

JUSŲ VERSLUI

2008 m. vasaris

Tinkamai
organizuotas
spausdinimas

2 p.

„Parex“ bankas –
individualus
konsultantas

3 p.

Telekomunikacijų
greitkeliai spartina
pokyčius

4 p.

Visas biuro
aprūpinimas – iš
„Officeday“

5 p.

Nauji „Lexus“ ir
„Toyota“ namai



8 p.

Įmonę valdo „iBiuras“

Lietuvos įmonės jau dabar gali visą mėnesį nemokamai naudotis verslo valdymo sistema, leidžiančia optimaliai išnaudoti resursus ir nesirūpinti programine įranga ar kompiuterine technika. Tokią galimybę suteikia UAB „Novitas“, kuri, pasinaudojusi „Microsoft Windows Sharepoint Services“, sukūrė paslaugą „iBiuras“.

„iBiuras“ yra naudojama kaip vidinė ar išorinė verslo valdymo sistema, prie kurios prisijungti reikia kompiuterio ir interneto.

Pasak Sigito Limonto, „Novito“ direktoriaus, įmonės ar organizacijos „iBiurą“ gali nemokamai išbandyti užsiregistravę interneto tinklapyje www.ibiuras.lt.

„Per interneto naršyklę ar suderinamą įrangą pasiekiamą sistema leidžia admi-

nistratoriams ir vadovams nesudėtingai valdyti įmonės tinklalapių turinį bei vartotojų veiklą ir teises. Įmonės, priklausomai nuo veiklos, gali prisiderinti „iBiurą“ savo poreikiams. Sistemoje pasiekiami įvairūs duomenų sąrašai, dokumentų ir nuotraukų archyvai, galima valdyti užduotis, stebėti vartotojų veiksmus bei atlikti daugelį kitų kasdieniame įmonės darbe būtinų veiksmų“, – pa-

sakoja S.Limontas.

Įmonės duomenys, esantys sistemoje „iBiuras“ yra saugūs – sistema nuolat daro atsargines duomenų kopijas, o serveris, kuriame kaupiami duomenys, patalpinamas į specialią saugyklą.

Svarbu ir tai, kad sistema nereikalauja didelių investicijų – už naudojimąsi „iBiuru“ imamas mėnesinis mokestis. Priklausomai nuo įmonės poreikių, jis gali būti 100–200 Lt/mėn. (be PVM).

UAB „NOVITAS“

iBiuras
BIURAS INTERNETE

www.ibiuras.lt

Automobilį parenka „S-CAR“

Kuo skiriasi „Mercedes“ markės automobiliai nuo BMW, o „Honda“ nuo „Toyota“, ir kuris iš jų labiausiai tinka būtent jums? Kiek ir kokių automobilių reikia konkrečiai įmonei? Į šiuos klausimus pasiruošę atsakyti II „S-CAR“ specialistai.

Pasak Andriaus Vyšniausko, „S-CAR“ vadovo, JAV, D. Britanijos ar Airijos įmonės, išigyjančios naujus automobilius, jau seniai pasitiki konsultuojančiomis bendrovėmis: „Patikėti naujo automobilio paieškas konsultantams taip pat įprasta, kaip Lietuvoje IT ūkio priežiūrą perleisti kitos įmonės specialistams“.

„S-CAR“ paslaugas teikia privatiems ir juridiniams asmenims. Anot A.Vyšniausko, itin svarbu nuspręsti, ar ieškomas šeimos, ar darbo poreikius tenkinsiantis automobilis, kiek daiktų teks vežti, kokiais keliais drieksis

maršrutai.

„Jei naujo transporto reikia įmonei, išanalizuojame ir įvertiname, kiek ir kokių automobilių reikia jos veiklai. „S-CAR“ neatstovauja nei vieno automobilio pardavėjo interesų, todėl teikiame objektyvias ir profesionalias konsultacijas“, – teigia įmonės vadovas.

„S-CAR“ siūlo su automobilio pirkimu susijusių paslaugų kompleksą: parenka kliento poreikius atitinkančius automobilius, sutvarko įsigijimo dokumentus, siūlo specialias lizingo bei draudimo sąlygas.

Taip pat siūlomos ir papildomos paslaugos – pageidau-

jantiems, bendradarbiaujant su užsienio partneriais, išrenkami norimo modelio nauji automobiliai, jiems dažnai irgi suteikiama garantija.

„Teikdami paslaugas atsižvelgiame į individualius klientų poreikius, vertiname jų laiką. Įmonėms ar asmenims, norintiems įsigyti naują transporto priemonę, nereikia minti automobilių salonų slenksčių, nagrinėjant technines charakteristikas ir klausantis suinteresuotų pardavėjų įtikinėjimų“, – pasakoja specialistas.

II „S-CAR“

S-CAR
Automobilų pardavimo konsultantai

www.s-car.biz

Oro taksi – veža



Patogiais lėktuvais įmonės vadovai ar specialistai negaišdami laiko nukeliauja tiesiai į verslo susitikimus.

UAB „Aeroservisas“ siūloma oro taksi paslauga keičia suvokimą apie susiekimo oru galimybes Lietuvoje. Oro taksi ne tik skubiai ir patogiai nuskraidina užsakovus į svarbų susitikimą ar renginį, bet ir padeda klientui kurti įvaizdį.

Nedideliais dvimotoriais verslo klasės orlaiviais vis dažniau keliauja Lietuvos bei užsienio kapitalo įmonių vadovai ir specialistai. Pasak Beno Laurinaičio, „Aeroserviso“ direktoriaus, klientai itin vertina, kad oro taksi paslaugas teikianti bendrovė nuskraidina reikiamu laiku į bet kurį arčiausiai paskirties punkto esantį Europos oro uostą, ir tai, kad per dieną galima aplankyti keletą oro uostų ir dar spėti grįžti namo.

„Planuodami verslo keliones įmonių vadovai dažnai susiduria su nepatogumais – arba į numatytą vietą iš Lietuvos neskraidina jokios oro bendrovės, arba jų skrydžiai siūlomi nepatogiu laiku, gailstamas laikas, daugėja išlaidų nakvynei, dienpinigiams ir pan. Pasirinkęs oro taksi paslaugą užsakovas pagal savo skrydžių maršrutus ir laiką. Be to, pasikeitus aplinkyboms,

skrydžių planus galima operatyviai koreguoti“, – pasakoja B.Laurinaičis.

„Aeroservisas“ organizuoja užsakomuosius skrydžius grupėms ir didesniais – 30-150 vietų orlaiviais. Bendrovė taip pat prekiauja įvairiais bendrosios aviacijos ir verslo klasės orlaiviais, kurie užsakovus pasiekia tiesiai iš gamintojo.

Anot B.Laurinaičio, skrydžių privačiais lėktuvais paklausa nuolat didėja: „Taip taupomas laikas, kuriamas įmonės ar asmens įvaizdis. Oro taksi lėktuvai tampa įprasta susisiekimo priemone“.

UAB „AEROSERVISAS“

AERO
servisas

Orlaivių nuoma ir pardavimas
+370 ORO TAKSI
www.ortaksi.lt

Tinkamai organizuotas spausdinimas mažina įmonės sąnaudas

Pasaulinės IT sprendimų bendrovės „Hewlett-Packard“ (HP) užsakymu atliktas tyrimas liudija, kad verslo sąnaudos dokumentų spausdinimo reikmėms per metus gali sudaryti iki 2 proc. kasmetinių įmonės pajamų.

Augant verslui, daugėjant darbuotojų, atitinkamai didėja ir įmonės sąskaitos biuru išlaikyti. Todėl veiklos optimizavimas tampa viena aktualiausių šių dienų problemų įmonių vadovams. Tyrimų kompanijos „Gartner“ duomenimis, beveik 95% įmonių nežino realių savo spausdinimo išlaidų. Tai liudija, kad šie procesai valdomi atsitiktinai, ne vieningai.

Spausdinimo išlaidas sudaro ne tik popierius, dažai, spausdintuvai, jų priežiūra. Kur kas didesnė blygybė – tai netinkamai organizuotas spausdinimas, iššvaistantis daug brangaus darbo laiko.

Galutinis ir nemalonus verdiktas įmonės vadovui: blogai biure paskirstyti spausdintuvai, įrangos sutrikimai, prastovos didina biuro sąnaudas ir mažina darbuotojų produktyvumą.

Taupymas perskirstant spausdintuvus

Didysis galvosūkis vadovams – kaip sumažinti išlaidas nemažinant produktyvumo. Rinkos tyrimų bendrovės „InfoTrends“ duomenimis, tai

galima pasiekti investuojant į technologijų atnaujinimą ir plėtojant gerai apgalvotą standartizuotą prietaisų paskirstymą.

Suderinus vienos funkcijos ir daugiaviečių spausdintuvų skaičių bei jų išdėstymą biure, padidinamas vieno prietaiso vartotojų skaičius ir kartu jis priartinamas prie darbo vietos.

„Atlikus pirminį įvertinimą dažnai paaiškėja, kad biure esantys spausdinimo prietaisai išnaudojami ne visu galingumu, jie išdėstyti darbuotojams nepatogioje vietoje ir įmonė turi galybę su spausdinimo paslaugomis susijusių tiekėjų“, – vardija HP vaizdo ir spausdinimo grupės produktų verslo klientams vadovas Lauris Šimelevičius. Visi šie faktoriai lemia didelės spausdinimo išlaidas.

Planuojant spausdintuvų ūkį reikia atsižvelgti, kokią spausdintuvo funkciją kiekvienas darbuotojas daugiausiai naudoja.

„Pavyzdžiui, jei įmonės daugiaviečiai spausdintuvai per 60% naudojami vien spausdinimo reikmėms, tai juos vertėtų pakeisti didesniu tankumu išdėliotais piges-

niais, ekonomiškais vienos funkcijos spausdintuvais ir palikti vieną galingą tinklinį daugiaviečių spausdintuvą su integruotomis kopijavimo bei skenavimo galimybėmis“, – siūlo L.Šimelevičius.

Anot jo, išdėliojus spausdintuvus pagal jų funkcijas, sumažėja ir darbuotojų nusiskundimų spausdinimo su-trikimais, spausdinimui sugaištama mažiau laiko, taigi didėja darbo produktyvumas.

Spausdintuvus valdo programos

Tolesnis žingsnis optimizavimo linkme – spausdinimo procesų stebėjimas. Nuolatinis spausdinimo procesų stebėjimas leidžia organizacijoms pamatuotai planuoti spausdinimo sąnaudas ir identifikuoti tas sritis, kurioms reikia papildomo dėmesio.

Vienas iš būdų – naudoti specializuotus programinius sprendimus, leidžiančius nuotoliniu būdu iš vienos darbo vietos stebėti visą spausdinimo ūkį ir valdyti atskirus prietaisus.

Pavyzdžiui, HP siūlomos programos „HP Easy Printer



Tinkamai išdėstius spausdintuvus, galima sutaupyti nemažai darbuotojų laiko.

Care“ bei „HP Web Jetadmin“ gerokai palengvina darbą įmonėms, naudojančioms nuo kelių iki kelių šimtų spausdintuvų. Šias programas galima atsisiųsti nemokamai iš HP interneto svetainės www.hp.com/go/easyprintercare ir www.hp.com/go/webjetadmin.

Programos leidžia centralizuotai valdyti visus prie bendrovės vidinio tinklo prijungtus spausdintuvus, stebėti jų darbą, matyti sutrikimus ir operatyviai į juos reaguoti.

Taupyti spausdintuvų sąnaudas padeda išsamios ataskaitos ar spausdinimo apribojimai. Turint išsamią informaciją apie naudojamą kiekvieną įmonės spausdin-

tuvu, galima nustatyti, ar jis dirba efektyviai, ir priimti atitinkamus sprendimus.

UAB HEWLETT-PACKARD



PLukšio g. 32, 7 a.,
LT-08222 Vilnius
Tel. +370 5 2103300
Faks. +370 5 2103301;
www.hp.lt
HP Infolinija:
Tel. +370 5 2103333
Tel. 8 800 10000
(Pr. - Pn., 9.00 – 17.00)

Kaip išsirinkti spausdintuvą

Rinkdamosi spausdintuvą, šiandien įmonės turi galvoti ne tik apie jų kainą ar savybių gausą, bet ir apie bendras sąnaudas, kurių ilgainiui pareikalaus spausdinimo darbai ir spausdintuvų ūkio priežiūra. Tai ne tik sunaudojama energija, spausdintuvų priežiūra, bet ir su tuo susijęs darbuotojų našumas ir galiausiai – klientų pasitenkinimas.

Dažnai pirkdami spausdintuvą pirkėjai vertina du pagrindinius faktorius: kiek puslapių spausdintuvas išspausdina per minutę ir kokia yra spausdintuvo kaina. Tačiau pasirodo, jog kur kas svarbesnė savybė nei spausdinimo greitis yra laikas, per kurį išspausdinamas pirmasis dokumento puslapis ir per kiek laiko išspausdinamas visas dokumentas. Konsultacinės bendrovės „InfoTrends“ atliktas tyrimas rodo, kad vidutinės įmonės 60 proc. visų spausdinamų dokumentų dydis yra ne daugiau kaip penki puslapiai – taigi per minutę išspausdinamų puslapių skaičius yra ne toks aktualus!

Pasaulinės IT sprendimų

bendrovės „Hewlett-Packard“ (HP) naudojama unikali „Instant On“ technologija leidžia greičiau išspausdinti reikiama dokumentą ir taip padidinti darbo produktyvumą ir efektyvumą. „Instant On“ technologija paremta tuo, kad ji tarsi eliminuoja laiko tarpą, kurio spausdintuvui reikia išilti, kad „išeitų“ iš energijos taupymo režimo. Tokiu būdu pirmasis dokumento puslapis išspausdinamas vos per 6–9 sekundes nuo spausdinimo mygtuko paspaudimo akimirkos. Pasak HP vaizdo ir spausdinimo grupės (IPG) produktų verslo klientams vadovo Laurio Šimelevičiaus, lygindamas pirmojo puslapio išspausdinimo greitį, vartotojas turėtų atkreipti dėmesį,

nuo kurio momento tą laiką gamintojas skaičiuoja.

HP atlikti bandymai taip pat rodo, kad „Instant On“ technologijos dėka taupoma energija. „Galbūt sutaupomos energijos sąnaudos nėra žymios įmonėms, turinčioms vieną ar du spausdintuvus, tačiau ji gali gerokai sumažinti didelių organizacijų išlaidas energijos ištekliams“, – sako Lauris Šimelevičius.

Šiuo metu HP pristato naujus ekonomiškus biuro spausdintuvus su „Instant On“ technologija. Tai asmeniniam naudojimui skirtų vienos funkcijos spausdintuvų serija „HP LaserJet P1006/1005“, iki 5 vartotojų galintys aptarnauti spausdintuvai „HP LaserJet P1505“ ir kopijavimo, fakso bei spausdinimo funkcijas turintys spausdintuvai „HP LaserJet M1120 MFP“ bei „HP LaserJet M1522n/nf“, skirti iki 15 žmonių grupėms.

Naujuosius spausdintuvus paprasta naudoti ir pri-



„HP LaserJet P1006“ yra „Cancel“ mygtukas, kuriuo paprasta greitai nutraukti spausdinimo darbą.

žiūrėti, tam nereikia pereiti mokymų ar samdyti specialistų. Juose naudojamos „all in one“ dažų kasetės, kurias išėmus pakeičiamos visos nusidėvėjusios spausdintuvo dalys. Be to, juose įdiegtos patentuotos dažų kasetės, sukurtos taip, kad dažantys milteliai, esantys uždaroje konstrukcijoje, dėl specialios magnetų technologijos keičiant kasetę neleidžia vartotojui išsitempti.

„Visos šios inovatyvios technologijos gali pasirodyti nereikšmingos perkant spausdintuvą. Tačiau darbo

procesuose greitai paaiškėja, kad jos mažina su spausdintuvų priežiūra susijusias išlaidas, taupo darbuotojų laiką, didina produktyvumą ir – svarbiausia – negadina jų nuotaikos“, – aiškina Lauris Šimelevičius.

Be to, naujuosiuose spausdintuvuose naudojami cheminio būdu pagaminti dažų milteliai, kurie yra vienodo dydžio bei idealiai apvalios formos, todėl greičiau ir kokybiškiau prilimpa prie popieriaus ir taip gerėja spausdinimo kokybė bei greitis.

„Parex“ bankas – individualus konsultantas ir partneris

Individualus bendravimas su kiekvienu klientu ir operatyviai priimami sprendimai – faktoriai, lemiantys nuolat augantį Lietuvos įmonių pasitikėjimą „Parex“ banku. „Klientas ir bankas yra partneriai, diskutuojantys, ieškantys geriausio sprendimo ir nebijantys inovacijų“, – „Parex“ banko filosofiją atskleidžia Sigitas Mocevičius, Verslo klientų departamento direktorius.

Pasak jo, „Parex“ bankas itin vertina ilgalaikį bendradarbiavimą: „Mūsų tikslas, kad į banką besikreipianti organizacija gautų jos veiklos specifika atitinkančius kompleksinius individualius pasiūlymus“.

Finansavimo sąlygas, pristatius visus reikalingus dokumentus, banko specialistai klientui dažnai pateikia dar tą pačią, bet ne vėliau kaip kitą dieną. Tik jei finansuojamas projektas didelis ir būtina įvairiapusė analizė, sprendimo priėmimas gali užtrukti kiek ilgiau.

Pagal poreikius

„Parex“ banke dirba patyrusių specialistų komanda, kurių kiekvienas specializuojasi tam tikroje srityje.

„Tokia sistema užtikrina, kad besikreipianti įmonė, nepriklausomai nuo jos veiklos ar dydžio, gautų reikiamą ir išgrynintą informaciją bei operatyviai sužinotų banko sprendimą dėl finansavimo sąlygų“, – teigia Gintaras Radavičius, „Parex“ banko Verslo bankininkystės tarnybos direktorius ir valdybos pirmi-

ninko pavaduotojas.

„Parex“ bankas finansavimo paslaugas dažniausiai teikia smulkaus ir vidutinio verslo įmonėms, taip pat žemės ūkio sektoriui, daugiabučių namų bendrijoms ir specialiesiems projektams, kurie yra didesni nei įprasta smulkaus ir vidutinio verslo įmonėms. Už kiekvieną iš šių sričių atsako į jas besigilinantys ir jas kuruojantys projektų vadovai.

Itin daug dėmesio sulaukė ūkininkams pasiūlyta AGRO programa. Ji skirta ir pradedantiejiems, ir jau patyrusiems augalininkystėje ar gyvulininkystėje užsiimančioms šalies ūkininkams. AGRO programa yra specialiai žemės ūkio segmentui sukurtas paskolų „krepšelis“, atitinkantis veiklos ir sezoniskumo poreikius. Šią programą sudaro keturi skirtingi finansiniai sprendimai: žemės ūkio paskirties žemės įsigijimui, investicijoms, sezoniniams darbams atlikti ir paskola be užstato, t.y. apyvartinių lėšų paskola.

„Parex“ bankas mato didelį potencialą žemės ūkio sektoriuje, todėl dar šiemet ūkinin-

kams pasiūlysiame naujų kompleksinių paslaugų. Taip pat neabejojame, kad, brangstant energetiniams ištekliams, spartės ir daugiabučių renovacija, tam pasirengę teikti dar daugiau finansavimo“, – teigia S.Mocevičius.

„2 iš 4“

Didelio populiarumo „Parex“ banko klientų tarpe sulaukė siūlomas aktualiausių paslaugų krepšelis „2 iš 4“.

„Klientai, atsižvelgdami į įmonės veiklą, gali išsirinkti du jiems naudingiausių paslaugų paketus ir naudotis nuolaidomis. Pavyzdžiui, jei įmonė perka prekes iš užsienio, jai bus aktualesnės tarptautinių pavedimų paketo nuolaidos, jei klientas prekiauja su vietiniais partneriais, jam naudingesnės bus vietinių pavedimų bei įplaukų iš kitų bankų administravimo paketų nuolaidos. Žodžiu, klientas pats gali nuspręsti ir išsirinkti, kokios nuolaidos jam naudingiausios“, – iliustruoja „Parex“ banko Verslo klientų departamento direktorius.

Sparčiai augantis „Parex“



„Lankstumu ir partneryste grindžiamais ryšiais pelnėme Lietuvos įmonių pasitikėjimą“, – sako Sigitas Mocevičius, „Parex“ banko Verslo klientų departamento direktorius.

bankas turi 30 padalinių aštuoniuose Lietuvos miestuose: Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje, Panevėžyje, Šiauliuose, Alytuje, Marijampolėje ir Kėdainiuose. Lietuvoje „Parex“ grupei atstovauja „Parex“ bankas kartu su antrinėmis įmonėmis UAB „Parex faktoringas ir lizingas“ ir „Parex Investicijų valdymas“. Tarptautinė finansinių paslaugų

„Parex“ grupė turi bankus, filialus ir atstovybes 15-oje pasaulio valstybių.



Skatina verslo inovacijas ir investicijas

Dinamiškai auganti UAB „Parex faktoringas ir lizingas“ finansuoja perspektyvius ir inovatyvius klientų projektus. Ir nesvarbu, ar į specialistų komandą kreipėsi įmonė, panorusi atnaujinti autoūkį, ar ketinanti įsigyti itin retą įrenginį, „Parex faktoringas ir lizingas“ visuomet ieško optimalaus projekto finansavimo sprendimo.

„Parex faktoringas ir lizingas“ pernai tapo antrine „Parex“ banko įmone. Tai paklojo pamatus naujam bendrovės augimo bei plėtros etapui.

Pasak Mindaugo Cidziko, bendrovės direktoriaus, prioritetinėmis „Parex faktoringo ir lizingo“ veiklos sritimis ir šiais metais išliks transporto priemonių bei gamybos įrengimų finansavimas.

„Planuojame aktyviau plėsti veiklą ir nekilnojamojo turto finansavimo srityje. Taip pat daug dėmesio skirsime specialaus ir netipinio turto įsigi-

jimui finansuoti. Šioje srityje būtina kruopščiai išsiginčinti kliento veiklą bei ateities perspektyvas, įdėmiai išanalizuoti patį projektą ir nestandartinį jo sprendimą. Taip pat remiame naujas verslo idėjas, esame pasirengę suteikti lizingo ar bet kurią kitą „Parex“ banko paslaugą neseniai veiklą pradėjusioms bei investuojančioms į naujas sritis įmonėms“, – sako M.Cidzikas.

Pliusai

„Parex faktoringas ir lizingas“, sėkmingai perėmęs „Parex“ banko veiklos strategiją telkti dėmesį į smulkų ir vidutinį verslą, klientams siūlo kompleksines – banko, faktoringo ir lizingo – paslaugas.

„Tai, kad mūsų bendrovė tapo antrine „Parex“ banko bendrove, labai naudinga mūsų klientams. Pavyzdžiui, „Parex“ banko ir „Parex fakto-



„Parex faktoringas ir lizingas“ pasižymi lankstumu bei operatyviais, atvirais ir aiškiais sprendimais“, – teigia Mindaugas Cidzikas, bendrovės direktorius.

ringo ir lizingo“ klientai gauna itin palankias sąlygas: mažesni pradiniai įnašai, įmonės turi galimybę pasilikti susigražintą PVM kaip apyvartines lėšas, o ne gražinti lizingo kompanijai. Lojaliems „Parex“ banko klientams galime suteikti išskirtines finansavimo sąlygas bei pateikti specialiai jiems pritaikytus pasiūlymus“, – teigia M.Cidzikas.

Pasak jo, šiemet bendrovė planuoja investuoti į darbuo-

tojų kvalifikacijos stiprinimą, informacinių technologijų sistemas bei aptarnavimo kokybę. Šiandien „Parex faktoringas ir lizingas“ turi savo atstovybes Vilniuje, Kaune bei Klaipėdoje. Tačiau faktoringo bei lizingo paslaugos klientams pasiūlomos ir visuose 30 „Parex“ banko padalinių, kurie yra išsikūrę 8 šalies miestuose. Taip garantuojama, kad klientas, užsukęs į bet kurią „Parex“

banko ar jo antrinės bendrovės padalinį, gautų pilną paslaugų kompleksą. Artimiausiu metu numatoma „Parex faktoringo ir lizingo“ plėtra kituose Lietuvos miestuose.

2007 m. „Parex faktoringo ir lizingo“ valdomo turto vertė viršijo 145 mln. Lt ir, lyginant su 2006 m., išaugo dvigubai. Įmonės klientų skaičius praėjusiais metais išaugo beveik tris kartus.

UAB „PAREX
FAKTORINGAS IR
LIZINGAS“



www.parexlingas.lt

Telekomunikacijų greitkeliai spartina rinkos pokyčius

Telekomunikacijų rinka keičiasi neatpažįstamai: duomenys, iki tol keliavę siaurais informacijos kanalais, dabar veržiasi į greitkelius. Keičiasi ir pačių vartotojų požiūris į paslaugas bei technologijas. Daugiau nei 15 m. telekomunikacijų srityje patirtį turinti „Fima“ įsitikinusi: šalies įmonėms, daugiau ar mažiau susijusioms su telekomunikacijomis, aušta pokyčių metas.

2007 m. UAB „Fima“ tapo oficialiu amerikiečių komutavimo įrangos lyderės „Extreme Networks“ atstovu Lietuvoje. Nauja partnerystė praplėtė „Fimos“ veiklos sritis – bendrovė klientams siūlo technologijas, leisiančias diegti funkcionalesnius ir didesniame duomenų srautui pritaikytus kompiuterinius tinklus. Kadangi „Extreme Networks“ laikosi ypatingų tinklų standartų, jos įranga yra puikiai suderinama su kito pasaulio lyderio – komunikacijų įrangos gamintojo „Avaya“ – produkcija.

Duomenų greitkelis

Eugenijus Kurtinaitis, „Fimos“ Telekomunikacijų sprendimų departamento direktorius, kompanijos „Extreme Networks“ kuriamus tinklus lygina su didžiųjų valstybių greitkeliais.

„Kuo skiriasi Vakarų Europos ir Lietuvos ar Lenkijos pagrindinės kelių arterijos? Mūsųose jie primena gyvenvietes jungiančius siaurus keliukus. Tokie keliukai driekiasi maždaug iki Varšuvos. Toliau važiuojant vakarų link, kelias lyg ir primena greitkelį, bet greitai važiuoti vis tiek negali – esma stabdo šviesoforai ir perėjos. Tačiau įvažiuavę į Čekiją ar Vokietiją

ją gali nesustodamas greitai pasiekti bet kurią Vakarų Europos vietą. Būtent su pastaraisiais greitkeliais galėtume palyginti „Extreme Networks“ siūlomas technologijas. Ši kompanija tiesia telekomunikacinius tinklus, kuriuose vienu metu gali judėti milžiniški informacijos kiekiai ir netrukdyti vieni kitiems“, – iliustruoja E.Kurtinaitis.

Pasak jo, kol Lietuvoje nebus sukurti didieji telekomunikaciniai greitkeliai, tol, kad ir kokias galingas technologijas turėsime, negalėsime greitai perduoti didelių informacijos kiekių. „Extreme Networks“ technologijos įgalina panaudoti telekomunikacinius tinklus įvairiais tikslais: perduoti balsą, vaizdą, tiesiogiai transliuoti laidas, siųsti didelius kiekius informacijos ir pan. Sudaromos sąlygos visam ūkiui plėstis greitai ir be stabdžių.

„Šis sprendimas jau pradedamas įgyvendinti Lietuvoje. Būtent tokią telekomunikacijų viziją mato „Fima“, – sako E.Kurtinaitis.

Kadangi „Extreme Networks“ tinklai, skirtingai nuo mums įprastų klasikinių duomenų tinklų, atsistato greičiau nei per 50 milisekundžių, jie idealiai tinka „Avaya“ įrangai, skirtai skambučių centrums ir

„Extreme Networks“ diegiamos technologijos suteikia galimybę panaudoti telekomunikacinius tinklus įvairiais tikslais: perduoti balsą, vaizdą, tiesiogiai transliuoti laidas, siųsti didelius kiekius informacijos ir pan. Sudaromos sąlygos visam ūkiui plėstis greitai ir be stabdžių.

balso paslaugų teikėjams.

Jau septynerius metus „Fima“ „Lietuvos geležinkelio“ diegia telekomunikacijos sprendimus. Technologinio ryšio principas šioje srityje yra unikalus, reikalauja spartos, aukščiausios ryšio kokybės ir šimtaprocentinio patikimumo. Projekte naudojamos „Avaya“ balso perdavimo technologijos. Įdiegtas sistemas „Fima“ modernizuos naudodama „Extreme Networks“ technologijas. Taip bus grindžiamas kelias itin sparčiam „Lietuvos geležinkelio“ darbui.

Kinta požiūris

Pasak „Fimos“ specialisto, keičiantis technologijoms ir suaktyvėjus operatorių veiklai, pakito ir klientų norai bei požiūris į teikiamas paslaugas.

„Įmonės diegiamos telekomunikacijų sprendimus pageidauja ne įrankio, bet naudojimui paruošto produkto, t.y., pageidauja turėti ryšį, bet nenori įsigyti įrangos. Vis daugiau klientų perka paslaugas, o įrangą nuomojasi. Taip yra todėl, kad nusipirkta įranga greitai amortizuojasi, reikalauja specialistų priežiūros, sukelia papildomų rūpesčių“, – sako E.Kurtinaitis.

Be to, įmonės nebesidomi, kaip paslaugos teikėjas įgyven-



Eugenijus Kurtinaitis, UAB „Fima“ Telekomunikacijų sprendimų departamento direktorius, įsitikinęs, kad telekomunikacijų srityje dirbančių bendrovių laukia neišvengiami pokyčiai – tobulėja technologijos, keičiasi klientų poreikiai ir darbo specifika.

Visą informaciją apie naujausius technologinius sprendimus galima surasti pačiam, tačiau, kiek laiko bus sugaišta ir klaidų padaryta, kol bus pasirinktas tinkamiausias sprendimas. Ir laikas, ir netinkami sprendimai brangiai kainuoja, todėl „Fimos“ ir jos kolegų veikla krypta į konsultavimo paslaugas.

dins užsibrėžtus tikslus, joms svarbus tik rezultatas, pasiektas pigiausiu ir saugiausiu būdu. Šio reiškinio rezultatas – svarūs pokyčiai telekomunikacijų rinkoje: tokias paslaugas teikiančių įmonių koncentracija ir veiklos kitimas.

Kryptis – konsultacijos

Specialistas prognozuoja, kad mažosios ir didžiosios Lietuvos įmonės, norėdamos įsidiesti joms tinkamiausius telekomunikacijų sprendimus, neapsieis be konsultuojančių bendrovių paslaugų.

„Visą informaciją apie naujausius technologinius sprendimus galima surasti pačiam, tačiau, kiek laiko bus sugaišta ir klaidų padaryta, kol bus pasirinktas tinkamas sprendimas. Laikas ir netinkami sprendimai brangiai kainuoja, todėl „Fimos“ ir jos kolegų veikla turi orientuotis į konsultavimo paslaugas“, – ateities perspektyvas atskleidžia E.Kurtinaitis.

Įmonės, perkančios paslaugas, vis mažiau domisi, kas vyksta technologijų pasaulyje. O turėti aukščiausios kvalifikacijos telekomunikacijų specialistą, kuris darbuojasi tik vienai įmonei, neapsimoka – toks darbuotojas nebetobulėja ir nekaupia kompetencijos, todėl netrukus savo kompetencija jis palieka tik vidutinioką. Pasak „Fimos“

atstovo, konsultacinėje įmonėje dirbantys specialistai, susidurdamieji su daug iššūkių, kaupia svaresnį žinių bagažą.

„Viena iš mūsų įmonės užduočių yra pasiruošti šiems rinkos pokyčiams. Tikime, kad verslo konsultacijų rinkoje tilps ir mažosios, ir didžiosios kompanijos“, – sako E.Kurtinaitis.

Stabdo įpročiai

Specialisto teigimu, technologijos vystosi labai greitai, tačiau dar ne visada jomis besinaudojantieji yra pasirengę pokyčiams psichologiškai.

„Prisipažinkime, stacionariu telefonu naudojames tik dėl to, kad esame pripratę jį matyti ant darbo stalo. Vartotojų įpročiai kinta lėčiau nei vystosi technologijos. Tai yra normalu, todėl gudrųjį telefoną, kuris jau seniai nebėra telefonas, o tapo kompiuteriu, vis tiek vadiname telefonu. Neilgai trukus taps nebesvarbu, kokį įrenginį naudojame. Svarbiausia, kokį taikomąjį sprendimą esame įdiegę“, – sako „Fimos“ Telekomunikacijų sprendimų departamento direktorius.



Su moderniausiais greitkeliais galime lyginti milžiniškiems informacijos kiekiams skirtus telekomunikacijos tinklus, kuriems tiesiai naudojamos „Extreme Networks“ technologijos, derančios su „Avaya“ įranga.

„FIMA“ – INOVATYVI LYDERĖ

Elektroninių inžinerinių sprendimų kūrimo bei projektų valdymo UAB „Fima“ jau 15 metų teikia paslaugas Lietuvos ir užsienio įmonėms. „Fima“ diegia kompleksinius ir unikalius automatikos, duomenų perdavimo, apsaugos, telekomunikacijų ir kitus sprendimus. Kompanijos veiklos koncepcija pagrįsta technologijų adaptavimu individualiems kliento poreikiams, siekiant maksimaliai efektyvaus sprendimo.

Didelė „Fimos“ veiklos dalis yra susijusi su infrastruktūriniais projektais, kurie yra Europos Sąjungos lėšomis finansuojamų projektų dalis. „Fimos“ atstovų teigimu, įdomiausi ir sudėtingiausi 2007 m. projektai buvo įgyvendinti bendrovėje „Lietuvos geležinkeliai“ ir Rusijos bei Baltarusijos pasienyje – išorinėje Šengeno sienos dalyje. Kompanija su „Lietuvos geležinkeliais“ bendradarbiauja jau septintus metus, o pernai buvo susitelkta ties telekomunikacinės sistemos modernizavimu. Šengeno išorės sienoje „Fima“ stiprina komunikacinės įrangos saugumą ir sistemos galias, kad čia dirbančios žinybos galėtų saugiai ir operatyviau keistis duomenimis. Čia įdiegta pasaulinės komunikacijų lyderės „Avaya“ įranga.

„Fima“ įsteigusi biurus Kaune, Klaipėdoje ir Šiauliuose. Latvijoje yra antrinė įmonė SIA „Fima“. „Fimoje“ dirba 350 aukštos kvalifikacijos specialistų.

„FIMA“



Fima

www.fima.lt

Visas biuro aprūpinimas – iš „Officeday“ rankų

Kasdien darbe atlikdami dešimtis įvairiausių užduočių net nepastebime, kokiais biuro reikmenimis ar įranga naudojames. Prie biure esančių darbo priemonių esame taip įpratę, jog apie jas susimąstome tik staiga kažko pritrūkę. „Officeday“ direktorius Tomas Mačernis teigia, jog bendrovės kolektyvas deda visas pastangas, kad į minėtą situaciją klientai nepakliūtų niekada.

„Tam esame sukūrę ir per daugelį metų išstobulinę visą grandinę veiksmų, kurie užtikrina greitą ir patikimą mūsų klientų aptarnavimą biuro prekėmis“, – sako T.Mačernis.

Pigesnis aprūpinimas

Šiuo metu Lietuvoje biuro prekes tiekia kelios dešimtys bendrovių, tačiau net trys iš keturių aktyviai veikiančių įmonių naudojami būtent „Officeday“ paslaugomis. T.Mačernis teigia, kad šiandien „Officeday“ yra pasirengusi kompleksiskai aptarnauti bet kokio dydžio įmonę.

„Užsisakyti visas biuro paslaugas iš vienos įmonės – gerokai pigiau, tačiau didžiausia nauda mūsų klientams – galimybė ekonomiškai tvarkyti biuro aprūpinimą, visiškai patikint jį mums ir būnant tikriems dėl prekių kokybės ir jų greito pristatymo. Galima sutaupyti iki 15% biuro aprūpinimo biudžeto, jei asortimentas parenkamas apgalvotai ir atsižvelgiant į įmonės veiklą. Kartu su užsakovu mes aptariame svarbiausius įmonės poreikius ir siūlome, kaip ir kokias prekes geriausia užsakyti, kad biuro aprūpinimas būtų efektyvus“, – sako „Officeday“ vadovas.

Galimybės rinktis plečiasi

Aštrios konkurencijos aplinka sukuria vis įvairesnius skirtingų bendrovių poreikius.

„Kiekvienas nori turėti galimybę pasirinkti prekę, ge-

riausiai atitinkančią poreikius ir galimybes“, – klientų rūpesčius supranta Petras Petkevičius, „Officeday“ pardavimų direktorius.

Todėl bendrovės asortimente galima rasti daugiau nei 5.000 prekių pavadinimų.

Pasak įmonės atstovo, dar platesnių galimybių klientams atsirado kompanijai tapus didžiausio biuro aprūpinimo tinklo „Officeday“ dalimi Baltijos šalyse ir Suomijoje. Bendradarbiavimas grupės bendrovėms leidžia palankiomis sąlygomis praturtinti asortimentą. Patirtis, kuria noriai dalinasi „Officeday“ grupės nariai, leidžia ir Lietuvos rinkai pasiūlyti verslo poreikius atitinkančius sprendimus ir technologijas.

Kiekvienam pagal poreikius

Skirtingas įmonės veiklos pobūdis lemia ir skirtingus kainas, atitinkamai – ir kokybės reikalavimus. Ne kiekviena įmonė pageidauja pačių kokybiškiausių, todėl ir pačių brangiausių prekių. Jei kompanija specializuojasi konsultacijų srityje arba teikia finansines paslaugas, tikėtina, jog jai reikės geresnės kokybės popieriaus ar biuro reikmenų. Tuo tarpu gamybinės paskirties bendrovėms dažnai pakanka ir kuklesnių prekių, todėl ir jų biuro aprūpinimo biudžetai būna mažesni.

Atsižvelgiant į skirtingus poreikius, „Officeday“ suformavo kelių kainos ir kokybės lygių asortimentą. Aukščiausios kokybės ir kainos prekės skirtos įmonėms, pasirengu-

sioms mokėti už išskirtinę kokybę. Viduriniojo lygio asortimentu naudojami norintys nebrangių, tačiau gerai žinomų gamintojų prekių. „Ekonominis krepšelis“ patenkins taupančiųjų įmonių poreikius. Tačiau P.Petkevičius atkreipia dėmesį, kad ir toje pačioje įmonėje skirtingo darbo pobūdžio atstovų poreikiai gali būti nevienodi. Bendrovėje „Officeday“ įdiegta elektroninė užsakymų sistema leidžia formuoti skirtingų prekių krepšelius skirtingiems darbuotojams, todėl, pavyzdžiui, įmonių vadovai ar klientus aptarnaujantys specialistai turi galimybę užsisakyti aukštesnės kokybės prekių, o atliekantiems techninius ar pagalbinius darbus gali būti įvesti asortimento apribojimai.

Pristato iki darbo stalo

Šiandien „Officeday“ turi didžiausią biuro reikmenų prekybos centrų tinklą, veikiančią 19 šalių miestų. Pati bendrovė turi 6 savo prekybos centrus, kiti yra pagal franšizę dirbantys partneriai.

„Mūsų vardo naudojimas reiškia sėkmingo verslo garantijas – juk kartu mes suteikiame plačiausią Lietuvoje biuro prekių asortimentą, itin patrauklias kainas, modernias užsakymų valdymo programas bei naujausią vadybinę patirtį“, – sako T.Mačernis.

Kasdien įmonės automobiliai pristato užsakymus 500 įmonių, o naujausia programinė įranga leidžia juos atskirai pristatyti į skirtingus bendrovės filialus.



Tomas Mačernis, „Officeday“ direktorius, teigia, kad klientų pasitikėjimą lemia ne tik platus prekių asortimentas ir greitas jų pristatymas, bet ir gebėjimas kiekvienam užsakovui sukurti pridėtinę vertę.

Stimulus žengti tolyn

Nors jau sukurtas platus klientų aptarnavimo tinklas, įgytas tarptautinių partnerių pasitikėjimas, įmonė nesustoja tobulėti. Šiomet bendrovė suplanavo atsigręžti į mažas bendroves ir privačius pirkėjus. P.Petkevičiaus teigimu, planuojama pakeisti biuro prekių parduotuvių koncepciją.

„Pastebėjome, kad mažoms įmonėms ar privatiems pirkėjams maloniau bendrauti su mūsų parduotuvių konsultantais, patiems pamatyti pasirinktas prekes. Stengsimės, kad visos 19 Lietuvoje veikiančios „Officeday“ parduotuvės taptų dar patrauklesnės šiems klientams“, – tikina P.Petkevičius.

„Officeday“ tikslas – garantuoti kokybiškas paslaugas, pasiūlyti optimalius sprendimus, patenkinti kiekvieno kliento individualius poreikius.

„Daily service“ keičia prekės ženklą

Biuro prekių tiekimo lyderė Lietuvoje UAB „Daily service“ keičia prekės ženklą į „Officeday“ ir tampa didžiausio tarptautinio biuro prekių tinklo Baltijos šalyse ir Suomijoje dalimi.

„Officeday“ tinklą valdanti Islandijos įmonių grupė „Penninn“ sujungė biuro prekių tiekimo lyderes Lietuvoje, Latvijoje, Estijoje ir Suomijoje. „Daily service“ šio koncerno dalimi tapo 2007 m. balandį. Prisijungimas prie didžiausio biuro prekių tinklo įmonės klientams garantuoja dar platesnę biuro prekių pasirinkimą, aukštesnę logistikos ir informacinių technologijų lygį.

Pasak Tomo Mačernio, „Daily service“ generalinio direktoriaus, pasikeitus prekės ženklui bendrovės veiklos kryptys, tikslai ir vidinė struktūra nesikeičia.

„Tačiau tolimesnės plėtros laukia konceptualūs pokyčiai. Užimdami tvirtas pozicijas verslas-verslui segmente, nepamiršime ir privačių pirkėjų. Šiomet pristatysime naują parduotuvių koncepciją, kurią kūrėme remdamiesi Islandijos patirtimi. Taip pat pasiūlysimės lanksčius aptarnavimo modelius mažoms ir vidutinio dydžio įmonėms“, – teigia T.Mačernis.

„Daily service“ įkurta 1999 m., sukūrė plačiausią biuro prekių pristatymo tinklą Lietuvoje. Bendrovė pirmąją Lietuvoje tarp verslas-verslui (B2B) biuro reikmenų platintojų.

UAB „DAILY SERVICE“



www.officeday.lt

Pirkti internete - praktiška ir patogiu

Biuro prekes tiekianti bendrovė „Officeday“ savo klientams elektroninės komercijos galimybes pristatė viena pirmųjų Lietuvoje. Dabar jie prekes gali užsisakyti iš spausdinto ar elektroninio katalogo, užsakymus gali pateikti jiems patogiu būdu – telefonu, faksu, el. paštu ar internetu (www.officeday.lt).

Užsisakančiųjų biuro prekes elektroninėje „Officeday“ parduotuvėje pastaraisiais metais sparčiai auga. To priežastis – itin patogi sistema, kontroliuojanti įmonių išlaidas ir optimizuojanti užsakymus.

„Officeday“ elektroninę biuro aprūpinimo sistemą E-BAS netinkama vadinti paprasčiausia e.parduotuve. Pasak Petro Petkevičiaus, bendrovės pardavimų direktoriaus, sistema E-BAS

bei atsiskaitymų statistika įmonėms pateikiama įvairiais pjūviais.

Apribojant prekių užsakymą arba nustatant, kokios rūšies biuro reikmenis darbuotojai gali išsirinkti, ne tik kontroliuojamos įmonės lėšos, bet ir formuojamas įvaizdis.

Be to, jei kiekvieną kartą e.sistemos vartotojas užsako panašias prekes, jam kito apsilankymo e.parduotuvėje metu nereikia jų rinktis iš naujo – E-BAS galima išsaugoti iki penkių skirtingų prekių krepšelių variantų. Taip pat suteikiama galimybė filtruoti prekių sąrašus, todėl paieška sutrumpėja iki minimumo.

Antspaudas ir vizitinė kortelė – internetu

Dar vienas E-BAS privalumas – galimybė vizitines korteles ir antspaudus užsisakyti internetu.

„Tai yra patogiausias ir greičiausias būdas užsisakyti svarbiausius įmonės atributus – vizitines korteles ir antspaudus. Vartotojui tereikia užsiregistruoti e.sistemoje, vieną kartą sukurti vizitinės kortelės ar antspaudu šablona ir užsakyti pageidaujama vienetų skaičių. Elektroninė sistema sukurta taip, kad galima keisti ne tik asmens ar kontaktinius duomenis, bet ir spalvas, logotipus, vizitinės kortelės dydį ar formą“, – sako P.Petkevičius.



Petras Petkevičius, „Officeday“ pardavimų direktorius: „Elektroninės prekybos sistema kasmet tobuliname, nuolat investuojame, kad ji patenkintų klientų poreikius ir padėtų lengvai bei greitai užsakyti biuro reikmenis“.

„Sėkmės laboratorija“ tobulėti skatina nuosekliai

Jei įmonė neįgyvendina užsibrėžtų tikslų, be aiškių priežasčių darbovietę palieka patyrę specialistai, o aukščiausios grandies vadovai susirūpinę tuo, kas vyksta įmonėje, reikėtų atkreipti dėmesį į vidinę organizacijos komunikaciją ir vidurinėsios grandies vadovų įgūdžių dirbant su žmonėmis vystymą. Tuo įsitikinęs Ritoldas Narmontas, UAB „Sėkmės laboratorija“ direktorius.

Pasak jo, vienas iš organizacijos sėkmės faktorių yra vadovų darbo efektyvumas. Būtent šio tikslo ir siekiama „Sėkmės laboratorijos“ organizuojamuose efektyvaus vadovavimo ir instruktavimo mokymuose.

„Svarbiausia kiekvienos organizacijos ašis, jungianti įmonėje dirbančius specialistus ir aukščiausios grandies vadovus, yra specialistams vadovaujantys asmenys. Jie perduoda gyvybiškai svarbią informaciją pavaldiniams ir perteikia įmonėje vykstančius procesus savo viršininkui, t.y. aukščiausios grandies vadovui. Todėl itin svarbu, kad visi organizacijoje dirbantys asmenys kalbėtų viena kalba ir suprastų vienas kitą“, – sako R.Narmontas.

Pasak „Sėkmės laboratorijos“ direktoriaus, pagrindinis organizuojamų mokymų tikslas – sukurti įmonėje vidinę komunikacijos sistemą, kurios dėka specialistas nebijotų kreiptis į vadovą pagalbos, o vadovas žinotų, būtent kokia pagalba ir kada yra reikalinga numatytam rezultatui pasiekti.

„Jei organizacijoje kalbama viena kalba, o tarpusavio bendravimas yra pozityvus ir nukreiptas į bendrą tikslą, įmonė greitai įveiks visas kliūtis ir sparčiai įgyvendins užsibrėžtus tikslus“, – teigia R.Narmontas.

Anot specialisto, itin svarbu yra suvokti, ko vadovui trūksta, kad jis taptų tikru komandos lyderiu. „Sėkmės laboratorija“ siūlo pasitelkti „Profiles International“ sukurta darbuotojų vertinimo metodą „CheckPoint 360“.

„Įdomu tai, kad šio testo metu vadovą vienodais kriterijais vertina ir visa jį supanti aplinka, ir jis pats. Tyrimo rezultatai parodo, kokias kompetencijas vadovui būtina ugdyti ir kokie mokymai jam

labiausiai pravers. Jei po mokymų kurso praėjus metams testas „CheckPoint 360“ pakartojamas dar kartą, išaiškėja, ar investicija į mokymus pasiteisino ir vadovas užpildė visas prieš tai buvusias žinių ir įgūdžių spragas. Tik vieninga vertinimo sistema padeda įvertinti mokymuose įgytas žinias“, – sako „Sėkmės laboratorijos“ direktorius.

„Sėkmės laboratorija“ yra subūrusi kompetentingų lektorių komandą. Į įmonės specialistus kreipiasi ne tik bendrovės, norinčios gilinti žinias vadovavimo srityje, bet ir siekiantys valdyti iškalbos bei derybų meną, tobulinti pardavimų, laiko valdymo įgūdžius, turinčios tikslą formuoti darnią ir motyvuotą komandą.

Skatina iniciatyvas

UAB „Magnus Logistics“ vadovai žinių sėmėsi „Sėkmės laboratorijos“ organizuojamuose efektyvaus vadovavimo mokymuose. Anot Editos Miltakytės, logistikos kompanijos direktorės, mokymų metu



Pasak Ritoldo Narmonto, UAB „Sėkmės laboratorija“ direktoriaus, svarbiausia, kad mokyti pasiryžusi įmonė darbuotojų kvalifikaciją keltų nuosekliai: „Vienkartinė investicija į mokymus yra tik įmonės lėšų švaistymas“.

pateikta medžiaga buvo išdėstyta nuosekliai, patraukliai ir įsimintinai.

„Ekspresyvas dėstymo stilius pažadino norą kuo greičiau praktikoje pritaikyti įgytas žinias“, – susižavėjimo neslepia E.Miltakytė.

Violeta Valentukevičienė, UAB „Ūkio banko investicinė grupė“ Personalo departamento direktorė, teigia, kad „Sėkmės laboratorijos“ organizuoti situacinio va-

dovavimo mokymuose buvo primintos elementarios tiesos, kurias per skubėjimą ir kasdienius darbus tiesiog pamirštame.

„Jei anksčiau intuityviai nusprendavome, kaip su vienu ar kitu darbuotoju reikia bendrauti, išklausę situacinio vadovavimo kursą, tai atliekame pagrįstai ir sistemiskai. Puiku, kad įgytos žinios susišaukia su realia praktika“, – teigia V.Valentukevičienė.

UAB „SĖKMĖS LABORATORIJA“

SĖKMĖS LABORATORIJA

Tik profesionalūs treneriai. Patikrintos mokymų formulės

www.sekmeslab.lt

Tikrojo guru paieškos

Verslo mokymų ir konsultavimo UAB „Mercuri International“, įžvelgdama rinkos pokyčius, šiemet, kaip ir pernai, pateiks tris naujas mokymų programas. Kompanijos atstovo teigimu, vis daugiau įmonių vadovų suvokia, kad naujos idėjos ir sistemingas bei nuolatinis darbuotojų ugdymas ne tik motyvuoja darbuotoją, bet ir didina jo produktyvumą.

Pasak Sauliaus Patašiaus, UAB „Mercuri International“ direktoriaus, darbo jėgos trūkumas yra vienas iš veiksnių, keičiančių požiūrį į darbuotojų mokymą.

„Tai, kad iš Lietuvos emigruoja labai daug darbingo amžiaus žmonių, yra tiesa. Tačiau pagrindinė priežastis, kodėl pradėjo trūkti būtent kvalifikuotų specialistų, yra įmonių augimas. Natūralu, kad esamų profesionalių išteklių nebeužtenka. Įmonės privalo atsigręžti į mokymus, didinančius darbuotojų produktyvumą“, – prognozuoja S.Patašius.

Moderni klasika

Šiemet „Mercuri International“ klientams siūlys tris naujus

mokymo kursus, tačiau teigia, kad šios naujovės yra klasika, pateikiama gyvenimo iššūkių padiktuotu nauju formatu.

„Klasikinis efektyvaus pardavimo kursas – eikliausias „Mercuri International“ arklukas – suskils į keturias dalis. Kiekviena dalis bus orientuota į pardavimo subtilybes skirtingo tipo klientui. Kol kas pagal naują programą mokysime savo kompanijos darbuotojus, o vėliau šį kursą įtrauksime ir į bendrą mokymų programą“, – sako bendrovės direktorius.

Kita mokymų programa – kategorijų valdymas (CatMan). Ji skirta pardavėjams, kurie tiekia savo prekes į prekybos tinklus, siekia profesionaliai didinti pardavimus ir vystyti abipusiai naudingus santykius su verslo partneriais (prekybos centrais). Pagrindinis tiekėjo tikslas – tapti savo prekių grupės kapitonu, kurį gerbtų net ir reikliausi klientai. Juk prekybos tinklai spaudžia beveik visus tiekėjus, tačiau kapitoną spaudžia švelniausiai.

„Mercuri International“ pirmą kartą Lietuvos auditorijai

pristatys mokymų programą, kurios išskirtinis požymis – dalyvių amžius.

„Iš sėkmingai verslą plėtojantių brandaus amžiaus kompanijų savininkų tenka išgirsti norą atsitraukti nuo aktyvios veiklos. Tačiau pasitraukti į atsargą nepasiruošus kitokiam gyvenimui dažniausiai reiškia patirti stresą. Nusprendėme organizuoti Lietuvoje visiškai naują „Savęs valdymo“ kursą apie asmens vertybes ir tikslus. Šioje programoje galės dalyvauti tik vyresni nei 40 metų asmenys. Šis amžiaus cenzas taikomas ir mokymo vedėjams“, – pasakoja S.Patašius.

„Mercuri International“ pateikia dar vieną naujieną – pernai sėkmingai startavusį vadovams skirtą mokymo kursą „MI-Lead“. Jo metu dėmesys sutelkiamas į vadovavimo stilius. Pasak S.Patašiaus, požiūris, kad vadovas turi būti visiems vienodai reiklus, valdingas ir visus darbuotojus nuolat ugdantis, yra neteisingas. Geras vadovas turi suprasti, kurio darbuotojo nepavyks paakinti be griežtesnio žodžio, o su kuriuo

specialistu užtenka tik kolegiskai padiskutuoti ar pastūmėti tikslo link.

Supratimas

Pasak „Mercuri International“ direktoriaus, įmonių vadovai, pakviesti dalyvauti įvairiose mokymo programose, suabejoja, ar mokymuose pavyks išgirsti kažką naujo.

„Vadovams, ant savo pečių išnešusiems visą įmonę, vargu ar reikia mokytis pardavimo meno. Tačiau mokytis įmonių vadovus kviečiame dėl to, kad jie ir jų vadovaujami asmenys imtų kalbėti viena kalba“, – sako S.Patašius.

Jis pataria, kad tam tikruose kursuose turėtų dalyvauti visi įmonės darbuotojai – nuo vadybininko iki vadovo.

„Dažnai įmonių vadovai po mokymų džiaugsmingai sušunka: „Pagaliau supratau, ko galiu iš savo darbuotojų tikėtis ir reikalauti!“ Svarbiausia, kad kiekvienas asmuo, nesvarbu, kokias pareigas jis užima, turėtų savo mokymosi sistemą, kad suvoktų, ką jis jau puikiai įval-



„Tikrasis guru esame kiekvienas iš mūsų, jeigu turime aiškią, visapusišką pardavimo sistemą, o verslo konsultantai yra tik mūsų pagalbininkai, pajėgūs žadinanti naujų idėjų gimimą“, – įsitikinęs Saulius Patašius, UAB „Mercuri International“ direktorius. A.Mankevičiaus nuotr.

dės ir kokių žinių jam trūksta, siekiant užsibrėžto tikslo. Per paskutinius metus į mokymų ir konsultacijų rinką plūstelėjo daug naujų idėjų, kurias skelbė vienas už kitą pranašesni konsultantai. Žmonės sutrinka ir nebežino, kieno yra tiesa, kuris iš jų yra tikrasis guru. Jie turėtų suvokti, kad tikrasis guru esame kiekvienas iš mūsų jeigu turime aiškią sistemą, o verslo konsultantai yra tik mūsų pagalbininkai, pajėgūs sužadinti naujų idėjų gimimą“, – teigia „Mercuri International“ direktorius.

UAB „MERCURI INTERNATIONAL“

Mercuri INTERNATIONAL

www.mercuri.lt

3PL — nauji vėjai šiuolaikinėje logistikoje

Logistikos sprendimų bendrovė „Festina“ pasiūlė pažangią trečiųjų šalių logistikos – 3PL (angl. Third-party logistics) paslaugą, jungiančią ir sandėlio platinimo bei informacijos paslaugų valdymą. 3PL gerina klientų aptarnavimą, padeda kontroliuoti atsargas pagal įvairius parametrus, sumažinti prekių pristatymo laiką bei sėkmingai administruojant logistikos procesus.

Prekių gabenimas ir jų draudimas, įvairių rūšių transporto paslaugų teikimas – visa tai yra įprastos Lietuvos logistikos kompanijų paslaugos klientams. Tačiau inovacijos ir pažangiausias technologijas keičia tradicinius logistikos procesus. Nauja logistikos verslo kryptis – paslaugos sandėliuose. Jaroslavas Akmanovas, „Festinos“ plėtros direktorius, teigia, kad 3PL – tai moderniausias būdas tiksliai suvaldyti didėjančius krovinių srautus.

Vien sandėliuoti – neužtenka

Šiuolaikinėje sandėlių veikloje stebima tendencija, kad tarp visų logistikos paslaugų mažėja vien prekių saugojimas. Vis dažniau tenkinamas užsakovo poreikis logistikos specialistams perleisti valdyti atsargų srautus.

„Sandėliavimo organizavimas yra itin svarbi logistikos proceso dalis: srautų valdymas,

likučio sekimas ir dokumentų tvarkymas – šiuos procesus būtina kruopščiai kontroliuoti, norint sėkmingai plėtoti verslą“, – sako logistikos įmonės plėtros direktorius.

3PL paslauga yra itin patikima: užsakymų priėmimas dirba tiesiai su duomenų baze, tad absoliučiai išvengiama klaidų ar netikslumų, automatizuotas užsakymo surinkimas yra integruotas su apskaitos sistema. Informacinė sistema valdo maršrutą, kontroliuoja produktų surinkimą ir vienu metu gali valdyti kelis užsakymus.

Klientai bet kuriuo metu gali matyti, kokioje būsenoje yra jų užsakymas, kada jis bus pristatytas ir daugelį kitų funkcijų, be kurių neįmanoma išgyventi šiuolaikiniame versle – tai leidžia ir klientams išlikti konkurencingais rinkoje.

Pasak J.Akmanovo, 3PL jų klientams suteikia galimybę susitelkti į pagrindinę veiklą, o materialiuųjų srautų

valdymą perleisti logistikos sprendimų įmonei.

3PL Lietuvoje

Trečiųjų šalių logistikos paslaugas šiuo metu Lietuvoje teikia penkios kompanijos. Praktika, kai visos logistikos paslaugas perduodamos kvalifikuotiems logistikos specialistams, dar yra nauja ir ja daugiau naudojasi didieji klientai. Tačiau vis daugiau verslininkų įvertina tokio sprendimo privatumus ir pasirenka šią naują.

„3PL paslaugos tampa neatskiriama logistikos sprendimų tiekimo grandinės valdymo dalimi“, – sako J.Akmanovas.

Inovacijos – verslo variklis

„Festina“, vienai didžiausių Lietuvos logistikos paslaugų įmonių, inovacijų diegimas ir valdomas modernus platinimo tinklas leidžia teikti klientams itin aukšto lygio paslaugas. Kvalifikuoti įmonės darbuotojai ekspedijuoja krovinius ir Baltijos, ir kitose Europos šalyse. „Festinos“ automobilių parke yra daugiau nei 120 ne senesnių kaip 3 metai ir patikimose draudimo bendrovėse tinkamai apdraustų vilkikų su įvairaus tipo puspriekabėmis. Beveik visos

„Festinos“ transporto priemonės pažymėtos EURO5 ženklu, kuris yra suteikiamas tik didelių saugos ir aplinkos taršos reikalavimus atitinkančioms transporto priemonėms. Dėl atitikimo šiems reikalavimams bei kvalifikuotų specialistų komandos, kurie nuolat tobulina žinias seminaruose ir kursuose Lietuvoje bei užsienyje, „Festina“ sudarė ilgalaikes išskirtines sutartis su IKEA, „Vopak“, „Stora Enso“, SCA ir kitomis tarptautinėmis kompanijomis. Jos savo tiekėjams kelia ypatingai didelius saugos, aplinkosaugos bei socialinius reikalavimus.

„Nuolat investuojame į plėtrą ir technologijas“, – sako J.Akmanovas. – 3PL paslauga – viena iš prioritetinių įmonės veiklų: jai skiriama daugiausia dėmesio ir investicijų“.

Pasak logistikos bendrovės plėtros direktoriaus, naujausių technologijų taikymas – strateginė „Festinos“ verslo priemonė. Tai leidžia nuolat siūlyti naujų galimybių klientams, teikti aukštos kokybės paslaugas ir aptarnavimą.

Sėkmingai dirbančios „Festinos“ apyvarta nuo 2003 m. išaugo daugiau kaip 6 kartus, nuo 6,4 mln. Lt iki 40,2 mln. Lt 2007 m. Darbuotojų per penkerius metus padaugėjo nuo 20 iki 183.



Jaroslavas Akmanovas, UAB „Festina“ plėtros direktorius: „Inovacijų diegimas ir valdomas modernus platinimo tinklas bei šiuolaikinis transporto parkas leidžia teikti paslaugas, kurios atitinka griežčiausius užsakovo reikalavimus“.

Nadeždos Akmanovos nuotr.

UAB „FESTINA“



FESTINA

+370 37 370050
info@festina.lt
www.festina.lt

Unikalus automobilio vedlys

Vytautas Grigaitis, UAB „Altas“, oficialaus „Nav N Go“ atstovo Lietuvoje, pardavimų vadovas, teigia, kad Vengrijos gamintojo siūloma navigacinė sistema pirmiausia turėtų sudominti privačius asmenis ar įmones, kurių automobiliuose yra įmontuoti gamykliniai daugiaspalviai monitoriai.

„Jei automobilyje ir yra gamyklinė navigacinė sistema, dažniausiai ji netenkina individualaus varotojo poreikių, nes žemėlapiai būna pasenę ir juose pateikiama tik neišsami mūsų regiono informacija. „Nav N Go“ sukurta navigacinė sistema galima įmontuoti prie jau esančios automobilio gamintojo sistemos arba daugiaspalvio monitoriaus“, – sako V.Grigaitis.

Kalba lietuviškai

Nors ši „Alto“ platinama ir diegiama navigacinė sistema pasaulyje buvo pristatyta tik praėjusį rugsėjį, specialiai Lietuvos vartotojams yra sukurta vaizdinis bei garsinis meniu lietuvių kalba. Šioje sistemoje naudojama viena populiariausių Lietuvoje „iGO“ programinė įranga.

„Nustačius norimą maršrutą, navigacinė sistema jį detalčiai pateiks monitoriuje ir balsu išpės apie laukiančius posūkius ar žiedines sankry-

žas“, – pasakoja „Alto“ pardavimų vadovas.

Šios navigacinės įrangos gamintojai naudoja pasaulyje pripažintą kompanijos „TeleAtlas“ žemėlapius, pritaikytus būtent automobilių navigacinėms sistemoms. Žemėlapis aprėpia 100% Lietuvos teritorijos, vartotojas gali naudotis 34.610 km Lietuvos kelių ir gatvių, rasti 15.857 gyvenvietes ir 6.043 lankytinas vietas. Jis taip pat detalčiai atspindi visą Vakarų ir Rytų Europą.

Anot V.Grigaičio, dar vienas šios navigacinės sistemos privalumas – žemėlapius „TeleAtlas“ atnaujinama kas ketvirtį, o vartotojas, vieną kartą įsigijęs navigacinę sistemą, gali atnaujinimus atlikti savarankiškai – nereikia įsigyti brangių DVD navigacijos diskų.

Gausina multimediją

Pasak „Alto“ atstovo, vieniems automobiliams šiai sistemai pajungti prireikia tik

bazinės gamintojo įrangos, o kitiems būtina speciali multimedijos sąsaja.

„Tačiau į automobilio monitorių įmontavus multimedijos sąsają ir navigacinę sistemą, vėliau papildomai galima prijungti DVD grotuvą, televizijos imtuvą, galinio vaizdo kamerą ar, pavyzdžiui, „iPod“ grotuvą“, – galimybes atskleidžia V.Grigaitis.

Priklausomai nuo automobilio modelio, navigacinės sistemos įranga kainuoja nuo 2.500 iki 3.500 Lt.

„Mūsų siūlomų navigacinių sistemų kaina, palyginus su automobilių gamintojų, yra žymiai mažesnė. Be to, atsiranda galimybė jungti įvairius multimedijos įrenginius“, – sako „Alto“ pardavimų vadovas.

Itin patogiu yra tai, kad įsigijus naują automobilį tą pačią „Nav N Go“ navigacinę įrangą galima permontuoti į naująją transporto priemonę. Sistemai suteikiama 2 metų garantija.

Vairuotojai, kurių auto-



Unikali navigacinė sistema tenkina ir estetinius vartotojų reikalavimus – prijungus ją prie originalaus automobilio monitoriaus, nereikia ant prietaisų skydelio talpinti papildomų įrenginių.

mobilyje nėra gamyklinio monitoriaus, „Alto“ atstovybėse gali įsigyti vartotojų pamėgtas universalias nešiojamas „Clarion“ ir „TomTom“ navigacines sistemas.

„Altas“ ne tik platina, bet ir diegia „Nav N Go“ navigacinę sistemą, siūlo automobiliams skirtus papildomus multimedijos įrenginius, automobilių apsaugos bei transporto valdymo sistemas. „Altas“ turi vieną plačiausių audio aparatūros ir

apsaugos sistemų montavimo tinklą Lietuvoje, atstovybės įsikūrusios Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje, Šiauliuose, Panevėžyje, Marijampolėje, Alytuje, Telšiuose ir Utenoje.

UAB „ALTAS“



www.altas.lt

Vilniuje pakvietė nauji „Lexus“ ir „Toyota“ namai

Sostinėje, Ukmergės g., duris atvėrė naujas modernus „Lexus“ ir „Toyota“ automobilių pardavimo salonas, kuriame įsikūrė šių automobilių ekspozicijos salės, aptarnavimo centras bei UAB „Mototoja“ administracija.

Tai antras „Lexus“ automobilių salonas Lietuvoje bei pirmasis įrengtas pagal išskirtinius gamintojo reikalavimus, kurie dabar taikomi visiems Europoje veikiančioms atstovybėms.

„Lexus“ ekspozicijos salės įranga yra identiška kitiems Europoje kuriamiems salonams, todėl neilgai trukus, klientas, užsukęs į bet kurį Europoje esantį „Lexus“ automobilių centrą, bus apsuptas vienodos aplinkos, jausis kaip namuose“, – vienodų salonų idėjos filosofiją aiškina Edmundas Povilauskas, „Lexus“ ir „Toyota“ atstovės „Mototoja“ direktorius.

Bendras „Toyota“ ir „Lexus“ automobilių pardavimo ir aptarnavimo centro plotas 3.850 kv. m, iš jų 600 kv. m yra skirta „Toyota“ automobilių ekspozicijos salei, kur galima bus pamatyti visą „Toyota“ automobilių gamą, o „Lexus“ automobiliai eksponuojami atskiroje 210 kv. m salėje, kuri taip pat talpina visą „Lexus“ automobilių gamą. Atvykę į naująjį centrą klientai gali išsirinkti tinkamiausią iš visų gaminių keleivinių bei lengvųjų komercinių „Toyota“ automobilių, taip pat labiausiai patikusią prestižinės klasės

„Lexus“ automobilių. Prekybos centre įsikūręs automobilių aptarnavimo ir remonto cechas prižiūrės ir „Lexus“, ir „Toyota“ automobiliais, tačiau „Lexus“ priežiūrai „Mototoja“ skiria išskirtinį dėmesį – tuo rūpinasi atskira specialistų komanda. „Lexus“ salonas sukurtas pagal vieningą Europoje taikomą koncepciją, jis pritrauks šios prestižinės markės mėgėjus, kurie iki šiol neturėjo galimybes aptarnauti savo automobilių Vilniuje.

„Siekiamo kokybiškai ir operatyviai aptarnauti savo klientus. Suprantame, kad pripildytoje rinkoje tai svarbu kiekvienam žmogui, kuris nutarė įsigyti naują ar truputį naudotą automobilį. Daug investuojame į savo darbuotojus, nuo jų pirmiausiai priklauso klientų atsiliepiamai ir pasitenkinimas, todėl kelis mėnesius iki naujojo centro atidarymo savo žinias specialistai gilino bei „Toyota“ filosofijos sėmėsi įvairiuose mokymuose“, – pasakoja „Mototojos“ direktorius.

UAB „MOTOTOJA“
MOTOTOJA
www.mototoja.lt



Vilniaus naujam „Lexus“ ir „Toyota“ automobilių centrui pagal „Toyota“ koncerno koncepciją parengta 55 specialistų komanda.



Naujajame salone be „Auris“ eksponuojama dar 13 „Toyota“ modelių.



Naujas sportiškas ir galingiausias „Lexus IS-F“ modelis į saloną atvyks balandį.



„Lexus“ ekspozicijos salė įrengta pagal visai Europai taikomus reikalavimus.