



Nawet kilkusobowe firmy szybko się przekonują, że dziś bardzo trudno zarządzać firmą, jedynie za pomocą Worda i Excella, dlatego składają się ku poszukiwaniu bardziej efektywnych rozwiązań. Mali coraz częściej decydują się także na profesjonalną ochronę danych, powszechnie korzystając z oprogramowania antywirusowego i antyspamowego. Dobrze wiedzą, że jakakolwiek awaria systemu może utrudnić funkcjonowanie firmy nawet przez kilka dni.

Coraz częściej ich biznes przenosi się z biura do klienta. Ułatwia to dostęp do narzędzi mobilnych, takich jak smartfony, laptopy i tablety. Nowoczesne oprogramowanie pozwala na stworzenie dostępu do firmowych zasobów z każdego miejsca. Zdalny dostęp do danych umożliwiają także systemy business intelligence (BI). Tego typu aplikacje wspomagają coraz częściej nie tylko kierowników, ale także osoby, które zajmują się obsługą klientów, sprzedawców czy przedstawicieli handlowych. W ten sposób skraca się dystans do potrzebnych danych i przyspiesza procesy biznesowe.

Nie tylko IT

Małe i średnie firmy korzystają jednak nie tylko z narzędzi informatycznych zarezerwowanych kiedyś dla rynkowych gigantów. Coraz częściej sięgają także po wysublimowane usługi public relations, lobbingowe czy prawnicze. Marek Łangalis, przedsiębiorca zajmujący się handlem stałą nierzewną, przyznaje, że bez profesjonalnego wsparcia bardzo trudno współcześnie konkurować na rynkach międzynarodowych, a w szczególności na rynku europejskim. - Kilka miesięcy temu małe i średnie firmy z naszej branży stanęły przed perspektywą wprowadzenia nowych regulacji, które de facto przyznawałyby monopolistyczną pozycję na rynku kilku dużym firmom z branży stalowej - mówi Łangalis. - Gdyby nie nasza interwencja w urzędach centralnych, interes polskich przedsiębiorców przepadłby z kretelem. Udało się w ostatniej chwili - dodaje.

Przy tego typu problemach w sukurs przychodzą firmy public relations i kancelarie prawne, dostrzegając w obsłudze średniaków rynkową niszę. Wiele firm zatrudniających po kilkanaście osób pozwala przecież generować całkiem

spore obroty. - Nasza firma oferuje pełen zakres usług także dla małych i średnich. Jesteśmy w stanie dogadać się z każdym. Małe firmy mają dostęp do abonamentów zarezerwowanych dawniej wyłącznie dla dużych korporacji. Specjalizujemy się w obsłudze właśnie niewielkich przedsiębiorstw - przyznaje Marcin Kubiński, prezes Washington Group PR/PA.

Washington Group oferuje nie tylko kreowanie kampanii czy długofalowych relacji z mediami, ale także budowanie koalicji, badania opinii publicznej, wykorzystywanie nowych mediów - Facebooka czy YouTube, a nawet wsparcie analityczne - wykorzystywanie profesjonalnych raportów i ekspertów. Firma współpracuje też z zawodowymi lobbystami.

Na podobnych klientów coraz częściej nastawiają się prawnicy. Renomowane kancelarie bardzo się unowocześniły, wysyłając swoim klientom regularne newslettery, informacje o ważnych zmianach w prawie czy inne poufne wiadomości. Adwokat Mariusz Bartosiak z Warszawy oferuje swoim klientom pełen zakres obsługi spraw karnoskarbowych czy cywilno-gospodarczych. Częstymi klientami są też niewielkie firmy. - W zakresie prawa cywilnego specjalizujemy się w sprawach dotyczących rozliczenia umów, najczęściej chodzi o zapłatę. Sprawy tego typu nierzadko wymagają odpowiedniego przeprowadzenia postępowania dowodowego - wyjaśnia Bartosiak.

Kompleksową obsługę przedsiębiorstw oferuje także Michał Legierski, adwokat ze Śląska. Jego kancelaria prowadzi zarówno postępowania z zakresu prawa administracyjnego, prawa cywilnego i gospodarczego, zamówień publicznych, jak i własności intelektualnej. Dzięki temu drobni przedsiębiorcy mogą być reprezentowani przed wojewódzkimi czy naczelnymi organami sądowymi, mają dostęp do doradztwa w zakresie zezwoleń, licencji, koncesji, a także w zakresie spraw bieżących - przygotowywania umów, rejestracji firm czy przygotowania dokumentów do przetargów. - Coraz częściej zauważam zainteresowanie tego typu usługami ze strony małych i średnich firm - przyznaje Legierski.

Walcz o swoje

Małe i średnie podmioty coraz częściej stają się podwykonawca-

mi czy dostawcami usług dla wielkich korporacji. Zawierania przy realizacji zamówień publicznych, współpraca z dużymi sieciami handlowymi, realizacja dużych kontraktów zawsze wprowadzają dodatkowe elementy ryzyka. Mniejsze firmy skazane są nie tylko na większą ostrożność, ale także na większą dbałość o szczegóły. Ich szefowie zazwyczaj doskonale to rozumieją. W dzisiejszych czasach nie można sobie pozwolić na zaniedbania, pomyłki czy nadzarpnięcie reputacji. Większość problemów można wcześniej przewidzieć.

Nawet giganci dostosowują się dziś do potrzeb sektora MŚP. Znani producenci oprogramowania dzielą swoje produkty na moduły, by były dostępne dla każdego i nie trzeba było przepłacać. Przedsiębiorcy mają także dostęp do usług wsparcia technicznego, m.in. bezpłatnych wideokonferencji czy szkoleń, które jeszcze kilka lat temu były zarezerwowane dla kluczowych klientów.

Paweł Wróblewski, prezes firmy Findwise, zajmującej się produkcją wyszukiwarek, chwali sobie stosowane przez siebie systemy CRM. - Nie jesteśmy firmą, w której obowiązuje sztywna hierarchia. Każdy odpowiada za część biznesu, dlatego korzystanie z odpowiedniego oprogramowania jest niezbędne - mówi Wróblewski.

Przedsiębiorcy o wiele większą uwagę zwracają także na kwestie wizerunkowe. Podczas gdy jeszcze kilka lat temu po stronach WWW od razu można było poznać, czy ma się do czynienia z dużą czy małą firmą, dziś łatwo się pomylić. MŚP coraz częściej mogą się pochwalić swoim wizerunkiem w globalnej sieci, profesjonalną komunikacją wizualną, logotypem oraz innymi elementami istotnymi dla kreowania pierwszego wrażenia.

Dobrze zarządzający dyrektorzy nie zostawiają w firmach miejsca na przypadek. Może się okazać, że zatrudnienie prawnika, firmy PR czy zakup nowego oprogramowania to zaledwie ułamek tego, co można stracić lub zyskać. Inwestycje w zwiększanie konkurencyjności swojego biznesu zawsze się zwracają. Zatrudnienie profesjonalistów powoduje, że śpimy spokojnie. Czy to nie piękne czasy, gdy można sobie na to wszystko pozwolić? ■

CRM w chmurze pozwala dodatkowo zaoszczędzić spore pieniądze, bo utrzymanie całej technologii nie wymaga inwestycji w sprzęt i dodatki.

Aplikacje typu ERP są najbardziej popularnymi programami instalowanymi w przedsiębiorstwach. Według firmy badawczej Gartner 20 proc. wydatków na aplikacje przeznaczają się właśnie na tego typu oprogramowanie. Najbardziej istotnym elementem z punktu widzenia raczkującego biznesu jest oczywiście cena. Tutaj nie ma się o co martwić, bo dobrej klasy oprogramowanie można dostać już za ok. 300 zł. Natomiast jeśli zdecydujemy się na wersję online, to miesięczny abonament jest dostępny za niespełna 30 zł.