

Conferware, spol. s r. o. - vaša lepšia komunikácia

Myšlienka, ktorá viedla k rozhodnutiu založiť firmu Conferware, vznikla z praktickej a neuspokojenej potreby trhu.

Nevyužitá obchodná príležitosť zo strany iných vykreslila reálne potreby podnikania, ktoré prerástli do komplexného podnikateľského zámeru.

Conferware je jednou z viacerých spoločností, ktoré využívajú poradenstvo Univerzity technologickej inovátorov Slovenskej technickej univerzity v Bratislave.



Všetko prišlo postupom času

Koncom roka 2006 vznikla spoločnosť Conferware. Stála za ňou jediná osoba – jej zakladateľ Andrej Spišiak. Ako si spomína na toto obdobie?

Pracoval som ako projektový manažér v poradenskej spoločnosti. Práve vtedy ma skúsenosti s komunikáciami prostriedkami priviedli k úvahám o vlastnej spoločnosti. Náplňou mojej práce bola príprava a realizácia zahraničného projektu na podporu investícií v inej krajine. Potrebovali sme intenzívne komunikovať s miestnymi. Veľmi to poznáte – počas prípravy a realizácie projektu sa často vyskytnú problémy, ktoré je nutné vyriešiť. Klasický telefón v tomto prípade je drahý a pri e-mailoch strávite dlhý čas ich vypisovaním, a nie sú dostatočne operatívne. Boli sme prístupní novým technológiám a skúsili sme telefonovanie cez internet a rýchle správy. Programy ako Skype boli už v tom čase dosť známe, ale vo firmách neboli bežným prostriedkom komunikácie. Telefonovanie cez internet (Voice over Internet Protocol / VoIP) so slúchadlami a mikrofónom bolo pohodlné a úsporné. Tieto programy tiež poskytli informáciu o aktuálnej dostupnosti partnera. Dlhé rozhovory zvyšovali naše nároky na kvalitu zvuku i užívateľský komfort, potrebovali sme dosiahnuť čo najprirodzenejšiu kvalitu konverzácie. Problémom však bolo získať pohodlné slúchadlo s mikrofónom a dostatočnou kvalitou zvuku pre obe komunikujúce strany. Existovalo zopár

dobrych modelov známych výrobcov, avšak svojím dizajnom a funkčnosťou boli určené iba na domáce použitie. Nezodpovedali našim špecifickým požiadavkám. Jeden z našich zahraničných partnerov, pôvodom z Ameriky, nám odporučil tamojšiu značku. Priniesol zopár kusov slúchadiel do Srbska, kde sme realizovali náš projekt, a následne som ich priniesol na Slovensko. Cesta za kúpou zdanlivou jednoduchej veci bola zdĺhavá a zložitá.

Každý trh má svoje trhliny, ak ich odhalíte, máte priestor pre podnikanie

Zahraničný partner mi vnukol nápad jednoduchými otázkami: Prečo u vás nie sú dostupné takéto slúchadlá? Nie je viac firiem, ktoré ich potrebujú? V danej chvíli som neriešil, či je ich dostatok, aby sa „slúchadlový“ podnik užíval. Netušil som, že naozaj založím firmu. Neskôr som zisťoval, čo všetko produkuje výrobca spomínaných slúchadiel a pre koho. Objavil som bezdrôtové bluetooth slúchadlá – hands-free sady k mobilným telefónom, profesionálne náhlavné súpravy pre kontaktné centrá a moderné bezdrôtové súpravy určené pre manažérov, aby nevyzerali ako operátori call centra. Z nápadu sa postupne vykryštalizoval podnikateľský plán – môj budúci podnik má predávať náhlavné súpravy; zákazníkmi budú firmy, ktoré potrebujú často a pohodlne komunikovať so

svojimi partnermi, zákazníkmi, i medzi pobočkami, pri rozhodujúcich kritériami budú kvalita zvuku a ergonómia. Tento národný podnikateľský zámer som poslal vytipovaným výrobcovi so záujmom stať sa predajcom ich produktov. Bol som presvedčený, že náš trh má potenciál. Podľa môjho názoru tu bol priestor na väčšie zviditeľnenie daných značiek. Trh s náhlavnými súpravami pre klasické call centrá je špecifický a uzavretý (nejde o spotrebný druh tovaru). Nové technológie – najmä bezdrôtové a VoIP aplikácie však rozšírili okruh zákazníkov aj mimo prevádzkovateľov call centier. Narástol dopyt po kvalitných slúchadlách. Aj menšie firmy si uvedomili dôležitosť komunikácie so zákazníkmi a partnermi. Chceli malé kontaktné centrá – zákaznicke i obchodné oddelenie s kvalitnou technikou na zvýšenie efektivity práce.

Osloviť výrobcov priamo sa oplatilo. Zakrátko som dostal odpovede z ich európskych kancelárií. Absolvoval som telefonické rozhovory a osobné stretnutia. Podnikateľský zámer zaujal. Plán predávať slúchadlá ako maloobchodný predajca rozšírili sami výrobcovia o veľkoobchod a zastúpenie s viacerými zodpovednosťami. Musel som pripraviť lokalizované slovenské manuály, urobiť marketing na celoštátnej úrovni, dostať do povedomia relatívne neznáme značky, vykonať technickú podporu a servis výrobcov...



Vä šie zámery = vä šie financovanie

Môj finančný rozpočet však po ťal iba s predajom, ale nie s distribúciou. Zrazu som musel uvažovať v iných dimenziách. Keďže som sa zaujímal o všetko, čo súviselo s rozbehom podnikania, narazil som aj na pojem „business angel“ (investor vstupujúci do začínajúcich firiem, ktoré nie sú schopné získať financovanie z tradičných zdrojov). U nás ich siete nemajú tradíciu a ani v tomase neexistovali oficiálne združenia, na ktoré by sa dalo obrátiť s podnikateľským zámerom. Aktuálnou možnosťou nebol ani fond rizikového kapitálu, nakoľko ten vstupuje do fungujúcich firiem. Zostávalo sa len opýtať známych, ktorí majú vlastné firmy alebo majú dostatok súkromných peňazí na to, aby boli otvorení finančne vstúpiť do nového podniku.

Oslovil som priateľa - kolegu z predchádzajúcej firmy. Myšlienka ho zaujala a bol ochotný vstúpiť do projektu. Predbežne som vyšlil financovanie z jeho strany a navrhol som pravidlá vzájomného vzájomného. Jeho možnosti však finančne pokryli len časť potrieb, takže som musel uvažovať o ďalších zdrojoch.

Príprava bola taká aleko, že som nepomyslel odstúpiť od zámeru. Pripravoval som vstup firmy na trh, rozmýšľajúc, koho oslovím alej. Zavolať som ďalšiemu kamarátovi, spolužiakovi z univerzity, ktorému som dávnejšie rozprával o svojich plánoch. Vtedy mi povedal: „Ozvi sa, keď to budeš mať

prípravené.“ Povahou je obchodník. Na firmu sa pozerá viac ako na triedok zarábania peňazí. Vedel som, že vytváram podnik, ktorý nie je založený len na lacnej kúpe a drahom predaji tovaru. Budujem značku a vstupujem s novými technológiami na trh. Nábehová krivka je teda iná, ako pri klasickom obchode, ale i tak prikývol. Teraz si uvedomujem, že sa stal hnacím motorom a spojivom medzi veľkými plánmi a podnikateľskou realitou. Už viem, že nestačí mať iba produkt. Je potrebné uvažovať o potrebách zákazníkov, o organizácii štruktúry, finančnom riadení, distribučných kanáloch, logistike a všetkých tých ďalších veciach, ktoré urobia z vysnívaného produktu reálne predajný tovar i službu.

Moje zámery sa neuzúžili iba na predaj. Takýto obchod má krátke trvanie, pretože produkty sa rýchlo stávajú komoditou s nízkymi maržami. V informáciách technológiách a spotrebnej elektronike to platí dvojnásobne. Tu prežívajú vďaka vysokému objemu predaja veľkí, preto som ponúkol pridanú hodnotu – rôzne služby, poradenstvo a zákaznícky prístup, ktorý pripúšťa vyššie ceny za produkty.

V čase rozbehu firmy som potreboval pomoc s množstvom vecí, ktoré nesúvisia priamo s jej podstatou – produktmi a oslovovaním zákazníkov. Tieto „ved'ajšie“ inštitúcie (úradníctvo, právne poradenstvo, prenájom priestorov a pod.) sú pre začínajúcu firmu zaťažujúce. Keďže sme ponúkali vysoko kvalitné produkty, potrebovali sme aj

adekvátne reprezentatívne priestory. Našiel som inštitúciu, ktorá pomáha podnikateľom s realizáciou zámerov. Vďaka sú aj podnikateľským plánom som sa dostal do Univerzitného technologického inkubátora STU v Bratislave. Prijaté nájomné a služby (potrebné úradníctvo a právne poradenstvo) boli pre mňa skutočnou pomocou pri rozbehu firmy. Tým, že som mal tieto služby zabezpečené, mohol som sa koncentrovať na podstatu svojho podnikania.

o sa nám podarilo vybudovať a o pripravujeme na nasledujúce obdobie?

Začali sme s plánom predávať slúchadlá s mikrofónom, ktoré umožňujú telefonovanie cez internet. Pridali sa k tomu ďalšie produkty hlasovej komunikácie pre kontaktné centrá a kancelárie, bezdrôtové riešenia, servisné služby a poradenstvo pri návrhu kontaktných centier. Je to už existujúci základ. Počas existencie firmy sa vynorili ďalšie možnosti produktov a služieb v podobe kombinovanej hlasovej a vizuálnej komunikácie, hardvérové i softvérové systémy na elektronickú spoluprácu tímov a služby vrátane implementácie týchto systémov. Uvedené technológie tvoria balík produktov a služieb, ktoré sú pre našu firmu cestou ďalšieho rozvoja. Vychádzame zo skúseností, poznania trhu, potrieb zákazníkov a inovatívnych technológií. Opäť vstupujeme na Slovensko do neznámych vôd a určite to bude rovnako vzrušujúce ako so slúchadlami. Rozdiel bude v tom, že firma je viac štruktúrovaná, nebude to koľko náhodných krokov a vďaka skúsenostiam aj sebavedomejšia.



H adáte miesto pre rozbeh Vášho podnikania?

Chcete dostávať kvalitné služby, poradenstvo v oblasti úradníctva a podnikateľského práva?

Ak áno, môžete sa obrátiť na Univerzitný technologický inkubátor Slovenskej technickej univerzity v Bratislave a môžete sa naplno venovať svojmu podnikaniu.

Univerzitný technologický inkubátor
Pionierska 15
831 02 Bratislava
tel.: +421 (2) 49 212 492