

modern
Office Manager

ZARZĄDZANIE • INSPIRACJE • TRENDY • WIEDZA • PROFESJONALIZM

LUTY 2013 | Nr 2 (82) | Cena 18,50 zł (w tym 8% VAT)



Mobilne zarządzanie firmą

CRM w firmie

Tablety, ultrabooki, hybrydy

Dlaczego warto reklamować się w miesięczniku

„Modern Office Manager”

- Średnio 42 000 osób czyta każde wydanie miesięcznika (Jeden egzemplarz czytają średnio 3 osoby)
- 83% czytelników kolekcjonuje przeczytane wydania!
- 55% powraca do lektury przeczytanego numeru!
- 96,7% czytelników miesięcznika decyduje o wyborze dostawców i wielkości zakupów dla biura!
- 86,7% decyduje o wyposażeniu oraz umebłowaniu biura!

Na podstawie wyników badań przeprowadzonych przez Instytut Badania Rynku MillwardBrown SMG/KRC.

Zapraszamy do reklamy i prenumeraty

Wydawca MB Media
ul. Altowa 6, 02-386 Warszawa
Reklama – 22-824-70-17
Prenumerata – 22-867-27-50
fax 22-824-70-16
biuro@mbmedia.pl, www.officemanager.pl



REDAKTOR NACZELNA
Marzena Szulc
tel. 22 867 27 50 w. 115
marzena.szulc@mbmedia.pl
redakcja@mbmedia.pl

REKLAMA
Ilona Abratńska
tel. 22 824 70 17 w. 103
ilona.abratanska@mbmedia.pl

Magda Włoszczyńska
tel. 22 824 70 17 w. 110
magda.wloszczyńska@mbmedia.pl

PRENUMERATA
www.officemanager.pl
tel. 22 867 27 50
prenumerata@mbmedia.pl



Miesięcznik badany przez: IZBA WYDAWCÓW PRASY



Redakcja nie ponosi odpowiedzialności
za treść materiałów reklamowych.
Wydawca zastrzega sobie prawo do skrótów
nadesłanych materiałów.
Wszystkie prawa zastrzeżone.
Przedruk w całości lub części wyłącznie
za zgodą Wydawcy.



WYDAWCA
MB Media s.j.
ul. Altowa 6
02-386 Warszawa
tel. 22 867 27 55
faks 22 824 70 16
biuro@mbmedia.pl
www.officemanager.pl

DRUK
Lotos Poligrafia
www.lotos-poligrafia.pl

Dział FTP/DTP - Sławomir Pasznik

NASI PARTNERZY



Zarządzanie firmą, zarządzanie mobilne oraz najnowsze technologie, które mogą znaleźć zastosowanie nie tylko w największych przedsiębiorstwach, ale także w mniejszych, nawet kilkuosobowych firmach – to tematy przewodnie tego wydania magazynu Modern Office Manager.

W obecnych, niełatwych dla wielu firm czasach, szczególny nacisk kładziony jest na optymalne gospodarowanie majątkiem firmy, tak więc wszelkie rozwiązania usprawniające działanie organizacji mogą okazać się przydatne i warte rozważenia. Sporo miejsca w tym numerze zajmują prezentacje najnowszych rozwiązań w dziedzinie telekomunikacji, IT, technologii (także przechowywania danych w chmurze), coraz popularniejszego mobilnego zarządzania firmą. Podpowiadamy, co nowego pojawiło się w tej dziedzinie na rynku (tablety, notebooki i inne ciekawe urządzenia, pozwalające na odległość kontrolować działanie firmy).

Przekonujemy też do drukowania dokumentów w kolorze, ponieważ są one uważane przez większość z nas za bardziej profesjonalne i atrakcyjne wizualnie, niż wydruki czarno-białe.

W dalszym ciągu zachęcamy też Państwa do polubienia naszego nowego profilu na Facebooku, gdzie staramy się codziennie zamieszczać porcje ciekawych, aktualnych informacji.

Marzena Szulc



www.facebook.com/ModernOfficeManager



Fot. Aiton Caldwell

PANORAMA

3

OFFICE NEWS

Rekordowy rok dla Trójmiasta?

10

Polski rynek – motorem napędowym

11

OUTSOURCING

Sektor usług biznesowych zadomowił się w Polsce

12

OFFICE DESIGN

Jak uchronić podłogę w biurze?

14

FIRMOWE DOKUMENTY

E-faktura w niełasce

18

Dokumenty w kolorze – bardziej profesjonalne

19

Bezpieczne dokumenty i dane

24

ZARZĄDZANIE

Technologie – kuszące, ale niewykorzystane

26

Mobilne zarządzanie firmą – najnowsze rozwiązania

27

Tablety, ultrabooki, hybrydy

28

„Kryzys” znaczy „wybór”. Jaki jest Twój?

30

TECHNOLOGIA / IT

Dane w chmurze – możliwości, korzyści, bezpieczeństwo danych

32

Telefonia z CRM – profesjonalna komunikacja z klientem

34

Jak polskie firmy komunikują się z rynkiem?

36

CRM w firmie. Co wybrać i jak szukać?

37

Komunikacja i kooperacja

38

Outplacement: wybór czy konieczność?

39

Dynamiczny rozwój nowych technologii

40

NOWOŚCI

42



BUDGET BUSINESS CONNECTIONS - TAŃSZY WYNAJEM SAMOCHODÓW DLA FIRM

Budget Business Connections

ABC COMPANY SA
BCD 123456



Budget Rent a Car, międzynarodowa wypożyczalnia samochodów, wzbogaciła swoją ofertę wprowadzając na rynek program rabatowy dla firm Business Connections. Wszyscy uczestnicy mogą korzystać z 12-procentowego rabatu na krótkoterminowy wynajem samochodu w Polsce, pozostałych krajach Europy, Afryce i na Bliskim Wschodzie. Najważniejsze zalety Business Connections to łatwość przystąpienia do programu, natychmiastowe korzyści wynikające z uczestnictwa oraz brak umów i długoterminowych zobowiązań. Wystarczy zarejestrować firmę, wypełniając prosty formularz na stronie programu, aby otrzymać kod rabatowy i cieszyć się przyznaną zniżką rezerwując samochód on-line na okres od jednego dnia do 3 miesięcy. Oferta skierowana jest przede wszystkim do małych i średnich przedsiębiorstw, korzystających z usługi wynajmu samochodów od kilku do kilkunastu razy rocznie, w kraju i za granicą.

Więcej informacji o programie i formularz rejestracyjny na stronie internetowej: www.budget.pl/bc.

RYNEK ERP - TRENDY 2013

Epicor Software Corporation, wiodący dostawca oprogramowania biznesowego dla przedsiębiorstw produkcyjnych, dystrybucyjnych i usługowych, wskazuje na kluczowe trendy, które zdominują polski rynek systemów do zarządzania przedsiębiorstwem (ERP) w 2013 roku.

Firma wierzy, że ten rok będzie czasem, w którym chmura obliczeniowa (cloud computing), w tym model usługowy SaaS (Software as a Service), aplikacje mobilne oraz rozwiązania do przetwarzania danych znajdą swoje miejsce w planach IT firm.

- W 2013 roku nie spodziewamy się powstanie całkowicie nowych trendów, ale bardziej dynamicznego i dojrzałego rozwoju już istniejących na rynku – powiedział Hermann Stehlik, wiceprezes na Europę Środkową w Epicor. - Jednym z nich jest technologia cloud, która gromadzi coraz większą grupę zwolenników w polskim środowisku biznesowym.

Z ogłoszonego ostatnio raportu Epicor wynika, że 14 proc. polskich przedsiębiorstw rozważa wdrożenie systemu ERP w modelu chmurowym. Choć wciąż organizacje szczególnie cenią sobie rozwiązania dedykowane (50 proc.), to „chmura” staje się coraz bardziej popularna.

- W roku 2012 wiele firm zapoznało się z samą technologią i korzyściami, jakie mogą osiągnąć przechodząc na model zarządzania danymi w chmurze. Przewidujemy, że 2013 będzie rokiem realnych decyzji inwestycyjnych – stwierdził Hermann Stehlik.

Kolejnym czynnikiem, który przeformułuje w najbliższym czasie wydatki firm na IT, jest wzrost danych firmowych. W tym obszarze Epicor prognozuje rosnące zapotrzebowanie na systemy do przetwarzania, przechowywania danych oraz ich ochrony. - Narastająca liczba wrażliwych danych idzie w parze z potrzebą ich zabezpieczenia. Tym bardziej, jeśli są one intensywnie wykorzystywane do tworzenia prognoz rynkowych i stanowią istotny element strategii biznesowych – powiedział Stehlik. - Analizując zmieniające się wymagania klientów, wzbogaciliśmy naszą ofertę o system do przywracania danych System Backup & Recovery. To efekt kompleksowego podejścia, które ma wprowadzać realne usprawnienia w funkcjonowaniu organizacji naszych klientów.

Bankowość, komunikacja, media i usługi (CMS) oraz produkcja to rynki o największym wzroście możliwości rozwoju do 2016 roku – wynika z prognoz Gartnera. Ponadto branże produkcyjna oraz zasobów naturalnych osiągną najwyższe wyniki wśród rynków wertykalnych z wydatkami na poziomie 478 mld dolarów w 2013, co stanowi wzrost o 2,3 proc. względem 2012 roku (467 mld dolarów).

Jak pokazują wyniki badania Epicor, polskie firmy produkcyjne w zakresie ERP zwracają szczególną uwagę na możliwość obsługi płatności elektronicznych, w tym e-podpisu (31 proc.), dopasowanie do zagranicznego środowiska biznesowego (zarządzanie różnymi walutami, regulacjami – 30 proc.) oraz działania systemu na urządzeniach mobilnych (26 proc.).

BRAK ZABEZPIECZEŃ POCZTY ELEKTRONICZNEJ MOŻE DUŻO KOSZTOWAĆ!



Ze statystyk GIODO wynika, że w 2012 roku wpłynęło do inspektoratu 1306 skarg na nieprawidłowe administrowanie danymi osobowymi. Przedsiębiorstwa ponoszą z tytułu wycieku ważnych informacji prawne i finansowe konsekwencje. Według raportu Kroll Ontrack z 2012 r. koszty związane z ich utratą dla 25 proc. przebadanych firm m.in. z Polski wyniosły co najmniej 150 tys. złotych.

To dobra okazja, żeby przypomnieć rozwiązania, które mogą służyć przedsiębiorstwom i instytucjom do zabezpieczania danych i zwrócić uwagę firm, instytucji i klientów na ryzyka związane z udostępnianiem i archiwizowaniem danych. Mimo rygorystycznego prawa i jasno sformułowanych wymagań ciągle zdarzają się przypadki wycieku ważnych informacji. Przykładem może być kradzież informacji, dotyczących kart płatniczych i szczegółów logowania klientów Sony w 2011 r. Koncern został właśnie ukarany przez Brytyjskie Biuro Informacji Publicznej (ICO) grzywną 250 tys. funtów, czyli ok. 1,200 mln zł. za brak odpowiednich zabezpieczeń. Ze statystyk GIODO wynika, że w 2012 roku wpłynęło 1306 skarg na nieprawidłowe administrowanie danymi osobowymi. Zgodnie z prawem, udostępnianie lub umożliwianie dostępu do tego typu zbiorów osobom nieupoważnionym podlega grzywnie, a nawet karze ograniczenia lub wolności.

Konsekwencje takich sytuacji mają nie tylko charakter prawny, ale i finansowy. Koszty zniknięcia kluczowych informacji z samej tylko poczty elektronicznej i systemów pracy grupowej rosną z każdym rokiem. Jedno na cztery przebadane w 2012 r. przez firmę Kroll Ontrack przedsiębiorstwa z całego świata szacuje, że jego wydatki z tego tytułu wyniosły w 2011 r. co najmniej 50 tys. dol. (ok. 150 tys. zł), a 3 proc. - ponad 1 mln dol. (ok. 3 mln zł). Koszt utraty danych tylko ze środowisk Microsoft Exchange Server i Office SharePoint Server 25 proc. przebadanych firm szacuje na więcej niż 50 tys. dolarów. Według informatyków czas potrzebny na odzyskanie danych to najczęściej połowa dnia pracy, ale może to być nawet kilkanaście dni. W skrajnych przypadkach nie udaje się to nigdy.

Można wskazać trzy obszary, w których firmy są szczególnie narażone na utratę danych: ruch sieciowy, zarówno wewnętrzny, jak i zewnętrzny, obieg dokumentów papierowych oraz wycofywanie z użycia nośników pamięci. Ochronę przed wyciekami informacji w ruchu sieciowym stanowią tzw. systemy DLP (ang. data leak protection – ochrona przed wyciekami danych). Wykrywają one ruch danych wrażliwych w firmowej sieci, w razie potrzeby blokują ich zapis na nośniki zewnętrzne i stosują ich szyfrowanie w taki sposób, żeby były niemożliwe do odczytania poza organizacją.

- Procedura zabezpieczania procesu produkcji poufnych dokumentów powinna obejmować zarówno stronę techniczną, np. szyfrowanie transmisji pomiędzy serwerem wydruku a urządzeniem, jak i organizacyjną, czyli ograniczenie sieciowego dostępu do urządzenia. Kolejnym narzędziem ochrony danych jest wydruk poufny, który pozwala na odebranie dokumentu tylko i wyłącznie przez osobę do tego upoważnioną. Uprawniony użytkownik korzysta z karty identyfikacyjnej, bez której nie ma możliwości wyprodukowania danych materiałów. W ten

Według Macieja Nuckowskiego z Xerox Polska, w 80 proc. przypadków firmy tracą dane na skutek ludzkiego błędu lub celowego działania. Opinię tę potwierdzają badania firmy Kroll Ontrack, z 2011 r. wedle których nawet jedna piąta pracowników przesyła pocztą elektroniczną informacje będące tajemnicami służbowymi do osób trzecich i swoich znajomych, a co czwarty z nich kopiuje firmowe dane na swoje prywatne konta, licząc na to, że uda się je wykorzystać później. Najczęściej są to plany biznesowe, bazy danych osobowych klientów czy informacje objęte klauzulami poufności.

sposób poufne dokumenty ani przez chwilę nie znajdują się w miejscu powszechnie dostępnym i nie są narażone na przejęcie przez osoby do tego nieupoważnione. Narzędziem ochrony drukowanych dokumentów przed nieautoryzowaną ingerencją w treść jest m.in. oznaczanie

wyprodukowanych materiałów takimi elementami jak Glossmark (niemożliwy do podrobienia halogen, zabezpieczenie widoczne w świetle ultrafioletowym i podczerwieni) czy wykorzystanie funkcji micro druku, utrudniającego kopiowanie dokumentu – mówi Maciej Nuckowski, Dyrektor Działu Usług, Xerox Polska.

Dodatkowym zabezpieczeniem dokumentów papierowych może okazać się wynalazek naukowców z kanadyjskiego oddziału Xerox, którzy opracowali specjalny tusz do drukarek znikający po 16-24 godzinach z papieru pod wpływem światła słonecznego. Okazuje się zatem, że rozwiązania rodem z filmów szpiegowskich mogą przysłużyć się też w pracy codziennej firm.

Ponadto należy pamiętać, by prawidłowo wycofywać z eksploatacji zużyte nośniki pamięci. Samo skasowanie danych bądź sformatowanie dysku nie powoduje zniknięcia z nich informacji – dla specjalistów odczytanie z pozoru „nieistniejących” danych nie stanowi większego problemu. Dlatego, aby je trwale usunąć, możemy posłużyć się jedną z dwóch metod: programową lub fizyczną. W tej pierwszej stosowane są specjalistyczne programy, które nadpisując wielokrotnie nowe informacje na stare uniemożliwiają ich pierwotne odczytanie. Metody fizyczne są zdecydowane mniej finezyjne i proponują różnorakie rozwiązania: od poddania dysku twardego procesowi demagnetyzacji, przez jego spalenie, wiórkowanie, poddanie promieniowaniu jonizującemu, aż po polewanie specjalnymi substancjami chemicznymi. Wszystkie te metody powodują fizyczną destrukcję nośników pamięci.

Najważniejszym filarem ochrony danych jest sam człowiek. Ekspert podkreśla wagę tzw. czynnika ludzkiego – doboru właściwych pracowników do odpowiedzialnych zadań.

- Istotną rolę odgrywają tzw. background checks, czyli procedury weryfikacji osób zaangażowanych w projekty IT, m.in. pod kątem prawnym. Selekcji wykwalifikowanych pracowników służy już sam proces rekrutacji. W jego ramach starannie dobierani są kandydaci, którzy gwarantują nie tylko wysoki poziom wiedzy w zakresie technologii informatycznych i umiejętności pracy nad złożonymi systemami IT, ale także odpowiednie predyspozycje charakterologiczne. To osoby dojrzałe, zdolne do szybkiego odnalezienia się w nowej organizacji – mówi Wojciech Mach, Dyrektor Zarządzający Luxoft Poland.

W dzisiejszym świecie, w którym informacja jest najcenniejszym towarem, ochrona wrażliwych danych musi być szczególnie respektowana. Prawidłowe zarządzanie nimi może stać się przewagą konkurencyjną i dodatkowym powodem dla klientów do skorzystania z usług lub produktów danej firmy.

Budget Business Connections

Tańszy wynajem samochodów



Twojej firmie potrzebny jest samochód?

Niezależnie czy Twój dyrektor jedzie na targi w Poznaniu czy też pracownik działu leci na szkolenie do centrali w Londynie. W Budget Rent a Car zarezerwujesz samochód w odpowiednim miejscu i czasie.

Chcesz osiągnąć dodatkowe korzyści?

Rejestrując firmę w programie Budget **Business Connections** oszczędzisz **12%** rezerwując samochód w Polsce, pozostałych krajach Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki.

To takie proste.

Bez dodatkowych umów, bez gwarancji ilości wynajmów, bez przedpłat, bez zobowiązań. Rezerwujesz w szybki i prosty sposób na www.budget.pl/bc i płacisz przy wynajmie samochodu.

Wystarczy, że wypełnisz formularz rejestracyjny na stronie www.budget.pl/bc lub zadzwonisz pod numer **22 8683336** i możesz cieszyć się 12% zniżką.



IF PRODUCT DESIGN AWARD 2013 DLA KYOCERY



Nowa seria drukarek ECOSYS FS-4300DN jednego z wiodących w świecie koncernów branży przetwarzania dokumentów - Kyocera Document Solutions - została nagrodzona prestiżową nagrodą iF Product Design Award 2013.

Od ponad 50 lat iF Design Award pozostaje jedną z najważniejszych i najbardziej prestiżowych na świecie nagród, przyznawanych przez międzynarodowych ekspertów za innowacyjne rozwiązania w dziedzinie wzornictwa. Nagroda iF Product Design została ustanowiona przez iF International Forum Design GmbH w Hanowerze (Niemcy) w 1953 roku i przyznawana jest produktom przemysłowym w czterech kategoriach: Produkt, Komunikacja, Ma-

teriał, Opakowanie. Nagroda iF Product Design Awards wskazuje nie tylko na innowacyjność oraz oryginalność projektu, lecz również na jego funkcjonalność, łatwość użycia, jakość oraz przyjazność względem środowiska.

Nowa seria drukarek ECOSYS FS-4300DN to połączenie prostoty i wydajności z funkcjonalnością i wysoką ergonomią. Umieszczenie na przedniej ścianie obudowy panelu operacyjnego, portu USB, włącznika zasilania oraz funkcji wyboru papieru zapewnia łatwe i bezproblemowe korzystanie z urządzenia. FS-4300DN stanowi innowacyjne, a zarazem praktyczne rozwiązanie dla każdej organizacji. Dystrybucja w Polsce: Arcus SA (www.arcus.pl)

NOWY MICROSOFT DYNAMICS AX 2012

Polski oddział firmy Microsoft poinformował o wprowadzeniu na lokalny rynek nowej wersji swojego rozwiązania klasy ERP – Microsoft Dynamics AX 2012.

Wśród nowych funkcji warto wymienić nowoczesny moduł budżetowania, zarządzanie relacjami z dostawcami, procesami (tzw. case management) i wspomaganie audytu za pomocą narzędzia Audit Workbench, a także ważne rozszerzenia w takich obszarach jak: finanse, sprzedaż i marketing, zaopatrzenie, obsługa księgowo projektów, zarządzanie kapitałem ludzkim, zarządzanie łańcuchem dostaw, zarządzanie zapasami, kontrola zgodności z przepisami oraz kontrola wewnętrzna.

Microsoft Dynamics AX 2012 oferuje ponad tysiąc nowych funkcji i rozszerzeń, wspierających system zarządzania zasobami przedsiębiorstwa oraz opcje dedykowane poszczególnym branżom. W tej wersji systemu ERP nowością jest obsługa sektora publicznego. Do systemu zostały wprowadzone funkcje księgowania funduszy i rozszerzone opcje tworzenia raportów, przygotowane z myślą o organizacjach sektora publicznego, by umożliwić wielowymiarowe księgowanie z podziałem na fundusze, programy, funkcje, organizacje, dotacje, projekty, lokalizacje i obiekty. Użytkownik może śledzić wiele źródeł finansowania i auto-

matycznie dystrybuować fundusze zgodnie z zaleceniami programu, co ułatwia tworzenie wieloletnich budżetów, wykonywanie operacji księgowych oraz tworzenie raportów dotyczących projektów i dotacji. Nowe funkcje umożliwiają w szczególności: powiązanie transakcji z określonymi źródłami finansowania, ustalenie priorytetów źródeł finansowania, ograniczenie źródeł finansowania do określonych zadań lub klas wydatków oraz wzajemne dopasowanie funduszy i dotacji.

Dynamics AX 2012 jest niezwykle elastycznym oprogramowaniem, które ułatwia firmom dostosowanie się do zmiennych warunków rynkowych.

KONFERENCJA DOCUMENT WORKFLOW

Zapraszamy do bezpłatnego udziału w konferencji „Document Workflow - inteligentny obieg dokumentów oraz informacji w organizacji”, która odbędzie się 28 lutego 2013 w Warszawie. Systemy zarządzania obiegiem dokumentów z pewnością można uznać za niezbędne narzędzia, prowadzące do synonimu sprawnie funkcjonującej organizacji. Tematyka konferencji ma na celu zaprezentowanie, w jaki sposób systemy elektronicznego obiegu dokumentów, usprawniają i optymalizują pracę przedsiębiorstw prywatnych oraz instytucji państwowych.

Wydarzenie to będzie doskonałym miejscem nabycia cennej wiedzy oraz wymia-

ny doświadczeń w zakresie następujących zagadnień, takich jak m.in.: platformy automatyzujące pracę biura, automatyzacja procesów biznesowych, systemy i portale korporacyjne, e-faktura, elektroniczny podpis, systemy automatyzujące pracę działu kadr i księgowości, dokumenty w chmurze, OCR/ICR/OMR - inteligentna rejestracja dokumentów, digitalizacja dokumentów, zarządzanie uprawnieniami i dostępem, elektroniczna archiwizacja, skanowanie i przetwarzanie dokumentów, zarządzanie dokumentami papierowymi, masowe wydruki.

Do udziału w konferencji organizatorzy za-

praszają osoby odpowiedzialne za:

- procesy związane z zarządzaniem dokumentami i informacjami w organizacji,
- zarządzanie drukiem i korespondencją,
- rozwój IT w danej firmie,
- pozyskiwanie i utrzymanie infrastruktury technicznej firmy,
- wdrażanie nowoczesnych rozwiązań informatycznych oraz administracyjnych,
- rozwój biznesu, innowację oraz organizację firmy,
- wybór, zakup i wdrażanie systemów do zarządzania przedsiębiorstwem.

Szczegóły konferencji oraz rejestracja na stronie: <http://pureconferences.pl>

ACCOR
Smart Meetings DEALS



-20% ZNIŻKI OD CAŁEGO ZAMÓWIENIA

Zapraszamy do skorzystania z wyjątkowej oferty. Równocześnie, dla wszystkich rezerwacji konferencji dokonanych przed 28 lutego 2013 r. z użyciem kodu **SmartDeal** podwajamy liczbę Państwa punktów Le Club Accorhotels.*

SOFITEL
LUXURY HOTELS

PULLMAN

GALLERY

GRAND MERCURE

NOVOTEL

Suite NOVOTEL

Mercure

adagio

ibis

ibis
STYLES

ibis
budget

hotelF1

Thalassa
SEA & SPA

ORBIS
HOTELS

Rezerwacja i dodatkowe informacje: +48 42 288 28 99, reservations.pl@accor.com

*Oferta obejmuje każdą nową rezerwację dokonaną przed dniem 28 lutego 2013 r. i zrealizowaną do 30 kwietnia 2013 r. w europejskich hotelach Accor biorących udział w akcji. Oferta obowiązuje w zależności od dostępności i nie łączy się z innymi promocjami. Podwójne naliczanie punktów Le Club Accorhotels dotyczy wyłącznie oferty Meeting Planner. Ogólne warunki oferty oraz lista hoteli biorących udział w akcji dostępne są na stronie accorhotels.com/meetings.

„TECHNOLOGIA W SPÓDNICY” - INICJATYWA ZAINAUGUROWANA



„Technologia w spódnicy” to projekt, który zrzesza top menedżerki z sektora telekomunikacji, informatyki i nowych technologii oraz promuje szeroko rozumianą różnorodność w środowisku technologicznym. Inicjatywa została zainaugurowana dyskusją, której efekt stanowi plan konkretnych działań. W panelu dyskusyjnym „Jak promować różnorodność w ICT?” udział wzięły topowe menedżerki z sektora telekomunikacji, informatyki i nowych technologii. Partnerem merytorycznym projektu jest Amberstone Associates - organizacja executive search, specjalizująca się w rekrutacji na wysokie stanowiska w obszarze IT&T. „Technologia w spódnicy” to społeczność kobiet suk-

cesu, liderki branży ICT, które wspólnym działaniem i szeregiem inicjatyw pragną wpłynąć na zwiększenie różnorodności w branży, kojarzonej głównie ze światem mężczyzn. Różnorodności rozumianej szeroko - zarówno pod względem płci, jak i wieku, wykształcenia czy doświadczenia. Według organizatorów wydarzenia, promowanie idei nie tylko zwiększa szanse kobiet na objęcie kluczowych stanowisk w sektorze nowych technologii i realizację ich ambicji zawodowych, ale przede wszystkim wprowadza równowagę organizacyjną, wpływając tym samym na konkurencyjność gospodarczą przedsiębiorstw. Inicjatywa skierowana jest między innymi do dziew-

częt, które stoją przed wyborem studiów bądź już studiują na kierunkach technologicznych. Ma zmotywować i zachęcić młode osoby do realizowania się w sektorze nowych technologii oraz pozwala dostrzec ogromne możliwości budowania kariery zawodowej i atrakcyjność branży ICT w obliczu rosnącego bezrobocia. Prezentowane dane wskazywały, jak niewielki procent na kierunkach technologicznych i w niektórych działach firm uczestniczek spotkania stanowią kobiety. Kolejną grupą, wspieraną przez inicjatywę są kobiety już pracujące w sektorze nowych technologii. Mimo obecności w tej branży, często brakuje im siły przebicia w środowisku zdominowanym przez mężczyzn. Fakt ten nierzadko stanowi dla nich barierę w zdobywaniu wyższych stanowisk czy osiągnięciu sukcesów w pracy oraz umiejętności pogodzenia życia zawodowego i prywatnego. Dlatego misją top menedżerek, uczestniczących w projekcie, jest wsparcie zdolnych i ambitnych kobiet, dla których brak wiary w siebie i w swoje kompetencje stoi na przeszkodzie w osiągnięciu sukcesu zawodowego. - Wierzymy, że „Technologia w spódnicy” to inicjatywa, która ułatwi kobietom rozwój zawodowy w branży ICT i wpłynie korzystnie na budowanie różnorodności w tym sektorze - zauważa pomysłodawczyni projektu, Sylwia Kujawska-Frydrych. Wśród adresatów projektu znaleźli się również inni menedżerowie, głównie mężczyźni, tworzący kulturę organizacji w których pracują oraz dyrektorzy i pracownicy działów HR decydujący o zatrudnieniu kobiet i polityce personalnej firm.

ZMIANY W UBEZPIECZENIU ZDROWOTNYM

1 stycznia 2013 roku weszły w życie przepisy ustawy z 27 lipca 2012 roku o zmianie ustawy o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych. Na mocy tych zmian pojawiły się nowe zasady korzystania ze świadczeń opieki zdrowotnej, które finansowane są ze środków publicznych. Każdy pracownik, który chce ubezpieczyć lub wyrejestrować z ubezpieczenia zdrowotnego członków rodziny, będzie musiał poinformować o tym fakcie swojego pracodawcę w terminie 7 dni. Jeśli nie dopełni tego obowiązku,

zostanie na niego nałożona kara grzywny. Od nowego roku zaczął funkcjonować system weryfikacji ubezpieczonych, upoważnionych do korzystania z publicznej opieki zdrowotnej. Mowa tu o systemie eWUŚ, który pozwala na potwierdzanie prawa do świadczeń opieki zdrowotnej przez świadczeniodawcę wyłącznie na podstawie przedstawionego przez daną osobę numeru PESEL.

Taka zmiana wprowadziła realne uproszczenia dla pracodawców, bowiem nie mają oni już obowiązku poświadczania

uprawnień świadczeniobiorcy do świadczeń zdrowotnych, poprzez wystawianie okresowo druków RMUA.

Nawet jeśli płatnik składek na ubezpieczenie zdrowotne spóźnia się z opłacaniem składki za 1 miesiąc, nie będzie już ponosił kosztów świadczeń udzielonych ubezpieczonemu. Dotychczas musiał wypłacać koszty świadczeń, co było dla niego dodatkową karą, bowiem i tak musiał przy tym opłacić zaległą składkę wraz z odsetkami naliczonymi przez ZUS. (biznes-firma.pl)

PAPERWORLD WE FRANKFURCIE PRZYCIĄGA GOŚCI

Frankfurckie targi Paperworld, wraz z towarzyszącymi im targami Creativeworld i Christmasworld, przyciągnęły 83,6 tys. odwiedzających. W tegorocznej edycji zaprezentowało się 2 967 wystawców z 66 krajów

Organizatorzy wyliczyli, że odwiedzający i goście targowi przybyli ze 145 krajów. - Jesteśmy bardzo zadowoleni z wyników, szczególnie biorąc pod uwagę obecną sytuację gospodarczą w branży materiałów biurowych i papieżniczej - powiedział Detlef Braun, Członek Zarządu Messe Frankfurt. - Mimo, że odwiedzających było nieco mniej niż w roku ubiegłym,

standard wydarzenia był bardzo wysoki. Przede wszystkim wzrosła liczba zwiedzających spoza Europy, co podkreśla międzynarodowe znaczenie naszych targów i oferuje wystawcom nowe możliwości w dziedzinie eksportu. W sumie 58 procent odwiedzających przyjechało spoza Niemiec. Targi okazały się również cennym źród-

łem impulsów i pomysłów: towarzyszyły im prezentacje tematyczne, ważne trendy, strategie wielokanałowe, pokazy specjalne i fora.

W tym roku widoczny był trend ekologiczny, naturalna i pastelowa kolorystyka, tendencja do indywidualizacji i personalizacji produktów przeznaczonych do użytku osobistego, a także wysoka jakość.



Rekordowy rok dla Trójmiasta?



Eksperti zapowiadają, że mimo dużego popytu na powierzchnię biurową w ubiegłym roku, 2013 może być jeszcze lepszy. Przygotowują się na to deweloperzy. Obecnie w budowie znajduje się ok. 90 tys. mkw. nowoczesnej powierzchni biurowej, co stanowi blisko 25 proc. obecnego rynku. Zauważalnych jest też kilka istotnych trendów

powierzchnie biurowe oferują nie tylko nowoczesny design, ale również większą efektywność, oszczędności i nowe funkcje poprawiające warunki pracy. Ciekawie pod tym względem prezentuje się Alchemia firmy Torus, która łączy ze sobą A-klasowy budynek biurowy i część rekreacyjno-sportową m.in. z pełnowymiarowym basenem, ścianką wspinaczkową i przedszkolem – dodaje Mariusz Wiśniewski z CBRE. Połączenie tych funkcji jest coraz bardziej popularne.

Trend klasy A - relokacyjne zmiany i realne korzyści

Kolejnym zauważalnym na rynku zjawiskiem jest przenoszenie się większych firm z powierzchni biurowych o niższej klasie (np. typu B i C) do bardziej nowoczesnych budynków. Firmy się rozrastają, ale też coraz świadomiej podnoszą standard miejsca pracy - ma ono bowiem duży wpływ na efektywność, postrzeganie firmy jako pracodawcy (tzw. employer branding), a także wizerunek organizacji na zewnątrz. Do tego dochodzi czynnik ekonomiczny. Podniesienie standardu biura nie musi się wiązać z większymi kosztami. Nowoczesne obiekty są zdecydowanie bardziej efektywne pod względem zagospodarowania przestrzeni, standardu technicznego i bezpieczeństwa (w tym energetycznego), dzięki temu są efektywniejsze kosztowo. Łączna suma kosztów po podwyższeniu standardu może się okazać bardzo zbliżona do ich wcześniejszego poziomu.

Trend klasy B - duże potrzeby małych firm

Chyba niedoceniany jest dzisiaj rynek powierzchni biurowych klasy B i C, który ma ogromny potencjał. – Rynek powierzchni

biurowych niższej klasy był dosyć mocno osłabiony przez kryzys, ale systematycznie od dwóch lat się odradza. Są to przeważnie niewielkie biura, powierzchniowo do 100 mkw., przeznaczone zazwyczaj na małe firmy rodzinne, niewielkie kancelarie itp. Oferowane przez nas biura klasy B i C wynajęte są obecnie średnio w 95 proc. - dodaje Maciej Brożek. Stawki w tych biurowcach nie są wcale znacząco niższe, jest to kwestia głównie skali powierzchni (w nowoczesnych budynkach najmniejszy moduł, który można wynająć ma bowiem najczęściej ok. 200 m kw.). Rynek ten generuje więc dosyć spory obrót i cieszy się także dużym zainteresowaniem ze strony najemców.

Certyfikacja w cenie

Rola ekologii w budownictwie komercyjnym stale rośnie. Część deweloperów podejmuje już wyzwanie, przeciera szlaki i świadomie certyfikuje swoje inwestycje. Oznacza to duży wysiłek, wyższe koszty wynikające z zastosowanych technologii i energooszczędnych urządzeń oraz (być może najtrudniejszy element) budowanie świadomości. Korzyści są jednak wymierne. Uwagę na to zwracają zwłaszcza firmy zagraniczne, głównie amerykańskie, gdzie zrodziła się idea zielonego budownictwa. Powoli rośnie też zainteresowanie rodzimych przedsiębiorstw, zwłaszcza kiedy przekonują się, że chodzi o realne korzyści finansowe. Budynki certyfikowane zużywają bowiem znacznie mniej energii i wody, co ma wpływ na późniejsze koszty eksploatacyjne.

Certyfikacja obiektów staje się elementem przewagi konkurencyjnej, który w negocjacjach z potencjalnymi najemcami (zwłaszcza amerykańskimi i skandynawskimi) może być przeważający.

- Rok 2012 okazał się w Trójmieście okresem bardzo ciekawym, ale nie rewolucyjnym. Za sprawą dużych transakcji związanych z ulokowaniem się w Trójmieście takich firm jak Laureate (OIE Support), Bayer, Metsa i WNS oraz relokacji Banku BPH, obecny rok będzie rekordowy pod względem popytu na powierzchnię biurową – mówi Mariusz Wiśniewski, starszy negocjator z biura CBRE w Gdańsku.

W polu rażenia outsourcingu

Rosnąca podaż na rynku nieruchomości komercyjnych, rozwój infrastruktury oraz dostęp do wykwalifikowanej kadry to główne czynniki, które spowodowały, że w 2012 roku w Trójmieście pojawiło się kilku znaczących inwestorów. Były to głównie firmy z sektora usług outsourcingowych (BPO/SSC). – Trójmiasto jest w polu ogromnego zainteresowania inwestycjami firm z sektora BPO/SSC, rywalizując z Krakowem, Wrocławiem i Poznaniem. Na nasz region zwracają uwagę światowe giganty amerykańskie czy europejskie, działające głównie w obszarach IT i consultingu – mówi Maciej Brożek z firmy Torus, będącej deweloperem Alchemii. Taka sytuacja to bardzo dobry prognostyk do dalszych inwestycji na rynku biurowym. - Pojawiające się na rynku nowe

Polski rynek – motorem napędowym

Według najnowszych danych CBRE, wiodącej światowej firmy doradczej w sektorze nieruchomości, łączny wolumen transakcji inwestycyjnych na rynku nieruchomości komercyjnych w Europie Środkowo-Wschodniej był w 2012 roku o 35 proc. niższy niż w 2011 r. i wyniósł 7,4 miliarda euro. Najlepsze wyniki na przestrzeni całego roku odnotowano w Polsce i Rosji. Łączny wolumen transakcji na polskim rynku nieruchomości komercyjnych wyniósł w 2012 roku 2,7 miliarda euro

W 2012 roku właściciele zmieniło piętnaście budynków biurowych, w większości ulokowanych w Warszawie. Największą transakcją ubiegłego roku był zakup biurowca Warsaw Financial Centre za kwotę 210 milionów euro. Pokazuje to, że najlepsze aktywa

w doskonałych lokalizacjach, posiadające długoterminowe umowy najmu, utrzymują swoją wartość. Rynek stołeczny pozostaje największym i najbardziej prężnym rynkiem w Polsce, skupiającym zainteresowanie większości funduszy inwestycyjnych. Jednak

inwestorzy zaczynają także brać pod uwagę ryzyko wzrostu odsetka niewynajętych powierzchni na przestrzeni najbliższych 12-18 miesięcy. Widać wyraźny podział na najwyższej jakości aktywa w najlepszych lokalizacjach, nadal poszukiwane przez inwestorów, i pozostałą część rynku, której trudniej zdobyć zainteresowanie kupujących.

Podczas gdy ceny najwyższej jakości aktywów w najlepszych lokalizacjach utrzymują się na relatywnie stałym poziomie we wszystkich segmentach i rynkach, ceny budynków biurowych w niższym segmencie spadły o co najmniej 75-100 punktów bazowych, nawet w miastach odnotowujących największą płynność. Niektórzy inwestorzy zaczynają natomiast interesować się wyróżniającymi się nieruchomościami biurowymi w najlepszych lokalizacjach, aby w ten sposób aktywnie przygotować się na okres, w którym wzrośnie odsetek niewynajętych powierzchni. Różnica w kapitalizacji pomiędzy najlepszymi aktywami biurowymi w stolicy i tymi ulokowanymi w pozostałych dużych miastach wynosi ok. 150 punktów bazowych. Ekspert CBRE uważają, że różnica pomiędzy aktywami „z najwyższej półki” i pozostałymi będzie się powiększała przez cały 2013 rok.

KOMENTARZ

Mike Atwell

Dyrektor Działu Rynków Kapitałowych CBRE na Europę Środkowo-Wschodnią



Mimo, że inwestorzy skupiają się głównie na rynku warszawskim, są też tacy, którzy uważnie przyglądają się ośrodkom regionalnym. Najlepsze aktywa biurowe w dużych miastach poza Warszawą osiągają kapitalizację na poziomie około 7,5 proc. Uwaga inwestorów skupia się jednak przede wszystkim na wiodących miastach, takich jak Kraków czy Wrocław. Napływ firm z sektora BPO, które właśnie tam lokują swoje biura, może oznaczać pojawienie się na tych rynkach aktywów poszukiwanych przez inwestorów. Jednak aby zaspokoić ich wymagania, umowy najmu w takich biurowcach muszą być długoterminowe – przynajmniej na pięć lub nawet dziesięć lat. Jakość najemców i odsetek wynajętych powierzchni mają pierwszorzędne znaczenie. Inwestorzy oczekują stabilnych długoterminowych umów najmu oraz odpowiedniego poziomu czynszu.

Ricoh Polska w nowym biurze

Od 4 lutego br. Ricoh Polska ma nową siedzibę - biuro zlokalizowane jest w ekologicznym kompleksie Business Garden Warszawa, u zbiegu ulic 1 Sierpnia i Żwirki i Wigury w Warszawie.

Decyzja o zmianie siedziby związana była z dynamicznym rozwojem firmy. Przy projektowaniu i wyposażaniu nowej siedziby szczególny nacisk położony został na wykorzystanie nowoczesnych i proekologicznych rozwiązań.

Nowe biuro Ricoh Polska zajmuje łącznie

prawie 2 tys. mkw. powierzchni i zlokalizowana jest na jednym piętrze. Do dyspozycji gości przygotowano nowoczesne, w pełni wyposażone w urządzenia i oprogramowanie Technology Center (dające możliwość pokazania wszelkich rozwiązań dla różnych środowisk biurowych), a także w pełni wyposażone sale konferencyjne i szkoleniowe. Business Garden to ponad 90 tys. mkw. powierzchni biurowej, hotelowej, konferencyjnej i usługowej. Projekt składa się z siedmiu budynków, usytuowanych na działce o powierzchni 6 hektarów, z których aż proc. stanowi powierzchnia biologicznie czynna.



Systemy oszczędzania wody i energii, kontroli środowiska wewnętrznego oraz starannie dobrane materiały budowlane spełniają założenia zrównoważonego rozwoju i zgodności z certyfikacją LEED.

Sektor usług biznesowych zadomowił się w Polsce

Globalne Centrum Biznesowe Hewlett-Packard już od 7 lat świadczy w Polsce wysoko wyspecjalizowane usługi dla biznesu. Coraz więcej firm wybiera nasz kraj na lokalizację centrów outsourcingowych. Według Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL), organizacji zrzeszającej ponad 55 zagranicznych inwestorów działających na polskim rynku, w grudniu 2012 roku liczba zatrudnionych w tym sektorze przekroczyła 100 tysięcy osób

Globalne Centrum Biznesowe HP jest częścią amerykańskiego koncernu Hewlett-Packard, który już od 22 lat oferuje polskim konsumentom urządzenia do druku, komputerowe systemy osobiste i oprogramowanie. Wrocławskie Centrum powstało 7 lat temu jako jedna z pierwszych tego typu jednostek w Polsce. Z założenia miało uzupełnić ofertę HP w zakresie usług biznesowych dla klienta wewnętrznego, czyli koncernu HP (ang. Global Business Services/Shared Services Center) oraz dla klientów zewnętrznych, głównie międzynarodowych koncernów zlokalizowanych w Europie (ang. Business Process Outsourcing). Rozszerzając swoją działalność w Polsce, HP został pierwszym na Dolnym Śląsku dostawcą zaawansowanych usług dla biznesu. Dziś ośrodek jest uważany za jedno z najbardziej nowoczesnych centrów usług biznesowych w Europie. Jego siedmioletnia historia to z jednej strony czas rozwoju i dalszej specjalizacji oferowanych usług, z drugiej – budowanie zaufania do sektora tego typu usług w Polsce.

Na początku był Wrocław

- O tym, by pierwsze w Polsce biuro Globalnego Centrum Biznesowego HP otworzyć we Wrocławiu, zdecydowało wiele czynników. Wyboru lokalizacji dokonano po szczegółowych analizach zasobów miasta. Na korzyść stolicy Dolnego Śląska wyraźnie przemówiły wykształcone kadry rekrutujące się z 29 szkół wyższych, które rokrocznie opuszcza 20 tys. absolwentów ze znajomością języków obcych. Wystarczy wymienić chociażby Uniwersytet Wrocławski, Politechnikę Wrocławską, Uniwersytet Ekonomiczny czy Wyższą Szkołę Bankową

– przyznaje Agnieszka Orłowska, Prezes Globalnego Centrum Biznesowego HP. Ogromną rolę odegrał także potencjał rozwojowy miasta i jego korzystny klimat inwestycyjny.

Usługi biznesowe dla HP i klientów zewnętrznych

Wrocławskie Centrum HP specjalizuje się w zaawansowanych usługach biznesowych, pozwalających na optymalizację kosztów i zwiększających efektywność procesową w biznesie. Zakres usług świadczonych przez Centrum obejmuje: finanse i księgowość, HR, sprzedaż i marketing, przetwarzanie danych i dostarczanie informacji oraz zarządzanie łańcuchem dostaw. W portfolio klientów zewnętrznych Globalnego Centrum Biznesowego HP we Wrocławiu znajdziemy wiodące międzynarodowe firmy z sektorów: FMCG, farmaceutycznego, odzieżowego, motoryzacyjnego czy produktów lifestylowych. Jednostka świadczy również usługi dla klienta wewnętrznego, czyli koncernu HP.

Ważną dziedziną specjalizacji Centrum są finanse i księgowość, które obejmują usługi związane z przygotowaniem analiz finansowych, controllingu i leasingu finansowego, regulowania zobowiązań i należności finansowych, fakturowania, rozliczania kosztów podróży służbowych oraz przygotowywania raportów. Centrum wspiera również swoich klientów w dziedzinie HR, a w tym obszarze zarządza kadrami i prowadzi rekrutację, zajmuje się obsługą płacową oraz administracją. Ważnym obszarem są także działania marketingowe, takie jak wsparcie procesu tworzenia strategii marketingowych, uczestniczenie w przygotowaniu kampanii prowadzonych przez inne

jednostki HP na świecie oraz weryfikacja ich skuteczności. Ponadto Centrum świadczy również usługi związane z przetwarzaniem danych oraz zarządzaniem łańcuchem dostaw w zakresie administrowania oraz zarządzania procesem zakupów.

– Wrocław jest przykładem ewolucji w kierunku zaawansowanych usług – mówi Agnieszka Orłowska. – W 2012 roku rozszerzyliśmy portfolio usług Centrum o realizację strategicznych funkcji z obszaru finansów i księgowości, analizy biznesowej oraz marketingu. Nowe, strategiczne zadania z obszaru finansów obejmują m.in. tworzenie budżetu i planowanie finansowe, analizę i zarządzanie ryzykiem finansowym, nadzór nad projektami finansowymi o zasięgu europejskim oraz koordynowanie działań w projektach na szczeblu europejskim i światowym. W zakresie obsługi procesów marketingowych zajmujemy się między innymi kreowaniem i koordynacją działań marketingowych o zasięgu europejskim, projektowaniem graficznym oraz zarządzaniem wybranymi elementami komunikacji marketingowej. Zaczynaliśmy od obsługi prostych procesów, by wyspecjalizować się i zacząć realizować projekty z obszaru KPO (Knowledge Process Outsourcing – usług opartych na wiedzy eksperckiej). W tym zakresie eksperci HP reprezentujący dziedziny finansów i księgowości oraz marketingu będą odpowiedzialni za opracowywanie innowacyjnych narzędzi i modeli do analiz efektywności prowadzonych działań – kontynuuje Agnieszka Orłowska.

Jak wykorzystać potencjał

Wrocławskie Centrum HP świadczy usługi w 28 językach, poza angielskim m.in. duńskim, niemieckim, francuskim, hiszpań-

skim, czeskim, tureckim czy węgierskim – przy czym większość pracowników mówi w dwóch językach.

Współpraca z wrocławskimi uczelniami wyższymi, ich biurami karier oraz innymi instytucjami z regionu buduje długotrwałą relację, pozwalającą na efektywne pozyskiwanie zasobów ludzkich na potrzeby firmy. Również samo centrum dba o rozwój zarówno obecnych, jak i potencjalnych pracowników. Z jednej strony prowadzi szkolenia z aplikacji SAP i Excel, a także wykłady z zakresu praktyki biznesu i doskonalenia kompetencji miękkich, bierze udział w targach pracy i przeprowadza szereg akcji rekrutacyjnych. Z drugiej zaś – swojemu zespołowi oferuje system wewnętrznych szkoleń i awansów, a przede wszystkim pełną wyzwania pracę w międzynarodowym środowisku, w której można poszerzyć swoją wiedzę poprzez dostęp do unikalnego know-how, wypracowanego przez lata działalności na całym świecie.

Oprócz pakietu socjalnego i rozbudowanego programu szkoleń, Centrum HP oferuje m.in. program ułatwiający młodym mamom powrót do aktywności zawodowej. Obejmuje on 6 dodatkowych tygodni płatnego urlopu macierzyńskiego, możliwości elastycznego ustalania godzin pracy czy pracy z domu. Ponadto jako pracodawca HP realizuje politykę diversity, polegającą na wyrównywaniu szans kobiet i mężczyzn czy osób z różnych kręgów kulturowych. W Globalnym Centrum Biznesowym HP we Wrocławiu 60 proc. menedżerów to kobiety, spośród których dwie pełniły funkcję prezesów Centrum.

Nowe Centrum HP w Łodzi

Po niecałych siedmiu latach od uruchomienia wrocławskiej inwestycji amerykański koncern podjął decyzję o stworzeniu kolejnej jednostki usługowej w Polsce. Projekt został zrealizowany w Łodzi. Nowe Centrum to odpowiedź HP na zmieniające się wymogi rynkowe oraz coraz bardziej sprecyzowane



Agnieszka Orłowska

Od 1 stycznia 2012 r. Agnieszka Orłowska pełni funkcję Prezesa Globalnego Centrum Biznesowego HP. Jest odpowiedzialna za rozwój Centrum, nadzór i koordynację strategicznych projektów oraz zarządzanie organizacją liczącą ponad 2300 osób.

Posiada 17-letnie doświadczenie w realizacji projektów z obszaru m.in. HR, marketingu, sprzedaży, finansów i księgowości. Jest związana z Hewlett-Packard od 2007 r. Specjalizuje się w takich obszarach jak: zarządzanie zasobami ludzkimi (zwłaszcza w obszarze planowania, rozwoju osobistego, definiowania ścieżek kariery), Corporate Social Responsibility (CSR), zarządzanie wiedzą, jakością, operacjami oraz relacjami z klientami.

potrzeby klientów. W ten sposób firma może lepiej spełniać oczekiwania klientów, a także wykorzystać potencjał polskiego rynku pracy, gromadząc specjalistów o różnorodnych kompetencjach. Decyzja HP o utworzeniu kolejnego Centrum w Polsce potwierdziła jej bardzo mocną pozycję jako strategicznej lokalizacji usługowej HP w regionie EMEA – Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki.

- Nowa jednostka Centrum, która została oficjalnie uruchomiona 27 listopada 2012 roku,

Sektor usług dla biznesu jest jedną z najbardziej dynamicznie rozwijających się gałęzi polskiej gospodarki, a jego główne polskie lokalizacje (Warszawa, Łódź, Wrocław, Kraków, Poznań, aglomeracja śląska oraz Trójmiasto) już dawno wyraźnie zaznaczyły się na światowej mapie BPO. Według prognoz Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL) liczba zatrudnionych w sektorze usług dla biznesu w Polsce w roku 2013 osiągnie 115-120 tysięcy pracowników.

realizuje już usługi z obszaru Business Process Outsourcing dla zewnętrznych klientów koncernu. Główne obszary specjalizacji naszej jednostki to szeroko pojęte usługi transakcyjne obejmujące finanse i księgowość oraz kadry i płace, w tym procesy związane z rekrutacją. Najbliższe miesiące będą dla nas okresem intensywnego rozwoju oraz rekrutowania kolejnych pracowników. Wybór Łodzi na kolejną lokalizację Centrum wynikał między innymi z dostępu do wysoce wykwalifikowanych kadr, dlatego mamy nadzieję na pozyskanie wielu kompetentnych pracowników władających językami obcymi, którzy sukcesywnie będą zasilać nasze szeregi – mówi Renata Sima, Dyrektor Generalny Usług Outsourcingowych firmy HP.

Dlaczego właśnie Polska?

Międzynarodowa grupa doradcza The Hackett Group zidentyfikowała Polskę jako jeden z krajów najczęściej wskazywanych przez inwestorów zagranicznych dla potrzeb projektów offshoringowych. Według jej raportu „Market Vista Location Hetman” z października 2011 roku Polska jest jedną z najlepszych lokalizacji dla inwestycji z tego sektora, tuż za Indiami i Chinami. To właśnie w Polsce lokowanych jest coraz więcej centrów o znaczeniu strategicznym dla kluczowych jednostek usługowych na Europę czy szerzej, na cały region EMEA. W Polsce dominują centra typu Business Process Outsourcing (BPO), Information Technology Outsourcing (ITO) oraz Shared Services Centers (SSC), ale z roku na rok rośnie liczba jednostek badawczo-rozwojowych (Research & Development) oraz centrów Knowledge Process Outsourcing (KPO), realizujących najbardziej zaawansowane projekty.



Renata Sima

Od 1 kwietnia 2010 r. Renata Sima pełni funkcję Dyrektora Generalnego Usług Outsourcingowych firmy HP, Global e-Business Operations Sp z o. o. we Wrocławiu, zaś od połowy 2012 r. sprawuje również obowiązki Dyrektora Globalnego Centrum Biznesowego Hewlett-Packard w Łodzi. Posiada wieloletnie doświadczenie w zakresie finansów, księgowości, HR i zarządzania, a także metod optymalizacji biznesowej i zarządzania jakością. Do HP dołączyła w 2005 r.

Jak uchronić podłogę w biurze przed błotem?

Pogoda za oknem zachęca bardziej do wyjazdów na narty, niż do pracy w biurze. Śnieg i błoto pośniegowe to zмога nie tylko drogowców, ale także administratorów biur i powierzchni użyteczności publicznej. By zachować czystość pomieszczeń, warto zastosować przed wejściem do budynku system wycieraczek czyszczących. Dobrze dobrane wycieraczki zachowają estetykę wnętrza i uchronią podłogi przed uszkodzeniem

Jak wybrać dobre wycieraczki? To zależy od ich przeznaczenia i gustu klienta. Systemy czyszczące dzieli się na trzy strefy wejścia do budynków:

- zewnętrzną - przed drzwiami wejściowymi do budynku, gdzie zbiera się najwięcej brudu
- strefę przejściową - przedsionek i wiatrołap
- strefę wewnętrzną (już w środku biura) - korytarz, hol i recepcja.

- Każdy z tych obszarów wymaga wycieraczek o innej strukturze, właściwościach i efektywności. Oferta Traper jest na tyle szeroka, że znajdziemy dobre rozwiązanie dla każdego miejsca – tłumaczy Grzegorz Koch, menedżer produktu Traper.

W przypadku zimowej aury, śniegu i błota kluczową strefą jest wejście do budynku. To tu zostaje wychwycony „największy” brud. Przed głównymi drzwiami do biurowców, instytucji, kin, czy galerii handlowych najlepiej sprawdzą się wycieraczki aluminiowe Traper Alusystem i Quadro oraz wycieraczki gumowe Traper Uno i Traper Primo.

Aluminiowe wycieraczki systemowe to doskonały sposób na utrzymanie w czystości obiektów o bardzo dużym natężeniu ruchu, gdzie istotną rolę odgrywa estetyka wnętrza. Są bardzo wytrzymałe i podkreślają prestiż miejsca. Elementami czyszczącymi wycieraczek Alusystem są wkłady o różnym wypełnieniu – wkład szczotkowy, winylowy, tekstylny - które są osadzone w aluminiowych profilach, połączonych ze sobą łącznikiem PVC lub linką stalową.

Innym rozwiązaniem są wycieraczki Quadro wykonane z aluminiowej pomostowej kraty ocynkowanej. Odpowiednia gęstość oczek zapewni bezpieczne przejście kobietom

w butach na wysokich obcasach, a ocynkowanie wycieraczki wpływa na jej żywotność i estetykę.

Wycieraczki gumowe są wytrzymałe, antypoślizgowe i higieniczne. Traper Uno dzięki zastosowanym szczoteczkom czyszczącym jest również polecane przed wejściem do miejsc o dużym natężeniu ruchu. Z kolei Traper Primo dzięki ryflowanej wykładzinie jest doskonała, jako podłoże antypoślizgowe zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz budynków. By wycieraczka idealnie pasowała do wnętrza, należy ją wykonać na wymiar. U dystrybutora produktów Traper, w firmie Coniveo takie zamówienia realizuje się w ciągu 5-7 dni. Warto pamiętać, że jedna wycieraczka nie zapewni należytego efektu. Ważne jest zastosowanie ciągu czyszczącego, bo w poszczególnych pomieszczeniach biurowych, takich jak wejście, przedsionek, korytarz, jest różne natężenie ruchu.

Efekty zastosowania wycieraczek systemowych Traper są bardzo szerokie. Widać natychmiastową poprawę estetyki podłóg oraz zmniejsza się ryzyko poślizgnięcia się na mokrej podłodze. Jednak co ważniejsze wydłuża się „żywotność” podłóg oraz obniża koszty codziennego sprzątnięcia i czyszczenia.

Warto przypomnieć, że Coniveo to jedna z największych polskich firm z wykładzin obiektowych. Od 1995 roku zajmuje się dystrybucją markowych wykładzin obiektowych i akcesoriów podłogowych, a także montażem w biurach i instytucjach, szkołach, hotelach oraz gabinetach medycznych. Firma wykonała blisko 6 tys. realizacji, co czyni ją ekspertem w branży. Posiada ponad 30 tys. mkw. wykładzin dostępnych „od ręki” w magazynie w Warszawie.

Coniveo jest także przedstawicielem produ-

centa wykładzin marki Workstep oraz wyłącznym dystrybutorem w Polsce marek Traper (systemy wycieraczek), Rollmat (maty podłogowe) i Gripper (taśmy antypoślizgowe). Firma współpracuje bezpośrednio z indywidualnymi przedsiębiorcami, firmami remontowo-budowlanymi oraz architektami wnętrz.







W 2013 roku przypada 150 rocznica rozpoczęcia produkcji wykładzin linoleum przez Fredericka Waltona.

Dla przypomnienia – Frederick Walton wynalazł linoleum i po jego opatentowaniu rozpoczął pierwszy proces produkcyjny w 1863 roku. To nieprawdopodobne, że produkt wynaleziony w czasach lampy naftowej i powozów konnych nadal znajduje zastosowanie w miejscach, do których został pierwotnie zaprojektowany: na podłogach placówek zdrowotnych i edukacyjnych. Rzemiosło tworzenia linoleum ewoluowało na przestrzeni ostatnich 150 lat, dzięki czemu bogactwo palety wzorniczej i kolorystycznej jest bezkonkurencyjne. Żadna inna kolekcja wykładzin elastycznych nie daje tak dużej swobody wyboru, a materiał ten jest chętnie instalowany na podłogach w różnych budynkach - i tych odnawianych, i tych nowo powstających, m.in. w galeriach sztuki, muzeach, lotniskach, sklepach, biurach, itd.

Gdyby linoleum wynaleziono dziś, z pewnością uznano by ten materiał za rewolucyjny w ofercie elastycznych wykładzin podłogowych. Połączenie rozwiązania zrównoważonego z najniższym kosztem utrzymania oraz najlepszą oceną w analizie LCA (z ang. Analiza Cyklu Życia Produktu) wśród wykładzin podłogowych czyni Marmoleum produktem naprawdę godnym uwagi.

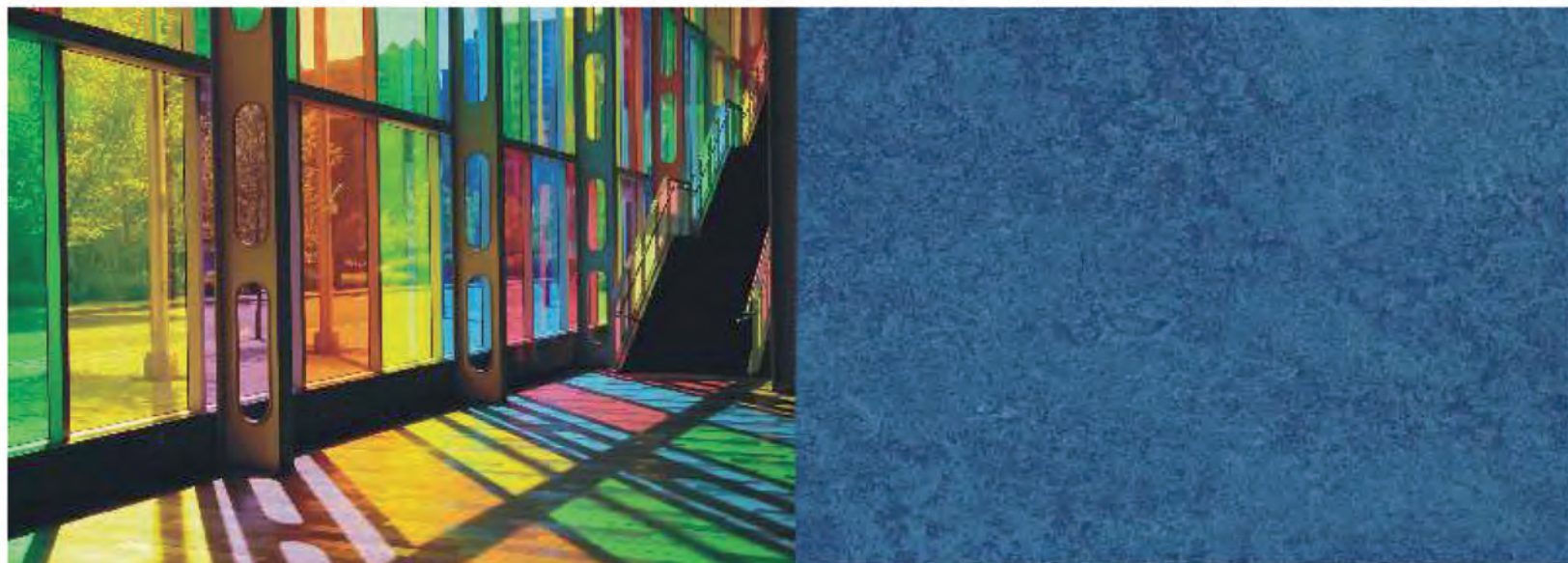
Marmoleum jest stworzone z naturalnych i odnawialnych surowców zgodnie z maksymą: "Tak długo, jak świeci słońce i pada deszcz, Forbo Flooring będzie produkować Marmoleum". W produkcji nie stosuje się żadnych dodatków ulepszających parametry wykładziny. Marmoleum jest naturalne w całości. Wszystkie kolekcje są także zabezpieczone Topshield2. Powłoka ta znacznie ułatwia pielęgnację polegającą na odkurzaniu i sporadycznym myciu na mokro, a Marmoleum dzięki niej jest najbardziej ekologiczną wykładziną elastyczną.

Rok 2013 to także wprowadzenie nowej jubileuszowej kolekcji Forbo „Kolejna Generacja Marmoleum”. Grupy wzornicze Marbled, Solid, Patterned i Linear są dla miłośników linoleum zachętą i inspiracją do tworzenia niepowtarzalnych projektów i kompozycji wzorniczych idealnie wpasowujących się we współczesne wnętrza obiektowe i mieszkaniowe.

creating better environments

Forbo

FLOORING SYSTEMS



1863-2013, Forbo świętuje 150 lat produkcji linoleum

KOLEJNA GENERACJA MARMOLEUM

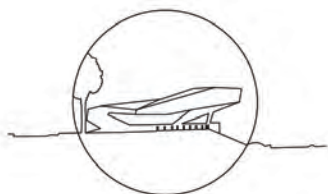


Forbo przedstawia: Kolejna Generacja Marmoleum. Marbled, Solid, Patterned i Linear

Cztery innowacyjne linie wzornicze w jednej wyjątkowej kolekcji: linoleum w nowej odsłonie

Marmoleum od Forbo jest wszechstronną wykładziną podłogową wytwarzaną w 100% z surowców naturalnych.

Od dziesięcioleci Marmoleum jest wykorzystywane jako materiał podłogowy w placówkach zdrowotnych, edukacyjnych i instytucjonalnych o dużym natężeniu ruchu. Marmoleum stało się ikoną wzornictwa uwielbianą przez architektów i projektantów za swoją autentyczność i różnorodność, znajdując zastosowanie m.in. w muzeach, galeriach, placówkach handlowych i biurach. **Marmoleum jest:**



Prawdziwe i Wszechstronne
Najniższy koszt utrzymania



Zrównoważone i trwałe
Najbardziej ekologiczna wykładzina elastyczna



W pięknym desenie i kolorze
Nowy kierunek we wzornictwie





E-faktura w niełasce

Papierowe faktury wcale nie przechodzą do lamusa. Co prawda przedsiębiorcy powoli doceniają ich wersje elektroniczne i wiedzą, że opłaca się je wysyłać, ale wciąż nie potrafią zachęcić do tego rozwiązani swoich kontrahentów

małych firm, które z kolei wysyłają kilkanaście faktur wydatek na zakup np. elektronicznego podpisu, zwróci się wprawdzie dużo później, ale przyspieszy znacznie proces ich dostarczania.

Zdaniem specjalistów brak podpisu elektronicznego nie sprawia, że faktura przestaje być traktowana jako ważny dokument księgowy. – Podpis elektroniczny oraz elektroniczna wymiana danych to tylko przykłady zabezpieczeń dozwolonych przez ustawodawcę. Nie są to jednak jedyne sposoby zapewniające autentyczność oraz integralność dokumentu. Pomocna może być tu dyrektywa UE, zgodnie z którą każdy podatnik sam określa sposób zapewnienia autentyczności pochodzenia, integralności treści i czytelności faktury – mówi Agnieszka Koperska, menedżer w dziale audytu w Baker Tilly Poland.

Zmotywowany kontrahent

Mało prawdopodobne żeby sceptycznie nastawionych do e-faktur przekonali względy finansowe czy ekologiczne. Pieniądze, które można zaoszczędzić zastępując

tradycyjną fakturę dokumentem w formie elektronicznej są bowiem korzyścią wystawcy dokumentu, a nie jego odbiorcy. Dołączanie do wysyłanej faktury informacji o możliwości przejścia na elektroniczne odpowiedniki dokumentu również mogą okazać się mało skutecznym sposobem na zachęcenie odbiorców.

Tym bardziej nietrafionym pomysłem jest odzwyczajanie konserwatywnych odbiorców za pomocą pobierania opłat za papierowe faktury.

Na każdego działają inne zachęty. Na podstawie przeprowadzonych badań okazało się, że rozwiązaniem może być zapewnienie klienta czy kontrahenta, że w razie niezadowolienia z otrzymywania e-faktur będzie on mógł powrócić do wersji papierowej.

Przekonując odbiorców do faktur w formie elektronicznej można wskazać jako zaletę swobodny dostęp do dokumentów z poprzednich miesięcy. Aby dodatkowo wesprzeć proces zmiany, warto również powiadamiać wcześniej klientów o terminie zapłaty np. wysyłając SMS.

Pozytywne efekty może przynieść nagradzanie klientów, którzy zdecydowali się przejść na nową formę faktury, np. upominkiem, poprzez wydłużenie terminu spłaty czy rabatem na daną usługę. Przekonując odbiorców do e-faktury warto podkreślać atuty, o których zdaje się zapominać jego przeciwnicy, m.in. fakt, że dokument trafia do odbiorców zaraz po jego wysłaniu.

Ponadto otrzymywanie rachunków i faktur w formie elektronicznej znacznie wpływa na wygodę ich przechowywania i przeglądania. Znacznym udogodnieniem jest pewność otrzymania jej we właściwym terminie oraz co dzisiaj wydaje się oczywistym rozwiązaniem dostęp do rachunków z każdego miejsca i w dowolnym momencie.

Niestety, to co przemawia do firm, niekoniecznie musi działać na kontrahentów. Oszczędności przedsiębiorstw wynikające z braku konieczności drukowania i wysyłania faktur raczej nie przekonują ich odbiorców do e-faktur.

Jak zmienić podejście?

Niechęć do otrzymywania e-faktur wynika najczęściej z przyzwyczajenia do tradycyjnej, papierowej formy, niż faktycznych potrzeb. Osoby młodsze, wykształcone i na co dzień korzystające z Internetu częściej decydują się na elektroniczne odpowiedniki faktur. Są jednak firmy, w których klienci i kontrahenci niekoniecznie należą do tej grupy. W tej sytuacji nie pozostaje nic innego, jak zachęcić ich do nowej formy dokumentów.

Na zmianie przyzwyczajzeń tych nieprzekonanych najbardziej zależy dużym przedsiębiorstwom, które wysyłają miesięcznie nawet do kilkuset druków. Dostarczenie jednej faktury pocztą to koszt około 1,50zł, co w skali roku generuje duże i niepotrzebne koszty administracyjne. W przypadku

Faktura elektroniczna musi spełniać warunek autentyczności pochodzenia oraz integralności jej treści. Można go zrealizować wykorzystując w tym celu bezpieczny podpis elektroniczny, weryfikowany za pomocą ważnego kwalifikowanego certyfikatu bądź zastosować elektroniczną wymianę danych (EDI). Choć wydatek np. na zakup elektronicznego podpisu nie jest mały, to jednak przy dużej liczbie wysyłanych dokumentów jego koszt zwraca się już nawet po pierwszym miesiącu.

Dokumenty w kolorze – bardziej profesjonalne

W wielu przedsiębiorstwach istnieją błędne przekonania dotyczące wykorzystania kolorowego druku. Większość z nich powstaje z powodu niepewności co do kosztów eksploatacji urządzeń i oczekiwanych korzyści płynących z ich użytkowania. Druk kolorowy staje się coraz tańszy. - Istotna jest również odpowiednia edukacja pracowników dotycząca korzyści płynących z kolorowego wydruku – podkreśla Józef Lis, product manager w Lexmark Polska



ność przechowywania dużych ilości materiałów i obniża ryzyko ich marnowania, gdy kopie stają się nieaktualne lub wymagają dopracowania. Druk na żądanie umożliwia również rozłożenie kosztów wydruku, zamiast płacenia za cały nakład z góry.

Mądrzejsze decyzje

Przedstawione podejście jest rozsądne i umożliwia przedsiębiorstwom redukcję liczby drukowanych stron, a także wpłynąć bezpośrednio na zysk firmy. Istnieje jednak wiele innych korzyści wynikających z drukowania materiałów w kolorze.

- Jednym z największych wyzwań stojących przed pracownikami jest zarządzanie i korzystanie z dużej ilości informacji, które każdego dnia pojawiają się na ich biurkach – podkreśla specjalista z Lexmark. Używanie kolorów do komunikacji wewnętrznej podnosi wydajność pracowników, którzy mogą szybciej analizować skomplikowane dane dzięki ich większej przejrzystości. W przeprowadzonym przez Lexmarka badaniu respondenci uznali tę cechę za naj-

Jakie zatem mogą być korzyści dla firmy z drukowania w kolorze?

- Na poziomie indywidualnym, drukowanie w kolorze może tak naprawdę zmniejszyć liczbę drukowanych stron. Pracownicy biurowi korzystający z kolorowej drukarki podejmują bardziej świadome decyzje dotyczące tego co należy drukować, ponieważ zdają sobie sprawę z kosztów takiego wydruku – uważa Józef Lis. Potwierdzają to wyniki badania przeprowadzonego przez Lexmarka, w którym prawie 70 proc. respondentów zadeklarowało, że zwraca baczniejszą uwagę na to, co drukują w kolorze, niż gdy wydruk jest czarno-biały.

Możliwość tworzenia profesjonalnych materiałów marketingowych w kolorze na miejscu

u siebie oznacza, że firmy mogą drukować dokumenty na żądanie. Eliminuje to koniecz-



KOMENTARZ

Józef Lis
product manager, Lexmark Polska

Nasze badania wykazały, że wielu pracowników biurowych uważa kolorowe dokumenty za bardziej profesjonalne i wizualnie atrakcyjniejsze, niż czarno-białe wydruki. Kolor pomaga również przyciągnąć uwagę czytelnika. Badania rynku pokazały, że 60 proc. respondentów ocenia prezentacje i wydruki korzystniej, gdy są one kolorowe. Co więcej, czas potrzebny na wyszukanie danych zawartych w kolorowych dokumentach skraca się o 80 proc.

większą zaletę druku kolorowego. Większa przejrzystość i zrozumiałość dokumentu zmniejsza margines błędów i pozwala łatwiej podejmować decyzje, co z kolei przyczynia się do prowadzenia biznesu w bardziej efektywny sposób.

Profesjonalne podejście

W przypadku mniejszych firm, posiadających znacznie mniejsze środki na profesjonalne usługi i nie drukujących dokumentów w ilościach uzasadniających outsourcing druku, drukowanie w kolorze pozwala na stworzenie bardziej profesjonalnego wizerunku. To samo dotyczy oddziałów większych przedsiębiorstw, gdzie drukowanie niewielkich ilości dokumentów u siebie może być bardziej opłacalne, niż ich drukowanie w centrali firmy, gdzie koszty dostawy, przechowywania i aktualizacji kopii mogą się okazać dużo wyższe. - Choć wielu pracowników dostrzega korzyści płynące z drukowania dokumentów w kolorze, nadal postrzegają uważają to za możliwość, a nie konieczność. Stosowanie kolorowych urządzeń drukujących w miejscu pracy

może mieć znaczący wpływ na drukowanie dokumentów – dodaje Józef Lis z Lexmark. - Pracownicy mający dostęp do tego typu urządzeń zwracają większą uwagę na to co drukują, co z kolei prowadzi do zmniejszenia liczby drukowanych stron.

Istotną rolę pełni w tym wypadku edukacja. Udzielane personelowi porady i wskazówki dotyczące korzystania z urządzeń drukujących w kolorze zachęcają do zwracania większej uwagi na to, które dokumenty warto wydrukować, co zapewnia firmie większą efektywność działań. Poprzez domyślne ustawienie drukowania przy użyciu czarnego tonera, pracownicy będą mogli sami ocenić, czy lepszy będzie wydruk czarno-biały, czy też kolorowy.

Dzięki zniesieniu ograniczeń dostępu do kolorowego druku i zapewnieniu odpowiedniego sprzętu, firmowe dokumenty staną się bardziej profesjonalne i czytelne. Ponadto, przedsiębiorstwa mogą w ten sposób ograniczyć zużycie papieru i drukować w bardziej efektywny sposób, co przyniesie im znaczne oszczędności.

Właściwe zrozumienie korzyści w połączeniu z postępowaniem technologicznym i dobrze prowadzoną polityką zarządzania drukiem powodują, że drukowanie w kolorze nie musi wiązać się z wysokimi nakładami pieniężnymi. W rzeczywistości drukowanie kolorowych dokumentów może poprawić efektywność i zwiększyć oszczędności w całej firmie.

Na poziomie bieżącej, codziennej pracy, możemy wprowadzić nowe procedury obiegu dokumentów oraz wyposażać firmę w nowy sprzęt. Na przykład, pracownicy korzystający z możliwości obustronnego drukowania mogą zredukować liczbę zużywanego papieru o połowę. Obecnie jedynie jedna trzecia (34 proc.) organizacji posiada drukarki umożliwiające drukowanie w systemie duplex. Równie użyteczna jest funkcja podglądu, dzięki której pracownik może sprawdzić, czy to co chce wydrukować, nie jest pomyłką. Niewiele osób korzysta z funkcji podglądu, w wyniku czego powstają przypadkowe lub niepotrzebne wydruki, które później trafiają od razu do kosza – uważa ekspert z Lexmark Polska.

Kolorowy druk - propozycje najnowszych urządzeń do biur

LEXMARK

Lexmark proponuje do biur CX310n – wielofunkcyjną drukarkę laserową. Przystosowana do pracy w sieci, wielofunkcyjna drukarka z kolorowym ekranem o przekąt-

nej 2,4 cala i funkcją druku dwustronnego zapewni błyskawiczne sporządzanie wydruków z szybkością do 23 str./min, umożliwiając kopiowanie i skanowanie. Technologia Named Color Replacement Lexmarka i kalibracja PANTONE ułatwiają kreowanie spójnego wizerunku marki przez dokładne odwzorowanie barw. Grafika i obrazy zachowują wyrazistość dzięki rzeczywistej rozdzielczości 1200 x 1200 dpi, a toner Unison Lexmarka zapewnia utrzymanie powtarzalnej jakości.

.....
X748de to laserowe urządzenie wielofunkcyjne, które zapewnia kolorowe dokumenty o wysokiej jakości. Zabezpieczenia oraz rozwiązania usprawniające obieg dokumentów ułatwiają i czynią bezpiecznym drukowanie dużych nakładów. Łatwy w obsłudze kolorowy 7-calowy (17,8 cm) ekran dotykowy z akustycznymi potwierdzeniami, pozwala na łatwą i intuicyjną obsługę dzięki nawigacji przypominającej obsługę tabletu. Drukarka umożliwia przeglądanie dokumentów i zmienianie ustawienia wydruku bezpośrednio na urządzeniu, np. drukowanie dwustronne. Korzystając z innowacyjnych zabezpieczeń,



takich jak autoryzacja i weryfikacja oraz czyszczenie i szyfrowanie dysku, można w łatwy sposób chronić swoje urządzenie, dane i sieć. Drukarka posiada również ustawienia Eco, umożliwiające niestandardowe ustawienia druku oraz tryb hibernacji.



ARCUS

Na polskim rynku pojawiły się nowe modele kolorowych urządzeń wielofunkcyjnych marki Kyocera Mita - TASKalfa. Dzięki najnowszym rozwiązaniom technologicznym

urządzenia te umożliwiają tworzenie wydruków o unikalnym nasyceniu barw, a także elastyczne zarządzanie całym procesem druku w firmie. Gwarantują one nie tylko najwyższą jakość produkowanych dokumentów, lecz także dają użytkownikom poczucie dużej efektywności oraz elastyczności pod względem możliwości rozbudowy.



Umożliwiają również w bardzo dużym zakresie optymalizację kosztów, znaną także z wcześniejszych modeli. Wszystkie nowe urządzenia, przy całym bogatym wyposażeniu, oferują prostą obsługę, panoramiczny, kolorowy, dotykowy panel operatora, intuicyjny interfejs oraz ergonomiczną konstrukcję. Najważniejszą zaletą jest bardzo wysoka jakość wydruku, wynikająca z zaawansowanych technologicznie rozwiązań. Profesjonalistów zainteresuje możliwość wyposażenia nowych urządzeń TASKalfa w kontroler EFI Fiery, który umożliwia profesjonalne zarządzanie kolorem. Pozwala on na precyzyjne dopasowanie barw i na wprowadzanie w nich zmian, na plastyczne zarządzanie obrazem i dostosowywanie wydruków do aktualnych potrzeb. Urządzenia zostały ponadto wyposażone w amorficzny, silikonowy bęben z dodatkową powłoką „Mega surface”, która charakteryzuje się wyjątkową trwałością i podwyższoną światłoczułością co z kolei przekłada się na ponadprzeciętną jakość obrazu. Użytkownik ma do dyspozycji również rozbudowane funkcje wykańczania dokumentów i tworzenia prezentacji oraz system CASS, odpowiadający za utrzymanie wysokiej jakości obrazu.

Jednym z nowych urządzeń jest wielofunkcyjna Kyocera TASKalfa 3050 ci, drukująca z prędkością 30 str. A4/min. w kolorze i mono, z rozdzielczością 600 dpi. Urządzenie wyposażone jest w dupleks, opcjonalnie: faks sieciowy i jednoprzebiegowy podajnik dokumentów. Bębny ceramiczne - na 600 tys. str. A4.

Kyocera FS-C2526/2626MFP to wysokowydajne urządzenia, które stanowią rewelacyjne połączenie szybkości i niezawodności w przetwarzaniu dokumentów kolorowych i czarno białych. Oferują użytkownikowi krótki czas wydruku i kopii (26 str. A4/min. w kolorze i mono), zapewniając szybką realizację prac biurowych. Dzięki szybkiemu skanerowi doskonale poradzą sobie także z licznymi zadaniami archiwizacji, a zastosowany pełny, automatyczny dupleks zapewni oszczędność czasu i papieru. Niezwykła wydajność zastosowanych komponentów zagwarantuje wyjątkowo niskie koszty eksploatacji. Trwałość i efektywność produktów Kyocera zostały po raz kolejny dostrzeżone przez profesjonalne laboratorium. Wspomniane dwa modele urządzeń wielofunkcyjnych Kyocera są nowymi wersjami modeli, które zostały wyróżnione w kategorii Najlepsza Oplacalność w testach PC World (10/2012).

SHARP

Polecany model drukarki Sharp to MX2640/3140/3640. Cechy wyróżniające: obsługa długiego papieru typu banner, obsługa gramatury papieru do 300 g/mkw., nowo zaprojektowany, uchylny panel kontrolny urządzenia. Drukarkę wyposażono ponadto w wiele schematów oszczędzania energii elektrycznej w czasie pracy, w tym schematy samouczące się specyfiki pracy poszczególnych biur klienta, w pełni modyfikowalny panel kontrolny maszyny, pozwalający na wprowadzenie dowolnych ilości i ikon (ze zdjęciami) oraz zaprogramowaniem indywidualnych programów prac użytkownika, szuflada typu tandem mieszcząca 2 tys. arkuszy A4 w opcji dodatkowej poza dostępnym bankiem papieru z boku maszyny.

- Możliwości rozbudowy urządzenia, od prostego do naprawdę zaawansowanego, są przeogromne i tym samym sprawiają, że model ten nadaje się równie dobrze dla małego, średniego jak i dużego biura – podkreśla Paweł Lisowski, Product Manager Document Solutions, Sharp Electronics, Oddział w Polsce. - Nasze innowacje w tym momencie skupiają się na takich aspektach urządzeń wielofunkcyjnych, jak np. sterowanie za pomocą paneli dotykowych. Trzeba uświadomić sobie, że koszt wydruków kolorowych wynika m.in. ze stosowania większej ilości tonerów, niż w przypadku wydruków w czarno-białych. W najbliższym czasie raczej nie dołączymy się do rewolucji pod tym względem.



KONICA MINOLTA

Nowe modele bizhub C224, C284, C364, C454, C554 i C654 to udoskonaleni następcy wielokrotnie nagradzanych urządzeń wielofunkcyjnych Konica Minolta. Każdy z modeli gwarantuje sprawną realizację wszystkich zadań drukowania, skanowania, kopiowania i faksowania, a przy tym zapewnia wyjątkową prostotę obsługi. Jest to możliwe dzięki dotykowemu panelowi sterowania, charakterystycznemu dla większości smartfonów czy tabletów PC.

Nowe modele bizhub sprawdzają się w najróżniejszych zadaniach biurowych, zwłaszcza w małych i średnich przedsiębiorstwach, a także w grupach roboczych w każdej większej firmie. Urządzenia te umożliwiają pracę w trybie RADF (automatyczny odwracający podajnik dokumentów) przy wykonywaniu codziennych zadań biurowych, a także opcjonalnie pracę w trybie Dualscan ADF, ułatwiającym realizację zadań wymagających wysokiej wydajności skanowania. Nowe modele bizhub skanują z prędkością 80 obr./min. w trybie RADF i 160 obrazów w trybie Dualscan oraz kopiuje w czerni lub w kolorze z szybkością 22 (C224), 28 (C284), 36 (C364), 45 (C454) i 55 (C554) str./min. Wydajny bizhub C654 drukuje natomiast z prędkością 60 str./min. w kolorze i 65 str./min.

w trybie monochromatycznym. Oferuje także w standardzie funkcję skanowania dwustronnego. Podajnik dokumentów w tym urządzeniu jednocześnie skanuje obie strony oryginału, osiągając prędkość do 180 obr./min.

– Choć nowe technologie oferują wiele możliwości tworzenia bardziej wydajnych środowisk biurowych, rosnąca liczba potrzebnych urządzeń i długa lista ich funkcji mogą łatwo przynieść skutek odwrotny do oczekiwanego. Dlatego przy opracowywaniu nowej generacji urządzeń skupiliśmy się na ogólnej funkcjonalności. Nowa struktura menu, opisy oparte na ikonach, operacje wielodotykowe i możliwości personalizacji pozwolą użytkownikom na intuicyjne korzystanie z urządzeń – mówi Szymon Szczur, Koordynator ds. Wsparcia Sprzedaży Rozwiązań



Biznesowych w Konica Minolta Business Solutions Polska.

W nowej generacji urządzeń Konica Minolta zastosowano ekologiczne rozwiązania, zapewniające niższy pobór energii i ograniczające wpływ na środowisko, m.in. skanowanie bez konieczności nagrzewania silnika. Wydajność ekologiczną i ekonomiczną urządzeń zwiększa także dynamiczny zegar, pozwalający na automatyczne włączanie trybu uśpienia i dostosowanie czasu gotowości do pracy.

OKI

Oki MC861dn to kolorowe urządzenie wielofunkcyjne formatu A3/A4, oferujące doskonałą jakość druku biurowego dla wymagających grup roboczych, oczekujących wysokiego wolumenu wydruku. MC861dn zapewnia prędkość druku 26 str./min. w kolorze i 34 str./min. dla druku czarno-białego. Możliwość instalacji tonerów o większej pojemności sprawia, że urządzenie to jest nie tylko wydajne, ale także zapewnia ekstremalnie konkurencyjne koszty użytkownika. Niezwykła elastyczność obsługiwanych nośników od etykiet CD po banery. Urządzenie wyposażone jest w szereg rozwiązań, ułatwiających tworzenie profesjonalnych szablonów, monitorowanie druku, a także zapewniające druk w wysokiej rozdzielczości, takie jak Collor Correct i ColourSwatch, podwyższające zgodność kolorów i jakość dokumentów.

Oki MC562dn to idealny wybór dla firm poszukujących wydajnego urządzenia 4-w-1, zapewniającego niskie koszty eksploatacji oraz

wysokiej jakości narzędzia do zarządzania drukiem i dokumentami. Oferuje prędkość wydruku do 30 str./min. Urządzenie to jest w stanie obsłużyć większe grupy robocze, wymagające dużych wolumenów wydruku. Sprawdzona technologia LED zapewnia nie tylko doskonałą jakość druku w kolorze, ale także praktycznie nie posiada żadnych ruchomych części, przez co jest jeszcze bardziej bezawaryjne. Urządzenie posiada wbudowany tryb Eco, który zwiększa jego wydajność i ogranicza zużycie energii. Znajdując się w trybie głębokiego uśpienia MC562dn pobiera mniej niż 1,5W energii elektrycznej. Dodatkowym atutem jest niezwykle pojemny toner oraz bęben światłoczuły o wydajności do 30K, dzięki którym znacznie redukujemy koszty związane z wymianą materiałów eksploatacyjnych.

- Drukarki laserowe/LED stanowią coraz bardziej atrakcyjną alternatywę dla tradycyjnych drukarek atramentowych. Głównym powo-

dem takiej tendencji jest spadek cen nabycia tych urządzeń. Dotychczas argumentem ceny był głównym powodem przemawiającym za drukarką atramentową. Co więcej drukarki laserowe/LED oferują o wiele niższe ceny materiałów eksploatacyjnych w porównaniu do pojemników z atramentem, które często przewyższały koszt nabycia samej drukarki – podkreślają eksperci z OKI. - Przedsiębiorstwa wymagają również od swoich urządzeń ciągłej gotowości do pracy. Urządzenia laserowe/LED nawet po dłuższym zastoiu pozwalają wciąż drukować materiały najwyższej jakości bez ryzyka zaschnięcia atramentu w pojemniku. Ważnym czynnikiem dla każdego przedsiębiorstwa jest trwałość zakupionego produktu. Drukarki z technologią LED dzięki mniejszej ilości ruchomych części oferują większą bezawaryjność, niższe koszty całkowitego użytkownika oraz najlepszy stosunek ceny do wydajności.

HP

- Wybór odpowiedniego kolorowego urządzenia wielofunkcyjnego powinien być oparty o rzeczywiste potrzeby użytkownika – podkreśla Robert Sekuła, PPS Category Manager w HP Polska. - Należy przede wszystkim określić ile wydruków miesięcznie będzie wykonywanych na danym urządzeniu oraz jakiej jakości wydruków oczekujemy. W przypadku gdy mówimy o średniej miesięcznej liczbie wydruków, nie większej niż 500 sztuk, rekomendujemy urządzenia z serii HP OfficeJet. Są to urządzenia atramentowe dedykowane do małych i średnich biur. Gdy miesięczna liczba wydruków przekracza 500 sztuk, ale jest mniejsza niż 2000 sztuk, wtedy rekomendujemy urządzenia atramentowe HP OfficeJet z serii Pro lub urządzenia laserowe HP Color LaserJet z serii M100 lub M200.

Jeśli zależy nam bardziej na jakości wydruków, to lepszym rozwiązaniem będzie seria urządzeń laserowych, a w przypadku gdy ważniejsze są niskie koszty eksploatacji - trafniejszym wyborem będą urządzenia atramentowe. Dla firm, które przygotowują

wiele kolorowych dokumentów, powyżej 2 tys. miesięcznie, najlepszym wyborem będą urządzenia laserowe HP Color LaserJet z serii M400 lub M500. Jakość dokumentów drukowanych na tych urządzeniach jest bardzo wysoka, przy jednoczesnych niskich kosztach eksploatacji.

W przypadku HP OfficeJet Pro 8600 Plus sugerowana cena brutto dla użytkownika końcowego tego urządzenia to 1 099 zł brutto. HP OfficeJet Pro 8600A Plus to bezprzewodowe, wydajne i szybkie kolorowe urządzenie wielofunkcyjne dedykowane dla firm. Prędkość wydruku urządzenia wynosi do 20 str./min w trybie mono oraz do 16 str./min w trybie kolorowym.

Urządzenie jest wyposażone w ekran o przekątnej 3,9 cala, co ułatwia jego obsługę i umożliwia drukowanie wybranych treści internetowych bez konieczności podłączenia komputera. Wyposażone w technologię ePrint umożliwia drukowanie za pośrednictwem urządzeń takich jak tablety i smartfony niemal z każdego miejsca na ziemi. Wbudowana kopiarka z technologią CopySmart

prostuje dokumenty i czyści tło. Urządzenie to oferuje laserową jakość druku (do 4800x1200 w trybie kolor i 1200x600 dpi w trybie mono) odpornych na wodę i markery dokumentów przy kosztach materiałów eksploatacyjnych i zużyciu energii nawet o 50 proc. niższych, niż w przypadku drukarek laserowych. Liczne nowatorskie i łatwe w obsłudze funkcje, takie jak blokowanie spamu faksowego, automatyczny moduł druku i skanowania dwustronnego, skanowanie do załączników wiadomości e-mail poprzez wbudowanego klienta pocztowego SMTP, folderów sieciowych, pamięci USB i kart pamięci zwiększają wydajność użytkownika.



HP LaserJet Pro color 500 MFP M570DN to kolorowe urządzenie wielofunkcyjne z funkcją duplex, dedykowane dla małych i średnich firm. Dzięki zastosowaniu dwugłowicowego, jednorobocznego skanera oraz podajnika ADF mieszczącego do 50 stron, proces digitalizacji dokumentów odbywa się szybko i sprawnie. Obsługa urządzenia jest łatwa i intuicyjna dzięki 3,5 calowemu kolorowemu ekranowi dotykowemu. Model ten jest dobrym rozwiązaniem dla firm, którym zależy na

oszczędności energii i materiałów eksploatacyjnych. Funkcje Auto-On/Auto-Off, Instant-on Copy i technologia Instant-on pozwala na redukcję zużycia energii elektrycznej.

Dzięki funkcji automatycznego druku dwustronnego oraz możliwości optymalizacji nasycenia kolorów, zarówno druk kolorowy jak i czarno biały jest efektywny i oszczędny. Do urządzenia dostępne są zarówno wkłady standardowe jak i tonery o większej pojemności, co również przyczynia się do zwiększenia wy-

dajności druku. Oryginalne wkłady z tonerem HP LaserJet mogą być poddane recyklingowi. Zarówno druk kolorowy, jak i czarno biały odbywa się z prędkością 30 stron na minutę. Urządzenie nie traci przy tym na wydajności. Rekomendowana miesięczna liczba wydruków wynosi od 1,5 do 4 tys. stron miesięcznie. Dzięki funkcji HP ePrint możliwe jest drukowanie dokumentów i zdjęć wprost ze smartfonu czy tabletu. Sugerowana cena brutto dla użytkownika końcowego – 4 999 zł brutto.

Bezpieczne dokumenty i dane

Początek nowego roku to zwykle czas podsumowań i postanowień. Najczęściej planujemy zrzucić zbędne kilogramy, zerwać z nałogiem czy też zdrowo się odżywiać. Do tego katalogu zalecałbym dodać także kwestię poprawy swojego bezpieczeństwa, które wraz z postępowaniem technologicznym jest coraz częściej zagrożone – radzi Marcin Sobaniec z HSM Polska

Zwykle nie zdajemy sobie w pełni sprawy, że każdego dnia jesteśmy nadawcami i odbiorcami niezliczonych ilości informacji. Czy zastanawiałeś się kiedyś, co mogłoby się stać, gdyby trafiły one w niepowołane ręce?

Codziennie wytwarzamy i otrzymujemy dokumenty o różnym stopniu ważności i poufności. Zapisujemy je nie tylko na tradycyjnym papierze, ale coraz częściej za pomocą elektronicznych nośników danych, takich jak płyty CD/DVD, pendrive'y czy dyski twarde naszych komputerów. Każde-

go dnia jesteśmy także odbiorcami różnych przekazów – banki przesyłają nam wyciągi oraz oferty nowych kont czy kart kredytowych, od dostawców mediów otrzymujemy comiesięczne rachunki, a od znajomych i rodziny – prywatną korespondencję.

Należy jednak pamiętać, że niezależnie od formy zapisu i przechowywania, wymienione nośniki są skarbnicą cennych danych o nas i naszej rodzinie – większość otrzymywanych lub wysyłanych komunikatów zawiera prywatne informacje, których trafienie w niepowołane ręce mogłoby nieść bardzo negatywne konsekwencje. Jak się przed tym ustrzec?

Nie przechowuj przedawnionych dokumentów – to bezcelowe. Niszcz je!

Jestem przekonany, że nie chciałbyś, aby np. Twoje rachunki czy prywatna korespondencja wpadły w ręce ciekawskiego sąsiada lub też – co gorsze – złodzieja informacji. Aby tego uniknąć w pierwszej kolejności należy zadbać o świadomość domowników w kwestii zagrożeń płynących z braku utylizacji dokumentów. Każdy powinien bowiem wiedzieć, że bezcelowe przechowywanie ważnych danych wiąże się z poważnymi zagrożeniami.

Co więcej, dokumenty z cennymi informacjami nie mogą trafiać do kosza w swojej pierwotnej formie. Z nowym rokiem należy zatem wyrobić w sobie nowe przyzwyczajenie, aby wszystkie niepotrzebne dane niszczyć, i to od razu!

Wyobraźnia jest najlepszym sposobem obrazowania krzywd, jakie mogą powstać w wyniku niewłaściwego przechowywania danych. Konsekwencje można wyliczać w nieskończoność. Przypomnij sobie, jakiego rodzaju informacje w dokumentach posiadasz. Zazwyczaj są to: PESEL, NIP, pełen adres, telefon, numer konta z nazwą banku, data urodzenia etc. Do tego dochodzą numery kart kredytowych, wartości przychodów czy zobowiązań. To tylko nieliczne dane, które często wyrzucamy do śmieci ot tak, w najlepszym wypadku przedzierając je na pół. Wystarczy odrobina wyobraźni, aby uzmysłwić sobie, co z takimi informacjami mógłby zrobić profesjonalny przestępca. Kredyt wzięty na Twoje nazwisko lub posługiwanie się Twoimi danymi podczas transakcji internetowych – to tylko niektóre z realnych zagrożeń wynikających z faktu trafienia Twoich danych w niepowołane ręce.





W najlepszym przypadku będziesz miał do spłacenia kredyt, którego nie zaciągnąłeś, w gorszym – wielomiesięcznie wyjaśniające wizyty w prokuraturze w charakterze pokrzywdzonego (opcja optymistyczna) lub oskarżonego (opcja realna), aż po realne ryzyko rozprawy z więzieniem włącznie. Czy warto ryzykować?

Płyta to też dokument

Coraz częściej rejestrujemy ważne dane na płytach CD/DVD, nośnikach magnetycznych, dyskach twardych, kartach pamięci flash, a także w smartfonach, telefonach komórkowych, na pamięciach USB itp. Są to tak samo ważne informacje, jak te zapisane w sposób tradycyjny. Należy też zauważyć, że na elektronicznych nośnikach pamięci mogą być zapisane setki czy tysiące stron dokumentów, zatem potencjalna siła oddziaływania jest dużo większa, niż pojedynczego zagubionego dokumentu papierowego!

Warto więc zadać sobie pytanie, co się dzieje z elektronicznymi nośnikami danych, gdy już ich nie potrzebujemy? Nierzadko pozbywamy się ich bez większej rozwagi, sprzedając pośrednikom na giełdach komputerowych, w serwisach aukcyjnych lub też oddając nieodpłatnie osobom trzecim. Część z nas wcześniej usuwa dane, stosując standardowe funkcje kasowania np. formatując dyski. Niestety, ten zabieg nie jest

wystarczający, a dla złodziei informacji odzyskanie i przywrócenie skasowanych danych jest naprawdę dziecinnie proste.

Co więcej, w naszych domowych archiwach często przechowujemy karty magnetyczne, które straciły swoją ważność. O nich również musimy pamiętać – to także są nośniki danych, które powinny zostać zutylizowane z należytą starannością. Dzisiaj technologia pozwala skutecznie niszczyć także elektronikę i nośniki danych. W warunkach domowych, za pomocą niszczarki dokumentów, możemy skutecznie niszczyć płyty CD/DVD, dyskietki, pamięci SIM, karty pamięci flash. W przypadku dysków twardych czy też starych zużytych telefonów i palmtopów warto poszukać firmy, która umożliwi fizyczne zniszczenie tego typu nośników. Istnieją dziś niszczarki dysków twardych, które mieląc je na małe cząstki, skutecznie uniemożliwiają odczytanie zawartych na nich informacji.

Zdecyduj, jak niszczyć

Niezależnie, czy informacje, których chcemy się pozbyć, dotyczą naszej działalności finansowej czy są to zwyczajne, prywatne, drobne tajemnice, które wolelibyśmy zachować dla siebie, do niszczenia wszelkich danych zawsze należy zabierać się kompleksowo. Niszczenie dokumentów w miejscu ich powstawania jest jedynym rozwiązaniem, zapewniającym stuprocentową ochronę da-

nych i eliminującym niebezpieczeństwo, że chronione informacje dostaną się w niepowołane ręce. Możesz niszczyć za pomocą urządzeń do tego przeznaczonych lub zlecić to specjalistom.

Wybierz urządzenie z głową

Pamiętaj, że na rynku znajduje się wiele urządzeń, pozwalających skutecznie niszczyć dokumenty bezpiecznie i zdrowo dla środowiska. Jedne są tańsze, inne droższe, ale czasem warto zastanowić się nad ich ceną i oczekiwanym czasem użytkowania. Często się przecież zdarza, że niszczarka pozornie tania nie wytrzyma próby czasu i już po roku będziesz musiał nabyć kolejną. Warto wybrać maszynę wysokiej jakości oraz z dwuletnią gwarancją producenta. Szukaj urządzenia, które oferuje niszczenie dokumentów na ścinki – zgodnie z najnowszą normą bezpieczeństwa danych DIN 66399. W przypadku dokumentów wytwarzanych w domu zalecamy stopień bezpieczeństwa P-3 lub P-4. Od stopni bezpieczeństwa zależy bowiem wielkość otrzymywanych ścinków, dlatego zastosowanie zbyt niskiego poziomu bezpieczeństwa nie zagwarantuje wystarczającej ochrony Twoich danych.

Dzięki tak wybranym urządzeniom będziemy mogli spać spokojnie, a nasze finanse czy prywatna dokumentacja nie staną się dla nikogo łakomym kąskiem. Dlatego właśnie warto wybrać urządzenie renomowanego producenta, które da nam możliwość niszczenia zarówno papierowych dokumentacji, jak i – najczęściej używanych – płyt CD oraz kart pamięci. Powinieneś poszukać urządzeń z jak najdłuższą gwarancją (na rynku dostępne są produkty z gwarancją dożywotnią) na elementy tnące – to one decydują o trwałości i żywotności urządzenia.

Na rynku działa kilka firm oferujących niszczarki pochodzenia europejskiego. Warto się nimi zainteresować: materiały użyte do ich wytworzenia są najwyższej jakości, gwarantują też niszczenie dokumentów z taką samą efektywnością przez cały okres ich użytkowania (co nie jest do końca oczywiste w przypadku urządzeń typu no-name).

W dobie coraz wyższych cen energii elektrycznej zaprocentuje także wybór urządzenia, które posiada funkcję oszczędzania energii w trybie stand-by – polecam rozemrzeć się również za takimi, które w trybie gotowości w ogóle nie pobierają energii z sieci.

Kupując urządzenie dowiedz się też, czy w razie awarii dostępne są części zamienne oraz serwis. Wiele maszyn, zwłaszcza chińskiego pochodzenia, jest praktycznie nienaprawialnych, jednorazowych. Biorąc sobie do serca te wskazówki będziesz żył bezpiecznie i uchronisz swoją prywatność.

Technologie – kuszące, ale niewykorzystane

Jak wynika z najnowszego badania Ricoh Europe, starzejące się systemy back office sprawiają, że 79 proc. firm europejskich nie może w pełni usprawnić swoich kluczowych procesów dokumentowych

Badanie Ricoh Document Governance Index 2012, pokazuje, że mimo, iż firmy europejskie przyznają, że nowe urządzenia, takie jak smartfony czy tablety pomagają im zarządzać swoimi kluczowymi procesami biznesowymi, większość z nich nie jest w stanie wykorzystać w pełni tych technologii, gdyż ich systemy wspierające back office nie mogą ich w pełni obsłużyć.

Raport podkreśla, jak kuszące mogą być nowe technologie – 78 proc. liderów biznesowych przyznaje, że inwestują w nowe technologie, zanim w pełni zapoznają się z możliwościami istniejących systemów.

Badanie obnażyło również przejrzysty podział między inwestycjami w technologię dla front i back office, gdzie wiele firm skupia się na inwestycjach w nowe technologie dla front office, ale nie integruje ich z back office. To chaotyczne podejście do zarządzania procesami może oznaczać, że procesy dokumentowe są narażone na efekt tzw. wąskiego gardła, powielanie wysiłku czy ryzyko bezpieczeństwa.

– Niezależnie od tego, czy firmy uważają, że tablety i smartfony to narzędzia biznesowe przyszłości czy też, że zostaną zastąpione przez nową falę innowacji, jasne jest to, że zmiana nadal będzie powodowana przez technologie i przyniesie nowe sposoby pracy i komunikacji. Dla firm wyzwaniem jest planowanie długoterminowe i sprawienie, aby wszyscy pracownicy podążali w tym samym kierunku, w tym samym czasie. To oznacza pełną integrację front i back office, zapewnienie pracownikom dostępu do informacji i umożliwienie bezproble-



mowej współpracy i dzielenia się wiedzą w całej organizacji – komentuje David Mills, COO w Ricoh Europe.

Raport ujawnia również niepewność co do najlepszego sposobu wykorzystania chmury dla celów biznesowych. Podczas gdy 70 proc. firm europejskich wykorzystuje chmurę w celu umożliwienia mobilnego dostępu do procesów dokumentowych, tylko 50 proc. uważa, że to sprawia, że zarządzanie procesami dokumentowymi jest łatwiejsze. To podkreśla niedostatek planowania – liderzy biznesowi inwestują w chmurę bez posiadania na miejscu odpowiednich struktur, które zapewnią oczekiwane ulepszenia.

– Organizacje europejskie muszą zacząć działać teraz i zrobić wspólny przegląd swoich kluczowych procesów biznesowych i technologii, aby zapewnić sobie maksymalną efektywność – podsumowuje Mills. -

Pełne zrozumienie tego, w jaki sposób działają procesy dokumentowe, włączając w to sposób przepływu informacji w organizacji i to, jak technologia może pomóc informacji przepływać jeszcze płynniej, jest kluczowe do pełnego zrozumienia wyzwań i zidentyfikowania odpowiednich rozwiązań. Innowacje technologiczne będą kontynuowane na jeszcze większą skalę, dlatego też firmy powinny już teraz zacząć działać, jeśli chcą utrzymać przewagę nad konkurencją.

Raport został sporządzony na zlecenie Ricoh przez Coleman Parkes i został opracowany na podstawie 1075 wywiadów przeprowadzonych z członkami kadry zarządzającej i pracownikami z Europy. Jest to druga część z serii raportów na temat tego, jak firmy łączą swoje kluczowe procesy biznesowe z technologią i sposobem wykonywania pracy przez pracowników.

Mobilne zarządzanie firmą – najnowsze rozwiązania



Nowoczesne technologie i ich szeroka dostępność sprawiają, że porozumiewanie się w ramach firmy nabiera zupełnie nowego znaczenia. Zaawansowane rozwiązania IT umożliwiają komunikację między pracownikami, w której oprócz standardowej transmisji głosu pracownicy mają możliwość cyfrowego rejestrowania i wymiany ważnych danych bądź dostęp do zasobów przedsiębiorstwa. Niewątpliwą przewagą takiej komunikacji jest możliwość wykonywania pracy z dowolnego miejsca

Niezależnie od tego, czy prezes, managerowie, kierownicy pracują w pokoju obok, na drugim krańcu Polski bądź w odległym zakątku świata, dzięki nowoczesnym technologiom mobilnym mogą właściwie wykonywać swoje obowiązki, zarówno będąc w biurze, jak i w podróży służbowej czy w terenie – podkreśla Dagmara Kotlarska, Manager, Field Marketing Eastern Europe Motorola Solutions. Bogata oferta wyspecjalizowanych urządzeń (komputery mobilne, smartfony, tablety) sprawia, że w zależności od profilu firmy i wymagań odnośnie sprzętu każdy znajdzie coś dla siebie.

Komputery mobilne klasy korporacyjnej

Komputery mobilne to zaawansowane rozwiązania, za pomocą których pracownicy mogą komunikować się ze sobą poza firmą. Urządzenia typu EDA (Enterprise Digital Assistant) służą nie tylko do rejestrowania danych (np. poprzez wykorzystanie czytników kodów kreskowych), ale również do zarządzania nimi w czasie rzeczywistym, przy jednoczesnym wyeliminowaniu potrzeby wykorzystywania dokumentów papierowych.

Przykładowo: komputer mobilny może posłużyć managerowi z branży handlowej lub dystrybucyjnej do uzyskania dostępu do firmowych aplikacji biznesowych i systemów typu back-office, gdzie może wprowadzać

dane z zeskanowanych kodów kreskowych, sprawdzać poziom aktualnych zapasów oraz status zamówień, a także kontaktować się ze współpracownikami i klientami drogą telefoniczną, sms-ową bądź mailową.

Tablety

Nowością w zakresie mobilnych rozwiązań dla firm są wyspecjalizowane tablety o wzmocnionej i wytrzymałej obudowie, wykorzystujące rozwiązania do tworzenia oprogramowania korporacyjnego. Przykładem takiego urządzenia jest ET1 Motorola Solutions.

Tablet ET1 posiada 7-calowy kolorowy ekran

ze szkłem Gorilla Glass, dzięki czemu jest odporny na wstrząsy i upadki. Model działa pod kontrolą systemu operacyjnego Android, specjalnie przystosowanego do wymagań korporacyjnych. Umożliwia m.in. bezprzewodowe zarządzanie urządzeniami mobilnymi, logowanie i konfigurowanie wielu użytkowników, kontrolę i blokowanie aplikacji.

ET1 jest wyposażony w opcjonalny skaner kodów kreskowych i czytnik kart magnetycznych, co znacznie zwiększa skalę zastosowania tego urządzenia. Ponadto, dzięki wbudowanemu rozwiązaniu TI WiLink 7.0, tablet obsługuje zarówno łączność Wi-Fi, jak i WAN, więc znajduje zastosowanie zarówno w budynkach, jak i podczas pracy w terenie. A dzięki bateriom, które można wymienić w trakcie pracy urządzenia, bez konieczności przestoju – pracownicy nie muszą się obawiać utraty cennych danych.

Rozwiązania mobilne - korzyści dla firmy

Niezależnie od tego, czy firma korzysta z komputerów mobilnych czy tabletów, ich zastosowanie przekłada się na znaczącą redukcję liczby pomyłek, związanych z rejestrowaniem i zarządzaniem danymi, a także skrócenie procesu obiegu informacji w firmie.

Nowoczesne urządzenia przyczyniają się do lepszej organizacji czasu pracy, lepszego rozplanowania działań, zarówno w firmie, jak i poza nią.

Digitalizacja wielu aspektów działalności firmy przynosi też korzyści środowisku poprzez oszczędność papieru i miejsca potrzebnego do jego przechowywania.



Tablety, ultrabooki, hybrydy

W ostatnich latach producenci urządzeń mobilnych wprowadzili na rynek wiele interesujących urządzeń. Do notebooków i netbooków dołączyły wydajne ultrabooki oraz tablety, a w ostatnich miesiącach zaprezentowano różnorodne urządzenia hybrydowe i konwertowalne. Wiele z nich może stać się bardzo przydatnymi urządzeniami biznesowymi dla managera, pozwalając mu w wygodny sposób zdalnie zarządzać firmą

Warto dowiedzieć się, jakie funkcjonalności oferują poszczególne urządzenia i jak mogą usprawnić pracę kadry zarządzającej.

Tradycyjnie, ale nowocześnie

Według analiz GfK 2013 rok przyniesie spadek sprzedaży notebooków o 4 proc. Czołowi producenci, w tym również Asus, ogłosili z początkiem 2013 roku wycofanie się z rynku netbooków. Nie oznacza to jednak, że komputery mobilne są w odwrocie. Wydajne podzespoły, klawiatura i touchpad nadal zapewniają nam największy komfort zdalnej pracy. W tej bardzo licznej grupie urządzeń mobilnych każda osoba zarządzająca firmą znajdzie rozwiązanie dopasowane do swoich potrzeb.

Na szczególną uwagę zasługują ultrabooki. Są to supermobilne komputery przenośne, charakteryzujące się bardzo dużą wydajnością, długim czasem pracy na baterii oraz niewielkimi rozmiarami i wagą, wykonane z najwyższej jakości materiałów. Dzięki dyskom SSD, w które wyposażono większość dostępnych na rynku modeli, ultrabooki pozwalają nam wznowić pracę z trybu hibernacji w niespełna kilka sekund. To bardzo dobre rozwiązanie dla managerów i kadry zarządzającej będącej często w podróży, spędzającej czas na lotniskach, gdzie potrzebują szybkiego dostępu do danych zapisanych na komputerze. Ultrabooki są również stylowymi i designerskimi urządzeniami, które będą naszą wizytówką na każdym spotkaniu biznesowym. Doskonałym przykładem jest tutaj seria Asus Zenbook, której modele takie jak UX31A, zostały w całości wykonane z aluminium, mają niespełna 20 mm wysokości i ważą jedynie 1,3 kg. Ta

kategoria komputerów mobilnych zajmuje obecnie ok. 5 proc. rynku jednak ma bardzo istotny wpływ na pozostałe, klasyczne notebooki. Coraz częściej producenci realizują w swoich konstrukcjach ideę thin&light, której najlepszym przykładem są ultrabooki. Tradycyjne modele przejmują ich cechy – mają coraz cieńsze obudowy, pracują dłużej na baterii.



Czas na hybrydy

Analizy ekspertów nie pozostawiają wątpliwości – coraz popularniejsze stają się urządzenia hybrydowe, łączące w sobie cechy i funkcjonalności kilku urządzeń. Użytkownikom bardzo podoba się koncepcja łączenia najlepszych cech kilku urządzeń w jednym. W 2013 roku z pewnością na rynku pojawią się nowe hybrydy i rozwiązania konwertowane – jest to jeden z kierunków ewolucji urządzeń mobilnych.

Asus jest jednym z prekursorów urządzeń hybrydowych i konwertowalnych. Na rynku pojawił się już Asus Taichi – ultrabook posiadający dwustronny ekran. Po otwarciu pokrywy Taichi jest bardzo wydajnym ultrabookiem z pełnowymiarową, podświetlaną klawiaturą oraz touchpadem. Po zamknięciu urządzenie zmienia się w tablet, który możemy obsługiwać dotykiem lub wygodnym, dołączonym do urządzenia rysikiem. Dla osoby zarządzającej zdalnie firmą jest to bardzo wygodne rozwiązanie. Na każdym z ekranów można wyświetlać inne treści, co jest bardzo przydatne podczas prowadzenia prezentacji dla niewielkiej grupy słuchaczy – na zewnętrznym ekranie można prezentować materiały bez potrzeby podłączania zewnętrznych urządzeń (np. rzutnika multimedialnego). Oba ekrany wyposażono w kamerę internetową, więc niezależnie od trybu z jakiego korzystamy (ultrabook lub tablet) możemy prowadzić rozmowy wideo. Po zamknięciu pokrywy Taichi staje się wydajnym, wyposażonym w system Windows 8 tabletem, który bardzo dobrze sprawdzi się w podróży lub podczas spotkań biznesowych.



Na rynku zadebiutuje niedługo kolejna hybryda Asusa – konwertowany ultra-book Asus Transformer Book TX300. Jest to hybrydowe urządzenie, łączące w sobie cechy notebooka oraz tabletu. 13-calowa dotykowa matryca może zostać odczepiona od stacji dokującej i pełnić rolę bardzo wydajnego tabletu z systemem Windows 8. Urządzenie posiada dwa dyski – pojemny dysk HDD w stacji dokującej, pozwalający na przechowywanie znacznych ilości danych, oraz szybki systemowy dysk SSD w tablecie, na którym zainstalowany jest system operacyjny. W urządzeniu zastosowano technologię High-Speed Bridge, która pozwala na bardzo szybki transfer danych pomiędzy dyskami. Transformer Book posiada również dwa akumulatory – takie rozwiązanie znacznie wydłuża czas pracy, co jest szczególnie istotne podczas podróży służbowych i w sytuacjach kiedy nie możemy przez dłuższy czas ładować urządzenia. Dzięki odczepianemu ekranowi Transformer Book pozwala nam wybrać tryb pracy, który jest dla nas wygodniejszy w danej chwili. Tworzenie treści firmowych będzie łatwiejsze w trybie notebooka, z kolei do przeglądania internetu czy sprawdzania poczty wystarczy sam tablet.



PadFon, czyli co?

Urządzeniem idealnym do zdalnego zarządzania firmą jest Asus PadFone – połączenie smartfonu, tabletu oraz netbooka. Sercem zestawu jest stylowy i elegancki 4,3-calowy smartfon. Jeśli chcemy korzystać z telefonu na wygodnym, 10-calowym,

dotykowym ekranie wpinamy go do stacji dokującej, która przekształca całość w funkcjonalny tablet. Oba urządzenia możemy wpiąć do kolejnej stacji, wyposażonej w klawiaturę i touchpad, dzięki czemu urządzenie zmienia się w netbooka. Wielką zaletą PadFona jest automatyczna synchronizacja wszystkich danych, zapisanych na telefonie – możemy z nich

zrównać ze sprzedażą notebooków. Nie ulega wątpliwości, że tablet może być bardzo przydatnym urządzeniem mobilnym i przydatnym narzędziem w zdalnym zarządzaniu firmą. Zaprezentowany w październiku 2012 Windows 8 stworzył nowe możliwości pracy na tabletach, które dzięki w pełni dotykowej obsłudze pozwalają korzystać z wszystkich funkcjonalności

KOMENTARZ

Sławomir Stanik
Country Manager, ASUS Polska



2012 rok był rokiem schyłkowym dla netbooków. Wraz z początkiem 2013 roku czołowi producenci tych urządzeń, w tym również Asus, ogłosili zaprzestanie produkcji kolejnych modeli. Okazało się, że netbooki nie wytrzymały rosnącej w ogromnym tempie popularności tabletów i konkurencji tańszych modeli notebooków. Netbooki nadal dobrze sprawdzają się w sprawdzaniu poczty czy przeglądaniu internetu, jednak z tym równie dobrze radzą sobie często tańsze i znacznie bardziej mobilne tablety. Możemy pokusić się o stwierdzenie, że to właśnie tablety w największym stopniu przyczyniły się do końca epoki netbooków i wyparły z rynku tę kategorię urządzeń

korzystać i wygodnie na nich pracować zarówno w trybie tabletu jak i netbooka. Każda z części PadFona posiada własną baterię, która automatycznie ładuje telefon. Cały zestaw pozwala korzystać ze smartfona przez kilka dni bez potrzeby ładowania, co w przypadku zdalnego zarządzania firmą jest niezwykle ważne. Na rynku niedługo pojawi się kolejna wersja urządzenia – PadFone 2.



Boom na multimedialne tabliczki

2012 rok zdecydowanie należał do tabletów. Według danych Asus Polska sprzedaż tych urządzeń na polskim rynku ma w 2013 roku wzrosnąć o 50 proc. względem roku 2012, a do 2016 ma się

systemu. Windows 8 pozwala nam korzystać ze wszystkich biznesowych narzędzi i aplikacji do tej pory niedostępnych na platformach iOS i Android. Dzięki temu tablet staje się pełnoprawnym urządzeniem biznesowym, które z powodzeniem może zastąpić notebooka.

Doskonałym przykładem jest Asus Transformer TF810. Jest to 11-calowy tablet z systemem Windows 8, z wyposażoną w klawiaturę i dodatkową baterię stacją dokującą. Urządzenie pracuje na wydajnym procesorze Intel Atom, posiada 2 porty USB i waży tylko 1,34 kg (ze stacją dokującą). Jest to niezwykle użyteczny sprzęt, który łączy w sobie cechy tabletu i notebooka. Może pracować aż 32 godziny na jednym ładowaniu baterii.

Odpowiednio dobrane i zastosowane urządzenia mobilne mogą znacznie ułatwić zarządzanie firmą. Podłączone do internetu oraz firmowych danych zapisanych w chmurze z powodzeniem pełnią rolę mobilnego biura, z którego z łatwością jesteśmy w stanie zarządzać firmą. Czasy nieporęcznych notebooków i oferujących małą wydajność netbooków mijają bezpowrotnie. Ich miejsce zajmują bardzo wydajne i mobilne ultrabooki, tablety oraz urządzenia hybrydowe i konwertowane, łączące w sobie różnorodne funkcjonalności.

„Kryzys” znaczy „wybór”.

Jaki jest Twój?

Co można najczęściej usłyszeć, kiedy mówimy o budżetach przeznaczonych na marketing i reklamę? Oczywiście – „kryzys”, a w związku z tym znaczne ograniczenie. To duży błąd, ponieważ właśnie teraz jest czas, kiedy można wyprzedzić swoją konkurencję i zwiększyć udział w rynku i zyski

Niewiele osób wie, że z greckiego słowo „kryzys” znaczy „wybór”, warto zatem dokonać dobrego wyboru. Dlatego też poniżej przedstawiamy kilka argumentów i pokazujemy, jak można zarobić na kryzysie. Wybór należy do Ciebie! Poniżej krótkie ABC, czyli jakich wyborów dokonać przede wszystkim, by wybór procentował i przyniósł zamierzone efekty.

A. Potencjał strony WWW czeka, aby go wykorzystać...

Badania pokazują, że wiele firm czy potencjalnych klientów postrzega daną firmę przez pryzmat jej strony internetowej. Co za tym idzie, ocenia, czy jest liderem w branży, czy można jej zaufać, czy lepiej też wybrać jej konkurencję. Wykonanie strony jest stosunkowo tanie i bardzo łatwo może przełożyć się na wizerunek firmy, zarówno w oczach potencjalnych klientów, jak i konkurencji. Niech konkurencja zazdrczy...

Choć większość firm stronę internetową posiada, warto rzetelnie odpowiedzieć sobie na pytanie: czy obecna strona wyróżnia firmę w branży i kreuje wizerunek lidera. By na nie odpowiedzieć, można zadać sobie siedem bardziej szczegółowych pytań:

1. Czy strona internetowa kreuje właściwy wizerunek firmy i pokazuje jej możliwości?
2. Czy grafika strony jest przejrzysta i atrakcyjna?
3. Czy strona jest intuicyjna i potencjalny klient łatwo się na niej odnajduje?

4. Czy strona umożliwia bieżącą komunikację i informowanie o nowościach, realizacjach i aktualnościach firmowych?
5. Czy kod strony jest przyjazny wyszukiwarkom, dzięki czemu będzie ją łatwiej odnaleźć w organicznych wynikach wyszukiwarki Google?
6. Czy elementy Flash na stronie mają element zastępczy, który pokazuje się np. na urządzeniach mobilnych (flash nie jest czytany)?
7. Czy strona otwiera się na urządzeniach mobilnych?

Strata klienta przez słabą stronę internetową to chyba najgorszy z możliwych scenariuszy, a właśnie strona WWW to najtańszy sposób na zmianę postrzegania firmy. Jest to duże wsparcie dla działań, mogących

zwiększyć zyski firmy. Warto wybrać profesjonalną firmę – agencję interaktywną, która doradzi rozwiązania i wykona wyróżniającą się stronę w Państwa branży.

B. Drugą formą promocji, która jest stosunkowo tania i efektywna, to marketing w wyszukiwarkach: pozycjonowanie i linki sponsorowane.

Cenną informacją, na którą warto zwrócić uwagę jest to, że w czasie kryzysu nie tylko firmy ograniczają budżety. Także konsumenci szukają atrakcyjnych ofert, usług czy produktów właśnie w Sieci, licząc na niższe ceny i okazje. Warto wybrać ważne frazy i skutecznie się na nie pozycjonować. Kto pamięta na co dzień o fakcie, że pierwsze pięć pozycji w wynikach wyszukiwania



skupia na sobie aż 88 proc. ruchu internetowego, a pierwsze trzy 79 proc.?

Część firm niby to robi...

– W Polsce część firm już korzysta z linków sponsorowanych lub pozycjonowania. Ale ile firm może z ręką na sercu przyznać, że wykorzystują te narzędzia w 100 procentach? Najczęściej firmy pozycjonują się zaledwie na kilka fraz, gdyż nikt im nie doradził, że warto zwiększyć zasięg i wziąć więcej, skoro pozycjonowanie już przynosi efekty i zwraca się często wielokrotnie – mówi Michał Hrynyszyn z agencji interaktywnej Migomedia.

Co wybrać... Pozycjonowanie i linki, a może obie formy promocji jednocześnie? Warto wziąć pod uwagę fakt, że w Polsce zazwyczaj jak firma jest wypożyczonowana, to nie korzysta już z linków sponsorowanych. Badania jednak pokazują, że pojawianie się jednocześnie w organicznych wynikach wyszukiwania (pozycjonowanie) i w linkach sponsorowanych (AdWords) wpływa pozytywnie na zapamiętywalność marki i podnosi skuteczność działań.

Ponadto, na stronie głównej zabieramy w ten sposób dwa miejsca konkurencji.

C. Media społecznościowe – wybór strategii

Coraz więcej firm ma profil na Facebooku. Jednak rzadko która firma jest skuteczna i ma z tego wymierne korzyści. Skuteczna strategia promocji w mediach społecznościowych powinna prowadzić do obniżenia kosztów firmy związanych z marketingiem lub zwiększenia wydatków ponoszonych przez klientów poprzez pomoc w nawiązywaniu relacji z innymi ludźmi lub wzmacnianiu więzi już istniejących w zamian za wykonanie bezpłatnej pracy na rzecz danego przedsiębiorstwa. Zatem jak to wykorzystać w firmie?

Bardzo ciekawym przykładem, który potwierdza, że przemyślany pomysł i trafienie z nim do właściwej grupy docelowej pozwala na redukcję kosztów związanej z marketingiem, jest profil Tahiti, należący do Francuskiej Izby Turystyki.

Właśnie podczas tego kryzysu na profilu Tahiti na Facebooku została przeprowadzona międzynarodowa akcja, mająca na celu promocję egzotycznej wyspy Tahiti na Polinezji Francuskiej jako atrakcyjnej destinacji na wypoczynek.

Kluczowe czynniki sukcesu

Quiz został wdrożony przez polską agencję interaktywną Migomedia. Działania odbyły się na Facebooku, a istotą zabawy była aplikacja w postaci quizu i wiedzy na temat Tahiti, przez co użytkownicy byli zobligowani do szukania informacji o wyspie.



– Osoby, które wchodziły w aplikację konkursową, mogły wysłać informację o nim do swoich znajomych. Działanie to nie było obowiązkowe. Jednak dzięki niemu został uruchomiony skuteczny mechanizm wirusowy – mówi Michał Hrynyszyn z agencji Migomedia, która wdrażała quiz.

- Powyższe czynności poskutkowały tym, że liczba fanów w profilu Tahiti wzrosła aż o 29 tysięcy nowych osób. Działania zwiększyły zainteresowanie wyspą Tahiti jako atrakcyjną destynacją na wyjątkowy urlop.
- Profil Tahiti pomaga w nawiązywaniu relacji i poznawaniu nowych osób na profilu. Działania promujące wyspę np. w postaci quizu i bieżącej komunikacji na profilu są bardzo skuteczną metodą marketingową, gdyż pomagają jednocześnie w nawiązywaniu relacji pomiędzy fanami, którzy byli już na wyspie i tymi, którzy o tym marzą.
- Fani profilu przy okazji udostępniania swoim znajomym pięknych zdjęć, widoków rajskich plaż i obrazków o Tahiti (czyli przy okazji wykonania bezpłatnej pracy na rzecz tego profilu) mogli też wzmacniać relacje ze swoimi znajomymi.

Ponadto takie działania fanów znacznie zwiększają zasięg informacji o Tahiti.

- O skuteczności akcji świadczy również fakt, że od czasu konkursu profil Tahiti figuruje nieprzerwanie na 3 miejscu wśród francuskich fan page'y o największym wskaźniku zaangażowania (SocialBakers 2012 - <http://www.socialbakers.com/blog/1020-october-2012-social-media-report-facebook-pages-in-france>)

Mamy początek 2013 roku i spowolnienie gospodarcze jest faktem. Dlatego warto wybrać odpowiednie narzędzia, które pomogą w skutecznej promocji firmy w czasach kryzysu. Zamiast odkładać działania na później i ograniczać za bardzo wydatki, warto przeanalizować sytuację swojej firmy i jak najszybciej rozpocząć działania, mające na celu zostawienie konkurencji w tyle. Wystarczy, że po grecku powiesz, że to jest Twój „kryzys” czyli „wybór” i że chcesz rozwijać swoją firmę, wyróżniając ją na tle konkurencji.

Dane w chmurze – możliwości, korzyści, bezpieczeństwo danych

Jeszcze do niedawna centralnym punktem na biurku każdego pracownika był komputer stacjonarny, na którym były zapisane wszystkie dokumenty i dane gromadzone na co dzień. Dodatkowo zapewniał on dostęp do wspólnego dysku na serwerze, gdzie można było znaleźć dane ważne dla funkcjonowania firmy. Obecnie jesteśmy świadkami zmiany, która wprowadza nas coraz szybciej do ery post-PC, czyli ery powszechnej chmury (ang. cloud computing) – uważa Andrzej Kontkiewicz, VMware, Regional Presales Manager Eastern Europe

Rynek przetwarzania w chmurze obliczeniowej jest najdynamiczniej rozwijającą się częścią polskiego rynku ICT. Prognozowana, średnioroczna stopa wzrostu rynku cloud computing, czyli tzw. chmury do roku 2015 to 33 proc., a więc zdecydowanie powyżej średniej dla całego rynku usług IT pozostającej na poziomie ok. 5 proc.¹⁾. Oszczędność zarówno na poziomie inwestycji, jak i później eksploatacji, to jedne z podstawnych korzyści związanych z chmurą. Coraz więcej przedsiębiorców decyduje się na taki model korzystania z infrastruktury, platform czy też aplikacji, mimo że dla wielu na początku wiąże się to ze znaczną zmianą podejścia do procesów biznesowych.

Przy obecnym zaawansowaniu technologii w zasadzie każdy element infrastruktury IT może zostać zwirtualizowany – co jest pierwszym krokiem – i przeniesiony do chmury. Chmury obliczeniowe można podzielić na trzy typy:

- chmura prywatna
- publiczna
- hybrydowa.

W zależności od rodzaju przedsiębiorstwa, obwarowań prawnych czy też podejścia kierownictwa do tej technologii, przedsiębiorstwa mogą zdecydować się na jedno lub wszystkie rozwiązania. Trzeba bowiem podkreślić, że rozwiązania cloudowe powinny być dobrze dopasowane do danej firmy tak, by przyniosły jak najwięcej korzyści.

To, co wyróżnia chmurę publiczną (public

cloud) to fakt, że właścicielem całej infrastruktury jest zewnętrzny dostawca. To do niego należy zadbanie o odpowiednią przestrzeń dla danych, ich bezpieczeństwo oraz bezawaryjne działanie.

Chmura prywatna (private cloud) jest projektowana specjalnie dla danej organizacji. Infrastruktura dedykowana jest jednej firmie i jest wyłączona ze współdzielenia przez różne przedsiębiorstwa. Często jest nawet ona umiejscowiona w siedzibie organizacji. Firmy akceptujące ideę chmury, ale z różnych względów (np. ograniczeń prawnych, jak w przypadku firm przechowujących dane osobowe) nie mogące korzystać z chmury publicznej, zbudują chmury prywatne. Część z firm swą przygodę z chmurą rozpocznie od przetestowania jej możliwości w chmurze prywatnej, a potem dobuduje do niej część chmury publicznej w efekcie tworząc chmurę hybrydową.

Korzyści działania w chmurze

Wybór modelu zależy od potrzeb przedsiębiorstwa. Z każdego z nich firma może odnieść konkretne korzyści. Dzięki modelowi cloud computing wszystkie firmy, nawet te małe i średnie (MSP) mogą korzystać z potrzebnych im aplikacji bez konieczności utrzymania własnej infrastruktury IT. Efektem jest przede wszystkim obniżenie kosztów. Wynika to z faktu, iż dzięki korzystaniu z chmury płacimy wyłącznie za te usługi, których faktycznie potrzebujemy. Nie musimy już kupować sprzętu i płacić za jego utrzymanie.

Rezygnacja z własnej infrastruktury pozwala również zredukować koszty związane z energią elektryczną. Model cloud computing ułatwia firmom funkcjonowanie, ponieważ dostawca zewnętrzny odpowiada za bieżącą aktualizację aplikacji czy też uruchamianie i konfigurację nowych maszyn. Istotną korzyścią jest także doświadczenie dostawców zewnętrznych szybko reagujących na potrzeby klientów i oferujących wysoką jakość obsługi.

Bezpieczeństwo w chmurze

Mówiąc o bezpieczeństwie w chmurze należy wziąć pod uwagę jej rodzaj.

Zdecydowanie najłatwiej zabezpieczyć chmurę prywatną – do ochrony własnej serwerowni, czyli centrów przetwarzania danych wystarczą tradycyjne systemy zabezpieczania danych.

Zabezpieczenie chmury publicznej zależy od świadczonych przez jej dostawcę usług. Najlepiej zabezpieczone są chmury typu SaaS (Software-as-a-Service). Dostawca odpowiada za sprzęt, system operacyjny i aplikacje. Użytkownik korzysta z określonej aplikacji i jego działania nie mogą wpłynąć na bezpieczeństwo danych. Otrzymując większe zabezpieczenia, traci możliwość kontroli konfiguracji środowiska.

Niższy poziom bezpieczeństwa zapewniają chmury typu IaaS (Infrastructure-as-a-Service). Użytkownik otrzymuje od dostawcy jedynie sprzęt (maszyny wirtualne). System operacyjny, oprogramowanie i aplikacje po-

zostają w jego gestii. Ma on tak wiele wolności działania i możliwości konfiguracji, że dostawca nie jest w stanie zabezpieczyć jego danych na takim poziomie, na jakim zabezpiecza dane użytkowników SaaS. To na użytkownika spoczywa odpowiedzialność zapewnienia bezpieczeństwa.

Cloud Computing daje tak wiele możliwości, że korzystać zeń mogą firmy różnej wielkości i o różnej specjalizacji. Wbrew niektórym opiniom, usługami w chmurze powinny zainteresować się nawet najmniejsze firmy, które dopiero rozpoczynają działalność – dla nich wejście w chmurę publiczną jest sporym ułatwieniem i oszczędnością kosztów jakie musiałyby ponieść na budowanie działu IT. Chmura bowiem sprawdzi się w niemal każdej firmie. Z badań przeprowadzonych przez IDG na zlecenie VMware wynika, że przedsiębiorcy boją się inwestować w cloud computing głównie ze względu na kwestie bezpieczeństwa danych, utratę kontroli nad nimi, brak przekonania, co do efektywności cloudu oraz niekompatybilność technologiczną. Wskazywałoby to na bariery związane ze świadomością, czym jest chmura i jakie może przynieść korzyści.

Potwierdzają to inne badania zrealizowane przez Canalys (również na zlecenie VMware) wśród 350 resellerów, obsługujących firmy MSP w regionie EMEA. Wynika z nich, że głównymi barierami zarówno przy wdrażaniu wirtualizacji jak i cloud computingu są koszty wstępne, niezaliczanie tych działań

do priorytetów krótkoterminowych oraz brak zrozumienia, czym są te technologie i jakie korzyści mogą przynieść.

Człowiek nadal najważniejszy

Jak pokazują te dwa badania, to nie kwestie technologiczne czy prawne są barierami we wdrażaniu chmury, a człowiek. Ważnym elementem, o którym czasem firmy zapominają jest... dział IT. Jego rola nie ogranicza się jedynie do nauczenia się nowych technologii, procedur czy też wsparcia wdrożeniowca. Jeśli chcemy, by chmura była wykorzystywana efektywnie, a pracownicy dobrze ją rozumieli i wykorzystywali, fundamentalne zmiany powinny zająć wśród informatyków.

To, co można zrobić, by pokonywać bariery, to przede wszystkim edukacja i uświadamianie firm, że dane przechowywane w chmurze są nierzadko bezpieczniejsze niż te, które są zapisane na służbowym laptopie, który może zostać zgubiony lub skradziony. Poza tym takie rozwiązania jak chmura prywatna doskonale sprawdzają się tam, gdzie firmy chcą mieć wszystko pod kontrolą - i to najlepiej w siedzibie firmy.

Bring your own device

Powoli przechodzimy do epoki, gdzie firmy dostrzegają liczne zalety rozwiązań cloudowych. Klienci szukają rozwiązań, które przełamują obecne bariery technologiczne i przenoszą nacisk na dostarczanie usług, do których można uzyskać dostęp wszędzie

i z dowolnego urządzenia. Rosnąca oferta rozwiązań chmury prywatnej uwzględnia potrzebę uproszczenia technologii, efektywniejszego zarządzania i lepszej komunikacji między pracownikami.

Nowe rozwiązania mają na celu przeniesienie środka ciężkości z przetwarzania danych na urządzeniu, na model skupiony bardziej na użytkownika. Organizacje będą korzystać z zasobów w chmurach hybrydowych – zachowają z jednej strony zarządzane i bezpieczne środowisko, a z drugiej będą mogły zapewnić pracownikom nowe sposoby współpracy przy korzystaniu z aplikacji oraz dostępu do danych z dowolnego urządzenia, w każdym miejscu i o każdej porze.

W miarę, jak dobiega końca panowanie komputera osobistego, jako jedyne korporacyjnego urządzenia dostępowego, zaczyna się nowa era – post-PC. Epoka chmury prywatnej oferuje użytkownikom nowy poziom elastyczności za sprawą urządzeń, których używają do codziennych zadań, jednocześnie wykorzystując mocne strony każdego z nich. Ta elastyczność ostatecznie przełoży się na zupełnie nowy stopień satysfakcji i produktywności pracowników. Będzie to jednak wymagało fundamentalnej zmiany sposobu, w jaki przedsiębiorstwa dostarczają użytkownikom aplikacje i usługi

1) IDC: „Poland's Cloud Services Market 2011-2015 Forecast and 2010 Competitive Analysis”.



Telefonia z CRM – profesjonalna komunikacja z klientem



Wirtualna centrala telefoniczna to szereg usług, umożliwiających interaktywną obsługę osób dzwoniących. To doskonałe urządzenie dla firm, zyskujące coraz większą popularność z uwagi na znikomy koszt eksploatacyjny oraz wysoką funkcjonalność narzędzi telekomunikacyjnych. Rozbudowane o CRM stanowi innowacyjne narzędzie służące do zarządzania relacjami z klientami, tworząc doskonałe rozwiązanie dla działów Call Center i Contact Center

Innowacyjny system obsługi klienta

Przeznaczeniem Wirtualnej Centrali telefonicznej jest sprawne zarządzanie połączeniami telekomunikacyjnymi w firmie, a także profesjonalna obsługa osób dzwoniących. Połączona z usługą IVR (Interactive Voice Response) umożliwia automatyczne powitanie klienta, przekierowanie połączeń, jak również wybór jednej z dostępnych opcji kontynuacji połączenia. Istnieje możliwość, aby wybranym pracownikom przypisać indywidualne numery wewnętrzne, dzięki czemu osoby dzwoniące bezpośrednio łączą się z odpowiednią osobą. Wirtualna Centrala w zestawieniu z IVR w prosty sposób wyposaży firmę w zapowiedź głosową, informującą np. o godzinach otwarcia biura, która zostanie odegrana osobie dzwoniącej tuż po nawiązaniu połączenia telefonicznego. Ponadto możliwe jest przełączanie dzwoniącego do interesującego go oddziału firmy czy konkretnego pracownika. Dodatkowo umożliwia korzystanie z jednego firmowego numeru telefonu dla całego przedsiębiorstwa - także tego, które posiada wiele oddziałów. Oznacza to, że pracownicy wykonujący połączenia wychodzące prezentują się zawsze tym samym numerem stacjonarnym. Rozwiązanie to jest także dużym uproszczeniem dla klientów – nie muszą oni szukać numerów do poszczególnych działów, wszystkie te informacje zawarte mogą być

w komunikacie głosowym pojawiającym się na początku rozmowy.

Dzięki integracji z systemem CRM lista korzyści wynikających z użytkowania rozwiązania Vanberg Systems rozszerzyła się o szereg narzędzi usprawniających profesjonalną obsługę klienta. To inicjowanie połączeń bezpośrednio z poziomu CRM, szybka prezentacja historii rozmów, automatyczna identyfikacja klienta na podstawie numeru telefonu. Dodatkowo klienci otrzymali możliwość łatwego dodawania nowych klientów do bazy, szybki dostęp do bilingów z podziałem na wybranego kontrahenta i pracownika firmy oraz rozmów telefonicznych zapisanych w plikach Wav/mp3. Integracja telefonii z CRM, poprzez automatyzację procesów, oferuje pracownikom contact center oraz call center ogromne ułatwienie codziennych czynności. W sytuacji, gdy do działu dzwoni zainteresowany, na ekranie pojawia się informacja o kliencie, firmie z której dzwoni oraz cała dotychczasowa historia połączeń. Po zakończeniu połączenia możemy uzupełnić informacje na temat rozmowy oraz dodać wiadomość do historii kontaktu. Pracownikom call center integracja bazy klientów z CRM zezwala na zautomatyzowanie kampanii telemarketingowych, poprzez samoistne wybieranie numerów klientów z bazy oraz wywoływanie połączenia z poziomu CRM. Administrator, dzięki zaawansowanej usłudze nadzoru

Nowoczesne centrale telefoniczne dostępne przez internet działają w oparciu o model „w chmurze”, tzw. cloud computing. Tym samym przestały być zarezerwowane wyłącznie dla dużych firm, posiadających znaczące środki finansowe. Dzieje się tak dlatego, że użytkownicy nie muszą kupować drogiego sprzętu, a dostawcy usług gwarantują aktualizację systemu, pełne doradztwo i wsparcie techniczne. - Naszym klientom dostarczamy niezbędną technologię oraz pomagamy przy wyborze optymalnego sprzętu. Korzystanie z systemu rozliczane jest na podstawie miesięcznych opłat, w związku z tym firma nie ponosi wysokich kosztów początkowych, oczywistych przy zakupie, montażu i wdrożeniu tradycyjnej sieci telefonicznej – wskazuje Michał Mysiak, Business Line Manager Vanberg Systems, Aiton Caldwell SA.



otrzymuje informacje o ilości nawiązanych połączeń, średnim czasie rozmowy i całkowitym koszcie.

- Rozbudowa Vanberg Systems o usługę CRM to kolejny etap w budowie kompleksowego rozwiązania teleinformatycznego, wspierającego funkcjonowanie i zarządzanie biznesem. W tym celu nawiązujemy współpracę z firmami teleinformatycznymi, dzięki czemu nasi klienci otrzymają zintegrowane usługi dodatkowe, wspomagające funkcjonowanie ich przedsiębiorstwa – podkreśla Michał Mysiak z Aiton Caldwell. Zintegrowanie usług infolinii z dowolnym systemem komputerowym w konsekwencji przekłada się na zautomatyzowanie procesu obsługi klienta, w tym kolejki połączeń. Oznacza to, że w chwili gdy wszyscy konsultanci będą prowadzić rozmowę telefoniczną, klient nie usłyszy sygnału zajętości – zamiast tego zostanie automatycznie poinformowany o miejscu w kolejce osób oczekujących, a następnie połączony z konsultantem, który pierwszy skończy rozmowę. Całość połączeń przychodzących i wychodzących może być nagrywana, dzięki czemu klient ma pewność, że firma dba o najwyższe standardy bezpieczeństwa, a nagrany materiał może być także doskonałym narzędziem wykorzystywanym podczas szkoleń pracowników call center.

Jedno rozwiązanie, masa korzyści

Korzystanie z Wirtualnej Centralki telefonicznej przez internet przerzuca całość obowiązków administracyjnych, aktualizacji oraz pomocy technicznej na dostawcę. Wszystko to przekłada się na bezpieczeństwo i komfort pracy.

Wirtualną Centralkę cechuje ogromna elastyczność w konfiguracji i rozbudowie systemu. Przypisanie numeru telefonu nowej osobie dokonuje się w ciągu kilku minut poprzez intuicyjny Panel klienta. W przypadku zmiany siedziby, poprawne działanie centrali pozostaje nienaruszone, gdyż numer telefonu przypisany jest do firmy, a nie adresu pocztowego. - Jak wiemy, zmiana siedziby wiąże się z koniecznością załatwiania wielu formalności. Użytkownicy nie muszą martwić się o kwestie związane z systemem

telekomunikacyjnym w firmie, ponieważ wraz z przewodzą „zabierają” wszystkie numery i usługi ze sobą. A następnie uruchamiają je przy pierwszym połączeniu z internetem. Osoby dzwoniące do firmy nie zauważą żadnej różnicy – wskazuje Michał Mysiak.

Usługi Wirtualnej Centralki to jednak przede wszystkim oszczędności. Tradycyjne rozwiązania są bardzo drogie, koszt typowego systemu to wydatek sięgający nawet paru tysięcy złotych. W przypadku usług Vanberg Systems, klient ponosi jedynie opłaty za narzędzia, z których faktycznie w danym miesiącu korzystał. W każdej chwili można też dodawać lub usuwać potrzebne funkcje, regulując w ten sposób wysokość należnej kwoty. Dodatkowo rozmowy między wszystkimi użytkownikami platformy są darmowe, dzięki czemu firma ponosi zerowe koszty za rozmowy wewnątrz biura oraz pomiędzy oddziałami. Natomiast połączenia na numery niezarejestrowane w systemie rozliczane są według atrakcyjnych stawek już od 5 groszy za minutę.

Wirtualna Centralka telefoniczna to doskonałe narzędzie będące pomostem między firmą a klientem. Bogata funkcjonalność przekłada się na budowę profesjonalnego wizerunku firmy oraz prawidłową komunikację z otoczeniem, a to z kolei na wzrost zaufania partnerów i klientów. Korzystanie z takich rozwiązań daje nawet najmniejszym przedsiębiorstwom przewagę na rynku i stawia je o krok przed konkurencją.



Jak polskie firmy komunikują się z rynkiem?

Sponsoring, reklama i szkolenia to - jak wynika z danych IABC/Poland - działania, które w pierwszej kolejności redukują firmy w czasie kryzysu



IABC/Poland - polskie przedstawicielstwo międzynarodowego Stowarzyszenia IABC (International Association of Business Communicators) zrealizowało badanie, dotyczące roli i znaczenia komunikacji w biznesie. Z sondażu przeprowadzonego na grupie niemal 300 liderów, w tym dyrektorów i menedżerów marketingu w polskich organizacjach, wynika, że firmom wciąż brakuje wiedzy na temat wpływu komunikacji na rozwój biznesu.

Na pytanie, z jakich aktywności firmy rezygnują w czasie kryzysu, większość wskazała na sponsoring, reklamę oraz szkolenia dla pracowników. Działania sponsorskie wybrało 45 proc., redukcję wydatków na reklamę 29,38 proc., a na obcięcie budżetu szkoleniowego decyduje się 26,88 proc. ankietowanych organizacji.

- Jak pokazuje sondaż, chociaż ponad 90 proc. postrzega działania komunikacyjne jako istotne, to większość respondentów nie potrafi ocenić ich efektywności.
- Aż 41,57 proc. ankietowanych przyznaje, że nie potrafi ocenić, czy są one opłacalne. Jako główny z powodów niestosowania jakichkolwiek mierników skuteczności, respondenci wskazali niewystarczające zasoby (27,94 proc.) oraz brak zainteresowania danymi ze strony zarządu (25 proc.).
- Zastanawiające jest to, że w czasach, kiedy firma, w tym w szczególności dział marketingu, rozliczane są z każdej wydanej złotówki, prawie co druga osoba nie jest w stanie ocenić efektywności podejmowanych inicjatyw. W obliczu takiego braku wiedzy trudno oczekiwać, aby ich komunikacja z rynkiem przekładała się

na realizację celów biznesowych – mówi Justyna Piesiewicz, prezes IABC/Poland.

Za najbardziej istotne elementy strategii komunikacyjnych respondenci uznali komunikację zewnętrzną (53,76 proc.), wewnętrzną (47,40 proc.) oraz relacje medialne (42,77 proc.). Mówiąc o najbardziej pożądanej formie komunikacji, połowa preferuje spotkania personalne, blisko 45 proc. komunikację elektroniczną, a zaledwie ok. 5 proc. wybiera dotarcie do klienta poprzez druk.

- Nasze badanie potwierdza tezę, że żaden sposób nawiązania kontaktu z klientem nie zastąpi rozmowy osobistej. Chociaż z każdym rokiem liczba środków komunikacyjnych wzrasta, to zwłaszcza w kontaktach biznesowych, ten ludzki argument ma kluczowe znaczenie – dodaje Justyna Piesiewicz z IABC/Poland.

CRM w firmie. Co wybrać i jak szukać?

Korzystanie z CRM pozwala na optymalizację procesów zarówno w zakresie obsługi bieżących klientów, jak i pozyskiwania nowych. Umożliwia zbudowanie tzw. lejka sprzedaży (pipeline'u), ocenę szans sfinalizowania umów, a także weryfikację aktywności pracowników. W obszarze obsługi istniejących klientów, rozwiązanie służy dokumentowaniu relacji z kontrahentem, historii zamówień, terminów dostaw czy reklamacji. Jednym słowem wszystkiego, co może w przyszłości przydać się w podnoszeniu sprzedaży firmy

Efektem wdrożenia systemu CRM ma być ściślejsze powiązanie klienta z firmą, a nie z pracownikiem. Najczęściej decydując się na system CRM przedsiębiorcy chcą zacieśnić relacje z klientem na wypadek zmian personalnych w działach handlowych. CRM to również istotne narzędzie do monitorowania komunikacji marketingowej: obserwacji efektywności wprowadzonych programów lojalnościowych i zrealizowanych akcji promocyjnych.

Wybór odpowiedniego modelu użytkownika systemu CRM jest powiązany ze specyfiką przedsiębiorstwa. Dla sektora MSP i firm o rozproszonej strukturze, korzystnym rozwiązaniem jest CRM dostępny w chmurze.

Istotny argument przemawiający za inwestycją w SaaS (Software as a Service) to bezpieczeństwo danych. Trzymając informacje na jednym serwerze istnieje obawa przed jego zniszczeniem, a w konsekwencji utratą wszystkiego, na co firma pracowała latami. W przypadku SaaS komputer w siedzibie firmy pełni rolę wyłącznie przeglądarki internetowej.

Ponadto warto zauważyć, że mniejsze przedsiębiorstwa w związku z rozwojem często zmieniają lokalizacje. W przypadku tych firm korzystanie z rozwiązania CRM w chmurze gwarantuje niezależność od infrastruktury (nie licząc łącza z Internetem), brak konieczności lokowania biznesu w dużych miastach czy możliwość pracy z domu.

Rozważając inwestycję w oprogramowania CRM należy pamiętać, że także wybór dostawcy w dużym stopniu wpływa na sprawność implementacji. Decydując się na powierzenie wdrażania systemu konkretnej firmie,

KOMENTARZ

Piotr Krzysztoporski

Dyrektor ds. Konsultingu, Epicor Software Poland

Spotykamy się również z sytuacją, gdy firmy wybierają oprogramowanie CRM od innego dostawcy, niż odpowiedzialnego za wcześniejsze wdrożenie ERP. Na taki krok decydują się zazwyczaj duże przedsiębiorstwa. Wiąże się to często ze specyficznymi wymaganiami m.in. firm telekomunikacyjnych czy instytucji finansowych. Poszukują one systemu mogącego dopasować się do ich procesów, elastycznego i łatwego w integracji. Przedsiębiorstwo, które wdraża system CRM nie pochodzący od dostawcy wdrożonego ERP, powinno jasno określić priorytety i cel, które zamierza osiągnąć po wdrożeniu tego systemu.

Podczas procesu decyzyjnego bardzo pomocna jest wiedza i doświadczenie dostawcy, który ma za zadanie dopasować taki model wdrożenia i korzystania z systemu CRM, który będzie najbardziej efektywny pod kątem rozwoju przedsiębiorstwa.

Trudno szacować, czy stanie się to standardem, ale jest wiele przesłanek, które mogą sprawić, że SaaS w chmurze będzie coraz bardziej popularny. Dla małych firm już sam wydatek na system często bywa barierą. CRM w chmurze pozwala na znaczne zmniejszenie kosztów wdrożenia.

warto sprawdzić jej kondycję rynkową i wiarygodność. Częstym działaniem stosowanym przez klientów jest także zebranie opinii o producencie wśród firm o podobnym profilu działalności lub wśród pracowników, którzy mieli możliwość wykonywania obowiązków w oparciu o system i są w stanie ocenić go od strony funkcjonalnej.

- Ze względu na duże koszty nie praktykuje się

stosowania testowych wdrożeń oprogramowania na etapie jego wyboru. Często jednak dostawcy organizują warsztaty, podczas których klienci mogą przetestować możliwości konkretnej aplikacji CRM – mówi Piotr Krzysztoporski, Dyrektor ds. Konsultingu w Epicor Software Poland. - Nasze doświadczenie pokazuje, że tego typu spotkania są kluczowe w procesie decyzyjnym. Gdy klienci już wybiorą rozwiązanie CRM, zazwyczaj mają możliwość sprawdzenia poszczególnych opcji systemowych i decydują się na najbardziej odpowiadające ich potrzebom. Testowanie systemu przez określony czas jest natomiast popularne w przypadku rozwiązań oferowanych w modelu SaaS. Wynika to z faktu, że korzystanie z systemu przez przeglądarkę (płacąc za użytkowników i ich dostęp do określonych modułów lub funkcji) wiąże się z mniejszymi nakładami finansowymi.

Komunikacja i kooperacja

Obecnie coraz więcej firm zaczyna korzystać z dobrodziejstw komunikacji zintegrowanej (ang. Unified Communication). Technologia ta, pozwalająca na zintegrowanie komunikatorów internetowych, połączeń telefonicznych (w tym telefonii wykorzystującej protokół IP) oraz wideokonferencji, przynosi firmom i instytucjom je wykorzystującym szereg korzyści, takich jak choćby zwiększona wydajność pracowników, zmniejszone koszty połączeń telefonicznych czy redukcja kosztownych i czasochłonnych podróży służbowych

Od niedawna jednak komunikacja zintegrowana może zaoferować swoim użytkownikom jeszcze więcej, ponieważ została rozszerzana o możliwość „współpracy” – stała się Unified Communication & Cooperation). Dzięki niej użytkownicy mogą się ze sobą nie tylko efektywnie komunikować, ale i równocześnie współpracować, np. pracując na tych samych dokumentach czy bazach w czasie rzeczywistym. Do tej pory głównymi beneficjentami takich rozwiązań, podobnie jak i wideokonferencji, były większe firmy. Przebywając za swoim bezpiecznym firmowym firewallem wykorzystywały ją głównie do komunikacji i współpracy wewnątrz struktur własnej organizacji. Tworzyło to ogromną barierę w komunikacji z zewnętrznymi partnerami i klientami. Ci, znajdując się poza barierą i często nie posiadając dostępu do rozwiązań profesjonalnych, zostali wyłączeni z możliwości zaawansowanej kooperacji. Najlepiej zaprezentować taką sytuację na przykładzie komunikacji głosowej, np. zwykłych połączeń telefonicznych. Biorąc do ręki jakiegokolwiek telefon, czy to komórkowy czy stacjonarny, możemy zadzwonić do dowolnej osoby na świecie posiadającej dowolny telefon w dowolnej sieci. Natomiast w przypadku połączeń wideo użytkownik Skype może zadzwonić wyłącznie do innego użytkownika Skype, Google Talk do Google Talk, a rozwiązania profesjonalnego do innego posiadacza takiego rozwiązania. Czy zatem ktoś jest sobie w stanie wyobrazić sytuację, że nie możemy zadzwonić z telefonu stacjonarnego na komórkowy albo z telefonu LG na Samsunga? Wydaje się to być dość absurdalne, ale obecny brak ujednoliconego standardu połączeń wideo sprawia, że aktualnie tak wygląda sytuacja. Słowem: każda z tych platform jest właśnie takim niezależnym bytem.

Czujne oko branży nowych technologii szybko zauważyło taki problem i opracowało rozwiązanie. Powstały systemy integrujące różne platformy komunikacji. Niedawno Polycom

KOMENTARZ

Olgięrd Madej

Territory Director, Polycom



Obecnie komunikacja staje się coraz bardziej wizualna. W sieciach telekomunikacyjnych w krajach zachodnich przesył obrazu wideo stanowi nawet 60 proc. całego transferu. Wydaje mi się zatem, że podążanie w stronę jeszcze większej integracji i zagospodarowywania coraz to nowych obszarów współpracy będzie podstawowym trendem w ciągu najbliższych lata w Unified Communication. Jak na razie jesteśmy na początku tej bardzo interesującej drogi.

zaprezentował uniwersalne narzędzie aplikacyjne CloudAxis. Pozwala ono na łączenie się zestawów komunikacji profesjonalnej z dowolnymi innymi platformami, takimi jak Skype, FaceBook czy Google Talk. Co niezmiernie istotne, takie połączenie oferuje ten sam poziom bezpieczeństwa, co połączenie między dwoma profesjonalnymi zestawami. Użytkownik łączący się za pomocą rozwiązania klasy konsumenckiej nie musi instalować czy dokupywać kosztownych nakładek. Jest to pierwszy, ogromny krok w kierunku wprowadzenia współpracy wideo na naprawdę masową skalę. Rozwojowi komunikacji i współpracy zintegrowanej sprzyja również rosnąca przepustowość łącz, rosnąca adopcja urządzeń mobilnych oraz coraz bardziej powszechne korzystanie z chmury obliczeniowej. Do tej pory wdrożenie nowego oprogramowania wymagało fizycznego zakupu programu, jego zainstalowania i czasem nawet dokupowania płatnych aktualizacji. Nie wspominając już o tym, że dział IT otrzymywał dodatkowe zadania. Obecnie technologie chmurowe sprawiają, że użytkownicy zawsze mają aktualną wersję, nie muszą nic instalować, a całe rozwiązanie może być opłacane w formie wygodnego abonamentu. Chmura, eliminując zatem koszty inicjacji i użytkowania,

jest kolejnym krokiem milowym do masowego upowszechnienia się współpracy wideo. Dzięki niej znikają zatem bariery, które do tej pory spowalniały wykorzystywanie profesjonalnych rozwiązań przez małe i średnie firmy. Komunikacja wideo jest obecnie jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi IT. Obraz i dźwięk w jakości HD przesyłane nie tylko z poziomu profesjonalnych sal wideokonferencyjnych, ale również z np. tabletów, smartfonów, laptopów czy innych urządzeń mobilnych łączących się z Internetem sprawiają, że możemy porozmawiać niemal twarzą-w-twarz z dowolną osobą z dowolnego miejsca na świecie. Powszechność urządzeń mobilnych, które dają podobne możliwości jak komputery stacjonarne sprawia, że jesteśmy obecnie świadkami w pewnym sensie drugiej fali „uwalniania się” pracowników z biur. Pierwszą było oczywiście pojawianie się komórek, dzięki czemu mogliśmy mieć telefon zawsze przy sobie. Teraz jednak możemy mieć również „komputer” pod postacią smartfona czy tabletu, na którym z powodzeniem możemy przeczytać pocztę czy napisać tekst. A dodatkowo dzięki połączeniu wideo nawet będąc w pociągu czy na lotnisku możemy efektywnie współpracować z kolegami z biura czy z klientami.

Outplacement: wybór czy konieczność?



Spowolnienie gospodarcze zmusza część przedsiębiorców do redukcji etatów, które przybierają również postać masowych zwolnień. W takiej sytuacji wsparciem dla zwalnianych pracowników i jednocześnie coraz częściej stosowaną przez pracodawców praktyką jest outplacement

duży problem z poradeniem sobie na rynku pracy. Dodatkowo w przypadku międzynarodowych korporacji propozycja outplacementu może być standardem oferowanym dla wszystkich pracowników z uwagi na równe traktowanie we wszystkich krajach.

Stosowanie outplacementu przez pracodawców może wpływać również pozytywnie na wizerunek przedsiębiorstwa w oczach obecnych i przyszłych pracowników. To narzędzie mające wpływ na motywację pracowników, którzy zostają w firmie. Z kolei odchodzącym pracownikom outplacement zapewnia wsparcie w szukaniu nowego zatrudnienia. Każdy uczestnik programu po jego zakończeniu powinien nie tylko potrafić właściwie przygotować swoje CV, ale również umiejętnie dopasowywać je do określonych ofert i potrzeb pracodawców. Udział w programie outplacementowym pomaga w swobodniejszym poruszaniu się po rynku pracy i skuteczniejszym szukaniu nowego miejsca zatrudnienia.

– Dobrze przeprowadzony outplacement jest nieocenionym wsparciem dla pracow-

nika tracącego pracę. Aby odniósł oczekiwany rezultat, powinien być właściwie przygotowany i przeprowadzony przez wyspecjalizowany podmiot, który ma szeroką wiedzę na temat funkcjonowania współczesnego rynku pracy – komentuje Hanna Więcewicz odpowiedzialna za tę usługę w agencji zatrudnienia ManpowerGroup. – Usługa outplacementu, którą świadczymy naszym klientom, jest oparta na metodologii i materiałach Right Management, globalnego lidera w obszarze outplacementu, firmy będącej częścią ManpowerGroup.

Programy outplacementu są bardzo zróżnicowane pod względem zakresu usługi, stosowanej metodologii, potrzeb i możliwości odbiorców. Istotnym elementem jest w nich osoba konsultanta prowadzącego, który przekazuje pracownikom niezbędną wiedzę i dba o to, by mogli ją wykorzystać możliwie jak najlepiej. Tak dużo zmiennych powoduje, że jakość programów outplacementowych, jakie dostępne są na rynku, może być bardzo różna. Dobrze przeprowadzony outplacement jest zatem wypadkową wielu czynników. Wpływ na jego sukces ma też właściwe przekazanie zwalnianemu korzyści, jakie otrzyma po jego zakończeniu i, co za tym idzie, nastawienie samego uczestnika.

– Reakcja pracownika na możliwość skorzystania z outplacementu jest bardzo różna i w dużej mierze zależy od sposobu przekazania informacji przez pracodawcę – mówi Hanna Więcewicz. – Znajdujący się w sytuacji utraty pracy pracownicy często czują żal do organizacji i nie chcą skorzystać z dodatkowego wsparcia, którym jest outplacement. Nie zdając sobie do końca sprawy, że właśnie to może przyczynić się do pomocy w znalezieniu pracy i zdobyciu kompetencji potrzebnych do poruszania się w nowych realiach.

Przy niekorzystnej dla większości sektorów koniunkturze, outplacement czyli wsparcie zwalnianych pracowników w poszukiwaniu nowej pracy, nabiera wyjątkowego znaczenia. Dla pracodawców korzystanie z programów wspierających pracowników, których zwalnia firma, w określonych przypadkach jest obowiązkiem nałożonym ustawą o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy. Coraz częściej również wielu przedsiębiorców świadomie decyduje się na korzystanie z usługi outplacementu z racji zalet, jakie ze sobą niesie, zarówno dla zwalnianych pracowników, jak i redukujących etaty pracodawców. Outplacement może obejmować grupy pracowników lub też być stosowany indywidualnie. W Polsce programy indywidualne najczęściej dotyczą stanowisk menedżerskich, a także wieloletnich pracowników firmy, którzy mogą mieć

By program outplacementowy był efektywny, powinien trwać nawet do 3 miesięcy. Jest to bowiem proces, który wymaga czasu, jeśli chodzi o poradzenie sobie ze zmianą oraz zdobywanie kompetencji w poszukiwaniu pracy i poruszaniu się po rynku. Jeśli tylko czas ten jest dobrze wykorzystany przez samego pracownika, który otrzymał pomocne narzędzia będzie korzystał z nich w praktyce, stanie się etapem pomagającym mu nie tylko znaleźć kolejną pracę, ale również świadomie zarządzać swoją dalszą ścieżką zawodową.

Dynamiczny rozwój nowych technologii



W dobie błyskawicznego rozwoju technologii mobilnych, mających wpływ na nasz sposób pracy, warto zapoznać się z prognozami specjalistów w tym względzie. Jakie rozwiązania i technologie mogą okazać się przydatne w najbliższym czasie? Które z nich mogą przysłużyć się dużym lub mniejszym firmom? Jak wygląda przyszłość biur od tej „technologicznej” strony? Jakich zmian możemy oczekiwać, jeśli chodzi o sposób pracy w przyszłości?

Nowe technologie to obszar, który charakteryzuje się jednym z najwyższych wskaźników w zakresie dynamiki rozwoju. Nie ma w tym nic dziwnego. Każdego roku jesteśmy świadkami wielu premier produktowych oraz wprowadzania nowości technologicznych. Już teraz na rynku mamy elastyczne ekrany smartfonów, technologię Kinect w grach komputerowych czy telewizję hybrydową, a nad technologią pozwalającą na zmianę obrazu 2D w trójwymiarową projekcję czy interaktywnymi okularami prace trwają.

Przenikanie i rozwój trendów

To oczywiście jedynie wierzchołek góry lodowej, a podobne przykłady można mnożyć. Informatyka, mająca zastosowanie w obszarze biznesowym, również cały czas ewoluuje, stąd też początek każdego roku zawsze stanowi dobrą okazję do zastanowienia się, jakiego rodzaju rozwiązania czy trendy technologiczne mogą stać się dla nas użyteczne i które możemy łatwo zaadaptować do naszych potrzeb.

Najbliższa przyszłość, pomimo trudności ekonomicznych, może okazać się naprawdę interesująca. Z perspektywy technologicznej wszystko wskazuje na to, że będziemy mieli do czynienia z przenikaniem się i rozwojem kilku trendów i kierunków IT, takich jak wirtualizacja, mobilność czy cloud computing. Są one bardzo ciekawe także z perspektywy zwykłych użytkowników

– pracowników różnych organizacji, wielokrotnie zajmujących bardzo różnorodne stanowiska w biznesie. Wynika to przede wszystkim z faktu, iż mogą one w wyraźny sposób wpłynąć na sposób wykonywania ich pracy.

Wszystkie z wymienionych kierunków już mają lub też będą mieć w najbliższym czasie duży wpływ na firmowe działania wielu z nas i to nie tylko w rozumieniu typowych pracowników biurowych, ale także innych osób: specjalistów różnego rodzaju, kadry zarządzającej, pracowników średniego szczebla czy też pracowników administracji publicznej, a zatem wszystkich tych, którzy mają styczność z pracą w biurze lub w organizacji - w rozumieniu posiadanego stanowiska pracy oraz stacji roboczej.

„post PC era”, czyli nadchodzi pełna mobilność

Zmiana w rozumieniu i wykorzystywaniu informatyki w biznesie wpisała się w polską rzeczywistość, pojawiając się niejednokrotnie przy nakreślaniu korzyści wynikających z transformacji tradycyjnego modelu IT na ten opierający się na chmurze.

Klasyczne podejście przestało być postrzegane jako jedyne i najlepsze, a wręcz przeciwnie, coraz częściej staje się źródłem wysokich wydatków oraz modelem mało elastycznym, przez co nie do końca przystosowanym do obecnie panującego trybu pracy i stylu życia. To z kolei powoduje, że model szeroko pojętej pracy mo-

bilnej, opartej na urządzeniach najbardziej przyjaznych użytkownikom, dzięki którym stają się oni bardziej efektywni i które dają im większe poczucie niezależności, staje się jednym z kluczowych kierunków na najbliższą przyszłość.

Coraz częściej zdają sobie z tego sprawę także same organizacje, które poprzez poparcie i ustanowienie odpowiednich reguł stosowania takich trendów, jak BYOD czy workshifting, również zyskują, ograniczając własne koszty stałe czy też pozyskując bardziej produktywnych pracowników. Dla nich możliwość wyboru spośród wielu różnorodnych urządzeń, z jakich mogą korzystać do celów biznesowych, jest i będzie coraz istotniejsza, tym bardziej, iż wedle wszelkich przewidywań nadchodzący rok zostanie zdominowany pod względem sprzedaży przez tablety i smartfony.

W połączeniu z coraz szerszym wykorzystaniem usług opartych na chmurze można sobie wyobrazić, że „tradycyjne biuro” będzie bardziej służyło jako miejsce sprzyjające utrzymaniu odpowiednich więzi międzyludzkich oraz wymiany wiedzy i pomysłów, a nie będzie „sztywną podstawą” działania organizacji, w której to będziemy zobligowani przebywać pomiędzy godziną 9 a 17. Za pośrednictwem chmury i wirtualizacji oraz rozwiązań mobilnych po drugiej stronie, dostęp do firmowych zasobów z dowolnego miejsca będą mogli mieć zarówno pracownicy większych organizacji, korzystający np. z modelu chmury

prywatnej i zwirtualizowanych danych, ale również osoby zatrudnione w mniejszych firmach, gdzie dostęp do zasobów może być świadczony poprzez wirtualizację całych stacji roboczych i odpowiedniego oprogramowania łączącego je z urządzeniami przenośnymi. Brzmi skomplikowane? Możliwe, niemniej jednak dla przeciętnego użytkownika nie będzie to wiązało się z trudnymi procedurami do wyuczenia. W konsekwencji będzie miał dodatkową ikonę danej aplikacji na własnym urządzeniu mobilnym i nie będzie miało dla niego znaczenia, gdzie dane faktycznie się znajdują, zyska natomiast korzyści wynikające ze zwiększonej elastyczności.

Mobilność to już teraz popularne zjawisko wśród pracowników, a będzie rosła w ogromnym tempie – jej popularność widać na co dzień, wystarczy zwrócić uwagę na otoczenie, gdy chociażby wchodzimy do kawiarni po codzienną porcję swojej ulubionej kawy. Rozglądając się dostrzegamy, że coraz większą liczbę klientów stanowią osoby z aktywnymi urządzeniami przenośnymi – zarówno laptopami, ale także tabletami czy smartfonami, którzy w tym samym czasie czytają, odpisują na maile, biorą udział w wirtualnych spotkaniach. Różnorodność otoczenia wpływa bowiem na wzrost ludzkiej kreatywności - wielokrotnie czerpiemy inspiracje z otaczających nas bodźców zewnętrznych, adaptując je do naszych działań biznesowych.

KOMENTARZ

Monika Karpińska

Corporate Account Manager, Citrix Systems Poland



Na temat tego, jak może wyglądać w przyszłości miejsce pracy, można byloby wysnuć wiele tez i udzielić wielu różnorodnych odpowiedzi. Z ostatnich badań wynika, że do 2020 roku organizacje zredukują powierzchnię biurową niemal o jedną piątą. Co za tym idzie, w przyszłości statystyczne miejsce pracy to średnio siedem biurka na każdych dziesięciu pracowników biurowych, a każda osoba będzie uzyskiwać dostęp do firmowej sieci IT średnio za pomocą sześciu różnych urządzeń.

Z badania przeprowadzonego w 19 krajach na świecie wynika jasno, że już teraz blisko jedna trzecia pracowników nie pracuje w tradycyjnym biurze. Zamiast tego wykonują oni swoje obowiązki w innych, mniej lub bardziej statych miejscach. Wśród nich najczęściej mamy do czynienia z pracą z domu, w terenie lub w miejscu realizacji projektu (często jest to po prostu praca z siedziby kontrahenta). Ponadto osoby te uzyskują dostęp do firmowych aplikacji, danych i usług z takich miejsc, jak hotele, lotniska czy kawiarnie.

W efekcie chodzi o to, aby praca była definiowana jako zajęcie, a nie określona lokalizacja, do której przywiązani są pracownicy.

Ciekawostką jest również fakt, iż ogromna większość ankietowanych organizacji zakłada, że w najbliższej przyszłości przeprojektuje własną przestrzeń biurową tak, aby była ona bardziej atrakcyjna dla pracowników. Przyszłe miejsce pracy ma rozwijać kreatywność, inspirować do działania i zachęcać do współpracy w oparciu o najnowsze technologie. Czy tak już jest lub rzeczywiście się stanie? Spójrzmy choćby na nowoczesne biura Google czy też projekt głównej siedziby Apple, a odpowiedź nasunie nam się sama.



Brother prezentuje MFC-J4510DW

Firma Brother przedstawia nowe atramentowe urządzenie wielofunkcyjne – MFC-J4510DW. Nowy sposób podania kartki, opcja druku mobilnego oraz możliwość drukowania materiałów bezpośrednio z Internetu z poziomu urządzenia czyni z MFC-J4510DW prawdziwe urządzenie Print 3.0. To najmniejsze urządzenie wielofunkcyjne Brothera, które nie tylko drukuje w formacie A4, ale posiada także możliwość druku w A3. W minutę wydrukuje do 35 stron w trybie monochromatycznym i do 27 stron w kolorze. Rozdzielczość druku, wynosząca 6000 x 1200 dpi, gwarantuje, że wydrukowane materiały, od dokumentów tekstowych, po zdjęcia, będą doskonałej jakości. Możliwość podłączenia do WiFi pozwala zmniejszyć

ilość kabli. Originalne tusze Brother pozwolą na wydruk do 1200 stron, a pracę z urządzeniem ułatwia wyświetlacz LCD. Kopiowane dokumenty mogą zostać zmniejszone do 25% pierwotnego rozmiaru lub powiększone do 400%. Maksymalna rozdzielczość kopii wynosi 1200 dpi. Urządzenie pozwala na zlecenie drukarce wydruku z każdego miejsca na świecie, w którym jest dostęp do Internetu: z komputerów z wykorzystaniem Google Cloud Print oraz ze smartfonów i tabletów dzięki aplikacji iPrint&Scan.



Pierwszy projektor laserowy Sony



Sony zapowiedziała wprowadzenie do oferty projektora instalacyjnego nowej generacji WUXGA z laserowym źródłem światła. Zapowiadane urządzenie jest pierwszym na świecie laserowym projektorem 3LCD o jasności 4.000 lumenów i rozdzielczości WUXGA (1920 x 1200) - a także najjaśniejszym projektorem w swojej klasie. Projektor z laserowym źródłem światła będzie dostępny od lata 2013 r. Pod względem wzornictwa stanowi kontynuację modeli Sony VPL-FH31 oraz Sony VPL-

FH36 z serii F. W projektorze z laserowym źródłem światła nie ma potrzeby okresowej wymiany lampy - wyróżnia się on większą trwałością i niższym kosztem utrzymania. Nowa technologia BrightEra 3LCD umożliwia korzystanie z projektora bez czynności konserwacyjnych nawet przez 20 000 godzin, w zależności od warunków otoczenia i konfiguracji. Urządzenie można swobodnie obracać do góry i do dołu w pionie, a ponadto działa efektywnie w orientacji pionowej.

Nowy tablet Panasonic Toughpad

Panasonic zaprezentował nowy model wzmacnionego tabletu – 10,1-calowy Toughpad FZ-G1 z systemem operacyjnym Windows 8 Pro. Urządzenie charakteryzuje się wytrzymałością, mobilnością oraz wysokimi parametrami technicznymi, które umożliwiają wykorzystanie w biurze, a także w trudnych warunkach terenowych i atmosferycznych. To urządzenie waży niewiele ponad 1 kg. Wytrzymałe upadek z wysokości do 120 cm, a ekran urządzenia pokryty jest wzmocnionym szkłem, zabezpieczając matrycę podczas pracy. Swobodę pracy zapewnia bateria, dzięki której tablet może działać do 8 godzin. Toughpad FZ-G1 został wyposażony w procesor Intel Core™ i5-3437U o częstotliwości 1.9GHz (2.9GHz z Intel Turbo Boost Technology), 4 GB pamię-



ci RAM oraz dysk twardy SSD o pojemności 128GB, z możliwością rozszerzenia do 256GB. W tablecie zamontowane zostały również aparaty o rozdzielczości 1.3 Mpx z przodu i 3 Mpx z tyłu, które służą do tworzenia dokumentacji fotograficznej. Konfigurowalne klawisze na obudowie urządzenia umożliwiają korzystanie z najważniejszych aplikacji i narzędzi poprzez jedno naciśnięcie przycisku.

Plantronics Bluetooth ML20 z szeptanymi alertami

To propozycja dla tych użytkowników zestawów słuchawkowych, którzy pragną prostoty i oczekują dłuższych przerw między kolejnymi ładowaniami. Użytkownicy zestawu są stale informowani o poziomie naładowania akumulatora, dzięki czemu zawsze wiedzą, kiedy należy podłączyć urządzenie do ładowarki. Posiadacze iPhone'ów stopień naładowania akumulatora mogą monitorować na wyświetlaczach telefonów. Zestaw gwarantuje większą swobodę dzięki zwiększonej żywotności akumulatora. Nowe rozwiązanie Plantronics zapewnia aż do 11 godzin przy użyciu umieszczonego na słuchawce wyłącznika zasilania między rozmowami można oszczędzać akumulator. ML20 posiada też ciekawą funkcję. Słuchawka wysyła szeptane

alerty głosowe, które informują o czasie połączenia, głośności, sile sygnału, itp. Ergonomiczna budowa, ważącej zaledwie 11 gram, nowej słuchawki Plantronics pozwala na jej wygodniejsze dopasowanie do każdego ucha.



Brother: Skanowanie do chmury

Firma Brother wprowadza na rynek nowy skaner biurowy - ADS-2600W. Skaner został stworzony z myślą o zastosowaniach biurowych w sektorach takich jak edukacja, ochrona zdrowia, usługi finansowe, administracja państwowa – czyli wszędzie tam gdzie występuje obieg wielu dokumentów drukowanych. ADS-2600W oferuje auto-

matyczne dwustronne skanowanie dokumentów z prędkością do 24 stron lub do 48 obrazów na minutę. Rozdzielczość 600x600 dpi (interpolowa-

na 1200x1200 dpi) – zapewnia wysoką jakość zeskanowanych dokumentów różnej wielkości,

od wizytówek po format A4. Urządzenie w trybie gotowości zużywa 4W prądu, a w trybie głębokiego uśpienia zaledwie 2W, co pomaga zredukować koszty energii elektrycznej. Niskie zużycie energii przez skaner ADS-2600W potwierdza uzyskany certyfikat „Energy Star”. Szybkość działania, możliwość podłączenia do firmowej sieci poprzez WiFi oraz skanowanie dokumentów do chmury sprawiają, że skaner świetnie sprawdzi się wszędzie tam, gdzie występuje obieg wielu dokumentów. Urządzenie pozwala na skanowanie dokumentów, w wybranym wcześniej formacie – JPG, TIFF albo PDF, bezpośrednio do komputera lub jako załącznik wiadomości e-mail. ADS-2600W może być podłączony do firmowej sieci bezprzewodowo przez WiFi lub przewodowo.



Skaner nabiurkowy Canon do chmury i biura

Canon Europe zaprezentowała kompaktowy i wszechstronny skaner nabiurkowy przeznaczony dla małych firm i działów przedsiębiorstw, które potrzebują niezawodnego, wydajnego sprzętu. Maszyna oferuje szybkie i łatwe skanowanie oraz dostarcza pakiet zaawansowanego oprogramowania, które gwarantuje niezawodną pracę urządzenia i ułatwia przygotowanie plików dostosowanych do istniejących systemów obiegu dokumentów i do wykorzystania w chmurze. Ma możliwość dwustronnego kolorowego ska-

nowania z szybkością do 40 obrazów na minutę oraz automatycznemu podajnikowi dokumentów na 50 arkuszy. Można skanować materiały od cienkiego papieru do kartonu (27-209 g/m²), oraz dokumentów o długości do 3 m. Wygodnym opcjonalnym rozwiązaniem do skanowania książek lub innych oprawionych materiałów jest moduł skanera płaskiego Canon A4 Flatbed 101 Scanner Unit. Wtyczki dla programów Microsoft SharePoint, Evernote i Google Docs pozwalają zapisywać dokumenty w chmurze.



Philips PicoPix 2055 kieszonkowym projektorem roku



Głosami internautów z ankiety Mobility Trends jako akcesorium roku wybrany został kieszonkowy projektor Philips PicoPix 2055. To lider wśród kieszonkowych projektorów dostępnych na rynku. Charakteryzuje się jasnością na poziomie 55 lumenów oraz kontrastem 1000:1. Jego natywna rozdzielczość wynosi 854x480 pikseli. Projektor mierzy sobie przy tym 72x72x27 mm i waży tylko 115 gramów. Projektor posiada złącze mini-

USB, przy pomocy którego można wyświetlić obraz z dowolnego komputera. Współpracuje przy tym zarówno z systemami z rodziny Windows (7/Vista/XP), jak i Mac OS (od wersji 10.6). Objęty jest 24-miesięczną gwarancją producenta, a jego sugerowana cena detaliczna wynosi 899 zł brutto. Patronat honorowy nad galą Mobility Trends 2012 objęło Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji oraz Urząd Komunikacji Elektronicznej.

Vivitek D8010W i Vivitek D8900 dla profesjonalistów

Dwie najnowsze propozycje Vivitek – dwulampowe projektory profesjonalne - sprawdzają się w skomplikowanych instalacjach. Mają imponujący zestaw wejść oraz funkcje pozwalające na profesjonalne wykorzystanie w ekstremalnych zastosowaniach. Mają wbudowaną funkcję „edge blending” (łączenie obrazu z kilku projektorów) oraz „warp” (wyświetlanie na zakrzywionych powierzchniach). Vivitek D8010W posiada rozdzielczość WXGA (1280 x 800), jasność 8000 ANSI lumenów oraz kontrast 3000:1. Możliwość skorzystania z jednego z 6 wymiennych obiektywów pozwala na realizację dowolnych instalacji. Obraz można dostarczać z różnych źródeł - HDMI v1.3, DVI-D, Component, 3G SDI-In, 3G SDI-out, VGA-in. Sterowanie projektorem odbywa się za pomocą złączy RJ45 i RS-232C.

Vivitek D8900 oferuje jasność na poziomie 10.000 ANSI lumenów. Dzięki rozdzielczości XGA (1024 x 768) i kontraście 3.000:1 projektor wyświetla ostry obraz na ekranie o przekątnej do 500 cali. Urządzenie jest wyposażone w złącza: HDMI v1.3, DVI-D, Component, 3G SDI-In, 3G SDI-Out, Wejście VGA, VGA-Out, RJ45 oraz RS-232C. Projektory objęte są 3 letnią gwarancją oraz 12-miesięczną gwarancją na lampę (1.000h). Cena detal. brutto (z VAT) 49999 zł. (www.vivitek.pl)



Stoły Multicom



W najnowszej ofercie Kinnarps dostępna jest seria stołów Multicom, która z pewnością sprawdzi się przy każdym możliwym rodzaju spotkań. To nowa, praktyczna seria stołów, które nie tylko znajdą zastosowanie podczas tele- czy wideokonferencji, lecz także umożliwią sprawną obsługę wielu firmowych zebrań i szkoleń. Seria Multicom oferuje szeroki wybór modeli – od stołów konferencyjnych, poprzez miejsca pracy stojącej, aż po stoły do stanowisk pracy indywidualnej. Rozwiązania z zastosowaniem serii Multicom umożliwiają łączenie poszczególnych elementów w różne aranżacje – zarówno „okrągły stół”, jak i standardowy długi stół konferencyjny. Multicom oferuje również kilka nowoczesnych i eleganckich rozwiązań, jak np. dyskretne schowki na okablowanie i gniazdka. W tym projekcie postawiono na prostotę wzornictwa przy jednoczesnym podkreśleniu wyrazistości detali. Opracowano elegancki i praktyczny system przechowywania kabli oraz mechanizm regulacyjny, które idealnie komponują się z całością. Stoły Multicom można łączyć w bardzo prosty sposób, bez użycia jakichkolwiek narzędzi. Będą one dostępne w ofercie Kinnarps już w tym roku i oferowane w okleinie brzozonej, dębowej lub bukowej oraz w białym, jasnoszarym, brzożowym, dębowym lub bukowym laminacie. Multicom można również wyposażać w zintegrowany system podświetlenia LED. www.kinnarps.com/pl

wanie i gniazdka. W tym projekcie postawiono na prostotę wzornictwa przy jednoczesnym podkreśleniu wyrazistości detali. Opracowano elegancki i praktyczny system przechowywania kabli oraz mechanizm regulacyjny, które idealnie komponują się z całością. Stoły Multicom można łączyć w bardzo prosty sposób, bez użycia jakichkolwiek narzędzi. Będą one dostępne w ofercie Kinnarps już w tym roku i oferowane w okleinie brzozonej, dębowej lub bukowej oraz w białym, jasnoszarym, brzożowym, dębowym lub bukowym laminacie. Multicom można również wyposażać w zintegrowany system podświetlenia LED. www.kinnarps.com/pl

LE MUR – wysoko lub nisko



Prim – ekologiczna ścianka

Kinnarps stworzył serię eleganckich ścianek dźwiękochłonnych o nazwie Prim, zaprojektowaną przez Christiana Halleröda. Prim charakteryzuje się świetnymi właściwościami dźwiękochłonnymi, eleganckim wyglądem i daje szerokie możliwości konfiguracyjne. Prim na tle podobnych produktów wyróżnia pomysłowość projektu Christiana Halleröda, który umiejętnie połączył minimalizm formy z ekologicznym wypełnieniem, tworząc rozwiązanie na miarę XXI wieku. Prostota i przejrzystość to główne cechy tego wyjątkowego projektu. Co stanowi o niezwykłym charakterze Prim? Odpowiedzią na to pytanie wydaje się być słowo-klucz: re:fill, czyli przyjazne środowisku tworzywo, składające się z mieszanki odpadków

tekstylnych Kinnarps, poliestru i PET. Re:fill to tworzywo nadające się w 100 proc. do ponownego przetworzenia. Kinnarps oferuje ścianki akustyczne Prim w kilku różnych wariantach, dostępnych w tapicerce z wełnianego filcu New Blazer.



Trixagon – przede wszystkim elastyczność

Działając w myśl reguły KISS (Keep it Simple & Smart), Kinnarps oferuje kolejny innowacyjny produkt – Trixagon, czyli system wielofunkcyjnych rozwiązań do różnych typów przestrzeni. Seria Trixagon składa się ze stołów, szaf i siedzisk, a dzięki swej nietuzinkowej formie, wykorzystującej kształt sześciokąta foremnego, wszystkie jej elementy pasują do siebie,

oferując nieskończoną liczbę połączeń i aranżacji. Wystarczy zmiana ustawienia poszczególnych elementów, by całkowicie zmienić charakter danego pomieszczenia. Jest to szczególnie przydatne w razie konieczności szybkiego przemeblowania lub zmiany funkcji pomieszczenia. Trixagon trafi do oferty Kinnarps wiosną 2013 roku. Stoły i szafy dostępne będą standardowo w białym i szarym laminacie oraz brzożowym, bukowym lub dębowym wariacie kolorystycznym. Siedziska będą występować w różnych opcjach tapicerowania. Kinnarps przewiduje również opcje specjalne według indywidualnych preferencji klientów.



Wysokie i niskie siedzisko było do tej pory znakiem rozpoznawczym sofy LeMur i wyróżniającym ją spośród innych modułowych siedzisk. Teraz wysokie lub niskie może być również oparcie, dając jeszcze szerszą gamę możliwych kombinacji tego elastyczne-

go systemu. Dzięki nowym prostym plecům sofa LeMur może stać przy ścianie lub stać się wyspą do siedzenia z własnym oparciem umiejscowionym pośrodku. Design: Wivian Eidsaunet, Marie Oscarsson. www.kinnarps.com/pl

Ogólnopolski miesięcznik dla zarządzających biurem



Zapraszamy do reklamy
i prenumeraty



Wydawca MB Media
ul. Altowa 6, 02-386 Warszawa
Reklama – 22-824-70-17
Prenumerata – 22-867-27-55
fax 22-824-70-16
biuro@mbmedia.pl, www.officemanager.pl

The most important event
of the office sector on the Polish market

Office2013

FAIR

Office Design



Office Technology



Office Services



Office Stationary



- ✓ Place for business meetings
- ✓ Domestic and foreign exhibitors, manufacturers and resellers
- ✓ Only professional participants
- ✓ 2 000 sqm exhibition space
- ✓ Presentations of new office solutions
- ✓ Conference panels and debates with experts

18-19 SEPTEMBER

Warsaw EXPO Center, Poland

www.officefair.com.pl