

9. EDYCJA



PARTNERZY



Marki, którym warto zaufać

Którym brandom polscy przedsiębiorcy ufają najbardziej?
Oto zwycięzcy naszego badania.

FOT. SHUTTERSTOCK

 ANITA SZARLIK

Już po raz dziewiąty przyznajemy tytuły Marka Godna Zaufania. Tak naprawdę redakcja „My Company Polska” jest tylko posłańcem tej wspaniałej informacji. O tym, kto zdobędzie ten tytuł decydują bowiem polscy przedsiębiorcy – startupowcy, menedżerowie, prezesi dużych firm. To oni w badaniu instytutu badawczego ARC Rynek i Opinia wskazują marki, którym ufają w konkretnych dziedzinach najbardziej. W tym roku mogli głosować aż w 25 kategoriach. Wyniki? Niektóre naprawdę zaskakujące!

Ekologiczne rozwiązania

Zacznijmy od dokumentów, z nimi przecież każdy przedsiębiorca ma do czynienia. W kategorii „Czarno na białym, czyli urządzenie wspierające ekologiczne drukowanie i obieg dokumentów w biurze” ogromną przewagą (78 proc. wskazań) wygrała firma HP. To prawdziwy gigant w swojej kategorii, od zeszłego roku zaufanie do niego wzrosło o 12 p.p.!

Kolejne urządzenie codziennego użytku to dla przedsiębiorcy samochód. W kategorii „Elektryzująca flota, czyli samochód elektryczny lub hybrydowy, który najlepiej sprawdza się w firmie”. Tu również zwycięzca jest jeden i wygrał wyścig o kilka długości. Mowa o Mercedesie z jego 69 proc. głosów.

Komu polscy przedsiębiorcy ufają, jeśli chodzi o ekologię? W kategorii „Zielona energia, czyli firmy oferujące ekologiczne rozwiązania energetyczne” z wynikiem 72 proc. zwyciężył Respect Energy. Ekspertem w raportowaniu ESG okazał się BNP. W kategorii „Przyszłość planety, czyli firma, która pokazuje, że raportowanie ESG nie musi być trudne” zgarnęła 70 proc. głosów.

Finansowanie i księgowość

To, co interesuje każdego przedsiębiorcę, to przede wszystkim finanse. W kategorii „Zastrzyk finansowy, czyli bank, który ofe-



Allegro zostało zwycięzcą w kategorii „E-commerce nowej generacji”

ruje najlepsze kredyty dla firm” wygrał bank Pekao S.A. „Żubr” budzi zaufanie aż 73 proc. polskich przedsiębiorców. Za „Kartę nowych możliwości, czyli firmę wspierającą rozwój płatności bezgotówkowych” uznano BLIKA (aż 74 proc. wszystkich wskazań).

W kategorii „Płynność finansowa, czyli najlepsza firma oferująca usługi faktoringowe” nie do pokonania okazał się Bibby Financial Services (aż 75 proc. głosów). Jeszcze lepszy wynik, bo aż 80 proc. wskazań w kolejnej kategorii – „Stan posiadania, czyli leasing i wypożyczanie jako sposób prowadzenia biznesu” osiągnął Santander Leasing.

Laureatem „Wirtualnej księgowości, czyli firmy, która oferuje najlepszy pakiet wsparcia księgowo-rozliczeniowego dla przedsiębiorców” została – tak jak w zeszłym roku – firma OSCBR. Tym razem zgarnęła aż 69 proc. głosów.

1110

przedsiębiorców wzięło udział w badaniu Marka Godna Zaufania

Szczyty cyfryzacji

„Wysokim AI” wykazała się UNIQA. To ona wygrała jako „firma, która najlepiej wykorzystuje sztuczną inteligencję w swojej działalności” (69 proc.) W kategorii „Genialnie proste, czyli innowacyjne oprogramowanie, które ułatwia prowadzenie firmy” zwyciężczynią ponownie została firma Sonata i jej marka enova365 z wynikiem 71 proc.

A co z poczuciem bezpieczeństwa? W kategorii „Cyfrowe mury – najlepszy pakiet usług i rozwiązań dbających o bezpieczeństwo cybernetyczne” złoto wciąż ma pomarańczowy odcień. Tak jak w zeszłym roku wygrywa bowiem Orange (wtedy 48 proc. wskazań, dziś aż 71 proc.)

Skoro o szczytach mowa – w kategorii „Polskie góry, czyli polski koncern, który w swojej misji wspiera sektor MSP w codziennych działaniach” na sam wierzchołek wspiął się Orlen. Wskazało go aż 75 proc. przedsiębiorców biorących udział w badaniu.

Usługi, czyli tu i teraz

„Szybko i na czas, czyli firma kurierska, która gwarantuje błyskawiczne i bezpieczne dostawy” – w tej kategorii ponownie zwyciężyła firma DPD (silne 76 proc. wskazań, czyli o 10 p.p. więcej niż rok temu). Jeśli chodzi o „Sztukę przewidywania, czyli najlepszą firmę lub rozwiązanie dostarcza-

160

marek jako godne zaufania wymienili w badaniu respondenci

jące logistykę i magazynowanie” niekwestionowanym zwycięzcą jest FM Logistic (69 proc.).

W kategorii „E-commerce nowej generacji, czyli firma, która potrafi podbić serca klientów w internecie” wygrało Allegro (51 proc.). Zaś „Samochodem do zadań specjalnych, czyli najlepszym autem dostawczym, które ułatwia codzienne prowadzenie biznesu” okazał się Volkswagen (tu mocne 69 proc.).

NAJWAŻNIEJSZY JEST CZŁOWIEK

Przedsiębiorcy dobrze wiedzą, że największym skarbem są ludzie w ich firmach. „Opiekun pracownika, czyli firma, która oferuje najciekawszy lub najbardziej kompleksowy pakiet benefitów pracowniczych” wygrywa wynikiem 78 proc. Benefit Systems. „Z nami bezpieczniej, czyli firma, która oferuje najlepsze pakiety ubezpieczeniowe dla pracowników” – tak o sobie może powiedzieć PZU. W tym roku zgłosowało na niego aż 80 proc. przedsiębiorców.

O zdrowie pracowników najlepiej dba LUXMED. Tak bowiem – w kategorii „Szlachetne zdrowie, czyli firma, która oferuje najlepsze pakiety medyczne dla pracowników” – zgłosowało aż 75 proc. przedsiębiorców. A o edukację? „Szkołą liderów” okazała się Akademia Leona Koźmińskiego. W kategorii „Najlepsze szkoły i szkolenia wspierające menedżerów” zdobyła 73 proc. głosów.

Jak wiadomo najlepsze zespoły nie są monolitami. To właśnie różnice między członkami teamu są siłą napędową wspólnego działania. W kategorii „Wszystkie kolory tęczy, czyli firma, która nie boi się mówić o sile różnorodności, także w kontekście wspierania LGBT+” bezapelacyjnie wygrała Skanska (70 proc.). W „siłę kobiet” najbardziej wierzy Żabka (70 proc.). Według ankietowanych to właśnie Żabka najsukceszniej przekonuje innych, że warto „angażować się we wspieranie przedsiębiorczości kobiet”.



Volkswagen, czyli samochód do zadań specjalnych

Dopytaliśmy też, która z firm w swojej strategii stawia na budowanie wspólnoty i dobrych relacji między ludźmi. W kategorii „Razem znaczy lepiej” wygrał OLX (69 proc.).

A gdyby tak zagrać drużynowo? W kategorii „Sportowe emocje, czyli firma, która najmocniej wspiera polskie drużyny, a tym samym przyczynia się do promocji sportu” złoty medal należy do Totalizatora Sportowego (61 proc.).

Zwycięzcom gratulujemy! A przedsiębiorcom dziękujemy za głosowanie



UNIQA wykazała się najwyższą AI

METODOLOGIA

Ankieta zrealizowana została przy zastosowaniu metody online. Ankietowani przedsiębiorcy proszeni byli o udzielenie spontanicznych odpowiedzi, której marce z danej kategorii ufają najbardziej.

Respondentami byli reprezentanci sektora MSP wyłonieni z bazy adresowej pozostającej w dyspozycji wydawcy „My Company Polska”.

Ocenie podlegały marki produktów i usług wyodrębnionych w 25 kategoriach. Wszystkie pytania dotyczące marek były pytaniami otwartymi. Dało to równe szanse nominacji każdej marce niezależnie od jej wielkości i zasięgu. Odpowiedzi respondentów w pełni bazowały na ich osobistej wiedzy i doświadczeniu.

Badanie Marka Godna Zaufania przeprowadzone zostało przez wydawcę miesięcznika „My Company Polska” oraz instytut badawczy ARC Rynek i Opinia.

MARKA GODNA ZAUFANIA W LICZBACH

WYNIKI GŁOSOWANIA

KATEGORIA	ZWYCIĘZCA	GŁOSY
Czarno na białym , czyli urządzenie wspierające ekologiczne drukowanie i obieg dokumentów w biurze	HP	78%
Elektryzująca flota , czyli samochód elektryczny lub hybrydowy, który najlepiej sprawdza się w firmie	Mercedes	69%
Zastrzyk finansowy , czyli bank, który oferuje najlepsze kredyty dla firm	Bank Pekao S.A.	73%
Moc finansowych możliwości , czyli firma wspierająca rozwój płatności bezgotówkowych	BLIK	74%
Stan posiadania , czyli leasing i wypożyczanie jako sposób prowadzenia biznesu	Santander Leasing	80%
Płynność finansowa , czyli najlepsza firma oferująca usługi faktoringowe	Bibby Financial Services	75%
Wirtualna księgowość , czyli firma, która oferuje najlepszy pakiet wsparcia księgowo-rozliczeniowego dla przedsiębiorców	OSCBR	69%
Genialnie proste , czyli innowacyjne oprogramowanie, które ułatwia prowadzenie firmy	enova365	71%
Cyfrowe mury , czyli firma, która oferuje przedsiębiorcom najlepszy pakiet usług i rozwiązań dbających o bezpieczeństwo cybernetyczne firmy	Orange Polska	71%
Wysoki A-IQ , czyli firma, która najlepiej wykorzystuje sztuczną inteligencję w swojej działalności	UNIQA	69%
Polskie góry , czyli polski koncern, który w swojej misji wspiera sektor MSP w codziennych działaniach	Orlen	75%
Szybko i na czas , czyli firma kurierska, która gwarantuje błyskawiczne i bezpieczne dostawy	DPD	76%
Sztuka przewidywania , czyli logistyka i planowanie w firmie: partnerzy, narzędzia, rozwiązania	FM Logistic	69%
E-commerce nowej generacji , czyli firma, która potrafi podbić serca klientów w internecie	Allegro	51%
Samochód do zadań specjalnych , czyli najlepsze auto dostawcze, które ułatwia codzienne prowadzenie biznesu	Volkswagen Samochody Dostawcze	69%
Zielona energia , czyli rozwiązania, które sprawiają, że kryzys energetyczny jest mniej dotkliwy	Respect Energy	72%
Przyszłość planety , czyli firma, która pokazuje, że raportowanie ESG nie musi być trudne	BNP Paribas	70%
Opiekun pracownika , czyli firma, która oferuje najciekawszy lub najbardziej kompleksowy pakiet benefitów pracowniczych	Benefit Systems	78%
Z nami bezpieczniej , czyli firma, która najlepiej wspiera przedsiębiorców, oferując najlepsze pakiety ubezpieczeniowe dla pracowników	PZU	80%
Szlachetne zdrowie , czyli firma, która najlepiej wspiera przedsiębiorców w organizowaniu opieki medycznej dla pracowników	LUXMED	75%
Szkoła liderów , czyli szkoły i instytucje szkoleniowe, które uczą szefów nowoczesnego podejścia do leadershipu	Akademia Leona Koźmińskiego	73%
Wszystkie kolory tęczy , czyli firma, która nie boi się mówić o sile różnorodności, także w kontekście wspierania LGBT+	Skanska	70%
Razem znaczy lepiej , czyli firma, która w swoich kampaniach stawia na budowanie wspólnoty i dobrych relacji między ludźmi	OLX	69%
Siła kobiet , czyli firma, która w swoich działaniach i kampaniach najmocniej angażuje się we wspieranie przedsiębiorczości kobiet	Żabka	70%
Sportowe emocje , czyli firma, która najmocniej wspiera polskie drużyny, a tym samym przyczynia się do promocji sportu	Totalizator Sportowy	61%

Historia przyszłości

Gdzie przeszłość i przyszłość
spotykają się w nieskończonym cyklu rozwoju.



Od 100 lat wspieramy rozwój Polski.
Sto lat tradycji, innowacji i nieustającej pasji.
Ale to dopiero początek.

Dla nas historia to nie tylko to,
co za nami, ale przede wszystkim to, co przed nami.

KATEGORIA: **RAZEM ZNACZY LEPIEJ**
ZWYCIĘZCA: **OLX**



Dawid Fabiś
Head of Sales OLX

Zaufanie to atrybut, który buduje wartość marki OLX. W naszej opinii, podstawą budowania wysokiego poziomu zaufania klientów do marki jest transparentność działań, dbałość o relacje z użytkownikami oraz konsekwentne dostarczanie wysokiej jakości usług, które stale rozwijamy. Kluczowe jest również słuchanie opinii klientów i reagowanie na ich potrzeby, co pozwala na ciągłe doskonalenie oferty i budowanie długotrwałych relacji. Tytuł Marka Godna Zaufania przyznawany jest markom wybranym przez przedsiębiorców. Marka OLX stawia sobie nowe cele, takie jak innowacyjność w podejściu do obsługi klienta, rozwijanie technologii wzmacniających bezpieczeństwo transakcji oraz wprowadzanie rozwiązań, które ułatwiają użytkownikom korzystanie z platformy. Dążymy do budowania tożsamości marki poprzez transparentność i odpowiedzialność, co pozwala na zapewnienie poczucia stabilności i bezpieczeństwa, a także umacnianie przewagi konkurencyjnej na rynku.

KATEGORIA: **SZLACHETNE ZDROWIE**
ZWYCIĘZCA: **LUXMED**



Bartosz Kapczyński
członek zarządu Grupy LUXMED,
Pion Sprzedaży i Obsługi Klienta

Zaufanie to kluczowy element budowania przewagi konkurencyjnej w sektorze usług zdrowotnych, szczególnie w tak dynamicznie rozwijającym się rynku, jakim jest Polska. W LUXMED wierzymy, że zaufanie pacjentów do marki jest fundamentem długoterminowego sukcesu. Dlatego nasze podejście łączy dbałość o wysoką jakość świadczeń z odpowiedzią na rosnące oczekiwania oraz potrzebę osiągnięcia stabilnych wyników finansowych. Aby pogodzić te wyzwania, stawiamy na kompleksową opiekę zdrowotną od ambulatoryjnej, stomatologicznej, psychologicznej przez diagnostykę, rehabilitację po hospitalizację i opiekę długoterminową. Inwestujemy w innowacje, rozwijamy nasze zasoby, a jednocześnie budujemy z pacjentami relacje oparte na zaufaniu, co pozwala nam skutecznie konkurować na polskim rynku.

KATEGORIA: **STAN POSIADANIA**
ZWYCIĘZCA: **SANTANDER LEASING**



Tomasz Jąder
prezes zarządu Santander Leasing

Ćwierć wieku obecności na rynku leasingowym to dla nas nie tylko powód do dumy, ale przede wszystkim dowód na to, że zaufanie klientów buduje się poprzez połączenie solidnych wartości z otwartością na rozwój. Uczciwość, transparentność i partnerskie podejście zawsze były dla nas fundamentem, stanowiąc kompas w dynamicznym świecie biznesu. Jednocześnie nigdy nie baliśmy się innowacji, dzięki czemu mogliśmy sprostać zmieniającym się potrzebom rynku i wyznaczać nowe standardy. Nasza ciekawość świata, gotowość do adaptacji i ciągłe poszukiwanie lepszych rozwiązań pozwoliły nam nie tylko zdobyć naszą pozycję, ale przede wszystkim zbudować trwałe relacje z klientami oparte na zaufaniu. To właśnie te relacje są dla nas największą wartością i źródłem satysfakcji. Wyróżnieniem tytułem Marka Godna Zaufania utwierdza nas w przekonaniu, że obrona przez nas droga jest właściwa i daje nam dużo energii do dalszej pracy. Dziękujemy bardzo.

KATEGORIA: **POLSKIE GÓRĄ**
ZWYCIĘZCA: **BIBI FINANCIAL SERVICES**



Ewa Gawrońska-Micuń
członkini zarządu Bibby Financial Services

WBibby Financial Services na zaufanie klientów pracujemy od ponad 20 lat, dostarczając faktoring, który pozwala firmom szybko uzyskać dostęp do gotówki zamrożonej w fakturach. Dobra komunikacja, otwartość i indywidualne podejście do każdego klienta są kluczowe w utrzymaniu długotrwałych relacji biznesowych w branży finansowej. Dlatego stawiamy na doskonałą obsługę i wzmocnienie Customer Experience. Nasze wewnętrzne inicjatywy, takie jak Grupa CX Warriors czy Customer Weeks, angażują wszystkich pracowników i mobilizują nas do coraz lepszego rozumienia potrzeb klientów. Przedsiębiorcy przychodzą do nas, kiedy mają problem z płynnością lub potrzebują pieniędzy na rozwój. Oczekują nie tylko szybkiego rozwiązania, ale też zwyczajnej rozmowy z człowiekiem. Atmosfera zaangażowania i motywacji, którą tworzymy w Bibby, przekłada się na relacje z klientem i postrzeganie nas jako godnych zaufania.

KATEGORIA: **GENIALNIE PROSTE**
ZWYCIĘZCA: **ENOVA365**

enova365
all business



Robert Czula

prezes zarządu Soneta Sp. z o.o.
marka enova365

Zdobycie po raz kolejny tytułu Marka Godna Zaufania to wyzwanie, które mobilizuje do stawiania sobie kolejnych ambitnych celów. Przede wszystkim chcemy zapewnić naszym klientom poczucie stabilności i bezpieczeństwa. Co za tym idzie, musimy w pierwszej kolejności dbać o nasze przewagi konkurencyjne i je rozwijać – w przeciwnym razie staną się one standardem. Równolegle musimy realizować cele strategiczne takie jak utrzymanie zgodności z przepisami, dbanie o nowoczesność technologiczną czy systematyczne wprowadzanie nowych funkcjonalności – w krótkiej perspektywie w modułach, które już dziś tworzą enova365, a w długiej: rozszerzając system o kolejne obszary. Sztuczna inteligencja nas nie zastąpi, ale na pewno rozważnie użyta może nam uprościć życie. Mamy świadomość, że rozwój technologii na pewno pozwalała się swobodnie rozwijać.

Dzięki konsekwentnej realizacji celów klienci postrzegają nas jako godnych zaufania. Dziękujemy za to i już stawiamy sobie kolejne. Szanując przyzwyczajenia naszych dotychczasowych użytkowników, chcemy sprostać oczekiwaniom nowego, młodego pokolenia.

KATEGORIA: **WSZYSTKIE KOLORY TĘCZY**
ZWYCIĘZCA: **SKANSKA**

SKANSKA



Anna Wiśniewska

Marketing and Communications
Director Skanska

Społeczna odpowiedzialność jest dla Skanska kluczowa – nie tylko mówimy o wsparciu dla społeczności i pracowników, ale też wprowadzamy konkretne rozwiązania, które zwiększają równość, bezpieczeństwo i dostępność na naszych projektach. Przykłady to współpraca z Fundacją Integracja oraz inicjatywy wspierające neurodiversność, które pomagają tworzyć inkluzywne miejsca pracy dla wszystkich. Mocno stawiamy też na edukację. Nasze raporty, opracowane z partnerami, dotyczą budowania przestrzeni bez barier, wspierania osób LGBTQ+ w pracy czy dostawiania biur dla osób neurodiversyjnych. To wszystko przyczynia się do budowania długofalowych relacji z naszymi klientami oraz trwałych więzi z marką Skanska

KATEGORIA: **CZARNO NA BIAŁYM**
ZWYCIĘZCA: **HP**



Andrzej Sowiński

dyrektor zarządzający
HP Inc Polska Sp. z o.o.

Zaufanie to kluczowy element w budowaniu pozycji marki w długim okresie. Tytuł Marka Godna Zaufania 2024 to wyjątkowe wyróżnienie, które stanowi dowód uznania dla naszej działalności na polskim rynku. Cieszymy się, że spełniamy rosnące oczekiwania naszych klientów i odpowiadamy na ich zmieniające się potrzeby. Tytuł ten motywuje nas do dalszego doskonalenia produktów i usług HP tak, aby na co dzień stanowiły realne wsparcie dla użytkowników.

KATEGORIA: **POLSKIE GÓRA**
ZWYCIĘZCA: **ORLEN**



Piotr Suchodolski

dyrektora Biura Marketingu ORLEN

Budowanie zaufania to proces, który opiera się na transparentności działań oraz autentycznym zaangażowaniu w dialog zarówno z akcjonariuszami, przedsiębiorcami, jak i z klientami sieci stacji ORLEN. Dążymy do ujednolicenia marki i standardów naszej sieci detalicznej, aby marka ORLEN była kojarzona z konsekwentnym podnoszeniem jakości oraz dostępności oferty także za granicą. Wierzymy, że codzienne decyzje, które podejmujemy, pokazują naszym klientom, że ich interesy są dla nas priorytetem. Przykładem rosnącego zaufania do naszej marki jest sukces wakacyjnej akcji promocyjnej na stacjach ORLEN.

W sierpniu odnotowaliśmy rekordową liczbę ponad 10 mln transakcji z użyciem aplikacji ORLEN VITAY, co stanowi wzrost o 42 proc. w porównaniu z rokiem ubiegłym. To pokazuje, że zaufanie do naszych rozwiązań stale rośnie.

W LUX MED Twoje zdrowie jest najważniejsze

Grupa LUX MED jest liderem rynku prywatnej opieki medycznej w Polsce. Otaczamy Pacjentów kompleksową opieką: ambulatoryjną, stomatologiczną, diagnostyczną, rehabilitacyjną, szpitalną i długoterminową.

Dlaczego warto korzystać z usług Grupy LUX MED



Rozbudowana sieć placówek medycznych własnych i partnerskich



Sieć szpitali Grupy LUX MED i szpitali współpracujących



Doświadczony personel medyczny



Pracownie diagnostyki ambulatoryjnej i obrazowej



Telemedycyna – konsultacje telefoniczne i online



Sieć placówek stomatologicznych



Medycyna pracy



Portal Pacjenta – wygodne rozwiązania online

**GRUPA
LUXMED**
Jesteśmy częścią Bupa



luxmed.pl



KATEGORIA: PRZYSZŁOŚĆ PLANETY
ZWYCIĘZCA: BANK BNP PARIBAS



Marta Jedlińska

dyrektorka Departamentu Strategii
Zrównoważonego Rozwoju i Analiz
w Banku BNP Paribas

Nagroda jest potwierdzeniem, że nasze podejście do raportowania – kompleksowe, ukazujące jak silne są zależności między finansowymi a pozafinansowymi aspektami funkcjonowania organizacji – jest skuteczne i stanowi rynkowy wyróżnik. W tegorocznej publikacji wykonaliśmy kolejny ważny krok – oznaczyliśmy dotychczas raportowane informacje i wskaźniki i odnieśliśmy je do Europejskich Standardów Sprawozdawczości Zrównoważonego Rozwoju (ESRS), które będą obowiązywały bank w 2025 r. Jakość opracowania i forma raportu mają jednak znaczenie jedynie wtedy, kiedy wartościowa jest treść. Bank BNP Paribas odpowiedzialność społeczną ma zapisaną w strategii biznesowej. To kwestia zarówno wartości, jak i biznesowego pragmatyzmu. Wspierając zrównoważony rozwój gospodarki i transformację energetyczną naszych Klientów, ale też budując organizację otwartą, empatyczną i zaangażowaną społecznie, postępujemy w myśl zasad które wyznajemy, a przy tym spełniamy wymagania regulatorów oraz oczekiwania inwestorów i klientów.

KATEGORIA: SZYBKO I NA CZAS
ZWYCIĘZCA: DPD



Łukasz Zembowicz

dyrektor sprzedaży i marketingu,
członek zarządu DPD Polska

WDPD Polska stawiamy sobie za cel dalsze umacnianie swojej pozycji na rynku poprzez rozwój zrównoważonych rozwiązań logistycznych, zwiększanie dostępności usług dla klientów i inwestycje w innowacje. Podejmujemy działania odpowiadające na rosnące wymagania klientów w zakresie odpowiedzialności środowiskowej, m.in. rozwój elektrycznej floty pojazdów (ponad 500 samochodów i blisko 100 rowerów cargo) oraz infrastruktury do ładowania. Równoległe zwiększamy gęstość sieci nadań i odbiorów poza domem – DPD Pickup (30 tys. punktów, w tym ponad 8 tys. automatów paczkowych), które pozwalają zmniejszyć emisję, a dla klientów są wygodną i elastyczną formą odbioru paczek. Dzięki łatwej w obsłudze aplikacji DPD Mobile klienci zyskują dostęp do usług DPD w korzystnej cenie, a także mają możliwość zarządzania swoją przesyłką, dosłownie w zasięgu kciuka. W ramach innowacji oferujemy usługę DPD Food – dostawy świeżych produktów żywnościowych w temperaturze kontrolowanej 0-4 stopni Celsjusza prosto pod drzwi klienta. Dodatkowo zbudowaliśmy platformę Market Świeżości dla osób poszukujących świeżych produktów wysokiej jakości.

KATEGORIA: ELEKTRYZUJĄCA FLOTA
ZWYCIĘZCA: MERCEDES



Tomasz Mucha

Head of Corporate & Product
Communication, MBPL Cars|MBCEE,
Mercedes-Benz Polska Sp. z o.o.

Zaufanie to bezcenny kapitał, ale i wielka odpowiedzialność. Jako wynalazca samochodu Mercedes-Benz pracuje nad budowaniem zaufania klientów od blisko 140 lat. Nasi klienci nam wierzą i ufają, ponieważ wiedzą, że Mercedes od zawsze jest symbolem tego, co najlepsze – i gwarantem najwyższego poziomu bezpieczeństwa, wydajności oraz komfortu. Jedynie wtedy, gdy cieszymy się zaufaniem klientów, możemy skupić się na tworzeniu produktów, które budzą pożądanie i przynoszą ekonomiczny sukces.

Nasza pionierska misja jest szczególnie wymagająca, bowiem nieustannie torujemy drogę dla rozwiązań, które mają szansę przynieść przełom i ustanowić nowe standardy – i dotyczy to również obecnych czasów motoryzacyjnej transformacji oraz popularyzacji elektromobilności. Dla Mercedes-Benz zaufanie klientów stanowi zatem oś wszelkich działań, a jego utrzymanie wymaga ciągłej pracy na każdym etapie projektowania produktu oraz podróży klienta.



LOTNISKO
CHOPINA
WARSZAWA



★ ★ ★ ★ ★
VIP *by* **LINE**
WARSAW CHOPIN AIRPORT



Odkryj Strefę VIP Line na Lotnisku Chopina

Gwarantujemy indywidualną i komfortową odprawę biletową, bagażową, celną i kontrolę bezpieczeństwa przy zachowaniu pełnej dyskrecji.

Poczuj luksus podróżowania

Sprawdź



KATEGORIA: SZKOŁA LIDERÓW
ZWYCIĘZCA: ALK

**KOZ
MIN
SKI**
UNIVERSITY



prof. dr hab. Grzegorz Mazurek
rektor Akademii Leona Koźmińskiego

Zaufanie stanowi nie tylko fundament solidnych relacji, ale również przewagę konkurencyjną na wymagającym rynku. W dobie rosnących oczekiwań otoczenia, każda organizacja stoi przed wyzwaniem harmonijnego łączenia dążenia do dobrych wyników finansowych z budowaniem głębokiego zaufania. Kluczowe staje się nie tylko dostarczanie wartości, ale także sposób, w jaki te wartości są komunikowane i realizowane. Transparentność działań, etyczne postępowanie oraz zaangażowanie w rozwój społeczności to elementy, które wzmacniają zaufanie i budują trwałą reputację. Wszystko to wymaga strategii skupionej nie na krótkoterminowych zyskach, lecz na długofalowym rozwoju i odpowiedzialnym zarządzaniu. Marki, które to rozumieją, potrafią nie tylko przetrwać dynamiczne zmiany rynkowe, ale także efektywnie kształtować przyszłość, w której zaufanie jest najcenniejszą walutą.

KATEGORIA: SPORTOWE EMOCJE
ZWYCIĘZCA: TOTALIZATOR SPORTOWY

**TOTALIZATOR
SPORTOWY**



Rafał Krzemień
prezes zarządu, Totalizator Sportowy

Totalizator Sportowy bez zaufania Polaków nie mógłby być tym, czym jest obecnie – liderem rozrywki oraz filarem polskiego sportu i kultury. Na tę pozycję pracujemy od blisko 70 lat, a nasza reputacja pozwala nam realizować szeroko zakrojone wsparcie społeczne, osiągając przy tym kolejne cele biznesowe. Sport i kultura, którym aktywnie patronujemy, kreują wartość dodaną nie tylko dla naszych marek, lecz także dla Polek i Polaków. Dzięki Totalizatorowi Sportowemu na tym polu wygrywamy wszyscy.

Wyróżnienie naszej firmy tytułem Marka Godna Zaufania 2024 to powód do dumy i motywacja do dalszego działania na rzecz rozwoju w zgodzie z przyjętymi wartościami. To także dowód na to, że marka Totalizatora Sportowego postrzegana jest jako zachowująca niezmienną dbałość o zaufanie, jakim jest powszechnie darzona.

KATEGORIA: OPIEKUN PRACOWNIKA
ZWYCIĘZCA: BENEFIT SYSTEMS

**Benefit
Systems**



Kinga Kołodziej
dyrektor Działu Relacji z Klientami Benefit Systems

Zaufanie to atrybut, który buduje wartość marki... i podąża za jakością i adekwatnością tworzonych rozwiązań. W Benefit Systems od ponad 20 lat projektujemy rozwiązania wspierające pracodawców w dbaniu o wellbeing pracowników. Dziś nasze flagowe produkty, w postaci kultowego programu MultiSport, platformy MultiLife oraz kafeterii MyBenefit stanowią ekosystem komplementarnych rozwiązań, które odpowiadają na aktualne potrzeby firm i ich zespołów w różnych aspektach dobrostanu. Działania te wspieramy także dzięki odpowiedniemu diagnozowaniu potrzeb i pomiarze efektywności stosowanych rozwiązań z wykorzystaniem autorskiego wskaźnika do pomiaru dobrostanu – Wellbeing Score. Projektując świadczenia pozapłatowe, to właśnie skupienie na potrzebach, kompleksowe podejście i możliwość personalizacji stanowią dla nas priorytet. Cieszymy się, że nasze wysiłki i kompleksowość oferty są doceniane, szczególnie w tak ważnej dla nas kategorii – Opiekun pracownika.



Po prostu przestrzeń

Po prostu Multivan



5 lat
gwarancji

7 miejsc

W zależności od wariantu i wersji zużycie paliwa wynosi od 8,6 l/100 km do 11,6 l/100 km, emisja CO₂ od 225 g/km do 304 g/km (na podstawie świadectw homologacji typu, dla cyklu mieszanego). Zużycie paliwa i emisja CO₂ zostały określone zgodnie z procedurą WLTP. O szczegóły zapytaj Partnera Marki Volkswagen Samochody Dostawcze lub sprawdź na stronie www.vwdostawcze.pl

KATEGORIA: **WIRTUALNA KSIĘGOWOŚĆ**
 ZWYCIĘZCA: **OSCBR**



Przemysław Naklicki

dyrektor zarządzający, Ogólnopolska Sieć Certyfikowanych Biur Rachunkowych

Zaufanie to kluczowy atrybut, który buduje wartość marki. W OSCBR wierzymy, że fundamentem zaufania klientów jest codzienna, profesjonalna współpraca z biurami rachunkowymi, które stanowią rdzeń naszej sieci. Ponad 3 tys. lokalnych biur w całej Polsce codziennie pracuje na to zaufanie i tworzy trwałe relacje z klientami, świadcząc obsługę księgową raz dbając o rozwój firm.

Misją OSCBR jest wspieranie biur w dostarczaniu klientom najwyższej jakości i szerokiego wachlarza usług księgowych. Realizujemy ją poprzez dostarczanie nowoczesnych i niezawodnych technologii automatyzujących księgowość, atrakcyjnych produktów bankowych dla przedsiębiorców i solidne wsparcie procesowe raz szkoleniowe. Ostatecznie sukces OSCBR to płynna współpraca pomiędzy dostawcą technologii dla księgowych i przedsiębiorców a CashDirector – jednym z najbardziej przyjaznych banków dla przedsiębiorców w Polsce – mBankiem oraz ponad 3 tys. biur rachunkowych, którzy nam zaufali.

KATEGORIA: **SZTUKA PRZEWIDYWANIA**
 ZWYCIĘZCA: **FM LOGISTIC**



Alexandre Amine Soufiani

Managing Director, FM Logistic CE

W każdym biznesie zaufanie to waluta, której wartość jest nie do przecenienia. Branża logistyczna nie jest wyjątkiem. Łańcuch dostaw, którego jesteśmy elementem, bazuje nie tylko na profesjonalnie realizowanych usługach, ale też na budowanych latami relacjach. Nad zaufaniem pracujemy każdego dnia, dostosowując działania biznesowe, doświadczenia i usługi do wartości, którymi się kierujemy. Chcemy być partnerem, nie tylko usługodawcą. Zaufanie, obok otwartości i efektywności, jest wpisane w nasze DNA. Traktujemy je też znacznie szerzej, nie tylko jako dostarczanie naszym klientom najwyższej jakości serwisu. To również zaufanie pracowników, potwierdzone wieloletnim stażem pracy, a także zaufanie lokalnej społeczności. Tytuł Marka Godna Zaufania to dla nas duże wyróżnienie, potwierdzające, że obraliśmy właściwy kierunek.

KATEGORIA: **SAMOCHÓD DO ZADAŃ SPECJALNYCH**
 ZWYCIĘZCA: **VOLKSWAGEN SAMOCHODY DOSTAWCZE**



Samochody Dostawcze



Piotr Łakomy

dyrektor marki Volkswagen Samochody Dostawcze

Lubimy wyzwania i jako marka udowodniliśmy już nieraz, że potrafimy im sprostać. Marka Volkswagen Samochody Dostawcze, czerpiąc ze swojej długoletniej historii, wie jak pogodzić zarówno wyzwania rynkowe, jak i oczekiwania naszych klientów. Dostarczamy im pojazdy nowoczesne, innowacyjne, przemyślane, a przede wszystkim bezpieczne. Świadczy o tym chociażby pięć lat gwarancji fabrycznej, które jest u nas w standardzie. To samochody budowane w oparciu o wieloletnie doświadczenie marki, ale jednocześnie odpowiadające na współczesne potrzeby, wyzwania oraz oczekiwania. Nie zatrzymujemy się i idziemy z duchem czasu, nie zapominając o swojej historii. Takie połączenie to dla Volkswagen Samochody Dostawcze „klucz” do budowania zaufania wśród klientów, ale też przewagi konkurencyjnej tak istotnej na współczesnym bardzo trudnym rynku motoryzacyjnym.

BLIK zmienia zasady gry w płatnościach

W niespełną dekadę BLIK zrewolucjonizował rynek płatności, stając się nieodłącznym elementem codziennego zarządzania finansami.

Zdożył niekwestionowaną popularność wśród milionów użytkowników, którzy doceniają jego wszechstronność oraz niezrównaną wygodę, szybkość i bezpieczeństwo – cechy, które wyznaczają standard nowoczesnych płatności. Jednak oprócz wprowadzania nowych funkcji na polskim rynku BLIK wyrusza na podbój rynków zagranicznych. Swoją ekspansję rozpoczyna od Słowacji i Rumunii, ale to dopiero początek ambitnych planów udostępnienia płatności mobilnych w całej Europie.

WSZĘDZIE TAM, GDZIE 17 MLN UŻYTKOWNIKÓW

Kluczową zaletą BLIKA jest powszechna dostępność – płatności można wykonywać w dowolnym miejscu i czasie. Umożliwia rozliczenia zbliżeniowo, kodem, w sklepach stacjonarnych i internetowych, operacje w bankomatach, a także przelewy na numer telefonu. To prostota obsługi i uniwersalność, które powodują ogromną popularność wśród wszystkich użytkowników niezależnie od ich wieku, miejsca zamieszkania czy zainteresowań.

KUP DZISIAJ, ZAPŁAĆ PÓŹNIEJ

Rynek e-commerce w Polsce nadal się rozwija, a według tegorocznego raportu „Omni-commerce. Kupuj wygodnie” już 87 proc. ankietowanych regularnie kupuje w sieci. Wraz z zakupami online wzrasta popularność płatności odroczonej – zgodnie z danymi CRIF z usług *buy now – pay later* w pierwszym półroczu br. skorzystało ponad 1,2 mln konsumentów i zaciągnęło ponad 7 mln zł zobowiązań. Natomiast z danych dotyczących zeszłego roku aż 73 proc. klientów sklepów internetowych korzystało z tej metody płatności.

Odpowiedzią na ten trend jest jedna z najnowszych funkcji – BLIK Płacę Później. Obecnie dostępna jest dla klientów VeloBanku i Millennium. Dzięki niej




użytkownicy zyskują wygodną możliwość odroczenia płatności za zakupy, co zapewnia większą elastyczność i kontrolę nad wydatkami. Proces transakcji jest prosty, szybki i bezpieczny, a do jego realizacji potrzeba jedynie 6-cyfrowego kodu BLIK. Co ważne, tak jak pozostałe funkcje BLIKA, usługa jest dostępna z poziomu aplikacji bankowej.

Limit kredytowania stanowi aktualnie jedną z wyższych dostępnych kwot na rynku i wynosi do 4 tys. zł. Jest ustalany indywidualnie na podstawie zdolności kredytowej użytkownika podczas pierwszej płatności. Sama aktywacja przebiega błyskawicznie i średnio nie trwa dłużej niż 2 min. Obecnie użytkownicy są zobowiązani do uregulowania zobowiązań wynikających z płatności odroczonej w ciągu 30 dni i nie ponoszą przy tym żadnych dodatkowych kosztów. Niewykluczone, że w niedalekiej przyszłości zostanie wprowadzona możliwość podziału spłaty na raty.

BLIK Płacę Później zyskuje stopniowo na popularności. W pierwszej połowie tego roku średnia kwota transakcji zrealizowanych za jego pomocą wyniosła 315 zł. Dla porównania według danych BIK średnia kwota transakcji w ramach płatności odroczonej innych

podmiotów to 183 zł, a 75 proc. zakupów finansowanych w ten sposób nie przekracza 200 zł. BLIK Płacę Później to nie tylko wygoda dla klientów, ale także ogromna korzyść dla merchantów. Dzięki możliwości odroczenia płatności konsumenci chętniej robią zakupy, co zwiększa konwersję i liczbę transakcji. Daje to szansę na pozyskanie większej liczby klientów, którzy mogą teraz realizować zakupy bez konieczności natychmiastowego obciążenia swojego budżetu. W efekcie taka opcja sprzyja wzrostowi lojalności klientów i zwiększeniu obrotów sklepu.

NARZĘDZIE CODZIENNYCH PŁATNOŚCI

BLIK staje się nie tylko narzędziem do codziennych płatności, ale również rozwiązaniem przyszłościowym umożliwiającym wygodne transakcje na całym świecie. Ponadto rosnące zainteresowanie płatnościami bezgotówkowymi oraz rozwój e-commerce napędzają innowacje w tym sektorze, a BLIK doskonale odpowiada na te trendy, umożliwiając wygodne korzystanie z zakupów w każdej formie. 

KATEGORIE: WYSOKI A-IQ
ZWYCIĘZCA: UNIQA



Agnieszka Durst-Wilczyńska

dyrektorka Departamentu Zarządzania Marką, Komunikacji i Zaangażowania Społecznego w UNIQA Polska

W przypadku branży ubezpieczeniowej możliwość postępowania się tytułem Marka Godna Zaufania jest fundamentalne z punktu widzenia budowania wiarygodności na niezwykle wymagającym rynku. Naszym klientom oferujemy produkt, którego nie da się wypróbować przed zakupem, tu nie ma jazdy próbnej. To, w jakim stopniu marka jest rozważana w kontekście zakupu, opiera się na zaufaniu, na dobrej opinii i na rekomendacji.

W budowaniu marki UNIQA wspiera nas odpowiedzialna komunikacja produktowa, ale nie tylko. Zbudowaliśmy cały ekosystem wokół wartości i zaangażowania społecznego. Naszą odpowiedzialnością na zmieniający się świat jest walka z hejtem w internecie. Prowadzimy szerokoasięgowe kampanie na temat hejtu, mamy produkt, który wspiera ofiary tego zjawiska, a także aktywnie edukujemy w szkołach, jak sobie radzić z cyberprzemocą. Nasze działania są spójne zarówno z marką, jak i z postawami ludzi tworzących organizację. Dzięki temu jesteśmy wiarygodni w tym, co robimy, i co mówimy. Tytuł Marka Godnej Zaufania potwierdza słuszność drogi, jaką obraliśmy.

KATEGORIA: ZIELONA ENERGIA
ZWYCIĘZCA: RESPECT ENERGY



Jola Wąs

Head of Communication and Marketing, Respect Energy

W Respect Energy wierzymy, że to ludzie – zarówno nasi pracownicy, jak i klienci – są sercem zielonej transformacji. Wzajemne zaufanie rodzi się więc dzięki trosce o wyznawane wspólnie wartości. Te ostatnie, zawarte w marce Respect Energy – szacunek dla natury, zaangażowanie w ochronę środowiska i bioróżnorodności – znajdują odzwierciedlenie w naszych codziennych działaniach. Dzięki dostarczaniu czystej energii naszym odbiorcom, dbamy razem o naszą wspólną przyszłość.

Jako Respect Energy wierzymy, że dostęp do zielonej energii pochodzącej z odnawialnych źródeł jest gwarancją stabilności i bezpieczeństwa naszych klientów. Kreując proces transformacji energetycznej wspieramy różnorodne inicjatywy i wyznaczamy coraz ambitniejsze cele związane m.in. ze wsparciem ochrony bioróżnorodności, rozwojem usług opartych o najnowocześniejsze technologie oraz raportowaniem ESG.

KATEGORIA: MOC FINANSOWYCH MOŻLIWOŚCI
ZWYCIĘZCA: BLIK



Monika Król

wiceprezesa zarządu Polskiego Standardu Płatności, operatora BLIKA

Zaufanie to coś, co budowaliśmy krok po kroku przez ostatnią dekadę. Dlatego z ogromną satysfakcją przyjęliśmy wiadomość, że po raz kolejny zdobyliśmy tytuł Marka Godna Zaufania. Ten sukces jest wynikiem naszej konsekwentnej pracy nad doskonaleniem usług, wprowadzaniem innowacji i kreowaniem rozwiązań, które odpowiada na potrzeby 17 mln użytkowników. Wzmacniamy to zaufanie nie tylko dzięki kampaniom, które trafiają do różnych grup odbiorców, ale także poprzez strategiczne partnerstwa m.in. z bankami, które udostępniają BLIKA w swoich aplikacjach mobilnych, zapewniając tym samym szeroką dostępność oraz bezpieczeństwo transakcji. Rolę nie do pominięcia odgrywa również nasz zespół, który każdego dnia dba o najwyższy poziom doświadczenia użytkownika (UX) i rozwój niezawodnej technologii. To właśnie ta różnorodność sprawia, że BLIK pozostaje wiarygodnym wyborem zarówno dziś, jak i w przyszłości, kiedy będziemy rozwijać nasze możliwości w Polsce i za granicą.

Zaufanie – serce naszej pracy

Zaufanie to coś więcej niż zasada – to więź, która łączy ludzi.

Dla FM Logistic zaufanie to fundament wszystkich działań. Budowanie tej więzi wymaga czasu, szczerości i troski o drugiego człowieka. Jak to robimy? Słuchając, rozmawiając i zawsze będąc o krok przed potrzebami naszych klientów.

OTWARTOŚĆ

– SŁUCHAMY I ROZUMIEMY

Choć FM Logistic to globalna firma, jej korzenie sięgają skromnych, rodzinnych początków. W 1967 r. panowie: Claude i Edmond Faure oraz Jean-Marie Machet postanowili wspólnie zająć się transportem. Zaczynali od siedmiu pojazdów i 12 członków rodziny. Dziś nasza firma obsługuje klientów na trzech kontynentach, a zespół liczy ponad 27 tys. pracowników.

Jednak mimo tego dynamicznego rozwoju, duch rodzinnego biznesu wciąż żyje w FM Logistic. Dzieci założycieli, które dorastały, obserwując, jak ich rodzice budują firmę od podstaw, obecnie odgrywają kluczową rolę w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Dzięki temu firma nie tylko zachowuje ciągłość wartości rodzinnych, ale również łączy tradycję z nowoczesnym podejściem do zarządzania. Obecne pokolenie właścicieli kontynuuje misję firmy, stawiając na zaufanie, otwartość i innowacyjność.

– Wciąż wierzymy, że najważniejsze są relacje międzyludzkie – mówi Tomasz Oczkowski, dyrektor sprzedaży i marketingu w FM Logistic CE. – Zawsze stawiamy na szczyry dialog. Nie chodzi tylko o sukcesy – najtrudniejsze rozmowy są często tymi, które budują największe zaufanie.

Praca w logistyce wiąże się z wieloma wyzwaniem, a jednym z najważniejszych jest zapewnienie klientowi poczucia bezpieczeństwa oraz wsparcia w rozwoju ich biznesu.

Słuchamy naszych klientów, bo to właśnie oni pokazują nam, w jakim kierunku powinniśmy się rozwijać. Ich potrzeby i oczekiwania są dla nas inspiracją do wprowadzania nowych rozwiązań. Każda rozmowa, każda su-



Tomasz Oczkowski

dyrektor sprzedaży i marketingu w FM Logistic CE

gestia daje nam impuls do działania, by nie tylko spełniać ich wymagania, ale też przewidywać, czego będą potrzebować w przyszłości. Jesteśmy na to otwarci i to dzięki takiemu podejściu jesteśmy tu, gdzie być powinniśmy.

EFEKTYWNOŚĆ

– NASZA SIŁA POCHODZI Z LUDZI

Logistyka to nieustanna zmiana. Codziennie stawiamy czoło nowym wyzwaniom. – Naszą siłą są ludzie – mówi Oczkowski. – Każdy sukces, każde udane rozwiązanie, to efekt zaangażowania i talentu naszych pracowników.


Niektórzy pracownicy są związani z FM Logistic od samego początku, od 1995 r., kiedy operator logistyczny rozpoczął działalność w Polsce. – Wraz z rozwojem firmy nasi pracownicy również zyskują nowe umiejętności i kompetencje, co pozwala im rosnąć razem z nami – tłumaczy Tomasz Oczkowski. To długotrwała współpraca, w której pracownicy stale podnoszą swoje kwalifikacje i rozwijają się w dynamicznym środowisku. – Dla nas kluczowe są długotrwałe relacje zarówno z pracownikami, jak i klientami – podkreśla Oczkowski. – To dzięki tym więzom nasza firma stale się rozwija.

FM Logistic angażuje się również w życie lokalnych społeczności. Działająca od 2017 r. Fundacja FM wspiera osoby

w trudnych sytuacjach życiowych i dzieci zagrożone wykluczeniem społecznym. – Te projekty mają głęboki sens. Pomagamy ludziom odzyskać wiarę w siebie i odbudować swoje życie – opowiada Oczkowski.

ZAUFANIE – CODZIENNY WYBÓR

Zaufanie to nie coś, co zdobywa się raz na zawsze. To codzienny wybór, którego dokonujemy w każdej rozmowie i każdym działaniu. – Mówienie o zaufaniu to jedno, ale udowadnianie go każdego dnia to prawdziwe wyzwanie – mówi Oczkowski. – Staramy się, aby nasi klienci zawsze wiedzieli, że ich interesy są dla nas priorytetem.

Chociaż wprowadzamy nowe technologie i innowacje, nigdy nie zapominaamy, że po drugiej stronie stoi człowiek. – To właśnie relacje międzyludzkie decydują o naszym sukcesie. I to one sprawiają, że każdego dnia staramy się być lepsi – podsumowuje Tomasz Oczkowski. 



SŁUCHAMY NASZYCH KLIENTÓW, BO TO WŁAŚNIE ONI POKAZUJĄ NAM, W JAKIM KIERUNKU POWINIŚMY SIĘ ROZWIJAĆ



Warto inicjować zmiany na lepsze

O tym, jak skutecznie budować zaufanie do marki o wieloletniej historii, czy da się osiągnąć synergii kanałów online i retail oraz w jaki sposób program lojalnościowy może wpłynąć na sukces aplikacji mobilnej, mówi **Rafał Krzemień** – prezes zarządu Totalizatora Sportowego.

Totalizator Sportowy dzięki wborowi przedsiębiorców kolejny raz otrzymał tytuł Marka Godna Zaufania. Co jest fundamentem tej reputacji, jaką cieszy się firma, którą pan kieruje?

Myślę, że na to zaufanie składa się wiele czynników. Tytuł, z którego jesteśmy bardzo dumni, przyznają właśnie przedsiębiorcy, a nasza spółka to jedna z największych firm w Polsce. Jesteśmy motorem napędowym gospodarki i bardzo blisko współpracujemy z przedsiębiorcami, którzy chociażby otwierają kolektury jako partnerzy Totalizatora Sportowego. Cieszę się, że postrzegają biznes z nami jako uczciwy i wiarygodny, bo dzięki temu rośnie sieć naszej sprzedaży, która obecnie liczy ponad 27 tys. punktów sprzedaży. A to pozwala jeszcze skuteczniej realizować naszą misję.

Jako misję rozumie pan wspieranie sportu i kultury?

Tak, to nadrzędny cel, jaki nam przyświeca. Za nami prawie siedem dekad działania w tych dwóch dziedzinach, początkowo z naciskiem na sport, obecnie bardziej kompleksowo. Sport, kultura, inicjatywy społeczne – Totalizator Sportowy chce być tam, gdzie Polki i Polacy są aktywni i kreują lepszą rzeczywistość. Nasza misja jest niezmienna – przekazujemy dopłaty z gier liczbowych i loterii pieniężnych m.in. na Fundusz Rozwoju Kultury Fizycznej. Od 1994 r. te środki przekroczyły już ponad 16,7 mld zł. Jednak poza tym systemowym działaniem dajemy wiele od siebie. Z własnej kieszeni wspieramy sportowców, drużyny, projekty i organizacje sportowe. No i reagujemy na to, co się dzieje w polskim sporcie. Polscy kolarze od jakiegoś czasu sygnalizowali, że ich związek ma problemy. Wraz z Ministerstwem Sportu i Turystyki podjęliśmy decyzję o sfinansowaniu startów Polaków w najbliższych zawodach. Nie może być przecież tak, że sportowcy tracą szansę ze względu na wewnętrzne proble-



Rafał Krzemień, prezes zarządu Totalizatora Sportowego

my związkowe. Totalizator Sportowy jest „sportowy” nie tylko z nazwy. Przyglądamy się, słuchamy i w razie potrzeby działamy – również niestandardowo.

Skoro mowa o niestandardowych działaniach, co jeszcze niestandardowego wydarzyło się ostatnio w Totalizatorze Sportowym?

Niedawno ruszyliśmy z projektem LOTTO Drużyna Marzeń. To coś nowego – chcemy unaocznic zaangażowanie należącej do Totalizatora Sportowego marki LOTTO w polski sport. Nie każdy wie, jak gigantyczne kwoty przekazujemy z naszych gier na rzecz

kultury fizycznej. Niektórzy to wiedzieli, ale o tym zapomnieli. Czas zakomunikować to na nowo, przy tej okazji wspierając LOTTO Drużynę Marzeń, czyli grupę fantastycznych młodych osób z przeróżnych dyscyplin, które są na drodze do sukcesu. Wczesne wsparcie jest bardzo ważne, bez niego początkujący w sporcie zawodowym mogą nie przebić się dalej. Oczywiście nasz projekt nie obejmuje wszystkich młodych talentów, ale jest już załączkiem pewnych zmian. Chciałbym, żeby Totalizator Sportowy był inicjatorem zmian na lepsze w polskim sporcie i nie tylko.

Nie tylko w sporcie?

Mam pomysł na to przedsiębiorstwo. To potężna machina, która działa sprawnie, ale wiadomo, że zawsze może być lepiej. W biznesie, i nie tylko, ważna jest adaptacja. Dostosowanie się do oczekiwań klientów, podejmowanie właściwych wyzwań, reagowanie na okazje biznesowe. Teraz na tapecie jest omnikanalowość. Przed nami leży szansa, by Totalizator Sportowy był bardzo nowoczesną i dynamiczną platformą rozrywki. Nasze linie biznesowe mogą się przenikać, a klienci płynnie poruszać między nimi, mając pewność, że otrzymują produkty najwyższej jakości o najwyższym standardzie bezpieczeństwa.

Czy Totalizator Sportowy podjął już jakieś kroki w tym kierunku?

Rośniemy w kanale interaktywnym, a myśląc o jego rozwoju, myślimy głównie o graczach mobilnych. 80 proc. graczy LOTTO online gra właśnie przez telefon. Do tego potrzebna jest dobra aplikacja, dlatego tę naszą stale rozwijamy, wprowadzając mniej więcej co miesiąc nową wersję. Wiele sygnałów dotyczących kierunków rozwoju płynie wprost od klientów, a my większość z nich uwzględniamy w dalszych pracach. Dodatkowo w marcu tego roku uruchomiliśmy program lojalnościowy WinTo! Kierujemy go do graczy LOTTO posiadających lub

chcących zacząć używać aplikację mobilną. To poniekąd forma podziękowania naszym klientom – za to, że od lat nam ufają, że są otwarci na rozwiązania mobilne, że swoją grą wspierają polski sport i kulturę. Dzięki punktom zdobytym w WinTo! mogą odbierać vouchery do platform rozrywkowych, zasilać konto gracza dodatkową kwotą, wymieniać punkty na bon do kawiarni czy bilet na wydarzenie kulturalne. Mogą też za zdobyte punkty odebrać los bądź zakład w kolekturze LOTTO. To ważne, bo chcemy, by rozrywka online przenikała się z doświadczeniem w tradycyjnym punkcie sprzedaży.

Czy uruchomienie programu lojalnościowego pozytywnie wpłynęło na aplikację mobilną LOTTO?

Włączenie do aplikacji programu WinTo! spowodowało dalszy wzrost jej popularności i ogólną poprawę jej odbioru. Liczba aktywnych użytkowników aplikacji to prawie 100 tys. dziennie. W skali całego roku skorzystało z niej już ponad milion użytkowników, a od momentu wprowadzenia programu lojalnościowego WinTo! odnotowaliśmy wzrost ich liczby o ponad 20 proc. w porównaniu z analogicznym okresem poprzedzającym implementację programu. Dobre są też statystyki graczy zarejestrowanych WinTo! – mamy ich już łącznie blisko 200 tys. Cieszy mnie, że aplikacja LOTTO tak płynnie łączy graczy internetowych i mobilnych z tradycyjnymi. Dla nas idealny scenariusz to taki, w którym gry LOTTO są dostępne tuż za rogiem, gdy wyjdziemy na przerwę w pracy, w autobusie, gdy robimy cotygodniowe zakupy, ale też, gdy przez katar nie ruszamy się z domu albo gdy wyjdziemy na kemping. Słowem – wszędzie.


W TOTALIZATORZE SPORTOWYM NIEZMIENNIE UWAŻAMY, ŻE KLUCZEM DO DOBREJ ROZRYWKI I CZERPANIA PRAWDZIWEJ RADOŚCI Z WYGRYWANIA JEST ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Skoro wspominał pan już o kanale retail, jak wygląda rozwój tej tradycyjnej gałęzi biznesu Totalizatora Sportowego? Czy te dwie platformy walczą ze sobą o waszego klienta?

Sieć naziemna notuje stały postęp, absolutnie nie ma się czego wstydzić w porównaniu z online. Nie postrzegamy tych dwóch kanałów jako konkurencji. Widzimy raczej miejsce na synergii właśnie dzięki omnikanalowości. Fizyczne punkty sprzedaży LOTTO mają swoje niepodrabialne atuty. Właśnie obchodzimy 25-lecie Zdrapek, świetnego produktu, uwielbianego przez Polaków. Takie rocznice to zawsze okazja do podsumowań, ale też pozytywny bodziec do dalszego działania. 25 lat to szmat czasu! W innych branżach pewnie ze świecą szukać produktów, które funkcjonują z powodzeniem ćwierć wieku, a co dopiero notują taki rozwój, jak nasze loterie ścieralne. Przez 25 lat wprowadzono do sprzedaży ponad 700 Zdrapek. Mamy portfolio gier o różnych cenach i pulach nagród. Polacy mogą spróbować szczęścia nawet za złotówkę, z szansą na zastrzyk gotówki w postaci kilkudziesięciu tysięcy złotych, jak w przypadku popularnego Lotka – Zdrapki, która doczekała się aż 29 edycji. Albo dają eleganckie, wielkoformatowe Zdrapki w prezencie nowożeńcom, często na wyraźne życzenie pary młodej. Fani Zdrapek mają swoje ulubione serie i motywy przewodnie, wypracowali własne rytuały drapania. Kiedy we wrześniu 1999 r. wprowadzono pierwszą Zdrapkę, Zodiak, chyba

mało kto mógł przewidzieć tak fenomenalny scenariusz dla tego rodzaju produktów!

To brzmi jak sukces, który ciężko przebić. Czy jakieś produkty są w stanie konkurować ze Zdrapkami?

Zdrapki to tylko jeden z elementów naszego portfolio, które jest na tyle bogate i zróżnicowane, że odpowiada na przeróżne potrzeby graczy. Proszę pamiętać, że poza kategorią LOTTO – czyli grami w sieci naziemnej (do tych należą m.in. Zdrapki) i tymi dostępnymi online – mamy też takie linie biznesowe, jak salony gier na automatach czy jedyne legalne w kraju kasyno online. One wszystkie są sukcesem – każda w swoim wymiarze. A łączy je nasze odpowiedzialne podejście do sprzedaży, promocji i komunikacji. W Totalizatorze Sportowym niezmiennie uważamy, że kluczem do dobrej rozrywki i czerpania prawdziwej radości z wygrywania jest odpowiedzialność. Udostępniamy graczom narzędzia, dzięki którym mogą zarządzać swoją grą i reagować, jeśli poświęcają na nią zbyt wiele czasu czy środków. Wierzę, że to nasze podejście procentuje, bo doклада cegiełkę do zaufania, jakim darzą nas Polki i Polacy. Tytuł Marka Godna Zaufania, który nam państwo przyznali, utwierdza nas w przekonaniu, że Totalizator Sportowy jest na właściwej ścieżce rozwoju. 

TOTALIZATOR SPORTOWY CHCE BYĆ TAM,
GDZIE POLKI I POLACY SĄ AKTYWNI I KREUJĄ
LEPSZĄ RZECZYWISTOŚĆ

KATEGORIA: **CYFROWE MURY**
ZWYCIĘZCA: **ORANGE POLSKA**



Piotr Markowicz
dyrektor strategii i rozwoju
ICT Orange Polska

Cyberbezpieczeństwo to obecnie ogromne wyzwanie dla firm i instytucji. Coraz ważniejsze staje się regularne badanie firmowych zabezpieczeń nie tylko w formie audytów, które zweryfikują kluczowe procesy i procedury, ale też poprzez testowanie bezpieczeństwa. Istotne są także działania, które obejmują wykrywanie zagrożeń we wczesnym stadium czy regularne testy penetracyjne infrastruktury i aplikacji. Te aktywności ujawniają słabe punkty, doskonałą obronę i zapewniają, że systemy, a zwłaszcza dojrzałość i świadomość bezpieczeństwa w organizacji rozwija się równoległe ze zmieniającym krajobrazem zagrożeń. Wspieramy naszych klientów w budowaniu cyberodporności organizacji. Kładziemy nacisk nie tylko na stosowanie nowych technologii, ale też na edukację, by kompleksowo chronić firmy przed cyberatakami. Do tego wykorzystujemy m.in. testy socjotechniczne oraz nasze Centrum Doświadczeń Cyberbezpieczeństwa, w którym na bazie fikcyjnego ataku na firmę mogą zobaczyć, jak zagrożenia wpływają na pracę firmy i uczą się jak im przeciwdziałać. Nie do przecenienia są też aktywności podejmowane przez zespół CERT Orange Polska, który o bezpieczeństwo naszych klientów w sieci dba całą dobę. Konsekwentnie pracujemy na zaufanie klientów. Tym bardziej cieszy nas to wyróżnienie.

KATEGORIA: **SIŁA KOBIEC**
ZWYCIĘZCA: **ŻABKA**



Jolanta Bańczerowska
członkini zarządu
Obszar Strategii Personalnej

Jako lider w segmencie modern convenience staramy się być blisko naszych klientów, oferując im unikalne produkty i rozwiązania, których nie znajdą nigdzie indziej. Fundamentem naszych relacji z klientami jest jednak zaufanie, które budujemy na bazie wartości bliskich ich sercu. Szczególny nacisk kładziemy na równość szans i wspieranie przedsiębiorczości, zwłaszcza wśród zatrudnionych u nas kobiet, które pełnią ważne funkcje w tak kluczowych działach jak finanse, prawny, logistyka, HR czy audyt wewnętrzny. W Żabce ponad 150 kobiet zajmuje stanowiska menedżerskie i kierownicze, a trzy z siedmiu członków zarządu to kobiety. Dodatkowo 65 proc. naszych franczyzobiorców to kobiety. Jesteśmy również zaangażowani w zmniejszanie luki płacowej, co pozwoliło nam jako pierwszej polskiej firmie uzyskać certyfikat równych płac EQUAL-SALARY. Te działania umacniają zaufanie do naszej marki i organizacji, dlatego będziemy je kontynuować.

KATEGORIA: **ZASTRZYK FINANSOWY**
ZWYCIĘZCA: **BANK PEKAO S.A.**



Bank Pekao



Robert Sochacki,
wiceprezes Banku Pekao S.A.

Zaufanie to atrybut, który buduje wartość marki, a dla Banku Pekao S.A. jest to kwestia niezwykle ważna. Zaufanie naszych klientów decyduje o tym, czy firma wybierze nasze usługi i czy poleci nas innym przedsiębiorcom. Jako drugi największy bank w Polsce, przykładamy dużą wagę do tego, aby nasi klienci czuli się bezpieczni. Cieszymy się, że marka Banku Pekao S.A. jest postrzegana jako solidny partner dla przedsiębiorców, szczególnie w zakresie kredytów. Potwierdzeniem zaufania i skuteczności naszych działań są rekordowe wyniki osiągnięte przez Pion Bankowości Przedsiębiorstw w 2023 roku, które wskazują na systematyczny wzrost skali działalności. Podstawą budowania wysokiego poziomu zaufania klientów do marki są przede wszystkim: zapewnienie bezpieczeństwa, przewidywalność działań oraz szybkie i efektywne reagowanie na potrzeby klientów. To właśnie te elementy decydują o trwałości i owocnej współpracy oraz przyczyniają się do postrzegania Banku Pekao S.A. jako niezawodnego i solidnego partnera biznesowego.