

8. EDYCJA



PARTNERZY



Zaufanie to wyzwanie! Marki, na których można polegać

Zrozumienie potrzeb klienta to klucz do zbudowania marki godnej zaufania. Komu to się udało? Którym brandom polscy przedsiębiorcy ufają najbardziej? Przedstawiamy zwycięzców naszego corocznego badania.

FOT. SHUTTERSTOCK

 ANITA SZARLIK

Tytuł Marka Godna Zaufania przyznajemy już po raz ósmy. Choć tak naprawdę słowo „przyznajemy” jest niewłaściwe. Bo to przecież nie redakcja „My Company Polska” wskazuje zwycięzców! Robią to polscy przedsiębiorcy w ogólnopolskim głosowaniu, które przeprowadza Kantar Polska. Startupowcy, menedżerowie, specjaliści, prezesi firm wskazują tych, którym ufają najbardziej – do kogo się zgłoszą po poradę, z czyją pomocą najłatwiej sprostają wyzwaniom, z kogo chcą brać przykład (o metodologii badania piszemy dalej).

To na co my, jako redakcja, mamy wpływ to pytanie, jakie zadajemy przedsiębiorcom. Innymi słowy – kategorie, w których ścigają się polskie marki. „Wysoki A-IQ”, „Przyszłość planety”, „Wszystkie kolory tęczy” – próżno szukać takich rubryk w poprzednich edycjach naszego konkursu. Nie było również „Zastrzyku finansowego”, „Cyfrowych murów” czy „Biznesu z pomysłem”. Wszystkie 25 tegorocznych kategorii jest nowych, choć – co wierniejsi czytelnicy z pewnością zauważą – w wielu przypadkach inspirowaliśmy się poprzednimi edycjami. Dlaczego zdecydowaliśmy się na tak dużą rewolucję? Zależało nam, by nasz ranking odpowiadał na wyzwania, którym muszą sprostać dzisiejsze firmy.

To co się nie zmienia, to wartość, jaką w prowadzeniu biznesu jest zaufanie. Czym ono dla przedsiębiorców jest? Czy jest jakiś przepis na Markę Godną Zaufania? Zapytaliśmy o to naszych laureatów (odpowiedzi na kolejnych stronach). Okazuje się, że kluczowe jest zrozumienie potrzeb klienta. Do tego dochodzi umiejętność reagowania w trudnych momentach, szczerza komunikacja, niezawodność i utrzymanie jakości. Tylko tyle i aż tyle.

Zależało nam, by nasze badanie odpowiadało na wyzwania, którym muszą sprostać dzisiejsze firmy



Akademia Leona Koźmińskiego
okazała się prawdziwą szkołą liderów

ZIELONE ROZWIĄZANIA

Zacznijmy od urzędów, bez których trudno się obejść współczesnemu przedsiębiorcy. Tradycyjnych, a jednocześnie innowacyjnych. Dlatego przy pytaniu o zwykłą na pozór drukarkę, dopytaliśmy o ekologię. W kategorii „Czarno na białym, czyli urządzenie wspierające ekologiczne drukowanie i obieg dokumentów w biurze” ogromną przewagą (66 proc. wskazań) wygrała firma HP.

Kolejne urządzenie codziennego użytku to dla przedsiębiorcy samochód. Tu też stawiamy na ekologię, dlatego zapytaliśmy o „elektryzującą flotę, czyli samochód elektryczny lub hybrydowy, który najlepiej sprawdza się w firmie”. W kategorii wyścig był naprawdę zacięty i dosłownie o pół koła z Toyotą (29 proc. wskazań) wygrał Mercedes Benz (37 proc.)

Ekologia zaczyna się od małych kroków. Komu polscy przedsiębiorcy ufają, jeśli chodzi o przyszłość planety? W kategorii „Zielona energia, czyli rozwiązania, które sprawiają, że kryzys energetyczny jest mniej dotkliwy” najwyższą pozycję zajęła Polenergia Fotowoltaika. Gdy zapytaliśmy o raportowanie ESG, wzorem okazał się McDonald’s.

PIENIĄDZE TO NIE WSZYSTKO...

... liczą się jeszcze złoto i papiery wartościowe – ten żart z brodą też modyfikujemy.

I pytamy o obieg bezgotówkowy, leasing, faktoring oraz wirtualną księgowość.

I tak w kategorii „Zastrzyk finansowy, czyli bank, który oferuje najlepsze kredyty dla firm” wygrał „żubr”, czyli Bank Pekao S.A. (33 proc. wskazań). Za „kartę nowych możliwości, czyli firmę wspierającą rozwój płatności bezgotówkowych” uznano BLIKA (ponad połowa wszystkich wskazań). Jeśli chodzi o „stan posiadania, czyli leasing i wypożyczanie jako sposób prowadzenia biznesu” najlepszy okazał się Credit Agricole (EFL) z dominującą pozycją na 59 proc. (gdy kolejna wskazywana przez głosujących marka dostała tylko 7 proc. głosów). Natomiast Bibby Financial Services mocno trzyma „tarczę finansową”, czyli jest tą firmą, która „wspiera przedsiębiorców w kryzysowych sytuacjach, oferując usługi faktoringowe”.

Wszyscy zginęlibyśmy w papierkowej zupie, gdyby nie księgowi i księgowie. W dzisiejszych czasach bardziej obecne duchem, niż ciałem. Laureatem „wirtualnej księgowości, czyli firmy, która oferuje najlepszy pakiet wsparcia księgowo-rozliczeniowego dla przedsiębiorców” została firma OSCBR.

CYFROWE WSPARCIE

Skoro o wirtualnym świecie mowa, pandemia zrobiła nam wszystkim przyspieszony kurs pracy online. Gdyby nie godni zaufania partnerzy, wiele firm tego egzaminu

mogłoby nie zdać. Dlatego zapytaliśmy o „innovacyjne oprogramowanie, które ułatwia prowadzenie firmy”, czyli kategorię „Genialnie proste”. Tu na silnym prowadzeniu znalazła się firma Sonata i jej marka enova365.

Sprawdziliśmy też poziom A-IQ, czyli kto zdaniem polskich przedsiębiorców najlepiej wykorzystuje sztuczną inteligencję w swojej działalności. To ciekawa kategoria, bo ścigają się w niej różne branże – od sklepów spożywczych przez nowe technologie po firmy ubezpieczeniowe. Zwycięzcą został LINK4.

A co z poczuciem bezpieczeństwa? Okazało się, że to Orange z 48 proc. wskazań oferuje najlepsze „cyfrowe mury”, a dokładnie „najlepszy pakiet usług i rozwiązań dbających o bezpieczeństwo cybernetyczne”.

Zmieniły się nie tylko zagrożenia, ale także możliwości. Czyli pole do popisu dla naszych firm. W kategorii „E-commerce nowej generacji, czyli firma, która potrafią podbić serca klientów w internecie” wygrał AMAZON. Zgarnął jedną trzecią głosów. Warto jednak zauważyć, że tuż za nim uplasowało się Allegro.

Co jeszcze jest ważne dla przedsiębiorcy? „Szybko i na czas”, czyli firma kurierska, która gwarantuje błyskawiczne i bezpieczne dostawy” – w tej kategorii zwyciężyła firma DPD (silne 66 proc. wskazań). Równie ważna jest logistyka i planowanie w firmie. W kategorii „Sztuka przewidywania” na czoło wysunął się DHL.

PRACOWNIK W CENTRUM UWAGI

Zmienia się także podejście do pracownika. Pracodawca dobrze wie, że bez dobrego zespołu nie odniesie sukcesu. Na szczęście są firmy, które mogą mu w budowaniu takiego zespołu i wspieraniu poszczególnych jego członków pomóc. I tak w kategorii „Opiekun pracownika, czyli firma, która oferuje najciekawszy lub najbardziej kompleksowy pakiet benefitów pracowniczych” wygrywa Benefit Systems. Natomiast PZU jest firmą, która najlepiej wspiera przedsiębiorców, oferując najlepsze pakiety ubezpieczeniowe dla pracowników. I co tu kryć, właśnie w tej kategorii („Z nami bezpieczniej”) padł rekord – aż 70 proc. głosujących wskazało właśnie na PZU.

W dbaniu o zdrowie, czyli „firmie, która najlepiej wspiera przedsiębiorców w organizowaniu opieki medycznej dla pracowników” najlepszy okazał się Medicover



Elektryzująca flota,
czyli Mercedes w roli głównej

(40 proc), tuż za nim uplasował się LuxMed (38 proc).

Jak wiadomo najlepsze zespoły nie są monolitami. To właśnie różnice między poszczególnymi członkami zespołu są siłą napędową wspólnego działania. Dlatego zapytaliśmy zarówno o odwagę mówienia w danej firmie o różnorodności, także w kontekście wspierania LGBT+ (zwycięzcą okazał się BNP Paribas), jak i wspieranie przedsiębiorczości kobiet (tu największe brawa należą się Żabce). Dopytaliśmy też, która z firm w swoich kampaniach stawia na budowanie wspólnoty i dobrych relacji między ludźmi. W kategorii „Razem znaczy lepiej” wygrała Grupa Żywiec.

Nie ma dobrego zespołu, bez dobrych szefów. Dlatego zapytaliśmy też o „szkołę i instytucję szkoleniową, która uczy szefów nowoczesnego podejścia do leadershipu” – zwyciężczynią okazała się Akademia Leona Koźmińskiego.



LINK4 ma ponadprzeciętny poziom A-IQ – uważają polscy przedsiębiorcy

Jak zdobyć zaufanie w biznesie? Konieczne są szczerza komunikacja, jakość i niezawodność

EMOCJONUJĄCA KOŃCÓWKA

Są też kategorie, które wymykają się tradycyjnym podziałom. Jak bowiem zbadać „sportowe emocje”? Dlatego zadaliśmy pytanie, która firma „najmocniej wspiera polskie drużyny, a tym samym przyczynia się do promocji sportu”. Złoto w tej dyscyplinie zdobywa – tadam! – Totalizator Sportowy.

A jak ocenić ideę konkurencji? Zapytaliśmy przedsiębiorców, który pomysł na biznes ich najbardziej zaskoczył. Aż 39 proc. z nich wskazało na Foods. Zaskakujące?

Na koniec to, co najważniejsze – który polski koncert w swojej misji najbardziej wspiera MSP. W kategorii „Polskie górną” na sam szczyt wspiął się Orlen. I naprawdę nie przesadzamy z tym szczytem. Wskazało go aż 72 proc. przedsiębiorców biorących udział w badaniu.

Wszystkim przedsiębiorcom dziękujemy za oddanie głosów. A zwycięzcom gratulujemy!

METODOLOGIA

Badanie Marka Godna Zaufania zostało przeprowadzone przez wydawcę miesięcznika „My Company Polska”, a zrealizowane i opracowane przez Instytut Badawczy Kantar Polska SA. Głównym celem tego realizowanego już po raz ósmy badania jest poznanie opinii przedsiębiorców na temat najlepszych marek, produktów i usług skierowanych do biznesu oraz poznanie tych, którym najbardziej ufają. Mechanizm jest prosty – poprosiliśmy czytelników i prenumeratorów „My Company Polska”, uczestników szkoleń i konferencji My Company Polska, przedstawicieli kadry zarządzającej, specjalistów i właścicieli firm, by spontanicznie wymienili markę, której ufają. W każdej kategorii można było wskazać tylko jedną. I dzięki ich głosom wyłoniliśmy tych, którzy zasługują na tytuł Marka Godna Zaufania.

MARKA GODNA ZAUFANIA W LICZBACH

WYNIKI GŁOSOWANIA		
KATEGORIA	ZWYCIĘZCA MGZ 2023	GŁOSY
Czarno na białym , czyli urządzenie wspierające ekologiczne drukowanie i obieg dokumentów w biurze	HP	66%
Elektryzująca flota , czyli samochód elektryczny lub hybrydowy, który najlepiej sprawdza się w firmie	Mercedes	37%
Zastrzyk finansowy , czyli bank, który oferuje najlepsze kredyty dla firm	Bank Pekao	33%
Karta nowych możliwości , czyli firma wspierająca rozwój płatności bezgotówkowych	BLIK	56%
Stan posiadania , czyli leasing i wypożyczenie jako sposób prowadzenia biznesu	EFL	59%
Tarcza finansowa , czyli firma, która wspiera przedsiębiorców w kryzysowych sytuacjach, oferując usługi faktoringowe	Bibby Financial Services	40%
Wirtualna księgowość , czyli firma, która oferuje najlepszy pakiet wsparcia księgowo-rozliczeniowego dla przedsiębiorców	OSCBR	35%
Genialnie proste , czyli innowacyjne oprogramowanie, które ułatwia prowadzenie firmy	enova365	39%
Cyfrowe mury , czyli firma, która oferuje przedsiębiorcom najlepszy pakiet usług i rozwiązań dbających o bezpieczeństwo cybernetyczne firmy	Orange Polska	48%
Wysoki A-IQ , czyli firma, która najlepiej wykorzystuje sztuczną inteligencję w swojej działalności	LINK4	43%
Polskie góra , czyli polski koncern, który w swojej misji wspiera sektor MSP w codziennych działaniach	Orlen	72%
Szybko i na czas , czyli firma kurierska, która gwarantuje błyskawiczne i bezpieczne dostawy	DPD	66%
Sztuka przewidywania , czyli logistyka i planowanie w firmie: partnerzy, narzędzia, rozwiązania	DHL	37%
E-commerce nowej generacji , czyli firma, która potrafi podbić serca klientów w internecie	AMAZON	34%
Zielona energia , czyli rozwiązania, które sprawiają, że kryzys energetyczny jest mniej dotkliwy	Polenergia Fotowoltaika	46%
Przyszłość planety , czyli firma, która pokazuje, że raportowanie ESG nie musi być trudne	McDonald's Polska	23%
Opiekun pracownika , czyli firma, która oferuje najciekawszy lub najbardziej kompleksowy pakiet benefitów pracowniczych	Benefit Systems	47%
Z nami bezpiecznie , czyli firma, która najlepiej wspiera przedsiębiorców, oferując najlepsze pakiety ubezpieczeniowe dla pracowników	PZU	70%
Szlachetne zdrowie , czyli firma, która najlepiej wspiera przedsiębiorców w organizowaniu opieki medycznej dla pracowników	Medicover	40%
Szkoła liderów , czyli szkoła i instytucja szkoleniowa, która uczy szefów nowoczesnego podejścia do leadershipu	Akademia Leona Koźmińskiego	56%
Wszystkie kolory tęczy , czyli firma, która nie boi się mówić o sile różnorodności, także w kontekście wspierania LGBT+	Bank BNP Paribas	63%
Razem znaczy lepiej , czyli firma, która w swoich kampaniach stawia na budowanie wspólnoty i dobrych relacji między ludźmi	Grupa Żywiec	48%
Siła kobiet , czyli firma, która w swoich działaniach i kampaniach najmocniej angażuje się we wspieranie przedsiębiorczości kobiet	Żabka	46%
Sportowe emocje , czyli firma, która najmocniej wspiera polskie drużyny, a tym samym przyczynia się do promocji sportu	Totalizator Sportowy	54%
Biznes z pomysłem , czyli firma, której pomysł na biznes mnie zaskoczył	Foodsi	39%

BLIK – ponad osiem lat rewolucji na rynku płatności mobilnych

Czy ktokolwiek w 2015 r., kiedy system płatności mobilnych BLIK zadebiutował na rynku, mógł przewidzieć, że w ciągu ośmiu lat zgromadzi 13,5 mln użytkowników realizujących ponad 4 mln transakcji dziennie? Wówczas te liczby mogły wydawać się nieosiągalne. Wkrótce jednak stało się jasne, że ci, którzy postawili na BLIKA od początku, mieli niezwykłą intuicję! Obecnie to nowatorskie rozwiązanie jest synonimem bezpiecznych, szybkich i wygodnych płatności mobilnych, które stale zyskuje zaufanie i lojalność nowych użytkowników.




MARKA, KTÓRA ODPOWIADA NA POTRZEBY KLIENTÓW

Przepis na sukces wydaje się prosty – oferowane w ramach systemu funkcje pozwalają na szybkie, wygodne i bezpieczne transakcje tylko z poziomu smartfona – płatności 6-cyfrowym kodem, 9-cyfrowym czekiem, zbliżeniowo, wpłacanie i wypłacanie w bankomatach oraz natychmiastowe przelewy na telefon. W ciągu ośmiu lat za pomocą BLIKA zrealizowano przeszło 3 mld operacji o wartości 421,5 mld zł, co potwierdza siłę marki i jej przewagę na rynku polskim – w niektórych aspektach również nad globalnymi konkurentami. Badania Kantara wskazują, że BLIK ma najwyższy wskaźnik Brand Power, na poziomie ok. 44 proc., a indeks NPS wynosi aż 62 pkt. Oznacza to, że jest on chętnie polecanym systemem. Co więcej BLIK to najbardziej znany sposób płatności bezgotówkowych w Polsce – już co drugi użytkownik wybiera go jako najczęstszą formę rozliczeń.

NIKWESTIONOWANY LIDER E-COMMERCE

BLIK zdobył zaufanie Polaków i z roku na rok zwiększa swoją popularność, co potwierdzają wyniki transakcyjne. W pierwszym kwartale br. zrealizowano nim ponad 370 mln operacji o łącznej wartości 50,1 mld zł. BLIK to także ulubieniec użytkowników płacących w e-commerce. W I kwartale 2023 r. za jego pomocą zrealizowano aż 207 mln transakcji.

Co dalej? BLIK zdominował rynek bezgotówkowy w Polsce, a teraz także rozwija swoją obecność na arenie międzynarodowej. Ma ambitne plany ekspansji zagranicznej – w 2022 r. podjął pierwsze kroki w rozwoju na rynku słowackim oraz rumuńskim. 



BLIK TO NAJBARDZIEJ ZNANY SPOSÓB PŁATNOŚCI BEZGOTÓWKOWYCH W POLSCE

KATEGORIA: SZKOŁA LIDERÓW
ZWYCIĘZCA: ALK



AKADEMIA LEONA KOŹMIŃSKIEGO



prof. dr hab. Grzegorz Mazurek
rektor Akademii Leona Koźmińskiego

Każda marka podlega nieustannej, często krytycznej ocenie. W dobie nieograniczonego dostępu do informacji szybko i łatwo wykrywane są fałszywe intencje czy brak spójności. Myśląc o budowaniu wysokiego poziomu zaufania klientów, warto wymienić kilka niezwykle ważnych aspektów będących jego podstawą. Pierwszym filarem powinna być transparentność i komunikacja. To przyszłość interakcji z odbiorcami, a otwartość dotyczy zarówno mówienia o sukcesach, jak i mierzenia się z porażkami, wyciągania z nich wniosków. Drugim filarem powinny być wyznawane wartości i postępowanie w zgodzie z nimi. Może to być podejście do problemów społecznych, wysiłki na rzecz zrównoważonego rozwoju albo tworzenie inkluzywnych miejsc pracy. Wspólne wartości przyciągają. Kolejny filar to ludzka życzliwość, empatia. Dla marki wszystkie interakcje z klientami powinny być ważne. Stąd zresztą rosnąca waga customer experience. Kolejny aspekt to autentyczność. Nasi odbiorcy mogą chcieć poznać szczegóły, dowiedzieć się więcej o produktach czy usługach. Dokładne specyfikacje czy instrukcje powinny być dostępne „od ręki”. Na koniec warto jeszcze wymienić możliwie najlepszą obsługę – profesjonalną, dostrzegającą indywidualne potrzeby i reagującą na nie.

KATEGORIA: E-COMMERCE
NOWEJ GENERACJI
ZWYCIĘZCA: AMAZON



Aleksandra Borycka
Head of Marketplace Amazon.pl

We-commerce sukces można osiągnąć tylko w jeden sposób – budując zaufanie! W przypadku Amazon to dwutorowa strategia obejmująca zarówno klientów, jak i sprzedawców. Mamy świadomość, że przywiązanie do marki w tak skomercjalizowanym świecie, oferującym niezliczone możliwości zakupowe, jest długofalową i wieloetapową inwestycją. Bezpieczeństwo zakupów, wysoka jakość produktów i wyjątkowe doświadczenia zakupowe, jakie Amazon gwarantuje swoim klientom, to nadrzędna wartość. Nie byłoby to jednak możliwe bez zaangażowania ze strony tysięcy polskich małych i średnich przedsiębiorców współpracujących z nami. Dbając o satysfakcję nabywców, wkładamy równomiernie siły i zasoby w budowanie biznesowych relacji ze sprzedawcami, chroniąc ich prawa, wspierając ich krajowy rozwój oraz ekspansję zagraniczną. Tytuł Marka Godna Zaufania, przyznany Amazon przez przedsiębiorców, utwierdza nas tym samym w przekonaniu, że przyjęliśmy właściwy kierunek.

KATEGORIA: OPIEKUN PRACOWNIKA
ZWYCIĘZCA: BENEFIT SYSTEMS



Emilia Rogalewicz
członek zarządu Benefit Systems SA

Zwielką radością dołączamy do grona Marek Godnych Zaufania. To dla nas dodatkowa motywacja do doskonalenia oferowanych przez nas rozwiązań. Od ponad dwóch dekad potrzeby przedsiębiorców oraz ich pracowników są w centrum naszego zainteresowania. Analizujemy rynek i słuchamy naszych klientów. Dzięki temu jesteśmy w stanie sprawnie i zgodnie z oczekiwaniami udoskonalać nasze dotychczasowe usługi (tu świetnym przykładem jest MultiSport, który zapewnia obecnie dostęp do blisko 5 tys. obiektów sportowo-rekreacyjnych) oraz rozwijać nowe (choćby platformę MultiLife, która wspiera dobrostan psychiczny pracowników). W budowaniu długotrwałych relacji biznesowych i utrzymywaniu wysokiego zaufania do marki ważne są autentyczność i transparentność. Kluczowym czynnikiem pozostaje jednak nastawienie na klienta. Przejawia się to głównie dostarczaniem mu wartościowych rozwiązań, które przynoszą realne korzyści oraz spełniają oczekiwania związane choćby ze wsparciem dobrostanu pracowników. Co jeszcze? Oczywiście otwarta i skuteczna komunikacja oraz zaangażowanie i wysokie kompetencje zespołu. Dziękuję wszystkim, którzy oddali głos na naszą firmę w badaniu Marka Godna Zaufania. Dziękuję też naszym pracownikom, którzy z oddaniem i profesjonalizmem współtworzą najbardziej kompleksowy i atrakcyjny pakiet benefitów pracowniczych na rynku.



Dziękujemy za zaufanie

LINK 4



Zwycięzca w kategorii: **Wysoki A-IQ**

czyli firmą, która najlepiej wykorzystuje sztuczną inteligencję w swojej działalności

WIERZYM, ŻE UBEZPIECZENIA
POWINNY BYĆ **PROSTE**

KATEGORIA: WSZYSTKIE KOLORY TĘCZY
ZWYCIĘZCA: BNP PARIBAS


Izabela Tworzydło
dyrektorka Departamentu Komunikacji
Korporacyjnej, rzeczniczka prasowa
Banku BNP Paribas

Zaufanie buduje się rzeczywistym działaniem, a nie deklaracjami. Jest to szczególnie istotne w relacjach z Klientami czy pomiędzy pracownikami firmy. Kluczowe znaczenie ma wzajemny szacunek, niezależny od tego, jak bardzo się różnimy.

Chcemy być bankiem dostępnym dla różnorodnych grup Klientów, dlatego cenimy różnorodność naszych pracowników. Opierając się na wewnętrznych politykach, Karcie Różnorodności czy naszym Dekalogu Równego Traktowania, budujemy organizację, w której każdy może czuć się dobrze. Wspieramy inicjatywy pracowników, którzy najlepiej dostrzegają, jak możemy wzmacniać inkluzywność. W banku działa m.in. sieć pracownicza BNP Paribas Pride Poland, z której inspiracji organizujemy webinary, spotkania, a na patio centrali banku stanęła tęczowa Ławka Dialogu – miejsce poznawania potrzeb i perspektywy społeczności LGBT+.

Szacunek wobec grup zagrożonych wykluczeniem promujemy też poza bankiem, np. podczas Parady Równości czy realizując kampanie edukacyjne, jak Pierwsza Pomoc dla Ludzkości, w której nauka pierwszej pomocy połączona była z lekcją tolerancji.

Cieszymy się, że nasze zaangażowanie zostało nagrodzone tytułem Marka Godna Zaufania. Będziemy nadal na to zaufanie pracować.

KATEGORIA: SZYBKO I NA CZAS
ZWYCIĘZCA: DPD


Rafał Nawłoka
prezes zarządu DPD Polska

WDPD Polska kierujemy się naszymi pięcioma firmowymi wartościami: ludzie, jakość, odpowiedzialność, zaangażowanie i rozwój, które spajają całą naszą społeczność w duchu wzajemnego szacunku, empatii i orientacji na potrzeby klientów. Każdy z tych filarów wyznacza nam także długoterminowe priorytety i cele w rozwoju firmy. W naszej drodze wzrostu centralną rolę odgrywa rozwój człowieka i organizacji zgodnie z ideami zrównoważonego rozwoju.

Zaufanie do marki DPD budujemy poprzez obserwację zmieniającego się świata, nasze wieloletnie doświadczenie, codzienne słuchanie naszych klientów i nieustanne inwestowanie w wygodę, dostępność i przyjazność naszych usług zarówno dla klientów instytucjonalnych, jak i detalicznych. Naszym klientom dajemy wybór – mogą skorzystać z tradycyjnych usług kurierskich, ale też z sieci ponad 22 tys. punktów DPD Pickup w Polsce i ponad 80 tys. w Europie.

Chcę podziękować naszym dotychczasowym klientom za zaufanie do naszej marki oraz zapewnić, że nie ustajemy w wysiłkach na rzecz niezawodnego działania dzisiaj i przygotowania się do odpowiedzi na potrzeby w przyszłości.

KATEGORIA: STAN POSIADANIA
ZWYCIĘZCA: EFL


Radosław Woźniak
prezes zarządu EFL

Już od ponad 30 lat towarzyszymy przedsiębiorcom w rozwoju ich biznesów i pracujemy na ich zaufanie. A to, jak wskazują nasze wyniki badania satysfakcji klientów, jest na bardzo wysokim poziomie. Wskaźnik NPS wzrósł w 2022 r. do 64 pkt, z 59 w 2021 r., a 95 proc. klientów deklaruje ponowny wybór EFL w przyszłości w celu sfinansowania inwestycji. Na taki wynik zapracowaliśmy, dbając przede wszystkim o trzy wymiary współpracy z klientem. Po pierwsze, dobra oferta, czyli taka, która odpowiada na potrzeby, jakie firma ma w danym momencie. W latach 90. leasing był rewolucyjnym na miarę Polski rozwiązaniem. Potem przyszedł czas na połączenie instrumentu finansowego z dostawcą sprzętu, czyli kompleksowe rozwiązanie w postaci sprzętu i jego finansowania. Dziś liczy się elastyczność, np. w kwestii harmonogramu czy wysokości rat oraz personalizacja. Po drugie, jakość obsługi klienta. Tutaj należy zadbać i o formę kontaktu – od stacjonarnej, przez telefoniczną, po najpopularniejszą dziś współpracę online – i o jego jakość. Wykwalifikowani doradcy, szczegółowe informacje dostępne na stronie, rzetelnie przygotowane formalności – to musi być standard. I w końcu, po trzecie, nie można zapomnieć o kliencie, który już podpisał z nami umowę. Należy zrobić wszystko, aby nie tylko był zadowolony z jej przebiegu i chciał kolejny raz skorzystać z naszych usług, ale też aby został ambasadorem naszej marki.



Od ponad 200 lat
pracujemy na Wasze zaufanie

Dziękujemy, że jesteście z nami



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

enova365
dla biznesu



Robert Czula

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

Zakładając w 2002 r. Sonetę, założyliśmy, że produkowane przez nas oprogramowanie będziemy dostarczać klientom wyłącznie poprzez sieć Autoryzowanych Partnerów, z którymi nie konkurujemy, ale zawsze współpracujemy według przyjętych wspólnie zasad. Założyliśmy także, że nasz produkt – enova365 – zawsze będzie:

- zgodny z obowiązującymi przepisami, nawet jeżeli ustawodawca będzie te przepisy zmieniał tak dynamicznie, jak to czyni ostatnio
- rozwijał się co najmniej tak szybko jak nasi klienci, chociaż naszą ambicją jest skutecznie te oczekiwania wyprzedzać
- systemem nowoczesnym technologicznie, bo z perspektywy producenta oprogramowania nowe technologie to nowe możliwości, a chcemy, by w naszym rozwoju ograniczała nas wyłącznie wyobraźnia ... i w zasadzie przez te ponad 21 lat, najlepiej, jak potrafimy, wywiązujemy się z tych obietnic złożonych naszym partnerom i klientom.

KATEGORIA: **BIZNES Z POMYSŁEM**
 ZWYCIĘZCA: **FOODSI**

foodsi



Mateusz Kowalczyk

CEO i Co-founder

Na wysoki poziom zaufania klienta do marki wpływa wiele czynników. Według nas jest kilka rzeczy, które są kluczowe w tym procesie. Ważnym elementem jest otoczenie klienta opieką podczas każdego etapu zakupów oraz odpowiadanie na jego potrzeby. Duże znaczenie ma także ciągły rozwój marki. Oferowane usługi powinny być na jak najwyższym poziomie, a żeby to mogło się wydarzyć, musimy słuchać naszych klientów. Dzięki temu firma ewoluuje i usprawnia swoje działania. Zależy nam także na tym, żeby Foodsi jako marka kojarzyło się z odpowiedzialnym biznesem. Budujemy zaufanie klientów, działając z pełnym zaangażowaniem w dobrej sprawie – walce z marnowaniem jedzenia. Wszystkie decyzje powinny być podejmowane zgodnie z naszymi wartościami, które są bliskie również odbiorcom marki. Tym m.in. staramy się kierować w Foodsi.

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

hp



Andrzej Sowiński

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

Dołączenie, po raz kolejny, do grona laureatów badania Marka Godna Zaufania to dla nas ogromny zaszczyt. Pozytywne opinie respondentów utwierdzają nas w przekonaniu, że zmierzamy w dobrym kierunku, że konsumenci mają do nas i naszych produktów zaufanie. Japoński pisarz Haruki Murakami stwierdził kiedyś: „Na tym świecie nie ma nic równie trudnego do zdobycia i równie łatwego do stracenia jak zaufanie”, dlatego też nieustannie wsłuchujemy się w głos naszych klientów i stale rozwijamy portfolio innowacyjnych urządzeń tak, aby wychodzić naprzeciw zmieniającym się potrzebom współczesnego świata. W HP wiemy, że tylko szybka reakcja na oczekiwania otoczenia i natychmiastowe rozwiązywanie problemów użytkowników mogą zbudować długofalową lojalność. W naszej strategii biznesowej człowiek był, jest i zawsze będzie na pierwszym miejscu. Dlatego też w komunikacji marki HP stawiamy, przede wszystkim, na transparentność i szczerść, które bez wątplenia są filarem naszej reputacji. Tak samo jak bezpieczeństwo naszych klientów – od lat dzięki m.in. HP Wolf Security zapewniamy im ochronę naszych urządzeń na najwyższym poziomie, bez względu na to, gdzie, kiedy i jak pracują. Innymi słowy, w umiejętnym połączeniu tych wszystkich zmiennych upatrujemy źródła naszego sukcesu. Jeszcze raz w imieniu całej firmy HP dziękuję za zaufanie, jakim nas obdarzono!



Poznajmy się!

Testuj nasze usługi przez 3 miesiące
w wygodnym pakiecie dla Twojego biznesu

ZESKANUJ KOD QR
I DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ!



KATEGORIE: **WYSOKI A-IQ**
ZWYCIĘZCA: **LINK4**

LINK4 |



Agnieszka Wrońska
prezes LINK4

Dziękujemy bardzo za przyznanie nam po raz pierwszy w historii tytułu Marka Godna Zaufania. Odbieramy to jako szczególne wyróżnienie. Zaufanie to proces długofalowy i symboliczne znaczenie ma dla nas fakt, że tym zaszczytnym tytułem zostaliśmy uhonorowani w wyjątkowym dla LINK4 roku jubileuszowym.

Już od 20 lat dostarczamy produkty i usługi najwyższej jakości. Dokładamy starań, by każdego klienta traktować indywidualnie i być fair, bo zysk mierzymy nie tylko twardymi danymi finansowymi. Równie ważne jest dla nas zaufanie naszych klientów, partnerów biznesowych i wszystkich współpracowników. To zasady niezmiennie w LINK4 od dwóch dekad.

Jesteśmy już dojrzałą korporacją, ale z duszą startupu. Wciąż chcemy robić rzeczy niestandardowe i pokazywać, że potrafimy nie tylko wykorzystywać, ale też nadal kreować rynkowe trendy. Sięgamy odważnie po coraz nowsze rozwiązania i czerpiemy z możliwości, jakie daje zaawansowana technologia. Wierzymy, że ubezpieczenia powinny być proste i dzięki nowoczesnym narzędziom takie właśnie się stają.

Docenienie nas tytułem Marka Godna Zaufania to doskonałe zwieńczenie naszej 20-letniej obecności na rynku ubezpieczeń w Polsce, za co jeszcze raz dziękujemy.

KATEGORIA: **PRZYSZŁOŚĆ PLANETY**
ZWYCIĘZCA: **MCDONALD'S POLSKA**



Anna Borys
dyrektorka ds. relacji korporacyjnych
McDonald's Polska

Podstawą zaufania zarówno w biznesie, jak i w życiu prywatnym jest spełnianie obietnic. W McDonald's działamy tak, aby to, co mówimy, przekładało się na to, jak działamy. Od jakości naszych produktów i ich bezpieczeństwa, poprzez doświadczenie gości w restauracji, aż po wspieranie lokalnych społeczności przez naszych franczyzobiorców i zamykanie obiegu opakowań w restauracjach. Jesteśmy także odpowiedzialnym pracodawcą – zatrudniamy tylko na umowę o pracę i zapewniamy wszystkim naszym pracownikom możliwości rozwoju. Chcemy być transparentni, dzielić się drogą, którą przeszliśmy, i pokazywać kierunek, w którym zmierzamy. Dlatego zdecydowaliśmy się na wydanie pierwszego raportu ESG w 30. rocznicę naszej działalności w Polsce. Opracowanie pierwszego raportu było wyzwaniem, ale to okazja do spojrzenia na działalność naszego systemu w sposób usystematyzowany, mierzalny i zobiektywizowany.

KATEGORIA: **ELEKTRYZUJĄCA FLOTA**
ZWYCIĘZCA: **MERCEDES**



Tomasz Mucha
Head of Corporate & Product
Communication, MB Cars, MBCEE

Zaufanie to dla Mercedes-Benz przede wszystkim odpowiedzialność – zobowiązanie wynikające z naszej tradycji najstarszego producenta samochodów na świecie. Nasi klienci ufają, że pojazdy Mercedesa będą reprezentowały uznany standard, który ukształtował się przez dziesięciolecia, m.in. w zakresie bezpieczeństwa, komfortu i osiągnięć. Jednocześnie spoczywa na nas odpowiedzialność wobec społeczeństwa oraz środowiska. Jesteśmy pionierem technologii i tę samą rolę chcemy odgrywać w epoce elektromobilności. Dlatego już dziś oferujemy nie tylko kompleksową gamę samochodów elektrycznych, ale też cały ekosystem produktów i usług, który umożliwia naszym klientom intuicyjne użytkowanie auta na prąd, włącznie z ładowaniem. A ponieważ tradycją Mercedes-Benz jest popularyzacja innowacyjnych rozwiązań, nieustannie wybiegamy w przyszłość i szukamy nowych dróg rozwoju w zrównoważony sposób.

KATEGORIA: WIRTUALNA KSIĘGOWOŚĆ
ZWYCIĘZCA: OSCBR



Anita Gołębowska

dyrektorka zarządzająca, Ogólnopolska Sieć Certyfikowanych Biur Rachunkowych

OSCBR wspiera tysiące biur rachunkowych w Polsce w optymalizacji codziennej pracy, poszerzaniu usług i zdobywaniu cennej wiedzy, bezpośrednio przyczyniając się do ich rozwoju.

Nasza strategia oparta jest na dostarczaniu najnowszych, łatwych w użyciu technologii księgowych, budowaniu trwałych relacji oraz dbałości o potrzeby i oczekiwania biur oraz ich klientów. Jesteśmy przekonani, że wypracowane przez nas rozwiązania są kluczem do sukcesu w branży księgowej.

Otrzymanie tytułu Marka Godna Zaufania jest dla nas ogromnym wyróżnieniem i dowodem na to, że nasza praca przynosi efekty i jest doceniana zarówno przez biura rachunkowe, jak i ich klientów – polskich przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą. Nagroda ta jest dla nas nie tylko powodem do dumy, ale też zobowiązaniem do dalszej efektywnej pracy i doskonalenia naszej sieci.

Dziękujemy wszystkim, którzy oddali na nas głos, i za zaufanie, jakim nas obdarzają. To dla nas ogromna motywacja do dalszego rozwijania marki OSCBR.

KATEGORIA: SPORTOWE EMOCJE
ZWYCIĘZCA: TOTALIZATOR SPORTOWY



Olgierd Cieślik

prezes zarządu, Totalizator Sportowy

Zaufanie nie bierze się znikąd – w przypadku Totalizatora Sportowego budowane jest na przestrzeni ponad 67 lat. Nieustannie pracujemy nad tym, by nasza spółka była postrzegana jako stabilny partner biznesowy i społeczny. Pomaga nam w tym łączenie tradycji branży loteryjnej z nowoczesniejszymi rozwiązaniami w obszarze gamingu. W codziennej pracy pamiętamy też o naszej odpowiedzialności – o bezpieczeństwie graczy i o naszym zobowiązaniu do wspierania sportu i kultury w Polsce. Jako największy mecenas tych dwóch dziedzin życia społecznego widzimy, jak dużą wartość dodać dla każdego przedsiębiorstwa stanowi wspieranie właśnie m.in. kultury fizycznej. Dziękujemy za tytuł Marka Godna Zaufania 2023 w kategorii Sportowe emocje i zapewniamy, że nadal będziemy dokładali wszelkich starań, by polskim kibicom nie zabrakło pozytywnych wrażeń, działając zgodnie z naszym hasłem: #WygrywamyRazem!

KATEGORIA: ZIELONA ENERGIA
ZWYCIĘZCA: POLENERGIA FOTOWOLTAIKA



Kamil Sankowski

członek zarządu Polenergii Fotowoltaiki

Zaufanie to podstawa każdego biznesu opartego na sprzedaży. W przypadku Polenergii Fotowoltaiki to zaufanie budujemy już podczas pierwszego kontaktu z klientem. Dlaczego? Bo instalacja fotowoltaiczna to inwestycja na co najmniej 25 lat. Klient wydaje mnóstwo pieniędzy na swoją elektrownię słoneczną i nic dziwnego, że stara się związać z firmą, która jest stabilna i będzie na rynku za kilka, a nawet kilkanaście lat. Zaufanie jest tu najważniejsze.

W Polenergii Fotowoltaice kładziemy również duży nacisk na inwestycje i podnoszenie jakości obsługi. Wśród naszych klientów przeprowadzamy rygorystyczne badania satysfakcji klientów oparte na metodyce NPS. Chęć polecenia naszych usług utrzymuje się na poziomie ok. 60 pkt. Potwierdzeniem powyższych badań są rekomendacje, które klienci pozostawiają w internecie. Na podstawie blisko 2500 opinii w wyszukiwarce Google plasujemy się wysoko na tle konkurencji. Średnia ocen wynosi aż 4,5 w 5-stopniowej skali. Zawsze budowaliśmy naszą markę jako dostawcy najwyższej jakości instalacji dla prosumentów opartej na szczerości i transparentności i powiem nieskromnie, że chyba nam to wychodzi.

KATEGORIE: **POLSKIE GÓRĄ**
ZWYCIĘZCA: **ORLEN**



Magdalena Cybula
dyrektor wykonawczy ds. marketingu

W 2022 r. Orlen sfinalizował budowę multienergetycznego koncernu, przejmując Grupę LOTOS i PGNiG. Jesteśmy obecnie liderem branży w Europie Środkowo-Wschodniej – dostawcą paliw, energii elektrycznej i gazu ziemnego dla ponad 100 mln klientów. Dzięki silnej pozycji byliśmy w stanie zapewnić naszym odbiorcom bezpieczeństwo paliwowo-energetyczne, pomimo niezwykle trudnej sytuacji wywołanej wojną w Ukrainie. Wywiązaliśmy się z naszych obietnic i zobowiązań, co wzmocniło pozytywne postrzeganie marki ORLEN i zaowocowało przyznaniem, już po raz ósmy z rzędu, zaszczytnego tytułu Marka Godna Zaufania. Jest to szczególne wyróżnienie, ponieważ zaufanie naszych partnerów i klientów jest dla nas kluczową wartością, zwłaszcza w kontekście bardzo ambitnego programu inwestycji, dzięki któremu będziemy w stanie w realny sposób przyczynić się do transformacji energetycznej Polski i całego regionu. Dlatego będziemy podejmować kolejne działania sprzyjające budowaniu marki i zaufania naszych interesariuszy, m.in. poprzez działania CSR, sponsoring sportu i kultury oraz wdrażanie innowacyjnych rozwiązań technologicznych, z których na co dzień korzystają nasi klienci na stacjach benzynowych, w domu i w miejscu pracy.

KATEGORIA: **TARCZA FINANSOWA**
ZWYCIĘZCA: **BIBBY FINANCIAL SERVICES**



Tomasz Kukulski
prezes zarządu Bibby Financial Services

Największą wartością w Bibby Financial Services są niezaprzeczalnie ludzie. Nasz zespół to grupa ekspertów, którzy na pierwszym miejscu stawiają komunikację, otwartość i bliską relację z klientem. Budowanie zaufania oraz indywidualne podejście do każdego klienta są kluczowe w utrzymaniu długotrwałych relacji biznesowych w branży finansowej, a zwłaszcza w przypadku współpracy z małymi i średnimi przedsiębiorcami. W Bibby Financial Services specjalizujemy się w obsłudze właśnie tego segmentu. Jesteśmy rodzinną firmą, dlatego wiemy, jak wspierać rodzinne biznesy poszukujące finansowania rozwoju czy pomocy w utrzymaniu płynności finansowej.

Przedsiębiorcy przychodzą do nas z problemem i zwyczajnie oczekują rozmowy z człowiekiem, a nie automatycznych procesów. My rozumiemy swoją rolę, dlatego wewnątrz Bibby Financial Services tworzymy atmosferę zaangażowania i motywacji. To zdecydowanie dobrze wpływa na relacje z klientem i postrzeganie nas jako godnych zaufania. A jak wiadomo – zadowolony klient to zysk.

KATEGORIA: **KARTA NOWYCH MOŻLIWOŚCI**
ZWYCIĘZCA: **BLIK**



Monika Król
wiceprezes zarządu Polskiego Standardu Płatności, operatora Blika

Zaufanie jest jednym z kluczowych elementów budowania wartości marki Blik, dlatego z ogromną satysfakcją przyjęliśmy informację o zdobyciu tytułu Marka Godna Zaufania. To nasze pierwsze wyróżnienie w tym prestiżowym rankingu, które jest potwierdzeniem, że w ciągu ośmiu lat funkcjonowania Blika udało nam się zbudować nie tylko powszechny i wszechstronny system, który odpowiada na potrzeby współczesnych konsumentów, ale przede wszystkim silną i trwałą relację z naszymi użytkownikami oraz partnerami biznesowymi.

Blik upraszcza finanse, sprawia, że stają się one pozytywne i przyjemne, do tego zapewnia bardzo dobry UX. Dodatkowo to jeden z najbezpieczniejszych sposobów płacenia, jaki jest dostępny na rynku, który działa w ramach aplikacji banków. Dzięki temu jest tak chętnie wybierana i polecana przez użytkowników marką, która w niektórych segmentach przewyższa globalnych graczy rynkowych. Dziś z Blika korzysta 13,5 mln aktywnych użytkowników, którzy za jego pomocą mogą rozliczać się szybko, intuicyjnie i w preferowanym przez nich miejscu i czasie. To właśnie z myślą o tych osobach chcemy rozwijać jego funkcje zarówno w Polsce, jak i na świecie. Dziękujemy za dotychczasowe zaufanie.

KATEGORIA: **RAZEM ZNACZY LEPIEJ**
ZWYCIĘZCA: **GRUPA ŻYWIEC**



Magdalena Brzezińska
dyrektorka ds. korporacyjnych

Wierzymy, że zaufanie konsumentów do naszych marek to wynik bezkompromisowego dążenia do najwyższej jakości i realizowania strategii opartej na wartościach. To wynik posiadania klarownej wizji tego, jaki biznes chcemy budować w najbliższej przyszłości. W Grupie Żywiec rozwijamy się zgodnie ze strategią Evergreen, dzięki której pewnie zmierzamy w kierunku zrównoważonego i odpowiedzialnego biznesu, w którym miarą sukcesu jest wartość dla wszystkich interesariuszy, w tym planety. To także efekt kreowania świata, w którym każdy czuje się częścią większej społeczności i w którym piwo towarzyszy wspólnemu przeżywaniu pozytywnych emocji.

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



Piotr Markowicz
dyrektor Strategii i Rozwoju
ICT Orange Polska

Do bezpieczeństwa firm i instytucji podchodzimy holistycznie. Naszym klientom zapewniamy je na wszystkich poziomach: urządzeń końcowych, sieci, infrastruktury, aplikacji i przetwarzania danych. Cyberbezpieczeństwo to jednak nie tylko doskonalenie rozwiązań technologicznych. Konsekwentnie stawiamy na edukację i zwiększanie świadomości. By wykraść firmowe dane, nie trzeba przełamywać zabezpieczeń sprzętowych, zwykle to pracownik i jego podatność na manipulację stanowi „potencjał” dla internetowych oszustów. W naszych strukturach działa zespół CERT Orange Polska, który o bezpieczeństwo naszych klientów w sieci dba całą dobę. Tylko w zeszłym roku CyberTarcza Orange ochroniła ponad 5 mln internautów przed utratą danych i pieniędzy. Od ponad dekady zachęcamy klientów do korzystania z doświadczenia ekspertów Orange w dbałości o cyberbezpieczeństwo przedsiębiorstw. Na co dzień pracujemy na zaufanie naszych klientów. Tym bardziej cieszy nas to wyróżnienie.

KATEGORIA: **SIŁA KOBIET**
ZWYCIĘZCA: **ŻABKA**



Przemysław Kijewski
dyrektor ds. operacyjnych

To dla nas nagroda o szczególnym znaczeniu, bo przyznana w głosowaniu innych przedsiębiorców. Tożsamość Żabki oparta jest na równości pracowników, partnerów i współpracowników, a bogactwo naszej organizacji upatrujemy w różnorodności. Zawsze dostrzegamy siłę biznesu w sile kobiet. Wspieramy je w rozwoju ich umiejętności i wzmacnianiu przedsiębiorczej postawy. Obecnie ponad 60 proc. z przeszło 8 tys. franczyzobiorców prowadzących sklepy pod naszym szyldem to kobiety. Charakteryzuje je różne pochodzenie, wiek, doświadczenie życiowe czy zawodowe. Łączy zaś działalność pod marką Żabka i szerokie wsparcie, na jakie mogą liczyć z naszej strony. Od 25 lat staramy się tworzyć dla nich optymalne warunki do samorealizacji we własnym biznesie, w stabilnym i sprawdzonym modelu, jakim jest franczyza z siecią Żabka. Cieszymy się niezwykle, że zostało to docenione.

KATEGORIA: **ZASTRYK FINANSOWY**
ZWYCIĘZCA: **PEKAO SA**



Magdalena Zmitrowicz
wiceprezes Banku Pekao SA

Zaufanie do marki to jeden z kluczowych czynników wpływających na jej sukces rynkowy. W przypadku bankowości to podstawowa cecha, bez której nie jest możliwe budowanie długoterminowych relacji z klientami. Banki to instytucje zaufania publicznego nie tylko w łatwych, ale przede wszystkim trudnych czasach. Ostatnie lata pokazały to wyraźnie. Te banki, które tak jak Pekao były z klientami, wspierały ich, pomagały im znaleźć wyjście z problemów, mogą liczyć na ich lojalność, zaufanie, a w konsekwencji na rozwój biznesu. Wysokie tempo wzrostu w kanałach cyfrowych to jeden z priorytetów Pekao SA. Zmieniamy się cyfrowo, modernizujemy nasze procesy, angażujemy sztuczną inteligencję w coraz nowszych aspektach banku. Nie porzucamy jednak tego, co leży u podłoża naszego sukcesu – relacji z naszymi pracownikami, klientami i partnerami rynkowymi.

KATEGORIA: SZTUKA PRZEWIDYWANIA
ZWYCIĘZCA: DHL



Agnieszka Świerszcz

Prezes Zarządu DHL Parcel



Jakość firmy kurierskiej weryfikuje się wtedy, kiedy pojawiają się różnego rodzaju wyzwania. Zaufanie klienta buduje się poprzez rzetelność biznesową, najwyższe standardy, ofertę dostosowaną do potrzeb, ale także indywidualne podejście do rozwiązywania problemów klientów czy kompleksowy sposób obsługi nadawców i odbiorców. By zapewnić naszym klientom jak najwyższy standard obsługi, realizujemy szereg działań i inwestycji w kluczowych dla nas obszarach. Wśród nich – poza rozbudową naszej sieci doręczeń poza domem, którą tworzy już ponad 14 tys. punktów DHL POP oraz automatów paczkowych DHL POP Box – są to także: kompleksowe portfolio produktów, digitalizacja i automatyzacja, rozwój infrastruktury operacyjnej, ekoflota i inne działania proekologiczne. Projektujemy rozwiązania z myślą o potrzebach odbiorców, często wyprzedzając ich oczekiwania i wyznaczając rynkowe trendy.

Monika Duda-Tulejko

dyrektorka zarządzająca
DHL Supply Chain
w Polsce



Zaufanie to podstawa każdej relacji. Podstawą, która jest jednocześnie największym wyzwaniem. Trwałe, oparte na solidnych fundamentach partnerstwo przyczynia się do powstania długotrwałych relacji biznesowych, rozwijania działalności oraz budowania znaczącej przewagi konkurencyjnej. Nasze zaufanie budujemy na dostarczaniu naszym klientom usług najwyższej jakości, a także codziennym dotrzymywaniu obietnicy dotyczącej świadczenia usług na najwyższym poziomie. Wierzymy w to, że zaufanie opiera się na dzieleniu wspólnych wartości. Cieszymy się, że szacunek, tolerancja, akceptacja, etyczne prowadzenie biznesu to wartości, które dzielimy wspólnie z klientami. Jesteśmy dumni, że kolejny raz klienci obdarzają nas zaufaniem, przyznając nam prestiżowy tytuł Marka Godna Zaufania.

KATEGORIA: Z NAMI BEZPIECZNIEJ
ZWYCIĘZCA: PZU



Łukasz Turkowski

dyrektorka zarządzająca ds. marketingu,
sponsoringu i prewencji

Zaufanie to jedna z najważniejszych wartości dla każdej marki, dla ubezpieczyciela – kluczowa. To potwierdzenie wyjątkowej relacji z klientem, tym bardziej szczególnie, że niemożliwej do kupienia za żadne pieniądze. Dlatego jesteśmy bardzo dumni, że kolejny raz niezależni eksperci i klienci wyróżnili nas tytułem Marka Godna Zaufania. Jestem dumny, że zdaniem kapituły PZU udowodniłem, że potrafię odpowiedzieć na wyzwania i dopasowywać ofertę, by zapewnić klientom komfort i bezpieczeństwo. To potwierdzenie, że można na nas liczyć także w trudnych czasach. Niezmiennie wsłuchujemy się w głosy płynące z rynku, by zaspokajać rosnące potrzeby klientów, dostarczać stabilnych, ponadprzeciętnych zysków inwestorom i wyznaczać najwyższe standardy.

KATEGORIA: SZLACHETNE ZDROWIE
ZWYCIĘZCA: MEDICOVER



Artur Białkowski

dyrektorka zarządzająca Pionem Usług
Biznesowych, członek zarządu Medicover

Medicover od ponad 28 lat w sposób holistyczny i kompleksowy dba o zdrowie i dobrostan swoich pacjentów. Pomagamy w narodzinach, ratujemy życie i pomagamy je utrzymać w dobrym zdrowiu, świadcząc wysokiej jakości usługi opieki zdrowotnej oraz z obszaru wellbeing, w tym sportu i rozrywki. Otrzymanie tytułu Marka Godna Zaufania jest dla nas miłym wyróżnieniem i z pewnością potwierdza kierunek rozwoju, jaki obraliśmy. Nasi klienci, obdarzając nas swoim zaufaniem, jednocześnie dali wyraz temu, że postrzegają nas jako solidną i godną zaufania markę, co w branży usług medycznych jest szczególnie ważne.

Nagroda to także potwierdzenie, że nasze starania są doceniane nie tylko w obszarze jakościowej opieki zdrowotnej, ale również profilaktyki, promocji aktywności fizycznej czy zdrowych nawyków żywieniowych.

Dziś wszyscy mamy świadomość z jak dużymi wyzwaniami boryka się sektor ochrony zdrowia. Niedobór kadry medycznej, rosnąca inflacja, dług zdrowotny – to wszystko przekłada się w praktyce na dostępność do świadczeń medycznych. Dlatego tym bardziej dziękujemy za to wyróżnienie, które jest docenieniem codziennej pracy naszych ludzi oraz motywacją do dalszych działań

Odpowiedzialność biznesu spoczywa w rękach technologii

Czy AI śni o elektronicznych fakturach?
Styczeń 2022 r. Media odmieniają przez wszystkie przypadki „Polski Ład”. Media społecznościowe płoną – jak liczyć, co liczyć i czy na pewno liczymy to, co liczyć się powinno. Nagle dział księgowości, kadr i płac, dotychczas jedne z najbardziej hermetycznych działów w firmach, stają w świetle jupiterów. Opinia publiczna domaga się prawdy, ujawnienia niepodważalnego algorytmu na wyliczenie ulgi dla klasy średniej.

Tymczasem w jednej z krakowskich firm IT, rozwijających system ERP, na którym pracują dziesiątki tysięcy księgowych i kadrowych, zostaje otwarty e-mail: „Dzień dobry. Czy na tej wersji programu mogę już prawidłowo przeliczać płace za styczeń dla pracowników? Chodzi mi o stan na dzień dzisiejszy. Wiem, że jak premier znowu wyjdzie na mównicę i zapowie, że każdy może sobie powprowadzać dowolne zmiany w Polskim Ładzie, to może się wszystko zmienić...

Ale tak pytam, czy jeśli dzisiaj dla kogoś będą przeliczać pensje za styczeń, to będą zgodne z prawem ludzkim i Bożym?”

W tym samym czasie, kiedy świat biznesu płonął, producent enova365 od kilku miesięcy przygotowywał się do momentu prawdy, z którą mierzy się już od ponad 20 lat, czyli meandrów polskiego prawa, które nieustannie prasuje, układa, poddaje analizie, by finalnie dostarczyć oprogramowanie, które zawsze jest zgodne z polskim prawem.

Odpowiedź na e-mail była zatem oczywista. „Tak. Jesteśmy zawsze zgodni z przepisami”.

Za tą magią stoi nie AI, ale ludzie.

Cyfrowa odpowiedzialność biznesu – nowy wymiar troski o człowieka

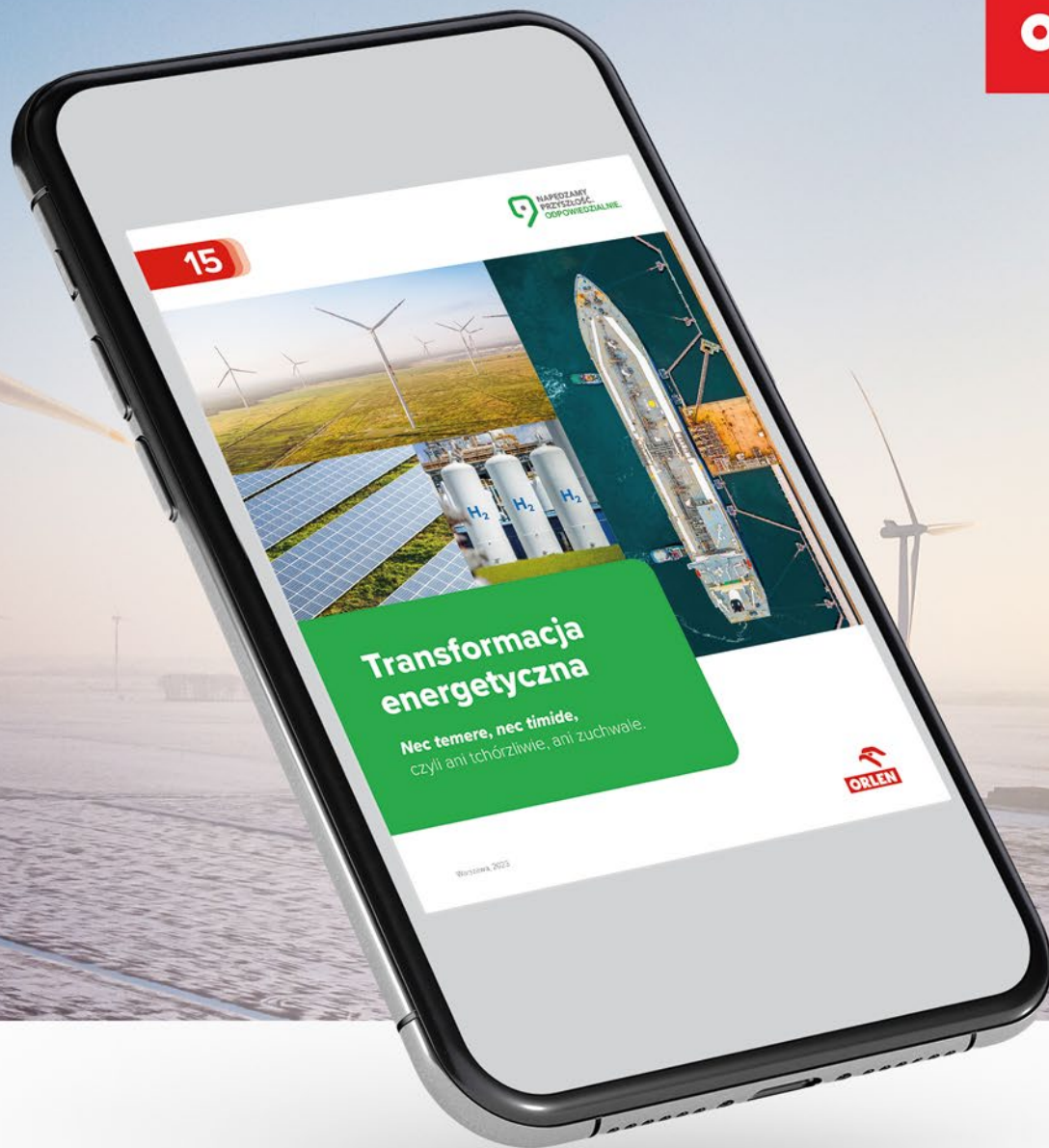
Wpływ cyfryzacji na nasze życie stale rośnie. Widać to szczególnie w dyskusjach na temat znaczenia wolności w mediach społecznościowych, które należą do prywatnych firm, oraz granicach prawdy, które obecnie przesuwają sztuczna inteligencja, karmiona naszymi pytaniami. Biznes nie ma takich dylematów – automatyzacja, uczenie maszynowe oraz cyfryzacja procesów są normą, która dąży do zmarginalizowania znaczenia człowieka. Ma być szybko i tanio. Podejście to rodzi jednak nieznaną dotąd problemy etyczne i społeczne, które skutkują pojawieniem się nowej koncepcji w biznesie. Corporate Digital Responsibility (CDR),



nawiązująca do Corporate Social Responsibility, ma na celu wypracowanie precyzyjnych wytycznych i dobrych praktyk, które wpłyną na odpowiedzialne prowadzenie biznesu w cyfrowym świecie. W przypadku enova365 cyfrowa odpowiedzialność biznesu dotyczy nie tylko dostarczania oprogramowania, które jest technologicznie nowoczesne, zapewnia bezpieczeństwo danych, jest dostępne w chmurze, na serwerze, w formie przeglądarkowej, przez aplikację desktopową czy mobilną. Cyfrowa odpowiedzialność biznesu w enova365 odpowiada również za bardzo ludzką przestrzeń, której AI nie ogarnie, czyli zgodność oprogramowania z przepisami polskiego prawa. Tu właśnie często jest obnażana bezradność technologii w obliczu polskiego prawa. Ta przestrzeń została ujarzmiona przez enova365 uwagą człowieka, na którą składają się nie tylko programiści, ale przede wszystkim eksperci od księgowości, kadr, płac czy Business Intelligence, którzy na co dzień rozwijają oprogramowanie. Bo biznes nie kupuje enova365 jako wyłącznie oprogramowania ERP. Biznes kupuje pewność, że enova365, w której przechowują swoje dane, wykonują księgowe operacje, wysyłają dokumenty do urzędów oraz przelewy do banków, jest benefitem również dla jego pracowników. Bo to dzięki enova365 mogą dobrze wykonywać swoją pracę i właściwie wykorzystywać swoje kompetencje. Widać zatem, że pod hasłem „Genialnie proste, czyli innowacyjne oprogramowanie, które ułatwia prowadzenie firmy” może podisać się wyłącznie *homo sapiens*. 



ORLEN



Transformacja energetyczna

Nec temere, nec timide,
czyli ani tchórzliwie, ani zuchwale.

TEMATY:

- Wyzwania transformacji energetycznej.
- Nowe spojrzenie na rynki energii.
- Transformacja energetyczna, bezpieczeństwo energetyczne i tanie paliwa. Jak kryzys energetyczny może pomóc pogodzić ogień z wodą?
- Dylematy technologiczne w transformacji energetycznej.

Nowy raport
ekspertki
PKN ORLEN

Czytaj w PDF

