój Zintegrowanej Oferty Comarch, dołączając do niej produkty pozwalające naszym klientom korzystać z najnowszych technologii. Opisane w tym artykule rozwiązanie iBard24 jest już dostępne w naszej ofercie. Wkrótce pojawią się w niej pozostałe narzędzia.

Zachęcamy Państwa do skorzystania z naszych propozycji.

www.erp.comarch.pl/zoc

Katarzyna Mocio
ZOC Manager
Comarch SA

Serwery x86 stworzone dla nowoczesnej firmy

W marcu br. firma IBM wprowadziła na rynek nową architekturę serwerów System x i BladeCenter, w której pamięć i procesory są rozdzielone, tworząc oddzielne jednostki. Ta unikalna architektura zwiększa wydajność obliczeniową oraz energetyczną serwera.

Inżynierowie z IBM znacznie poszerzyli wydajność platformy x86 poprzez stworzenie technologii „engineering first”, która polega na odłączaniu pamięci z ich tradycyjnego miejsca w procesorze serwera. Pozwala to na osiągnięcie znacznych oszczędności kosztowych dzięki poszerzeniu zasobów pamięci bez konieczności kupna kolejnego serwera. Ta całkiem nowa klasa systemów x86 oferuje sześciokrotnie większą skalowalność od tej dostępnej dziś – zmniejszając stale rosnące koszty centrów danych.

Ilość danych przepływających przez systemy przy przeciętnym obciążeniu podwaja się co roku, podnosząc koszty i obciążając zasoby. Użytkownicy zazwyczaj próbowali poradzić sobie ze wzrastającym obciążeniem, wykorzystując jedyną dostępną metodę dla ich platform, czyli dodawanie większej liczby serwerów. Zwiększało to zarówno koszty energii, jak i koszty administracyjne. Aby uporać się z przyrostem obciążenia, użytkownicy próbowali zwirtualizować fizyczną infrastrukturę x86, przeciążając pojemność pamięci na serwerach, które były wykorzystywane jedynie w jednej piątej ich możliwości z powodu przestarzałej architektury łączącej procesor i pamięć. Dzięki wykorzystaniu eX5 użytkownicy otrzymują elastyczne, wysoko skalowalne systemy, które mogą zredukować o połowę zapotrzebowanie na serwery, obniżyć koszty przechowywania danych o 97 proc. i wysokość opłat licencyjnych o połowę.

Unikalny na rynku specjalny chip IBM umożliwia procesorom w syste-

mach eX5 szybki dostęp do rozszerzonej pamięci i ogromną redukcję latencji pomiędzy pamięcią i procesorem. Piąta generacja chipa z serii IBM X-Architecture występująca w serwerze eX5 wykorzystuje lata doświadczeń IBM w integracji mikroskopijnych elementów, tworząc pierwsze tego typu rozwiązanie działające w oparciu o krzem.

Dzięki niezależnemu skalowaniu oferujemy o 600 proc. więcej pamięci niż ktokolwiek w branży, a technologia nowej generacji flash-storage wykorzystana w portfolio systemów eX5 zapewnia funkcjonalności umożliwiające istotne zmiany w przedsiębiorstwie:

- 30-krotnie lepszą wydajność bazy danych niż w przypadku systemów obecnej generacji,
- o 99 proc. lepsze osiągi w przeliczeniu na 1 wat użytkowanej energii,
- obniżenie kosztów przechowywania danych nawet do 97 proc.,
- operowanie na większej o 78 proc. liczbie „serwerów wirtualnych” przy tych samych kosztach licencyjnych,
- obniżenie kosztów middleware oraz aplikacji – koszty bazy danych w środowisku Microsoft mogą być obniżone o 50 proc., a wydajność rozwiązań systemów ERP może wzrosnąć do trzech razy.

W ciągu 2010 roku IBM wprowadzi na rynek kolejno trzy nowe systemy eX5:

- ultraskalowalną, czteroprocessorową wersję,
- nowy system typu blade,
- serwer o podstawowych funkcjonalnościach oraz przystępnej cenie do obsługi przedsiębiorstw, który stanie

się najbardziej wydajnym serwerem dwuprocessorowym na rynku.

Nowe systemy eX5 obejmują dodatkowe rozwiązania, które podnoszą niezawodność, dostępność i poziom bezpieczeństwa obsługi danych na platformach x86:

- **FlexNode** – umożliwia pojedynczemu systemowi dynamiczne przejście w dwa odrębne systemy i powrót do pojedynczego systemu,
- **Scheduled Provisioning** – uruchamianie interaktywnych aplikacji w ciągu dnia i łatek naprawczych nocą na tym samym systemie,
- **większe bezpieczeństwo** – zdolność do izolowania obciążenia pozwala użytkownikom pracować nawet wtedy, gdy jeden z systemów przestanie działać.

Także aplikacja System Director została zaktualizowana, aby móc współpracować z technologią eX5. Pozwoli ona użytkownikom prekonfigurować serwery, zdalnie przesterowywać system oraz ustanawiać automatyczne aktualizacje i przywracanie systemu. Ponadto IBM planuje zaoferować uproszczone usługi Lab Services, aby pomóc klientom w migracji do systemów eX5 i zmaksymalizować wydajność wirtualizacyjną i bazodanową.

Więcej informacji o IBM: www.ibm.com/pl

Mariusz Ziółkowski
System x Sales Unit Manager
IBM Polska

KSN Sanel wdraża Comarch CDN XL

Krakowska Spółdzielnia Niewidomych Sanel działa od 58 lat, specjalizując się w produkcji szerokiej gamy wyrobów szczotkarskich oraz galanterii metalowej. Firma ma status zakładu pracy chronionej.

Firma klienta

Na coraz bardziej konkurencyjnym rynku KSN Sanel utrzymuje pozycję firmy wiodącej w branży. Zatrudniając w większości osoby niepełnosprawne, dostosowując się do aktualnych trendów rynkowych, systematycznie umacnia pozycję, rozszerza ofertę o nowe produkty. Przeprowadzane przez Zarząd reorganizacje oraz uruchomienia nowych linii produkcyjnych pozwoliły rozszerzyć dominujący profil produkcji obejmujący wyroby szczotkarskie i kosmetyczne o segment wyrobów metalowych i elektro-technicznych. Firma z sukcesem wprowadziła i stosuje systemy zarządzania jakością ISO 9001:2008.

KSN Sanel przykłada priorytetowe znaczenie do utrzymania stałego, wysokiego poziomu technologicznego, coraz wyżej definiowanych celów wydajnościowych oraz wysokiej jakości produkcji.

Sytuacja biznesowa przed implementacją systemu

Firma Sanel pracowała na oprogramowaniu Comarch Klasyka. Dla coraz

nowocześniejszej firmy, budującej przewagę konkurencyjną, konieczne stało się sięgnięcie po bardziej funkcjonalne rozwiązanie. Pojawiła się potrzeba integracji poszczególnych działów firmy: zaopatrzenia, produkcji, sprzedaży. Coraz bardziej potrzebny był dostęp do aktualnych danych z różnych obszarów. Na dynamicznie zmieniającym się rynku firma musi działać szybko i skutecznie; ważny jest dostęp do dokumentów handlowych, cenników, sprawne rozliczenia z kontrahentami. Priorytetem dla firmy produkcyjnej Sanel była dobra organizacja zaopatrzenia w surowce i materiały do produkcji, pozwalająca na zapewnienie płynności pracy bez utrzymywania zbyt wysokich stanów magazynowych. Ważne było zarządzanie stosowanymi technologiami produkcyjnymi, rozliczeniami kosztów produkcji, zamówieniami od kontrahentów oraz planowanie skorelowane z potrzebami rynku. Od docelowego rozwiązania oczekiwano usprawnienia pracy działu rozliczeń i księgowości. Wszystko to wiązało się również z decyzjami Zarządu dotyczącymi



System informatyczny powinien integrować wszystkie działy firmy oraz dostarczać kierownictwu informacji, które pozwolą na szybkie podejmowanie trafnych decyzji. Rynek jest coraz bardziej konkurencyjny, wymaga nowych pomysłów, szybkich działań. Firma produkcyjna powinna mieć do dyspozycji wszelkie dane o aktualnym stanie przedsiębiorstwa, trendach rynkowych, planować wprowadzenie nowych produktów na rynek, być zawsze przed konkurencją, uwzględniając specyfikę KSN Sanel jako Zakładu Pracy Chronionej. Tego przede wszystkim oczekujemy od systemu informatycznego – mówi Jacek Drzymuchowski, Prezes Zarządu KSN Sanel.



Firma klienta:

KSN Sanel
ul. Bandtkiego 19
30-129 Kraków
www.sanel.pl

Firma Partnera:

CDN Partner
w Krakowie sp. z o.o.
ul. Oboźna 31
30-010 Kraków
www.cdnpartner.pl

zmian organizacyjnych; szczególnie w odniesieniu do działu sprzedaży oraz pracy przedstawicieli handlowych.

Rozwiązanie

Sanel postawił na zintegrowany system informacyjny Comarch CDN XL. O wyborze zdecydowały wszechstronne funkcjonalności systemu, odpowiadające specyfice Sanel, zaufanie do marki Comarch, świadomość, że wybrane rozwiązanie jest systematycznie rozwijane przez producenta,

oraz dobre doświadczenia z dotychczasowej współpracy z CDN Partner w Krakowie sp. z o.o. w zakresie utrzymania oprogramowania Comarch. Wdrożenie zostało poprzedzone analizą przedwdrożeniową, podczas której opisane zostały wszystkie procesy i potrzeby Sanel oraz sposób ich odzwierciedlenia w systemie. W ramach wdrożenia zrealizowano:

- instalację i konfigurację bazy danych MS SQL oraz systemu Comarch CDN XL,
- konfigurację poszczególnych obszarów zgodnie z analizą,
- migrację danych,
- szkolenia użytkowników.

Zakres funkcjonalny objął w pierwszej fazie moduły: Administracja, Sprzedaż, Zamówienia, Produkcja, Księgowość, Środki Trwałe, Kadry i Płace. W procesie wdrożenia, szczególnie szkoleń operatorów, dużą wagę przykładano do specyfiki firmy Sanel jako zakładu pracy chronionej. W kolejnym etapie planowana jest implementacja aplikacji Comarch Mobilny Sprzedawca w celu uzyskania pełnego wsparcia dla przedstawicieli handlowych, którzy będąc w terenie, uzyskają możliwość bezpośredniego dostępu do danych w Comarch CDN XL: klientów, zamówień, rozliczeń. Pozwoli to na dotarcie do szerszego grona potencjalnych odbiorców, co w efekcie przełoży się na wzrost sprzedaży.

Korzyści

– Wdrożenie zintegrowanego systemu Comarch CDN XL w Sanel pokazało, jak ważna jest integracja działów przedsiębiorstwa w kontekście zarządzania oraz planowania produkcji. System pozwala kontrolować stosowane technologie, daje natychmiastowy dostęp do ofert, zamówień, historii towarów, rozliczeń – mówi Andrzej Walancik, Kierownik ds. Techniczno-Produkcyjnych w Sanel. – Na bazie dotychczasowych doświadczeń w pracy z Comarch CDN XL będziemy dążyć do uzyskania z systemu jak największej ilości informacji, szczególnie odnośnie rozliczenia kosztów, planowania i nowych technologii.

Wdrożenie Comarch CDN XL pozwoliło na uzyskanie dzięki jednej, zintegrowanej bazie pełnego dostępu do aktualnych danych. Poszczególne działy Sanel mają natychmiastowy wgląd do dokumentów handlowych i magazynowych. Objęcie systemem Comarch CDN XL produkcji pozwoliło na uporządkowanie technologii, powiązanie z działami zaopatrzenia i sprzedaży. Trwają prace wdrożeniowe związane z optymalizacją rozliczeń kosztów produkcji.

W rezultacie wdrożenia:

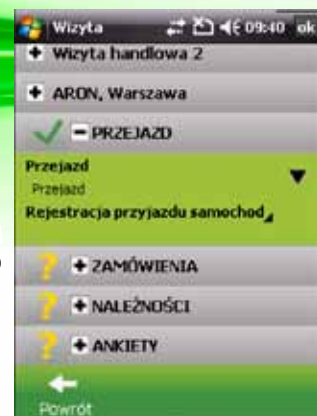
- znacząco poprawiła się kontrola rozliczeń z kontrahentami,
- zwiększyła się liczba rejestrowanych zamówień o około 20 proc. na handlowca,
- dział sprzedaży ma natychmiastowy dostęp do składanych zamówień,
- system pozwala na kontrolowanie stosowanych technologii produkcyjnych, optymalizuje pracę działów zaopatrzenia i gospodarkę magazynową,
- szybkość realizacji zamówień od odbiorców zwiększyła się dwukrotnie,
- bezkolizyjnie uzupełniane są stany magazynowe surowców i półproduktów.

Dlaczego Comarch CDN XL?

– Wybraliśmy Comarch CDN XL, biorąc pod uwagę rosnące wyzwania rynku, którym chcemy sprostać, bardzo dobrą opinię o rozwiązaniach Comarch oraz wiedzę i doświadczenie wdrożeniowe CDN Partner w Krakowie sp. z o.o., a także spodziewając się, że wsparcie tym systemem ułatwi pracę, przyspieszy czasochłonne, powtarzalne operacje, co pozwoli nam w większym niż dotychczas stopniu skupić się na pracy z klientem i na pozyskiwaniu nowych kontaktów – mówi Jacek Drzymuchowski, Prezes Zarządu KSN Sanel. – Nasze dotychczasowe doświadczenia i wnioski z pracy z Comarch CDN XL pozwalają sądzić, że wsparcie dla funkcjonowania naszej firmy, szczególnie jeśli chodzi o zarządzanie produkcją oraz optymalizację działu sprzedaży, będzie coraz większe.

Comarch Mobile

– nowoczesny biznes każdego dnia



Urządzenia mobilne stają się podstawowym narzędziem komunikacyjnym używanym w nowoczesnych firmach, niejednokrotnie ważniejszym od stacjonarnego telefonu czy komputera. W sytuacji, gdy telefon komórkowy, pełniący coraz częściej rolę mobilnego terminala, staje się urządzeniem, z którym niemal się nie rozstajemy, oczekujemy od producentów dostępu do tych samych aplikacji, których używamy na laptopie czy komputerze.

Przyzwyczajeni do urządzeń mobilnych użytkownicy coraz częściej chcą używać ich także w swojej pracy. Analitycy prognozują, że za kilka lat co trzeci pracownik będzie wykonywał swoje obowiązki, wykorzystując do tego urządzenia mobilne, zwiększając tym samym swoją wydajność i skuteczność. Już teraz przedsiębiorcy włączają do użytku urządzenia mobilne w celu usprawnienia obiegu informacji w firmie, a także minimalizowania kosztów jej funkcjonowania. Oczywiście najlepszy efekt uzyskują wtedy, gdy narzędzia mobilne są zintegrowane z wykorzystywanym przez przedsiębiorstwo systemem do zarządzania. W przypadku rozwiązań Comarch funkcjonalność taką zapewnia Comarch Mobile – oprogramowanie urządzeń mobilnych współpracujące z systemami do zarządzania producenta (Comarch CDN XL, Comarch ALTUM, Comarch OPTIMA).

Czym jest Comarch Mobile?

Comarch Mobile to nowoczesna platforma, która umożliwia wykonywanie codziennej pracy za pomocą urządzeń mobilnych (telefonów komórkowych, smartphonów, kolektorów). Dzięki jej

wykorzystaniu menedżerowie mogą skutecznie zarządzać, a handlowcy sprawnie realizować swoje zadania, przebywając poza biurem. Platforma Comarch Mobile pozwala także na ograniczenie pomyłek w pracy magazyniera oraz ogranicza koszty funkcjonowania działu logistyki.

Elastyczna praca poza biurem

Platforma Comarch Mobile znacznie usprawnia pracę zarówno osób zarządzających, jak i wielu pracowników przedsiębiorstwa, uniezależniając ją od miejsca, w którym w danej chwili przebywają. W efekcie menadżerowie mogą mieć wgląd do informacji zarządczej, a przedstawiciele handlowi na bieżąco wystawiać dokumenty dla klienta w sytuacji, gdy są w delegacji czy w trakcie spotkania biznesowego. Comarch Mobile zwiększa także wydajność działań prowadzonych przez osoby wykonujące swoją pracę w magazynie.

Funkcjonalność dostosowana do użytkownika

Comarch Mobile wychodzi naprzeciw potrzebom różnych grup użytkowników. Dla każdej z nich dostępna jest dedykowana funkcjonalność istotna dla zadań realizowanych w przedsiębiorstwie:

- **Comarch Mobilny Menadżer**
Przeznaczony jest dla osób zarządzających firmą. Umożliwia szybki i intuicyjny wgląd do najważniejszych raportów na temat sytuacji przedsiębiorstwa w formie tabel, wykresów, map i kart wyników.
- **Comarch Mobilny Sprzedawca**
Dedykowany dla przedstawicieli handlowych, zapewnia wsparcie

rozległych struktur sprzedaży. W efekcie przebywając bezpośrednio u klienta, sprzedawca może np. wystawić i wydrukować fakturę oraz przyjąć gotówkę za towar. Informacje te bezpośrednio trafiają do systemu ERP. W ramach działań prowadzonych przez dział handlowy możemy przygotować wizyty handlowe u klientów. Mogą przybrać one formę zadań, które pracownik powinien wykonać podczas spotkania. Do zadań może należeć między innymi wypełnienie ankiety, zarówno towarowej, jak i ogólnej, zarejestrowanie przejazdu, dokumentu handlowego (zamówienia sprzedaży, oferty sprzedaży, faktury), przyjęcie wpłaty do nierozliczonych płatności kontrahenta wynikających również z systemu ERP.

- **Comarch Mobilny Magazynier**
Przeznaczony dla pracowników działu logistyki, którzy dzięki wykorzystaniu urządzeń typu kolektor danych sprawniej wykonują pracę w magazynie. Za pomocą urządzenia wyposażonego w czytnik kodów kreskowych (w tym EAN 128) pracownik może automatycznie utworzyć dokument przyjęcia/wydania towaru, skanując kolejne pozycje asortymentu, pobrać z systemu przygotowane dokumenty magazynowe, na podstawie których ma nastąpić przyjęcie/wydanie towaru oraz natychmiastowa weryfikacja ich poprawności.

Więcej informacji znajdą Państwo na www.erp.comarch.pl/mobile.

Aleksandra Czerwik
Konsultant Comarch CDN XL

Nowoczesne sposoby nauczania z Comarch CDN XL

SGGW od wielu lat znajduje się w pierwszej dziesiątce w rankingu najlepszych polskich uczelni wyższych i niezmiennie cieszy się dużym zainteresowaniem młodzieży*. Popularność uczelni wynika z doskonałych warunków infrastrukturalnych, ale też z szerokiej oferty dydaktycznej, której wachlarz dostosowany jest do aktualnych potrzeb rynku pracy i zainteresowań młodych ludzi. Elementem tej oferty są m.in. zajęcia prowadzone w oparciu o system Comarch CDN XL.

O pracy studentów z systemem opowiada dr inż. Rafik Nafkha, Adiunkt w Katedrze Informatyki na Wydziale Zastosowań Informatyki i Matematyki, prowadzący też zajęcia na Wydziale Nauk Ekonomicznych w Szkole Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie.



Dr inż. Rafik Nafkha
Adiunkt na Wydziale Zastosowań Informatyki i Matematyki – w Katedrze Informatyki SGGW w Warszawie. Jest autorem ponad 20 publikacji naukowych drukowanych w czasopiśmie uczelnianych i krajowych. Opracował

również publikację skryptową pt. „Informatyczne systemy zarządzania w praktyce”. Od 2003 roku jest Wykładowcą w Katedrze Informatyki na Wydziale Zastosowań Informatyki i Matematyki Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie – SGGW. Aktualnie prowadzi badania naukowe opierające się na połączeniu systemów klasy Business Intelligence w tzw. „Farmy BI”, wykorzystujące systemy ERP do zasilania danymi.

Co wpłynęło na wybór tego właśnie oprogramowania?

Rafik Nafkha: System Comarch CDN XL jest kompletny, funkcjonalny i w pełni zintegrowany. Oprogramowanie jest proste w obsłudze, co sprzyja pracy ze studentami. Prowadzenie zajęć ułatwia także kompletny opis systemu, czasami zawierający gotowe przykłady zastosowania. Ze względu na swoją budowę modułową Comarch CDN XL może być wykorzystywany w różnych dziedzinach gospodarczych. Oczywiście nie bez znaczenia jest fakt, iż oprogramowanie Comarch CDN XL bardzo dynamicznie się rozwija i jest coraz częściej wykorzystywane przez przedsiębiorstwa.

Jak Pan ocenia funkcjonalność programu Comarch CDN XL?

RN: Funkcjonalność programu oceniam bardzo wysoko. Jest to niezwykle przydatne narzędzie, w dużym stopniu ułatwiające i automatyzujące zarządzanie przedsiębiorstwem. W porównaniu z innymi systemami ERP wypada bardzo korzystnie. Za jego przewagę można uznać dużą

czytelność, przejrzystość oraz łatwość obsługi. Dobór odpowiednich rozwiązań – modułów, a także procesów, coraz dalej posunięta personalizacja sprawia, że system Comarch CDN XL oferuje konkretne, gotowe do zastosowania rozwiązania biznesowe.

W jaki sposób wykorzystują Państwo wersję edukacyjną systemu Comarch CDN XL na swojej uczelni?

RN: Przedmioty prowadzone przeze mnie to *Komputerowe systemy zarządzania w logistyce* dla Wydziału Nauk Ekonomicznych na kierunku Logistyka oraz *Systemy informatyczne zarządzania* dla Wydziału Zastosowań Informatyki i Matematyki na kierunku Systemy Zarządzania. Szczególnie przydatnymi modułami są: Sprzedaż, Zamówienia oraz Import, a także Business Intelligence – do tworzenia wielowymiarowych analiz danych. Tematy zajęć dotyczą modułów Logistyka oraz Obieg Dokumentów – są to np. zarządzanie położeniem w magazynie, sprzedaż i zakupy krajowe oraz zagraniczne, transport itd. Comarch Business Intelligence wykorzystywane jest do śledzenia danych

ilościowych oraz wartościowych na temat transakcji sprzedaży, złożonych zamówień, wielkości zakupów czy stanów magazynowych towarów.

W zależności od rodzaju zajęć, praca przy systemie odbywa się indywidualnie lub zespołowo.

W jaki sposób weryfikuje Pan wiedzę studentów?

RN: Wiedza studentów jest weryfikowana poprzez wykonywanie indywidualnych projektów dotyczących różnych zadań problematycznych w firmach oraz rozwiązywanie konkretnych ćwiczeń, przy wykorzystaniu odpowiednich modułów programu. W sprawdzaniu wiedzy studentów przydatne okazują się też przykładowe testy i materiały edukacyjne otrzymane od Comarch.

Jak studenci odbierają warsztaty wspierane przez Comarch CDN XL?

RN: Studenci nastawieni są pozytywnie – uczestnicząc w tych zajęciach, nabierają praktycznych umiejętności wykorzystywania systemu. Jest to dla nich zazwyczaj pierwsze doświadczenie w pracy z systemem ERP, co powoduje, że zainteresowanie jest spore. Dla studentów ważne jest to, iż producent

oprogramowania cieszy się stabilną i ugruntowaną pozycją na rynku oraz dba o ciągły rozwój systemu – zwiększa to ich szanse znalezienia w przyszłości dobrej pracy.

Jakie zatem korzyści dostrzega Pan w prowadzeniu zajęć w oparciu o Comarch CDN XL?

RN: Dzięki uczestniczeniu w zajęciach z oprogramowaniem Comarch CDN XL studenci zdobędą ogromną wiedzę z zakresu obsługi systemów informatycznych, a co za tym idzie, będą bardziej konkurencyjni na rynku pracy. System ten jest coraz częściej wykorzystywany w przedsiębiorstwach, więc jego znajomość jest dodatkowym atutem.

Ze względu na bogatą funkcjonalność Comarch CDN XL przewidujemy dalsze korzystanie z systemu.

** W 2006, według danych Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego, SGGW była 3. uczelnią w Polsce w rankingu popularności wśród maturzystów*

Opracowała:
Joanna Długa
Konsultant ds. Edukacji



SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego (SGGW) jest najstarszą rolniczą szkołą wyższą w Polsce i czwartą tego typu uczelnią w Europie. Jej początki sięgają **1816 r.** i są związane z utworzeniem Instytutu Agronomicznego w Marymoncie.

Wśród profesorów SGGW obecnych było wielu ludzi o europejskiej sławie i wielu takich, którzy oprócz działalności naukowej odegrali wielką rolę w rozwoju niepodległego państwa polskiego. Należeli do nich m.in. **Józef Mikułowski-Pomorski** – pierwszy rektor SGGW, dwukrotny minister wyznań religijnych i oświecenia publicznego, minister rolnictwa, **Władysław Grabski** – wybitny ekonomista, dwukrotny premier, twórca waluty polskiej – złotego, **Zdzisław Ludkiewicz** – twórca Banku Rolnego i minister reform rolnych. Wielkimi postaciami byli m.in.: **Franciszek Staff, Jerzy Grochowski, Tadeusz Górczyński, Roman Kuntze, Władysław Jedliński**. Honorowymi doktorami SGGW są m.in.: **Papież Jan Paweł II, Prezydent Ignacy Mościcki**, a także laureaci Nagrody Nobla – **Norman Borlaug, Rolf Zinkernagel i Peter Doherty**.

Specjalna Oferta Edukacyjna Comarch

W ramach Oferty Edukacyjnej producent bezpłatnie udostępni oprogramowanie Comarch OPT!MA oraz Comarch CDN XL w pełnej funkcjonalności. Oferta dedykowana jest szkołom średnim, uczelniom wyższym oraz wszelkim innym placówkom edukacyjnym, które chcą wykorzystywać oprogramowanie do prowadzenia działań o charakterze edukacyjno-szkoleniowym.

Comarch OPT!MA i Comarch CDN XL w wersji edukacyjnej to korzyści w postaci:

- 12-miesięcznej gwarancji (z możliwością bezpłatnego przedłużania),
- bezpłatnej aktualizacji systemu,
- materiałów edukacyjnych w wersji elektronicznej,
- upustów cenowych na szkolenia prowadzone przez wykwalifikowanych konsultantów,
- bezpłatnej Comarch Asysta (wsparcie producenta).

Nauka w oparciu o Comarch OPT!MA to także możliwość bezpłatnej certyfikacji uczniów oraz przygotowanie do końcowego egzaminu zawodowego – Comarch OPT!MA jest jednym z systemów, na których przeprowadzany jest egzamin zawodowy dla absolwentów techników i szkół ponadgimnazjalnych w zawodzie technik rachunkowości i technik ekonomista.

Jeśli chcą Państwo uzyskać informacje na temat możliwości nabycia wersji edukacyjnej Comarch OPT!MA i Comarch CDN XL, prosimy o kontakt pod adresem edukacja.erp@comarch.pl. Więcej na www.erp.comarch.pl/edukacja

SGGW w pigułce

- **nowoczesny kampus**
- 70 hektarów powierzchni, 47 budynków o łącznej powierzchni użytkowej ponad 200 tys. m²
- 300 sal wykładowych i ćwiczeniowych, w tym 24 aule, 650 nowoczesnych pomieszczeń laboratoryjnych, 60 pracowni komputerowych
- **doskonałe warunki socjalne**
- 4000 miejsc w 12 dobrze wyposażonych Domach Studenckich, bogate zaplecze gastronomiczne
- **praktyki i staże krajowe oraz zagraniczne**
- **obiekty sportowe**
- kryta pływalnia, korty i hala tenisowa, siłownia, kryta zjeżdżalnia i boiska sportowe
- **28 kierunków studiów**, z których 18 jest realizowanych na 13 wydziałach, a 5 na studiach międzywydziałowych, **60 specjalności, 25 000 studentów, 1200 nauczycieli akademickich, 250 profesorów**

Area Traders

z systemem Comarch CDN XL

Area Traders jest największą w Polsce firmą produkującą freonowe urządzenia chłodnicze, takie jak agregaty skraplające, zespoły sprężarkowe, agregaty wody lodowej oraz wszelkiego rodzaju urządzenia chłodnicze wykonywane według indywidualnych specyfikacji klienta. Aby usprawnić proces zarządzania firmą, Zarząd zdecydował się na wdrożenie Comarch CDN XL.

O firmie

Historia firmy sięga 1986 roku, kiedy to w Barcelonie w Hiszpanii została założona spółka Area Traders SA. W 1995 roku z siedzibą i magazynem we Wrocławiu powstała Area Traders Polska. Charakter prowadzonych działalności w obu przypadkach był ten sam i opierał się na dystrybucji komponentów do chłodnictwa i klimatyzacji. W 2000 roku polska spółka uruchomiła produkcję agregatów skraplających. Jesienią 2005 roku firma przeprowadziła się do nowej siedziby mieszczącej się w Nowej Wsi Wrocławskiej, zlokalizowanej w pobliżu autostrady A4.

Firma swoim zasięgiem działania obejmuje zarówno rynki Europy Wschodniej, Środkowej, jak i Zachodniej. Strukturę Area Traders tworzą spółki w Hiszpanii, w Polsce, na Ukrainie i we Francji.

Oprócz własnych produktów firma oferuje całą gamę komponentów do chłodnictwa i klimatyzacji. Jest przedstawicielem m.in. takich producentów, jak Bristol, Sporlan, Bock, Kobol, LAE.

Sytuacja biznesowa przed implementacją systemu – wyzwania

Rozwój produktu i dostosowanie go do potrzeb klienta jest dla firmy Area Traders równie ważne jak jakość i nie-

zawodność. Zależało nam na budowaniu trwałych i solidnych więzi z naszymi kontrahentami poprzez rozwinięte standardy pracy oraz nastawienie na klienta.

Naszym celem było stworzenie największej i najnowocześniejszej w kraju firmy produkującej urządzenia chłodnicze, do czego wymagane było rozwiązanie, które umożliwiłoby efektywne planowanie, definiowanie i realizację procesów produkcyjnych. Ciągły dynamiczny rozwój firmy powodował coraz nowsze wyzwania. Odkąd objęliśmy swoją działalnością rynku całej Europy, pojawiła się potrzeba automatyzacji procesów sprzedaży i kontaktów z kontrahentami. Współpraca międzynarodowa wymagała pełnego odzwierciedlenia procesu zakupu, z uwzględnieniem odprawy celnej oraz wyliczeniem opłat celnych i wartości przyjmowanego towaru po oczeniu. Niezbędna była również rejestracja zobowiązań w walucie wobec dostawców zagranicznych i w złotych wobec Urzędu Celnego.

Prowadząc swoją działalność w wielu krajach, z coraz większą liczbą kontrahentów, potrzebowaliśmy monitoringu danych ilościowych i wartościowych na temat transakcji sprzedaży, złożonych zamówień czy wielkości zakupów, a także szybkiego

dostępu do innych kluczowych dla firmy informacji i co za tym idzie – analizy poszczególnych danych.

Poszukiwaliśmy systemu, który pozwoliłby osiągnąć wyżej wymienione cele.

Rozwiązanie

Zdecydowaliśmy się na wdrożenie zintegrowanego systemu informatycznego klasy ERP – Comarch CDN XL. Po wnikliwej analizie, która pozwoliła na zdefiniowanie naszych potrzeb, wybraliśmy następujące funkcjonalności systemu: Administracja, Analizy, CRM, Księgowość, Produkcja, Import, Sprzedaż, Środki Trwałe oraz Zamówienia.

Cechy systemu, które zadecydowały o jego wyborze, to między innymi:

- pełna integracja wszystkich modułów systemu,
- praca w oparciu o nowoczesną platformę MS SQL Serwer 2005, gwarantującą wysoki poziom bezpieczeństwa danych,
- rozbudowana funkcjonalność połączona z możliwościami parametryzacji i konfiguracji, dzięki czemu możliwe jest dostosowanie systemu do indywidualnych potrzeb,
- ciągle postępujący rozwój funkcjonalny systemu.



Wdrożenie przeprowadziła firma OMEGA Systems z Wrocławia – Partner Comarch. Cały proces przebiegł bezproblemowo i już w niedługim czasie mogliśmy zacząć pracę z systemem. Praca z systemem Comarch CDN XL umożliwiła nam sprawną obsługę procesów sprzedaży i zakupów, a także w jeszcze większym stopniu usprawniła współpracę z kontrahentami, m.in. dzięki zautomatyzowaniu obsługi zakupów zagranicznych. Dużym usprawnieniem okazało się wdrożenie modułu Produkcja, który zapewnił kontrolę procesu produkcji oraz pełną identyfikację wytwarzanych wyrobów. Dzięki temu firma mogła uniknąć strat związanych ze sprzedażą produktów niespełniających wymagań odbiorcy. System umożliwia dużą elastyczność podczas rejestrowania procesu produkcji, co powoduje, że generowanie i realizacja zlecenia nie paraliżuje procesu produkcji, zapewniając jednocześnie spełnienie wszystkich formalnych warunków niezbędnych dla jej prawidłowej rejestracji. Możliwość ujęcia kosztów w kategorii pozwala natomiast na analizę struktury tych kosztów – możliwe jest ich rozbijanie na podrzędne obiekty produkcyjne, czyli określenie, jaka część kosztu pochodzi z surowców, jaka z robocizny itd. Dzięki temu wzrasta kontrola kosztów, a co za tym idzie – bezpieczeństwo finansowe firmy.

Comarch CDN XL zapewnił dostęp do kluczowych dla nas informacji zgromadzonych w systemie, pozwalając na ich analizowanie w wielu ujęciach. W dużym stopniu usprawniło to proces decyzyjny w firmie, dzięki czemu możliwe jest efektywne planowanie.

Poza wdrożeniem systemu firma OMEGA Systems przeprowadziła również niezbędne szkolenia, wykazując się fachową wiedzą i profesjonalnym podejściem do każdego pojawiającego się problemu. Nasze firmy w dalszym ciągu współpracują w zakresie obsługi serwisowej, z której również jesteśmy bardzo zadowoleni.

Korzyści

Comarch CDN XL usprawnił procesy biznesowe na każdym szczeblu zarządzania firmą, w zakresie którego zdecydowaliśmy się zastosować rozwiązanie. Korzyści, jakie firma uzyskała dzięki wdrożeniu systemu, to między innymi:

- szybki dostęp do zawsze aktualnych danych o stanach magazynowych i wielkości sprzedaży,
- bieżące dane o należnościach kontrahentów i ich rozliczeniach umożliwiające poprawienie płynności finansowej i ograniczenie należności przeterminowanych o 10 proc.,
- brak powtarzalności przy rejestracji dokumentów, gdyż wszystkie znajdują się w jednej bazie danych,
- bieżąca kontrola przychodów i kosztów,
- uproszczenie procesów księgowych,
- automatyzacja procesów logistycznych, dwukrotne zwiększenie rotacji surowców w magazynie, zmniejszenie stanów magazynowych o 20 proc.,
- automatyzacja planowania produkcji,
- możliwość tworzenia raportów dostosowanych do potrzeb klienta.

AREA

Cooling Solutions

Doświadczenie oraz duże kwalifikacje pracowników OMEGA Systems pozwoliły na szybkie i profesjonalne przeprowadzenie wdrożenia systemu. Dzięki zastosowaniu Comarch CDN XL uzyskaliśmy dostęp do bieżących informacji niezbędnych do podejmowania trafnych decyzji.

Wybór systemu wspomagającego zarządzanie Comarch CDN XL był trafną decyzją, a współpraca z firmą wdrożeniową OMEGA Systems Sp. z o.o. trwa do dziś – mówi Paweł Soboń, Dyrektor Finansowy.

Rozwinięte standardy pracy oraz nastawienie na klienta tworzą z firmy Area Traders solidnego partnera w interesach. Świadectwem pracy zgodnej z europejskimi standardami jest przyznany w 2003 roku przez Polskie Centrum Badań i Certyfikacji certyfikat ISO 9001:2002. Potwierdzeniem dynamicznego rozwoju firmy są otrzymane w 2004 i 2005 roku Nagrody Gazele Biznesu jako wyróżnienie redakcji „Puls Biznesu”.

Dane klienta:

Area Traders

55-080 Nowa Wieś Wrocławska
ul. Relaksowa 27
tel. 071 354 56 24, fax 071 354 56 22
e-mail: area@area.pl

Firma wdrażająca:

OMEGA Systems Sp. z o.o.

ul. Komuny Paryskiej 49-51
50-452 Wrocław
tel./fax 071 344 51 74
www.omegasys.pl



Business Intelligence – nieodłączny element nowoczesnego zarządzania

Wielu decydentów zakłada, że posiadanie określonych zasobów wiedzy, pracowników o odpowiednim kapitale intelektualnym czy też innych zasobów związanych z informacją zapewni przewagę konkurencyjną, a co za tym idzie maksymalizację korzyści. Jednak muszą oni sobie odpowiedzieć na zasadnicze pytanie – w jaki sposób można to osiągnąć?

W dzisiejszych czasach coraz więcej firm korzysta z narzędzi informatycznych przy realizacji codziennie wykonywanych czynności. Dzięki nim wiele informacji zostaje wprowadzonych i zapisanych w systemach do zarządzania. Ważne jest, aby dane zostały dostarczone na czas i to w odpowiedniej formie. Dlatego też decydenci coraz częściej wykorzystują w swojej codziennej pracy narzędzia analityczne klasy Business Intelligence.

Od kilku lat raporty firmy analitycznej Gartner potwierdzają, że rozwiązania Business Intelligence są priorytetem na liście inwestycji Dyrektorów IT w przedsiębiorstwach na całym świecie. W badaniu CIO Study aż 86 proc. respondentów z przedsiębiorstw średniej wielkości za kluczowe kwestie uznało analitykę biznesową i rozwiązania analityczne dające możliwość dostrzegania trendów oraz wzorców pośród dużej ilości danych i wydobywania przydatnych spostrzeżeń.

Dlaczego Comarch Business Intelligence?

Każde przedsiębiorstwo powinno dążyć do zwiększania przewagi konkurencyjnej. Analiza procesów biznesowych możliwa dzięki narzędziom Business Intelligence pozwala skutecz-

niej zarządzać firmą, poprzez dostarczenie kompletnej i wiarygodnej informacji o każdym z analizowanych procesów.

– Dzięki gotowym raportom, jakie są dostarczane w Comarch CDN XL BI, mogę szybko uzyskać informacje i analizy o naszych kosztach, sprzedaży czy skuteczności działań reklamowych. Co więcej mogę samodzielnie (z wykształcenia jestem księgowym, nie informatykiem) szybko zmienić raport, np. porównanie sprzedaży rok do roku z miesięcznej na kwartalną lub roczną czy też uwzględniającą 2 lub nawet 7 ostatnich lat. Dzięki BI mogę również szybko sprawdzić, jak sprzedają się poszczególne produkty lub ile zarabiamy na poszczególnych projektach wdrożeniowych – mówi Zbigniew Rymarczyk, Wiceprezes Comarch SA.

Dla kogo Business Intelligence?

Systemy Business Intelligence powstały z myślą o osobach zarządzających przedsiębiorstwem, dostarczają im informacji niezbędnej do monitorowania i zarządzania procesami, za które są odpowiedzialni. Dzięki umożliwieniu analizowania i porównywania danych w intuicyjnym narzędziu kadra zarządzająca nie musi czekać na zamówione w dziale IT raporty i może

działać znacznie efektywniej. Wraz z tendencją do spłaszczania struktur organizacyjnych w firmach na pracowników niższego szczebla przeniesiona została część odpowiedzialności. W związku z tym oni również powinni móc podejmować decyzje w warunkach gwarantujących możliwie najlepszą informację.

Spojrzenie w przyszłość

Wraz ze wzrostem elastyczności rozwiązań Business Intelligence oraz ich dostępności stają się one coraz popularniejsze. Są to już nie tylko dedykowane rozwiązania tworzone pod klucz dla klientów, ale nieodłączne elementy nowoczesnych systemów ERP. Patrząc na rozwój funkcjonalności, można zauważyć coraz większe możliwości modułów do planowania czy monitoringu. W narzędziach udostępnianych użytkownikom pojawia się też coraz większa integracja z aplikacjami biurowymi. Podsumowując, narzędzia BI dostarczają kluczowych informacji do podejmowania decyzji i powinny być nieodłącznym elementem wdrażanych systemów do zarządzania.

Aleksandra Czerwik
Konsultant Comarch CDN XL

Comarch OPT!MA 2010

– przyjemność korzystania z nowoczesnych rozwiązań

We wrześniu pojawi się zupełnie nowa, odmieniona Comarch OPT!MA 2010. Będzie to uwieńczenie prac nad zmianą technologii i ulepszeniami ergonomicznymi programu dla małych i średnich firm.

Jedną z najważniejszych cech narzędzi wspomagających prowadzenie firmy jest ergonomia pracy. Program ma upraszczać codzienne czynności, więc sam musi być intuicyjny w obsłudze, przyjazny użytkownikowi. Jako producent oprogramowania dokładamy wszelkich starań, aby tworzone przez nas aplikacje były nie tylko bogate funkcjonalnie, ale przede wszystkim proste w użytkowaniu.

Od lat badamy rynek i potrzeby klientów, ankietujemy, przeprowadzamy testy aplikacji z udziałem nowych użytkowników. Zdobyta w ten sposób wiedza pozwala nam jeszcze lepiej projektować i programować aplikacje. Ponieważ dotyczy to w szczególności systemów dla małych firm, wprowadzimy rewolucyjne zmiany w Comarch OPT!MA.

Nowe możliwości

Tym, co zauważalne zaraz po uruchomieniu programu, będzie wygląd aplikacji. Zmiana technologii na Microsoft .NET pozwala na większą niż dotychczas elastyczność w kreowaniu graficznej strony programu.

Niezwykłym ułatwieniem w budowaniu własnych prostych raportów będzie możliwość grupowania, sortowania, ukrywania bądź rozszerzania informacji pojawiających się na listach oraz drukowanie tak przygotowanych

zestawień. Możliwa będzie również modyfikacja wyglądu formularzy, zmiana kolejności pól, dodawanie/ukrywanie – dzięki czemu użytkownik będzie mógł dopasować formularze do swoich potrzeb.

Comarch OPT!MA zostanie zmodyfikowana nie tylko na zewnątrz, ale również wewnątrz. Zoptymalizowany zostanie kod programu, funkcje, procedury. Dzięki temu cała aplikacja będzie działać efektywniej i szybciej.

Na ergonomię pracy wpłynie również mechanizm ułatwiający uzupełnianie pól. Przykładowo wprowadzanie podczas wystawiania dokumentu handlowego danych nowego kontrahenta – jeśli użytkownik rozpocznie wpisywanie kodu, nazwy, program podpowie pasujące dane zdefiniowane w słownikach. Analogicznie łatwiejsze będzie wprowadzanie nowych danych słownikowych, takich jak towary, kontrahenci, z poziomu wystawianego dokumentu. Uproszczony zostanie też mechanizm budowania własnych filtrów wyszukiwania. Co więcej – nowe algorytmy wyszukiwania znacznie przyspieszą znalezienie potrzebnych danych. Zmianie ulegnie również wygląd menu – użytkownik będzie mógł wybrać albo klasyczne, jak w obecnych wersjach aplikacji, albo nowe, opracowane w taki sposób, aby naj-

częściej wykonywane operacje nie wymagały rozwijania menu, ale były dostępne z głównego panelu jako przyciski.

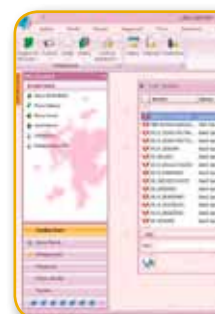
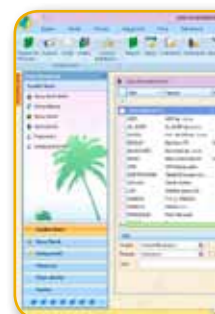
Moduł Analizy zyska zupełnie nowy mechanizm generowania i prezentowania wyników i raportów. Szybsze generowanie, efekowniejsze wizualnie, trójwymiarowe wykresy wpłyną z całą pewnością na komfort pracy właścicieli i pracowników podejmujących w firmie decyzje.

W nowej wersji użytkownik będzie mógł modyfikować wygląd aplikacji – tzw. skórki kolorystyczne, menu aplikacji, przyciski itp. Praca z programem nigdy już nie będzie monotonna, bo skończą się graficzne ograniczenia – wygląd Comarch OPT!MA użytkownik będzie mógł dostosować do swoich upodobań tak, jak tapetę na pulpicie komputera.

Wprowadzone zmiany spowodują, że każdy klient uzyska zupełnie nową jakość pracy. Tak gruntowna przemiana sprawi, że Comarch OPT!MA stanie się najnowocześniejszym i najbogatszym funkcjonalnie rozwiązaniem dla małych firm dostępnym w Polsce.

Lucyna Chwesiuk

Product Manager Comarch OPT!MA



Social media zmieniają biznes

Internet dostarcza nowych możliwości zarządzania relacjami biznesowymi. Chyba każdy zetknął się z fenomenem social media, które na dobre zmieniły sposób komunikacji w sieci. Jednak czy serwisy społecznościowe znajdują również zastosowanie w biznesie?

Innowacyjne kanały komunikacyjne umożliwiające interakcję między internautami, wymianę ich doświadczeń oraz informacji to właśnie social media. Platformy wykorzystywane w mediach społecznościowych pozwalają internautom na niemal nieograniczoną komunikację, a przedstawicielom biznesu na prezentację marki oraz oferty produktowej firmy, kreowanie jej pozytywnego wizerunku i – co najistotniejsze – na bezpośredni kontakt z klientami.

Wśród platform interakcji, z powodzeniem stosowanych w kontaktach B2C, jak i B2B, warto wymienić fora i grupy dyskusyjne (np. GoldenLine), blogi, mikroblogi (np. Blip czy Twitter), serwisy do dzielenia się treścią (np. YouTube) oraz portale społecznościowe (jak np. Facebook).

Narzędzia dla biznesu

Badanie The Global Social Media Check-up, przeprowadzone przez agencję Burson-Marsteller, potwierdza, że największe światowe firmy na dobre wkroczyły do świata mediów społecznościowych. Jak się okazało, 65 proc. ze 100 największych firm z listy Fortune 500 posiada aktywne konto na mikroblogu Twitter, 54 proc. w serwisie Facebook, 50 proc. umieszcza materiały na YouTube, natomiast

swoje blogi prowadzi 33 proc. z nich. Warto podkreślić, iż co piąte przedsiębiorstwo w komunikacji ze swoimi klientami korzysta ze wszystkich wymienionych narzędzi.

Jak pokazały badania, duże firmy już dawno odkryły potencjał marketingowy drzemiący w mediach społecznościowych. Korzyści dostrzegają także małe i średnie firmy, bowiem największą zaletą działań w social media jest właśnie to, że może je prowadzić absolutnie każdy i nie ma znaczenia, czy jest to korporacja zatrudniająca kilkadziesiąt osób, czy też mała lokalna firma.

Aktywność w social mediach niesie ze sobą spory potencjał, w związku z tym również polskie firmy decydują się na prowadzenie takiej działalności.

Bądź tam, gdzie Twój klient

Od kilku miesięcy mamy w Polsce do czynienia z etapem fascynacji nowymi narzędziami komunikacji. Jak w przypadku każdej innowacji warto zadać sobie pytanie – dlaczego? O tym, jak istotnym trendem w wirtualnym świecie są social media, świadczą liczby.

Jak wynika z badania Gemius, prawie 85 proc. użytkowników sieci wskazało Internet jako miejsce, gdzie szuka informacji o markach, produktach i usługach, z których zamierza skorzystać.

Dzisiaj to Google jest głównym miejscem poszukiwania informacji o produktach i usługach, ale dopiero interakcja z innymi ludźmi przynosi sprawdzone informacje. Potrzeba bezpośredniego, łatwego i szybkiego kontaktu stworzyła nowy, bardzo prężny i silny kanał komunikacji pomiędzy biznesem a otoczeniem firmy – obecnymi, jak i potencjalnymi klientami, ale także mediami, analitykami rynku czy partnerami biznesowymi.

Prawie 3/4 badanych przez Gemius zadeklarowało wcześniejsze zapoznanie się z opiniami o markach i produktach przed podjęciem ostatecznej decyzji, czy kupić dany towar. Angażując taką grupę w dialog z firmą, pozyskujemy ambasadorów marki. A to właśnie prosumenci, czyli aktywni konsumenci, są źródłem inspiracji i oceny dla większości internautów.

Siła drzemiąca w sieci

Social media stają się coraz częściej nośnikiem informacji mających na celu zwiększanie świadomości marki wśród konsumentów. Firmy mogą powiadamiać internautów o ważnych wydarzeniach i relacjonować je, wspierać obsługę klienta, organizować konkursy i promocje, czy nawet rekrutować nowych pracowników. Działania komunikacyjne przeprowadzane na



YouTube

Broadcast Yourself™
youtube.com/user/cdn4company



facebook

facebook.com/ComarchERP



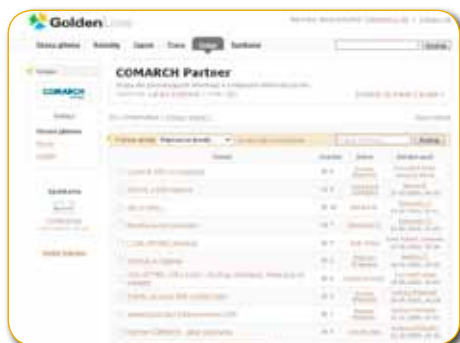
twitter

twitter.com/ComarchERP



blip

ComarchERP.blip.pl



GoldenLine

goldenline.pl/grupa/cdn-user

serwisach społecznościowych są również dobrym wsparciem dla realizowanych przez firmę działań marketingowych i wizerunkowych prowadzonych w tradycyjnych kanałach komunikacyjnych.

Przedsiębiorstwa często ograniczają dyskusję jedynie do własnej marki i oferty. A przecież jest tyle ciekawych tematów obejmujących całą branżę, w której działa firma – poruszając je, firma pozycjonuje się jako ekspert w swojej dziedzinie. Należy pamiętać, że sukcesu w social mediach nie kupuje się wielkością budżetu, lecz ciekawym pomysłem i systematyczną pracą – codzienną aktywnością.

Serwisy społecznościowe są również cennym źródłem branżowych

informacji, pozwalają na poznanie trendów i kierunków rozwoju branży, analizę konkurencji, a monitorowanie prowadzonych w sieci dyskusji umożliwia zorientowanie się w potrzebach i oczekiwaniach konsumentów.

Wykorzystanie potencjału drzemiącego w serwisach społecznościowych do informowania o osiągnięciach i przewagach konkurencyjnych przedsiębiorstwa staje się powoli celem coraz większej liczby firm. Ten rodzaj mediów jest ważną częścią rzeczywistości i przedstawiciele biznesu nie mogą sobie pozwolić, aby w nich nie istnieć.

Łukasz Majewski

Specjalista ds. PR i Social Media
Sektor ERP Comarch SA

Sektor ERP Comarch w sieci mediów społecznościowych

Możliwość budowania relacji z klientami w miejscu, gdzie naturalnie przebywają i gdzie szukają informacji, była przyczyną zaistnienia Sektora ERP Comarch w przestrzeni social media. Uruchomiony został szereg innowacyjnych kanałów komunikacji w serwisach społecznościowych. Comarch ERP ma fanpage na Facebooku, tablicę w Blipie, profil na Twitterze oraz GoldenLine, a także kanał na YouTube. Przyjęta strategia działania zakłada dwustronną komunikację i interakcję z użytkownikami tych serwisów. Fanom, obserwującym, followersom, forumowiczom i subskrybentom serwowane są świeże i bardzo często nigdzie indziej niepublikowane informacje, zdjęcia oraz materiały graficzne i video. Internauci znajdują tam m.in. bieżące dane o bogatej ofercie produktowej firmy, ale także ogólne wiadomości o sektorze ERP w postaci podsumowań, prognoz i trendów. Sektor ERP zaprasza na organizowane konferencje i szkolenia, zamieszcza zabawne ciekawostki branżowe i zachęca do lektury interesujących artykułów. Co miesiąc przygotowywane są również kolejne materiały filmowe, które przybliżają internautom oferowane przez Comarch rozwiązania, a eksperci firmy dzielą się swoją wiedzą z zakresu systemów informatycznych.

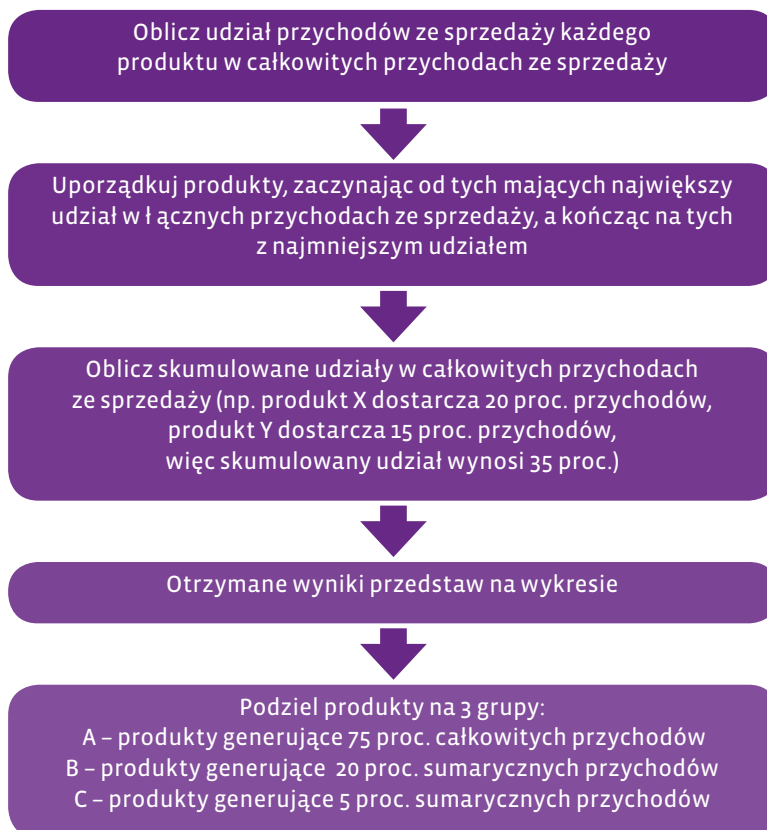
Analiza ABC

– poznaj wartość swoich produktów

Każdej firmie zależy na stworzeniu doskonałej oferty, która przyciągnie wielu klientów i przełoży się na realny zysk. Aby to osiągnąć, rzesze specjalistów pracują nad określeniem optymalnego asortymentu produktów i usług dodatkowych. Świadomie zaplanowana strategia produktowa gwarantuje wzrost zysków ze sprzedaży. Jednak nawet najlepiej przemyślana strategia nie jest gwarantem, że wszystkie produkty będą sprzedawać się równie dobrze.

Wiedza o globalnej wartości sprzedaży jest bardzo cenna, ale pełni głównie funkcję informacyjną, pozwalając na wyciąganie ogólnych wniosków. Aby zaplanować konkretne działania związane z zarządzaniem ofertą produktową, musimy wiedzieć, **na czym konkretnie zarabiamy**. Eksperti od zarządzania proponują wykorzystanie w tym celu **analizy ABC**. Analiza ABC ma swoje korzenie w znanej powszechnie regule Pareto, w myśl której 20 proc. przyczyn prowadzi do osiągnięcia aż 80 proc. efektów. Zasadę tę można stosować na różnych płaszczyznach, sprawdza się m.in. w biznesie (np. 20 proc. klientów przynosi firmie 80 proc. przychodów ze sprzedaży).

Analiza ABC pozwala na podział asortymentu oferowanego przez firmę na trzy grupy, różniące się pod względem liczebności i wielkości generowanych przychodów. Jak to wygląda krok po kroku?



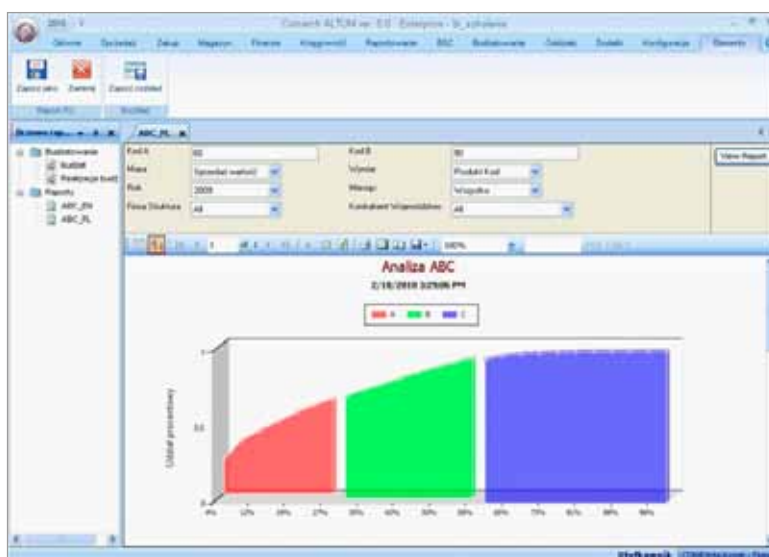
Oczywiście nie ma potrzeby wykonywania wszystkich tych czasochłonnych operacji ręcznie. Platforma Comarch ALTUM została wyposażona w predefiniowaną analizę ABC, która jest wbudowana w system. Dzięki temu każdy pracownik w kilka sekund może przygotować analizę typu ABC – wystarczy jedynie określić podstawowe parametry, takie jak perspektywa czasowa czy region.

Analizę ABC można prowadzić dla sprzedaży lub zakupu (wartościowo lub ilościowo), w kontekście produktów oraz kontrahentów.

W efekcie przeprowadzenia analizy ABC otrzymujemy wyniki, które mogą początkowo być zaskakujące. W zdecydowanej większości przypadków okazuje się, że jedynie 5 proc. produktów przynosi firmie aż 75 proc. przychodów ze sprzedaży. Produkty te wchodzi w skład grupy A, którą można nazwać grupą kluczowych produktów.

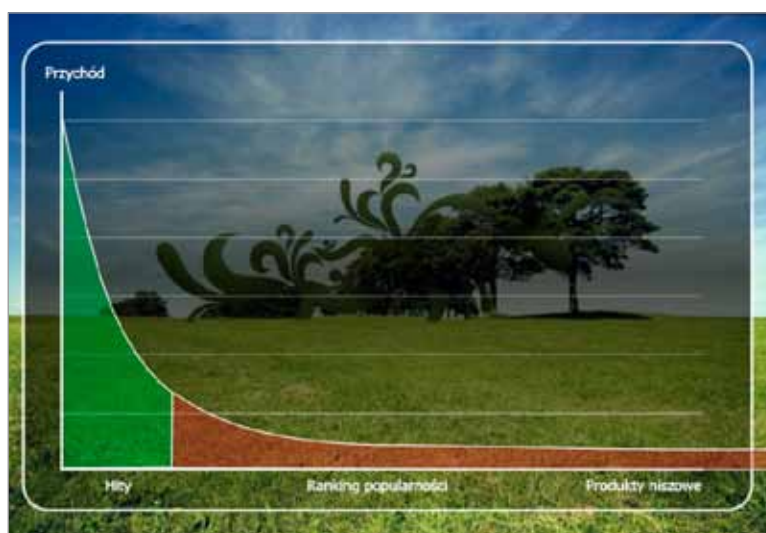
Szczegółowy podział na grupy wygląda następująco:

- **Grupa A** – towary generujące 75 proc. sumarycznych przychodów. Są to towary kluczowe, najcenniejsze dla firmy, ponieważ przynoszą największe przychody. Bardzo ważne jest posiadanie odpowiedniego poziomu zapasów tych towarów w magazynie, a także dbałość o ich stałą wysoką jakość. Firma powinna szczególnie mocno skupiać się na analizie cyklu życia produktów z tej grupy. Asortyment w fazie schyłku musi być odpowiednio szybko zastępowany przez nowe produkty o równie dobrych właściwościach, ponieważ w przeciwnej sytuacji firma straci dużą część przychodów.
- **Grupa B** – towary generujące 20 proc. sumarycznych przychodów. W skład tej grupy wchodzi asortyment o mniejszej wartości dla firmy, wymagający mniejszej dyscypliny przy utrzymywaniu zapasów. Grupę B można nazwać „grupą środka”, która z jednej strony warta jest sporej uwagi, a z drugiej strony nie powinna pochłaniać zbyt wysokich kosztów.



Analiza ABC przygotowana w Comarch ALTUM

Grupa	Udział w całkowitej wielkości przychodów ze sprzedaży (%)	Udział w całkowitej ilości produktów (%)
A	75 %	5 %
B	20 %	20 %
C	5 %	75 %



Tzw. długi ogon

- **Grupa C** – towary generujące 5 proc. sumarycznych przychodów. Mamy tu do czynienia z klasycznym przykładem tzw. „długiego ogona”, tzn. licznej grupy produktów,

których pojedyncze udziały w przychodach są niewielkie. W stosunku do towarów z grupy C można stosować bardziej liberalne zasady utrzymywania zapasów.

Konieczne jest też rygorystyczne zarządzanie nakładami finansowymi – produkty z grupy C nie są warte sporych nakładów inwestycyjnych,

ponieważ nakłady te i tak się nie zwrócą. Dla tej grupy asortymentu warto rozwijać dodatkowe kanały sprzedaży za pośrednictwem

sklepu internetowego Comarch iSklep24. Sprzedaż przez Internet oznacza mniejsze koszty magazynowania i obsługi transakcji.

Na bazie analizy ABC przeprowadzonej w firmie można wysnuć jeden najważniejszy wniosek:

**Zredukuj zasoby zużywane na szeroko pojęty rozwój produktów z grupy C (nakłady na marketing, badania i rozwój, współpracę z dostawcami itp.).
Zaoszczędzone zasoby skieruj na kluczowe dla firmy produkty z grupy A.**

Aby wyniki analizy ABC przyniosły firmie korzyści, ten ogólny wniosek należy przełożyć na konkretne działania:

Grupa A	Grupa C
Precyzyjna analiza cen zakupu, warunków płatności, terminów dostaw	Uproszczona analiza procesu zakupu i jego warunków
Szczegółowa analiza aktualnej marży, łącznie z kosztami pośrednimi	Okresowe przygotowywanie zamówień
Wnikliwa analiza konkurencji oferującej te produkty	Rozliczenia z dostawcami i klientami prowadzone w cyklu miesięcznym
Twarde negocjacje z dostawcami	Telefoniczne składanie zamówień
Codzienna kontrola poziomu produktów w magazynie	Uproszczona analiza poziomu zapasów w magazynie
Precyzyjne ustalenie minimalnych i optymalnych stanów magazynowych, na bazie analiz trendów sprzedaży i poziomu popytu	Uprozczone ustalenie minimalnych stanów magazynowych
Częste składanie zamówień – aby mieć pewność odpowiednich stanów w magazynie w każdym momencie	Składanie zamówień na większe ilości, ale w dłuższych odstępach czasu, aby uzyskać zniżki od dostawców

Wyniki analizy ABC pozwalają precyzyjnie zaplanować działania mające na celu zwiększenie globalnych przychodów ze sprzedaży. Dla pełniejszego obrazu sytuacji analizę ABC można połączyć z innymi analizami, których przygotowanie w Comarch ALTUM zajmuje tylko chwilę.

- **Analiza przychodów ze sprzedaży w podziale na cechy** daje głębszą wiedzę o strukturze sprzedaży nie tylko poszczególnych

produktów, ale też konkretnych partii w ramach jednego produktu. Wyniki analizy dają odpowiedź na pytania typu: Który kolor szminki danego rodzaju sprzedaje się najlepiej? Jaki rozmiar spodni najczęściej wybierają klienci? Który wzór na tapicerce sofy jest najpopularniejszy?

- **Analiza rzeczywistej marży** pozwoli określić, czy na produktach przynoszących decydującą część

przychodów firma realizuje zadowalającą marżę. Każdej firmie zależy na maksymalizacji zysków, co może osiągnąć przez podnoszenie cen, redukcję kosztów, negocjacje niższych cen nabycia od dostawców i zwiększanie wolumenu sprzedaży samej w sobie. Dzięki analizom Business Intelligence uwzględniającym wszystkie te aspekty firma może świadomie zarządzać poziomem marży.

- **Analiza sprzedaży w podziale terytorialnym** pomoże stwierdzić, czy podział na grupy A, B, C jest taki sam w każdym regionie, czy też struktura przychodów ze sprzedaży asortymentu różni się w poszczególnych lokalizacjach.
- **Analiza kosztów ponoszonych na rozwój produktów** pozwala określić, czy decydująca część ponoszonych nakładów dotyczy właściwych produktów.
- **Analiza stanu płatności** daje możliwość odpowiedzi na pytanie, czy firma ma dobrą płynność finansową i czy dysponuje środkami na zakup towarów. Szczególnie ważne jest maksymalne przyspieszenie egzekwowania płatności za produkty z grupy A, które przynoszą firmie największe przychody.

Comarch ALTUM nie tylko dostarcza łatwych w użyciu narzędzi analitycznych Business Intelligence, które pozwalają w dowolnym momencie budować analizy typu ABC, a także wiele innych typów analiz. Platforma została wyposażona w mechanizmy, które bazując na wynikach analiz, pomagają bardziej precyzyjnie zarządzać firmą. Należą do nich m.in. narzędzia do modelowania i automatyzacji procesów biznesowych – **Business Process Management**. Dzięki BPM możliwe jest np. automatyczne obliczanie minimalnych i optymalnych stanów magazynowych dla poszczególnych produktów z grup A, B, C, a następnie automatyczne dokonywanie przez system zamówień, aby utrzymać odpowiedni poziom zapasów. Działania zaplanowane na bazie analizy ABC mogą wykorzystywać także inne narzędzia biznesowe dostępne w Comarch ALTUM – np. budżety lub Business Scorecards. Dzięki temu kadry zarządzające mogą działać na wielu płaszczyznach w celu globalnego poprawienia wyników.

Inteligentna automatyzacja

Wiedza z analizy ABC jest podstawą do inteligentnej automatyzacji procesów biznesowych w firmie. Przykładem niech będzie proces definiowania pro-

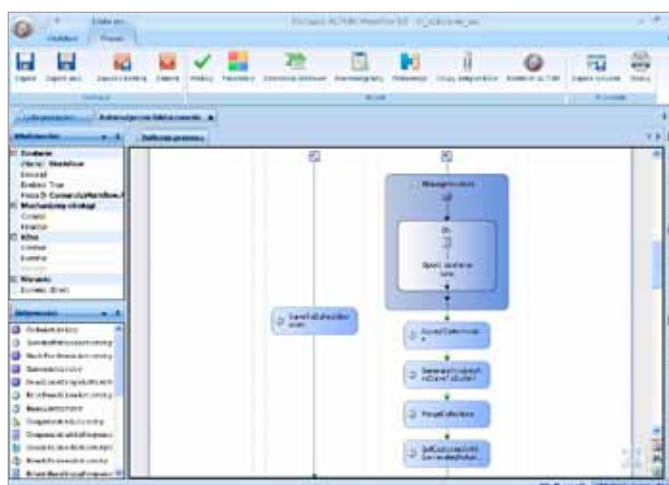
mocji w sytuacji niezadowolających globalnych przychodów ze sprzedaży. Standardowa automatyzacja oferowana przez dostępne na rynku systemy klasy ERP wyrażałaby się w przeprowadzeniu promocji na cały asortyment. Dostępne w Comarch ALTUM narzędzia BPM bazują na wiedzy z analiz Business Intelligence (w tym na analizie ABC), dlatego system jest w stanie sam wybrać do promocji jedynie produkty z grupy C i część grupy B – czyli dokładnie te, które słabo się sprzedają i zalegają w magazynach. Analizy typu Data Mining, pokazujące związki między sprzedażą poszczególnych produktów, pomogą zaplanować, w jakich zestawach sprzedawać mało popu-

larne produkty; jeśli produkt należący do grupy C źle się sprzedaje, ale gdy jest kupowany, to najczęściej w parze z dobrze sprzedającym się produktem z grupy A, to warto stworzyć z nich zestaw.

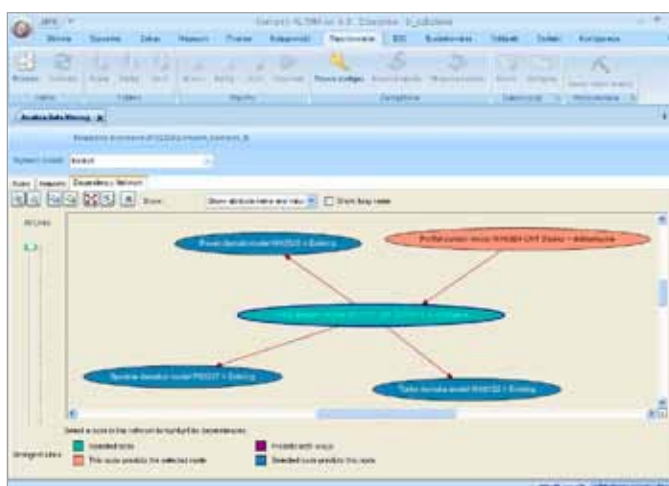
Efekty prowadzonych działań mogą być stale monitorowane, aby na bazie uzyskanej wiedzy błyskawicznie reagować na wszelkie szanse i zagrożenia. Dzięki temu z Comarch ALTUM firma może nie tylko poznać, które produkty są dla niej najbardziej wartościowe, ale też wiedzę tę wykorzystać dla zwiększenia wydajności firmy.

Edyta Kozek

Konsultant Comarch ALTUM



Graficzny edytor do modelowania procesów biznesowych



Analiza Data Mining

Sklep przyszłości zwyczajnie niezwyczajne zakupy

Wpływ e-commerce na obecne formy handlu jest tak duży, że należy postawić pytanie, czy nie zastąpi on tradycyjnych kanałów sprzedaży? Obecnie nowe zasady handlu tworzone są przez generację cyfrowych przestrzeni sklepowych dostarczanych przez Allegro, eBay oraz inne portale transakcyjne, a także indywidualne e-sklepy.

Sprzedaż elektroniczna rozwija się praktycznie w każdej gałęzi gospodarki. Ostatnio wyraźne trendy rozwojowe obserwujemy w branży spożywczej, gdzie e-sprzedaż żywności stała się nowością oferowaną przez super i hipermarkety. Wartość globalnej sprzedaży żywności przez Internet sięgnęła w 2009 r. 20 mld USD. Za granicą internetowe sklepy z branży FMCG biją rekordy sprzedaży. Podobna przyszłość przewidywana jest również w Polsce, gdzie biznes ten dopiero raczkuje. Obecne dane pokazują, że w tej dekadzie będzie to jeden z najszybciej rosnących segmentów rynku spożywczego („Puls Biznesu”). Według prognoz, wartość rynku żywności sprzedawanej online osiągnie w Polsce 300 mln zł w 2010 roku, a do 2014 powiększy się dwukrotnie.

Ta ewolucja staje się początkiem nowego definiowania społecznie akceptowalnych norm, zachowań i wzorców zakupowych konsumentów. Standardowa oferta przestała być atrakcyjna, dlatego też firmy prześcigają się w pomysłach nie tylko na przyciągnięcie nowych konsumentów, ale również wzbudzenie lojalności u obecnych, a także zwiększenie wartości koszyka zakupowego w obu tych grupach. Dzisiejsza oferta musi

być wypadkową dobrego produktu, nietuzinkowego marketingu, wiedzy o kliencie i jego preferencjach oraz nowoczesnej technologii wspierającej każdy z tych aspektów.

Najczęściej wykorzystywane metody zwiększenia sprzedaży, takie jak oferty specjalne i promocje czy też karty stałego klienta, są znane od lat i stosunkowo skuteczne, ale też powszechnie stosowane, przez co nie dają wyraźniej przewagi konkurencyjnej. Sztuczne zwiększanie przychodów poprzez organizowanie gigantycznych promocji cenowych może mieć fatalne skutki dla rentowności całego przedsiębiorstwa, czego przykłady mogliśmy zaobserwować w 2009 roku. Dlatego też firmy zaczęły poszukiwać nowych metod na rozpropagowanie swojej marki wśród potencjalnej klienteli.

Sam produkt i jego pochodne, jak np. cena, przestały być jedynym punktem orientacji, a coraz większego znaczenia nabiera tzw. otoczek. Ten nowy paradygmat zmienia znaczenie wartości marki i modyfikuje fundamentalne metody marketingu większości produktów.

Nie jest tajemnicą fakt, że sieci handlowo-usługowe sięgają coraz częściej do zmysłów konsumentów, wykorzystując marketing muzyczny czy mar-

keting zapachowy – czytamy w „Pulsie Biznesu”. Zapach kawy w sklepach oferujących różne gatunki kaw, zapach skóry w sklepach meblowych, świeżego pieczywa i owoców w sklepach spożywczych to nie przypadek. Wszystkie te elementy są starannie dobrane i w połączeniu z przyjemną dla ucha muzyką, również odpowiednio dobraną, powodują, że klienci czują się bardziej komfortowo i dokonują coraz częściej coraz większych zakupów. Tradycyjny sklep czy butik przeistacza się w miejsce spotkań, dostarczając konsumentom doznań estetycznych, tworząc miejsce, do którego klient chce i lubi przychodzić, nie tylko na zakupy.

Obecnie mamy również do czynienia z rozwojem nowych technologii, które upowszechniają się w sklepach i punktach usługowych w zależności od ich możliwości i akceptacji konsumentów. Popularne stały się POSTV, gdzie firmy wyświetlają w krótkich spotach informacje o swoich produktach, interaktywne podłogi, na których klient w momencie przejścia przez określony obszar odkrywa ciekawą ofertę sklepu, czy też wirtualne lustra pozwalające zasymulować fizyczne przymierzenie ubrania. Kolejną nowością stają się przenośnie komputery

wykorzystywane przez sprzedawców w procesie obsługi klienta. Dzięki temu podgląd stanów magazynowych czy też zamówienie brakującego towaru dla klienta stają się szybsze i prostsze.

Następuje również zjawisko zwiększenia suwerenności decyzji zakupowych, które polega na zapewnieniu klientowi poczucia większego wpływu podczas dokonywanych zakupów. Mechanizm jest bardzo prosty – sklep włącza interaktywnie klienta w proces tworzenia, weryfikacji i zakupu danego produktu za pomocą urządzeń typu skanery, interaktywne konfiguratory produktów czy też kasy samoobsługowe. Kolejnym etapem rozwoju tych rozwiązań staje się wykorzystanie znanej już, lecz jeszcze zbyt kosztownej technologii RFID, która pozwala na natychmiastową identyfikację towaru bez konieczności fizycznego czytania metek na produktach. Czytnik za pomocą fal radiowych czytuje dane ze specjalnej metki umieszczonej na produkcie, dostarczając zdalnie informacje o kodzie, dacie czy rozmiarze.

Innowacyjną formą sprzedaży w branży FMCG są nowoczesne urządzenia, które sprawiają, że spędzanie nadmiaru czasu w kolejkach stanie się mitem, a samo robienie zakupów zacznie być przyjemnością. Rozwiązania technologiczne, tj. elektroniczne etykiety (ESL) na półkach, same powiedzą nam o cenie, promocji czy o właściwościach produktu. Koszyk z wbudowanym narzędziem PDA połączy się przez Internet z domową lodówką, podpowiadając nam listę potrzebnych produktów. Wbudowany plan sklepu wyświetli nam lokalizację potrzebnych artykułów i pokieruje nas odpowiednio po sklepie, a finalnie kasa sama odczyta należności, wystawi rachunek i przyjmie zapłatę.

W 2003 roku sieć Metro AG uruchomiła w Rheinbergu inteligentny sklep przyszłości, który wykorzystuje technologię RFID.

Najważniejszym udogodnieniem w sklepie przyszłości, które już dziś staje się standardem w sieciach spożywczych, są samoobsługowe kasy umożliwiające dokonanie zakupów i zrealizowanie transakcji bezobsłu-



gowo. Takie udogodnienia wprowadził już francuski Auchan, holenderski Ahold czy brytyjskie supermarkety Safeway.

Z kolei jeden z największych na świecie producentów obuwia i odzieży sportowej stworzył na paryskiej Champs Elysees mi Innovation Center (miIC) najnowocześniejszy sklep tej marki na świecie. Centrum to zmieniło sposób robienia zakupów, dając klientom szansę na uczestniczenie w tworzeniu produktu dopasowanego do ich potrzeb i preferencji.

Centrum platformy stanowi wielka, czarna kostka, w której klienci tworzą buty dopasowane do własnych wymagań. Używają do tego ogromnego ekranu stanowiącego „konfigurator produktu”, na którym praca odbywa się poprzez proste przeciągnięcie palcem wybranych komponentów, typu kolor, wzór itd. Natomiast w podłogę wbudowany jest skaner, który w czasie ruchu czytuje charakterystykę stóp klienta, taką jak budowa stopy i siła nacisku. Na uwagę zasługuje również wirtualne lustro, w którym klient może zobaczyć skonfigurowane przez siebie obuwie na własnych stopach, oczywiście bez fizycznego przymierzania.

Customizacja to nie tylko sama technologia. W mi Innovation Center klientom asystują dedykowani, specjalnie przeszkoloni eksperci – osoby trenerzy doradzający rodzaj diety, plan ćwiczeń i oczywiście rekomendując odpowiednie produkty. Na prze-

nośnych komputerach pracownicy wprowadzają dane o kliencie wraz z ustalonymi parametrami, tworząc tym samym profil użytkownika, który w każdej chwili można podglądać w Internecie, logując się na własne konto.

Ponadto miIC sprzedaje także standardowe produkty w niestandardowy sposób. Otóż obuwie znajdujące się na taśmie przesuwane jest pod skaner, gdzie wyświetlone zostają jego indywidualne cechy – z wykorzystaniem technologii Radio Frequency Identification (RFID).

Kiedy przyszłość staje się rzeczywistością

Firma Comarch w odpowiedzi na sygnały płynące z rynku stworzyła własną wizję sklepu przyszłości. Na tegorocznych targach CeBIT swoją premierę miał Comarch Retail Innovation Center (Comarch RIC).

Na czym polega idea?

Comarch Retail Innovation Center to połączenie multimedialnej instalacji wykorzystującej Microsoft Surface, ekrany LCD/plazmowe oraz elementy inscenizacji powierzchni sklepu dla branży detalicznej, systemów: Comarch ALTUM, Comarch Retail, Business Intelligence, Comarch iSklep24, oraz możliwości integracji systemów z Allegro, eBay, ECOD i iReward24. Celem CRIC jest pokazanie praktycznego połączenia nowoczesnych technologii z systemami sprze-



dażowymi i wspierającymi zarządzanie w sieciach handlowych.

Dla przykładu wyobraźmy sobie sklep z kosmetykami. Robiąc zakupy w takim punkcie, klient sam komponuje ofertę, dopasowaną nie tylko do aktualnych trendów i mody, ale również dostosowaną do indywidualnych cech i preferencji, w tym rodzaju cery, koloru oczu czy ulubionych kompozycji zapachowych odpowiednio dobranych do wieku konsumenta lub konsumentki. Narzędzia na zapleczu tworzą i wysyłają do centrali zamówienie na wybrane (sprzedane) produkty. Na bazie tych informacji centrala tworzy prognozę popytu i zatowaruje sklepy.

Wszystko zaczyna się od lady

Amerykański sprzedawca Frank Nunez udowodnił, że ekrany dotykowe mają duży wpływ na czas trwania transakcji, skracając go nawet o 50 proc., przy zachowanej 100-proc. poprawności informacji. Dlatego też do zbudowania CRIC wykorzystaliśmy inteligentny komputer Microsoft Surface rozwijany pod nazwą kodową Milan, który został zaprojektowany tak, aby praca na nim odbywała się bez konieczności używania myszy i klawiatur. Urządzenie kształtem przypomina stół o rozmiarach 107/56/53 cm, który za pomocą wbudowanych kamer jest m.in. w stanie interaktywnie rozpoznać przedmioty i kształty, a także może komunikować się z innymi urządzeniami bezprzewodowo za pomocą standardów IEEE 802.11 oraz Bluetooth. Innowacyjna jest owa kwestia komu-

nikacji, bowiem otwarcie połączenia następuje w chwili umieszczenia na powierzchni ekranu dotykowego urządzenia wyposażonego w tego typu funkcjonalność. Pobieranie i wysyłanie danych pomiędzy urządzeniem a komputerem odbywa się za pomocą techniki „przeciągnij i upuść” na obszarze ekranu, zapraszając konsumenta na interaktywną przygodę komponowania oferty handlowej. Ekran dotykowy w przeciwieństwie do swoich poprzedników może obsłużyć do 52 punktów dotykowych jednocześnie, umożliwiając tym samym jednoczesną pracę kilku osobom [http://pl.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Surface].

W naszym przypadku MS Surface służy jako narzędzie do rozpoznania i prezentacji oferty. Wróćmy do przykładu sklepu z kosmetykami, w którym wykorzystujemy naszą „inteligentną lady”. Po położeniu na niej opakowania z cieniem do powiek oraz kartą klienta Surface sam podpowiada zgodnie z obowiązującymi trendami inne, dobrane kolorystycznie, dopasowane do koloru oczu i karnacji kosmetyki z oferty produktowej. Za pomocą palców wyświetlone produkty można przeciągnąć prostym ruchem na kartę, tak aby zapisały się już w realizowanej transakcji.

Takie modele możemy stosować w różnych branżach detalicznych, np. w branży odzieżowej, gdzie po rozpoznaniu metki z położonego ubrania MS Surface wyświetli film promocyjny z całą kolekcją, a także pokaże wszystkie dostępne rozmiary i kolory.

Zastosowania możemy szukać również w branży RTV/AGD, gdzie po położeniu np. 2 odtwarzaczy MP3 MS Surface rozpozna ich modele i wyświetli porównanie.

Nie tylko szata zdoobi...

MS Surface służy nam do konstruowania i projekcji oferty w innowacyjny sposób, ale nie należy zapomnieć o miejscu realizacji transakcji, czyli punkcie sprzedaży – POS (Point of Sales). Po zeskanowaniu karty lojalnościowej (wykorzystanej wcześniej przy Surface) w systemie Comarch Retail POS automatycznie otwierany jest paragon zawierający towary dodane przez klienta poprzez aplikację Surface. System Comarch iReward24 podpowiada sprzedawcy dosprzedaż akcesoriów dodatkowych oraz umożliwia w sposób zintegrowany zarządzać lojalnością naszych konsumentów.

Kolejnym innowacyjnym miejscem jest zaplecze sklepu, gdzie pracownicy przy wykorzystaniu Comarch Retail Backoffice mogą zarządzać ofertą towarową w sklepie oraz komunikować się z centralą. Z poziomu centrali z kolei, przy użyciu Comarch ALTUM Business Intelligence, tworzone są wielowymiarowe analizy, a na ich bazie plany sprzedażowe, plany zatowarowania oraz gromadzona i wykorzystywana jest wiedza o produktach i klientach, co pozwala konstruować coraz to lepszą i bardziej dopasowaną ofertę.

Wszystkie powyżej opisane elementy mogą stanowić o przewadze konkurencyjnej danej marki, a co za tym idzie – będą coraz częściej i szybciej komercjalizowane. Wizja w dzisiejszym otoczeniu szybko staje się faktem, powodując, że nazwę „sklepy przyszłości” z pewnością można zamienić na nazwę „sklepy niedalekiej przyszłości”.

Firmy, które najlepiej zrozumieją potrzeby klientów i w największym stopniu zdołają je zaspokoić, zapewnią sobie wzmocnienie marki, a także wygrają bitwę o lojalność konsumentów.

Kamil Góral

Dyrektor Centrum Rozwoju Biznesu
Sektor ERP Comarch SA



CeBIT (Centrum der Büro- und Informationstechnik) – targi informatyczne oprogramowania, sprzętu komputerowego i nowych technologii (m.in. w telefonii komórkowej i artykułach RTV) organizowane corocznie w połowie marca w Hanowerze w Niemczech, odwiedzane przez miliony zwiedzających. W trakcie tegorocznych targów, które odbyły się 2-6 marca br., swoją premierę miało multimedialne stoisko Comarch Retail Innovation Center, prezentujące rozwiązania Comarch ERP dla branży detalicznej. W Comarch RIC zastosowano najnowszej generacji sprzęt i oprogramowanie IT, dzięki czemu osiągnięto całkowicie nową jakość procesu zakupów. Odwiedzający mogli sprawdzić działanie innowacyjnych rozwiązań Comarch ALTUM, Comarch Retail, Business Intelligence, Comarch iSklep24 i możliwość ich integracji z Allegro i eBay, a także przyrzeć się propozycjom ECOD – EDI oraz iReward24.



RetailShow – 17 i 18 marca odbyły się w Warszawskim Centrum EXPO XXI Targi Wyposażenia, Usług i Technologii Dla Handlu – RetailShow 2010. Swoją ofertę podczas targów zaprezentowało ponad 100 firm – wiodących dostawców i usługodawców dla branży retail. Nie zabrakło firm zajmujących się projektowaniem i wyposażaniem obiektów handlowych, dostawców systemów i urządzeń fiskalnych oraz systemów IT dla handlu, rozwiązań logistycznych i magazynowych, systemów wspomagających sprzedaż POS, w tym innowacyjnych rozwiązań digital signage, nowoczesnych programów lojalnościowych czy systemów zabezpieczeń i ochrony. W trakcie targów polską premierę miało rozwiązanie Comarch RIC.

Wybierz profesjonalną obsługę księgową!

iKsięgowość24.pl



Usługi świadczone przez najlepsze biura rachunkowe z całej Polski:



dla osób prowadzących działalność gospodarczą



dla małych firm



dla średnich przedsiębiorstw



Usługi rekomendowane przez
Comarch OPT!MA
najlepszy program dla małej i średniej firmy



COMARCH
OPT!MA