

# Jakość to sposób na życie

Rozmowa  
z **Mirosławem  
Baranowskim**,  
właścicielem  
INNOVA S.A.



INNOVA SA

■ Po raz drugi zdecydowali się Państwo objąć opieką uroczystą Galę Finałową Konkursu JAKOŚĆ ROKU. Dlaczego INNOVA angażuje się w pomoc przy organizacji tego wydarzenia?

- Wszelkie działania dotyczące promocji najwyższych standardów postrzegamy jako bardzo istotne nie tylko w biznesie, ale i w życiu. Jakość to szerokie pojęcie, obejmujące wiele czynni-

ków składających się na finalny efekt. Wspieramy Konkurs, gdyż uważamy, że to bardzo szlachetna i cenna idea, coraz rzadziej widoczna w dzisiejszym świecie zdominowanym przez chęć zysku za wszelką cenę. Chcemy promować program, by z roku na rok rozwijał się, pokazując kolejnym przedsiębiorcom właściwą drogę do etycznego sukcesu.

■ Jak zatem, według Państwa można uzyskać najwyższe standardy w biznesie?

- Każdy może osiągnąć powyższy cel, bez względu na rodzaj działalności. Wszystko zależy od podejścia do tego, co się robi. Obecnie nie wystarczy już

tylko wytwarzanie dobrego produktu. Kluczowe znaczenie ma odpowiednia dbałość o klienta na etapie sprzedaży oraz w całym okresie użytkowania tego, co oferujemy. INNOVA działa w branży technologicznej, dlatego kolejnym ważnym czynnikiem jest nieustanne modyfikowanie i ulepszanie tego, co już udało się zrobić.

■ Marka INNOVA stała się znana dzięki istotnym dla rynku fiskalnego zmianom i nowościom. W jaki sposób wdrażacie Państwo swoje innowacje?

- Podstawowe założenie umożliwiające ciągły progres to świadomość zmienności i nie-



ustannego pojawiania się nowych potrzeb u klientów. Innymi słowami: staramy się przewidywać, w jakim kierunku podaży rynek fiskalny, co naszym zdaniem stanowi kluczową umiejętność w biznesie. Kolejnym źródłem inspiracji stają się opinie pochodzące od użytkowników kas i drukarek marki INNOVA. Gdy pojawia się potrzeba, staramy się opracować pomysł na jej zaspokojenie - w oparciu o dostępną technologię - lub stworzyć inną, pozwalającą na powstanie produktu o unikatowej jakości. Historia pokazywała niejednokrotnie, że zaprezentowanie klientowi innowacyjnych możliwości otwiera dotychczas nieznanne obszary ekspansji technicznej. Przykładami takich przełomów są: telefony komórkowe, iPady, odtwarzacze mp3 czy tablety. Powstanie następnego rewolucyjnego produktu to tylko kwestia czasu, a w wizji marki

INNOVA wpisane zostało dostarczenie tych nowinek najwcześniej w branży.

■ Czym zaskoczą Państwo świat fiskalny w bieżącym roku?

- W najbliższych miesiącach zamierzamy opracować coś wyjątkowego. Podobnie jak miało to miejsce z kasą INNOVA PRESTO, skupiamy się na rozwiązaniach gwarantujących ponadstandardową jakość i możliwości użytkownikom. Więcej szczegółów na ten temat przekażemy w najbliższej przyszłości. Powiedzieć mogę, że będzie to prawdziwy przełom, który zmieni postrzeganie urzędów fiskalnych.

■ Życząc kolejnych sukcesów - dziękuję za rozmowę.

Lukasz Bąk

## Przepis na sukces według Michała Pawłowskiego, wiceprezesa zarządu INNOVA S.A.

### „Efekt PRESTO” - krok pierwszy, czyli unikatowy produkt

By skutecznie zaznaczyć swoją obecność na konkurencyjnym rynku, niezbędnym atutem staje się opracowanie wyjątkowej technologii oferującej szereg korzyści, które wyróżniają nas na tle innych producentów. Najlepszym przykładem to najnowsza kasa INNOVA PRESTO EJ jako jedyna posiadająca elektroniczną kopię danych z zawieranych transakcji z 5-letnią gwarancją ich nieustracenia. Rozwiązanie to nie tylko zrewolucjonizowało dotychczasowe postrzeganie urzędów fiskalnych i ich możliwości, ale dodatkowo wniosło ze sobą standardy dostępne dotychczas jedynie dla wielkich koncernów handlowych. Efekt? Pierwsze dwa miesiące od wprowadzenia modelu do ofer-

ty zaowocowały zapotrzebowaniem znacznie przewyższającym zakładany plan. Obecnie PRESTO EJ to najnowocześniejsza opcja technologiczna dla każdego przedsiębiorcy.

Więcej na: [www.innova-sa.pl](http://www.innova-sa.pl)

### Elitarność produktu - krok drugi, czyli koncepcja innowacyjnej sprzedaży

Podstawę ciągłego i zrównoważonego rozwoju stanowi prawidłowo zaplanowana strategia kreowania sieci odbiorców nowych wyrobów. Należy pamiętać, że grono klientów branży fiskalnej jest ograniczone i jego zapotrzebowanie wynosi średnio około 150 000 urządzeń fiskalnych rocznie. Oznacza to, że marki stosujące politykę masowego wprowadzania swoich urządzeń na rynek zdecydowanie tracą, kreu-

jąc wyłącznie zwiększenie wewnętrznej konkurencji dla swoich produktów a nie ich większą sprzedaż. Kończy się to często brakiem towaru w kluczowych momentach zwiększonego popytu na rynku oraz odbija się na jakości oferowanych technologii. INNOVA stosuje wyłączenie lokalizacyjną, gwarantując dostępność tylko u najlepszych pod względem profesjonalizmu sprzedawców, skupiając się na dostarczeniu usługi wysokiej jakości zarówno podczas kupna, jak i serwisu nabytej kasy. Eliminuje to zjawisko wewnętrznej konkurencji dla własnych produktów z tym samym asortymentem kilku sklepów oraz zapewnia przedstawicielom INNOVA unikatowy produkt będący najnowocześniejszą opcją na rynku.

Wszyscy zainteresowani współpracą z INNOVA mogą bezpośrednio kontaktować się z firmą przy wykorzystaniu technologii DGP+, ściągając darmową aplikację i skanując powyższy artykuł.

ZESKANUJ ARTYKUŁ



Bezpłatna aplikacja dostępna w App Store i Google Play