

Jak się przydaje zdrowy pesymizm

450 tys. licencji,
250 tys. firm-klientów.
To miara sukcesu
oprogramowania
wrocławskiego
InsERT-u. A niby
dlaczego się udało?

Kiedy Bożena i Jarosław Szawlisowie zakładali InsERT, najlepsze komputery miały „na pokładzie” dysk 250 MB i 8 MB pamięci operacyjnej. A Microsoft z systemem MS-DOS Windows 3.0 rozpoczął marsz ku dominacji na rynku desktopów. Był rok 1992.

– Zaczynaliśmy z jednym komputerem. Bez kapitału... Dziś taka historia nie

miałaby się prawa powtórzyć – przyznaje Bożena Szawlis, wiceprezes InsERT-u. Kroniki powstawania firm informatycznych są do siebie bliźniaczo podobne – i niezbyt pasjonujące. Fakt, czasami ktoś skopiuje pomysł kolegi, innym razem programistę ślęczącego godzinami przy komputerze nagle olśni jakaś idea i stworzy genialne oprogramowanie. Bywa też, że niszowa aplikacja, pisana na specjalne zamówienie, wchodzi do głównego nurtu, stając się rynkowym przebojem. Ale rzadko.

OGŁOSZENIE, CZYLI TRAF NA ŁAMACH

Początki wrocławskiej firmy idealnie wpisują się w ostatni z przytoczonych scenariuszy. Jarosław Szawlis już jako student IV roku Politechniki Wrocławskiej brał zlecenia na sporządzanie prostych programów. Pasjonat informatyki? Niezupełnie. Proza życia: miał na utrzymaniu żonę i dziecko.

Pierwsze poważne zamówienie przyszło jednak nieco później. – Kolega poprosił męża, by opracował oprogramowanie do obsługi sprzedaży. Miało być dołączone do sprzedawanych komputerów. I tak, w ramach firmy Pro (dzisiaj El-Pro), powstał Subiekt 1 – opowiada Bożena Szawlis. Od 1993 r., czyli wersji Subiekt 3, program jest własnością firmy InsERT. Dziś Subiekt GT należy do najpopularniejszych w Polsce programów do obsługi sprzedaży.

Na sukces trzeba było pracować długie lata, ale przydał się też łut szczęścia. W firmie z rozbawieniem wspominają losy pewnego ogłoszenia. Jesienią 1992 r. InsERT wykupił w magazynie „PC Kurier” niewielką ramkę, zamieszczając w niej zasadnicze informacje o funkcjach programu. I cenę. Ktoś w redakcji pomylił jednak ogłoszenia i wydrukował reklamę na całej stronie... Na odzew nie trzeba było długo czekać; w Insercie telefony zaczęły się urywać.

Przez dwie dekady pozycja firmy zmieniła się tak, że dziś może sobie

pozwolić na całostronicowe reklamy nie tylko na łamach pism branżowych, ale i w ogólnopolskich dziennikach i popularnych magazynach. – To proste. Dzięki reklamie w mediach wciąż pozyskujemy nowych klientów. Chcemy też pokazać, że jesteśmy ważnym graczem, a biznesmeni wiążą się ze znanym producentem aplikacji – tłumaczy Bożena Szawlis.

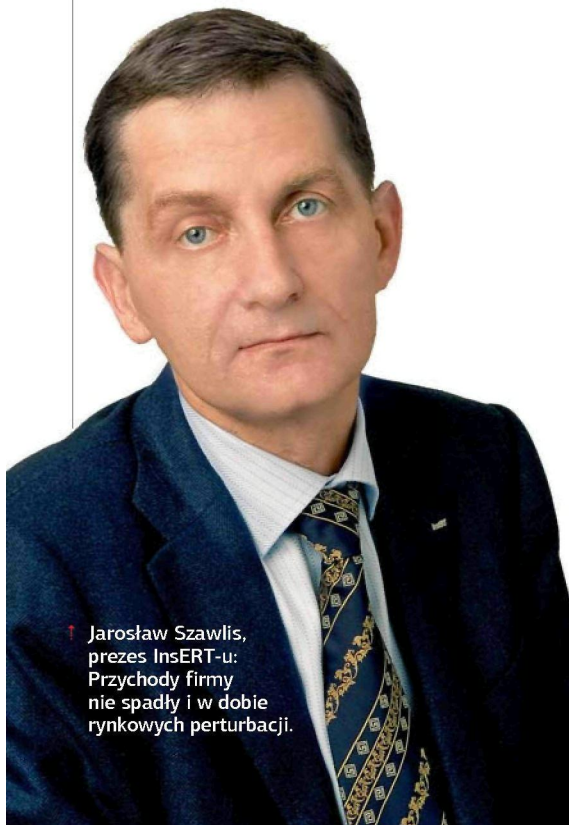
Przedsiębiorstwo przeznacza również niemałe środki na sponsoring sportowy. InsERT pozostaje jednym z głównych sponsorów drużyny z wielką tradycją – koszykarzy Śląska Wrocław.

KU LIDEROWANIU

InsERT od początku działalności sprzedał ponad 450 tys. licencji, z których korzysta ćwierć miliona przedsiębiorstw. To zapewnia pozycję lidera wśród producentów oprogramowania komputerowego dla małych i średnich firm. Prócz wspomnianego już Subiekta GT, oferuje oprogramowanie finansowo-księgowo (Rewizor GT, Rachmistrz GT, Biuro GT), kadrowo-płacowe (Gratyfikant GT) oraz system ERP Navireo – wspomagający zarządzanie przedsiębiorstwem średniej wielkości.

Czym tłumaczyć sukces? – Byliśmy jedną z pierwszych firm informatycznych, która postawiła na małe i średnie przedsiębiorstwa. Już wówczas wiedzieliśmy, że ten segment rynku będzie dynamicznie się rozwijał – mówi Bożena Szawlis.

Ceną oprogramowania InsERT zaskoczył i konkurentów, i potencjalnych odbiorców. Pierwsza aplikacja kosztowała 750 tys. zł (wartość przed denominacją) – kilkakrotnie mniej niż podobne rozwiązania innych firm. W porównaniu z konkurencją, wcześniej też sprzedawał oprogramowanie w pudełkach (a do pisania instrukcji zatrudnił absolwentkę polonistyki). Inna mocna strona? Wrocławianie szybko i elastycznie reagowali na wszelkie rynkowe zmiany. – W ciągu minionych 20 lat sprzyjały nam uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne. Najzwyczajniej potrafiliśmy je wykorzystać,



↑ Jarosław Szawlis,
prezes InsERT-u:
Przychody firmy
nie spadły i w dobie
rynkowych perturbacji.



INSERT W LICZBACH W ROKU 2011* (DANE W ZŁ)

	Przychody ze sprzedaży	Zysk netto
2011	20 785 227	1 479 596
2010	20 783 821	3 333 825
2009	15 822 474	1 463 497

* dane za rok 2011 są szacunkowe, mogą jeszcze ulec zmianie
Źródło: InsERT

tworząc dobre oprogramowanie – wyjaśnia Jarosław Szawlis.

Denominacja, wprowadzenie VAT-u, problem roku 2000 czy wreszcie wejście Polski do Unii to wydarzenia, które pozwoliły InsERT-owi złapać wiatr w żagle. Ważną datą w historii firmy był grudzień 2009 r. Wówczas stała się ona częścią Grupy TETA (wykupiła 35 proc. udziałów). Niespełna rok później TETA trafiła pod skrzydła holenderskiego UNIT4 N.V. – To duży zastrzyk finansowy, dzięki któremu możemy z większym spokojem reagować na gospodarcze zawirowania – przyznaje prezes InsERT-u.

NIECO RYNKOWEGO PESYMIZMU

Idylla w rodzaju „wzorowa firma i świetlana przyszłość”? Bynajmniej. Turbulencje gospodarcze są chyba najbardziej dotkliwe dla małego i średniego biznesu, czyli głównych klientów InsERT-u. W 2010 r. nastąpiło tąpnięcie na rynku MŚP. Wiele firm zamknęło działalność, mniej też niż zazwyczaj było chętnych, by otwierać własny biznes. Co gorsza, nie pojawiły się bodźce prawne zachęcające

do wymiany oprogramowania. Jednakże, mimo trudności, w 2011 r. udało się wypracować przychód na poziomie – dla firmy bardzo dobrego – roku 2010.

Tyle że zyski skurczyły się ponad dwukrotnie. Jarosław Szawlis nie ukrywa, że najbliższe miesiące mogą być trudne; według niego, przemawia za tym co najmniej kilka przesłanek. Wylicza: – Widać znaczący spadek cen reklam w mediach. Inny niepokojący sygnał? Wzrost liczby podań o pracę przesyłanych przez informatyków. A jeszcze w zeszłym roku znalezienie fachowca w tej specjalności było sporym problemem... Kończą się też środki unijne z bieżącej perspektywy budżetowej, wkrótce minie też euforia związana z Euro 2012.

Gdzie zatem szukać szansy? Tomasz Sokołowski, dyrektor marketingu i sprzedaży InsERT-u, dostrzega światelka w tunelu. W dobie kryzysu firmy uważnie podejmują decyzje o zakupie oprogramowania, dokładnie przyglądając się stosunkowi funkcjonalności do ceny. Dlatego InsERT liczy na dobrą sprzedaż Subiekta i Rewizora. Niewykluczone, że przedsiębiorcy, którzy będą chcieli lepiej zarządzać sprzedażą, zaczną sięgać po takie aplikacje, jak Navireo.

Czy (umiarkowany) pesymizm prezesa nie podetnie aby jego zespołowi skrzydeł? To nie wchodzi w grę! Tym bardziej że szef znany jest już w firmie z wrodzonego pesymizmu.

– Lepiej być przygotowanym na gorsze, a potem przeżyć miłą niespodziankę, niż oczekiwać wzrostów, które mogą się nie pojawić – mówi Szawlis.

OPROGRAMOWANIE W „CHMURZE”? INSERT PRZY SWOIM PROFILU KLIENTÓW WOLI POZOSTAĆ NA ZIEMI.

TWARDY REALIZM

Już od kilkunastu miesięcy światowe koncerny lansują modę na usługi przetwarzania danych w chmurze. InsERT na razie zamierza pozostać ze swoimi klientami na lądzie. Dlaczego? – SaaS (Software as a Service, czyli oprogramowanie jako usługa – przyp. red.) w modelu biznesowym to sprzedaż programu na raty. Dodajmy – na nieskończoną ilość rat. My sprzedajemy na raty od dawna, ale z ich określoną liczbą – wyjaśnia Jarosław Szawlis.

O ile nowy model sprawdza się na rynku konsumenckim, bo właściciele smartfonów czy tabletów zyskują dostęp do zasobów z dowolnego miejsca, o tyle w przypadku aplikacji desktopowych – niekoniecznie. – Ultramobilne terminale słabo się sprawują w wystawianiu faktur czy księgowaniu. Dużo prościej pisać na normalnej klawiaturze, mając do dyspozycji 21-calowy monitor – przekonuje prezes.

InsERT nie chce jednak pozostawać bastionem konserwatyzmu. Niedawno firma wprowadziła usługę e-abonament. Można pobierać i instalować wszystkie uaktualnienia w wygodny sposób z poziomu programu. W tym roku InsERT proponuje usługę archiwizacji danych w chmurze.

Prezes InsERT-u wie, że to nie programy księgowe wyznaczają trendy. Znowu nie pozostaje nic innego, jak przystosować się do zmian: – W środowisku magazynowym najbardziej ergonomiczne i niezawodne były programy DOS, ale rynek dynamicznie się rozwija i technologie odchodzą do lamusa. Choć są całkiem niezłe. ←

➔ Wojciech Urbanek
w.urbanek@businessman.pl