

WYDARZENIE

Kierunek ekspansji: Rosja

Bank Gospodarstwa Krajowego zachęca przedsiębiorców do uczestnictwa w konferencji z cyklu „Export Finance”. Spotkanie odbędzie się 19 marca w Warszawie. W tej edycji zostaną omówione mechanizmy wsparcia polskich eksporterów

na rynku rosyjskim. Pojawia się informacja o specyficie rynku, prawnych uwarunkowaniach prowadzenia handlu, możliwości prowadzenia działalności gospodarczej, a także prezentacja produktów i usług, z których mogą korzystać polscy

przedsiębiorcy. Temat może być ciekawy, ponieważ to właśnie Polska jest czołowym partnerem handlowym Rosji. Dane rynkowe wskazują, że wymiana towarów między tymi państwami od stycznia do listopada 2011 r. wyniosła 23,5 mld EUR. Natomiast

eksport polskich produktów do Rosji w tym samym czasie sięgnął poziomu 5,9 mld EUR, czyli wzrósł aż o 32 proc. w stosunku do 2010 r. Jednak inwestycje w Rosji wiążą się z wyższym ryzykiem niż handel z krajami Unii Europejskiej. [ANB]

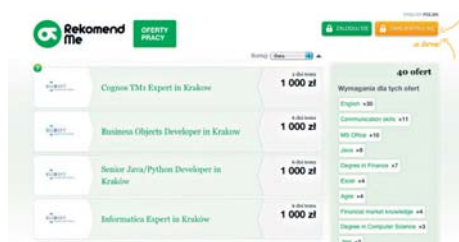
Rekomend.me da zarobić na znajomościach

W Krakowie szukają pracowników jak w Dolinie Krzemowej — przez aplikację, na której zarobić mogą znajomi kandydata do pracy.

Zawiązuj znajomości w świecie realnym i wykorzystuj je w internecie. Na tym opiera się pomysł na aplikację Rekomend.me, dzięki której firmy mogą znaleźć pracowników, a nieograniczona liczba użytkowników internetu ma im w tym pomóc i zarobić.

Osobiście dotknął mnie problem ze znalezieniem odpowiednich ludzi. Jako dyrektor operacyjny w HP zacząłem w pewnym momencie pytać na spotkaniach służbowych, czy ktoś może polecić znajomych na wolne stanowiska. Okazało się, że to świetny pomysł. Niestety — miał jeden poważny minus. Liczba znanych pracowników HP była ograniczona. Dlatego stworzyłem narzędzie działające nie wewnątrz korporacji, ale dla każdego — tłumaczy Jan Lewanowicz, współzałożyciel Rekomend.me.

Firmy, które umieszczają ogłoszenia o wolnych stanowiskach pracy na stronie Rekomend.me, płacą za sukces, czyli za znalezienie kandydata do pracy. Zapłatę otrzymuje polecający zwycięskiego kandydata, a o jej wysokości decyduje pracodawca w momencie publikacji ogłoszenia. Po trzech tygodniach od startu w serwisie znajduje się 40 ogłoszeń, na każdym z nich można średnio zarobić 1000 zł. Marża właścicieli aplikacji to 20 proc.



— Jest niska, bo liczymy na efekt skali. Podpisaliśmy umowy z czterema firmami, a ogłoszeń z kilkunastu kolejnych spodziewamy się już niedługo — twierdzi Jan Lewanowicz.

Sam pomysł nie jest całkiem nowy. Jeden z największych tego typu serwisów topprospects.com pochodzi z USA i głównie ze spółkami z branży IT oraz wśród centrów usługowych, ale zapowiada wejście do kolejnych największych miast i do kolejnych krajów.

— Chcemy wchodzić na rynki podobne do polskiego, takie jak Rumunia i Bułgaria. Szansę upatrujemy też w krajach, które bardzo potrzebują pracowników, czyli w Niemczech, i tych ze sporym bezrobociem, jak Hiszpania i Portugalia. Uwzględniając potencjał marketingu wirusowego (każdy polecony staje się polecającym), koszty ekspansji europejskiej oceniamy na 3-4 mln zł — opowiada Jan Lewanowicz.

Według założyciela Rekomend.me, serwisowi sprzyja fenomen rynkowy — ludzie szukają pracy, a równocześnie firmy poszukują pracowników,

ale często z różnych względów nie potrafią się skomunikować.

— Internet służy teraz do tego, żeby korzystać ze znajomości, które ma się w świecie realnym. Dlatego liczymy, że osoby aktywne w sieciach społecznościowych pomyślą o tych, którzy pracy szukają — mówi Jan Lewanowicz.

W spółkę zainwestował już poznański fundusz venture capital — SpeedUp.

— Wprawdzie koszt uruchomienia to po prostu koszt stworzenia aplikacji, więc teraz chcielibyśmy wydać pieniądze na marketing. W pierwszym roku działania będzie to około 300 tys. zł — mówi założyciel firmy.

Zdaniem Jana Lewanowicza, największym wyzwaniem było zbudowanie jak najprostszego i najłatwiejszego w obsłudze serwisu.

— Nie da się go po prostu skopiować. Wiemy, dlaczego serwis funkcjonuje tak, a nie inaczej, i to jest nasze know-how. Dodatkowo regularnie spotykamy się z użytkownikami, żeby zebrać od nich informację zwrotną i cały czas wprowadzamy poprawki — wyjaśnia Jan Lewanowicz.

Michalina Szczepańska
m.szczepanska@pb.pl • 22-333-98-18

Myjnie z BKF trafią za granicę

Producent myjni, firma BKF Myjnie Bezdotykowe, rozpoczęła sprzedaż do Rosji, Słowacji i Czech.

Po trwającym od pięciu lat boomie na krajowym rynku producentów myjni samochodowych nastąpiło spore nasycenie. Dlatego zachodniopomorska firma BKF Myjnie Bezdotykowe, zwycięzca tegorocznego rankingu Gazel Biznesu w swoim regionie, ogłosiła plany eksportowe.

Pierwsze zamówienia zostały już zrealizowane. Pozyskanie partnera z Sankt Petersburga zaowocowało sprzedażą sześciu myjni do Rosji. Dodatkowo siedem urządzeń trafiło na Słowację, a dwa do Czech. Około 10 kolejnych kontraktów zagranicznych jest w trakcie realizacji.

— Celujemy głównie w rynki państw ościennych, które dziś znajdują się w punkcie, w jakim Polska była kilka lat temu. Sektor myjni bezdotykowych w Rosji, Czechach czy na Słowacji dopiero zaczyna się rozwijać. Chcemy więc skorzystać z nadarżającej się okazji rynkowej — wyjaśnia Piotr Andrzejewski, dyrektor ds. rozwoju w spółce BKF Myjnie Bezdotykowe.

Pierwsze dwa zamówienia firma otrzymała z Grecji, choć wydawać by się mogło, że zagrożony w kryzysie kraj nie będzie zainteresowany współpracą z zagranicznym producentem. Jednak, zdaniem Piotra Andrzejewskiego na tamtejszym rynku dominują gracze, których produkty nie spełniają norm jakości, inwestorzy poszukują więc nowych dostawców.

— Niestety również w Polsce rynek ten jest coraz trudniejszy,

panuje duże rozdrobnienie, które spotęgowało pojawienie się drobnych importerów — mówi Piotr Andrzejewski.

Spółka BKF Myjnie Bezdotykowe również z tego powodu zamierza rozszerzać swoją działalność poza granice kraju. Planuje, że finalnie eksport będzie stanowił 50-70 proc. całej produkcji. Rozpoczęto już proces optymalizacji kosztów, reorganizację produkcji i wymianę maszyn. Ruszyły też działania promocyjne za granicą. Firma zapowiedziała swoją obecność, m.in. na targach w Moskwie oraz we Frankfurcie.

Nadal jednak duży nacisk będzie kładziony na realizację rozpoczętych kontraktów w Polsce i pozyskiwanie nowych. Aktualnie realizowanych jest ok. 20 zleceń. I na razie, firma chce utrzymać krajową sprzedaż na dotychczasowym poziomie. [ANB]

KantorOnline idzie na NC

W drugiej połowie roku pierwszy kantor internetowy zadebiutuje na NewConnect.

TNN Finance, właściciel KantoruOnline, planuje wejście na NewConnect w II kw. 2012 r. Z oferty prywatnej zamierza pozyskać 700 tys. zł.

— Chcemy rozbudować serwis KantoruOnline.pl, wprowadzić dodatkowe produkty, rozwinąć automatyzację procesów informatycznych i infrastrukturę informatyczno-techniczną — mówi Arkadiusz Kondek, prezes TNN Finance.

Firma chce również zbudować większą wiarygodność

wobec swoich kontrahentów, która jest szczególnie ważna w przypadku kantorów działających w sieci. W związku z tym większość pieniędzy pozyskanych z emisji będzie chciała przeznaczyć na wielopłaszczyznową reklamę budującą wizerunek marki i promującą usługi. Właściciel serwisu planuje również rozbudowanie systemu CMR, który pozwala usprawnić relacje z klientami i zadbać o zaspokajanie ich potrzeb.

Firma zapowiada też prężny rozwój. Zarząd emitenta prognozuje wzrost przychodów ze sprzedaży z 1,01 mln zł w 2012 r., do 2,73 mln zł w 2014 r. Wynik finansowy w br. ma być

na poziomie 620 tys. zł. Pod koniec 2014 r. bilans ma wykazać 2,05 mln zł zysku.

— Nasz rozwój chcemy oprzeć nie tylko na poprawie jakości usług, ale również poprzez dotarcie do nowych klientów. Planujemy wprowadzić do naszej oferty m.in. waluty skandynewskie. Myślimy również nad innymi działaniami, niezwiązanymi ściśle z wymianą walut — zapowiada Arkadiusz Kondek.

KantorOnline w lutym obchodził pierwszą rocznicę działalności. Liczba klientów rosła o 40 proc. w tym czasie. Do końca stycznia br. całkowita wielkość obrotów walutami sięgnęła 137,5 mln zł. [SW]

FunApp promuje się dzięki MF

FunApp, producent gier, wkracza na rynek aplikacji medycznych. Nowości zaprezentował na targach w Hanowerze.

Polska firma, działająca od dwóch lat na rynku gier i zaawansowanych aplikacji medycznych na smartfony, wystawiła swoją ofertę na polskim stoisku podczas targów elektronicznych CeBIT 2012 w Niemczech. Udział FunApp w imprezie był możliwy dzięki wsparciu Ministerstwa Finansów. Przypominamy, że w tym roku w promocji polskim przedsiębiorstwom pomógł nie tylko ten resort, ale

także Ministerstwo Gospodarki oraz niektóre samorządy.

Firma z Nowego Wiśnicza w woj. małopolskim zaprezentowała w Hanowerze aplikację EKG, która łączy się z elektrokardiografem, wyświetla i rejestruje dane na smartfonie. Aplikacja teledygnalna, jak zapewnia Mateusz Kierepka, prezes FunApp, pozwala na przesyłanie do specjalistycznej oceny lekarskiej zarejestrowanych wcześniej danych medycznych. Produkt ma być dostępny na takich platformach mobilnych, jak iOS, Android oraz Windows Phone.

W Niemczech firma pokazała także kilka innowacyjnych projektów gier, m.in. najnow-

szą, „Knight hopper”, umożliwiającą graczom tworzenie własnych plansz i dzielenie się nimi z innymi użytkownikami. Jej rynkowa premiera została zaplanowana na przełom marca i kwietnia 2012 r. Co ciekawe, 10 proc. zysków z gry będzie przekazane na odbudowę zamku w Nowym Wiśniczu. To wkład firmy w promocję lokalnej kultury i społeczności.

Na targach firma pochwaliła się także grą wyprodukowaną wspólnie z Fern's Blossom Studio. Pochwaliła się, że aplikacja Blocks of Pyramid Breaker uplasowała się już w pierwszej dwudziestce najpopularniejszych gier na Windows Marketplace. [ANB]

NAGRODA

Oscar dla polskich kryształów

Polska firma Ammono została laureatem prestiżowej nagrody Compound Semiconductor Industry Awards 2012 za najbardziej przełomowy produkt półprzewodnikowy ubiegłego roku. Nagroda ta jest postrzegana jako Oscar światowej branży półprzewodnikowej i przyznawana jest dorocznie za dokonania, które ją rewolucjonizują. Ammono to producent monokryształów azotku galu — półprzewodnika o parametrach znacznie lepszych niż krzem. Produkty, takie jak niebieskie i zielone lasery, diody LED, tranzystory wysokiej mocy czy inwertery do samochodów hybrydowych, to tylko niektóre z szerokiej gamy urządzeń, które dzięki azotkowi galu uzyskują większą wydajność, będąc zarazem energooszczędne. Główni klienci to czołowe firmy elektroniczne z Japonii i Ameryki. [DI]

PRODUKTY

Andropol szykuje innowacje dla mundurów

Jeden z największych w Polsce producentów tkanin bawełnianych wchodzi na rynek z nowym rozwiązaniem Coldblack. Tkanina z takim wykończeniem nie nagrzewa się w słońcu, a jednocześnie chroni przed szkodliwym promieniowaniem. Wprowadzenie technologii do produkcji kosztowało ok. 50 tys. zł, ale firmę czekają jeszcze dodatkowe badania w Szwajcarii oraz wydatki związane z certyfikowaniem. Nowe rozwiązanie będzie stosowane do produkcji ubrań dla osób, których praca wiąże się z narażeniem na działanie promieni słonecznych i które ze względu na wymagania muszą ubierać się w ciemniejsze kolory. Chodzi tu np. o mundury i koszule dla policji czy straży miejskiej. Firma na razie nie będzie stawiała z nowym rozwiązaniem do przetargów — na razie skupia się na jego wdrażaniu. Nowoczesna technologia jest wprowadzona w fabryce w Białymstoku. [SACH]