

STRATEGIE Firmy wolą sprzedawać za pośrednictwem cudzych pracowników

Coraz więcej outsourcingu

Michał Fura

michal.fura@infor.pl

Zamiast zatrudniać pracowników, firmy masowo korzystają z zewnętrznych firm zajmujących się sprzedażą towarów i usług.

Dla firm z branży outsourcingowej, czyli świadczących usługi na zlecenie banków, telekomów czy płatnych telewizji, 2009 rok był czasem żniw. Na ich usługi decydowali się nawet ci, którzy dotychczas wszystko robili sami.

Przykład – producent kawy Tchibo, który w ubiegłym roku zdecydował się na skorzystanie z zewnętrznych sił, gdy zaplanował dotrzeć ze swoimi produktami do kolejnych 10 tys. sklepów. Spółka chciała początkowo zrobić to na własną rękę, ale spostrzegła, że będzie ją to kosztowało zbyt dużo czasu i pieniędzy.

Cały proces, związany z samodzielną rekrutacją i szkoleniem pracowników, planowaniem

oraz logistyką, byłby bardzo trudny i pracochłonny – mówi „DGP” Lukasz Gajewski, prezes zajmującej się outsourcingiem spółki Target BPO. U uruchomiła ona dla Tchibo nową sieć w ciągu trzech miesięcy.

Podobnych przykładów było w ubiegłym roku znacznie więcej, dzięki czemu wartość rynku outsourcingu sprzedaży wzrosła aż o 17 proc. do 990 mln zł – wynika z udostępnionego „DGP” raportu przygotowanego przez zrzeszającą branżę Fundację Instytut Outsourcingu (FIO).

W branży pracuje około 14 tys. przedstawicieli handlowych; liczba ta stale rośnie. Każdy z pracowników generuje rocznie 65–80 tys. przychodu dla firmy outsourcingowej w ramach ustalonego z klientem kontraktu – mówi Paweł Farfał, ekspert FIO.

Najczęściej z ich usług korzystają firmy z sektora FMCG, banki, firmy farmaceutyczne i telekomunikacyjne: operatorzy komórkowi

i płatnej telewizji. Wiele z nich to zagraniczne koncerny. W ciągu czterech ostatnich lat zwiększyły one wydatki na outsourcing sprzedaży o blisko 50 proc. W ubiegłym roku, jak podkreślają przedstawiciele branży, dodatkowym czynnikiem był kryzys.

Wymusił na przedsiębiorcach bardziej racjonalne gospodarowanie kosztami

i podniesienie efektywności – tłumaczy Wojciech Bieńkowski, prezes notowanej na giełdzie spółki outsourcingowej Arteria.

W tym roku branża jeszcze przyspieszy. Paweł Farfał spodziewa się, że w tym roku wydatki firm zwiększą się co najmniej o 25 proc. Liczą na wzrost zamówień z sektora bankowego, zwłaszcza na większą sprzedaż kart kredy-

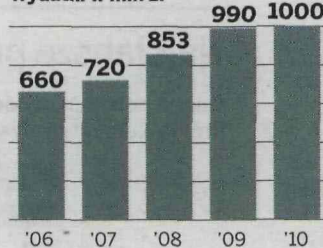
towych, a także na branżę telekomunikacyjną, w której pojawi się więcej ofert dostępu do telewizji, internetu i telefonii.

Nowym źródłem przychodów, z którym branża wiąże największe nadzieje, jest energetyka. Zdaniem Pawła Farfała rozegra się o nią ostra walka o klienta, bo coraz więcej Polaków planuje zmianę sprzedawcy prądu.

Przybywa firm zlecających zadania na zewnątrz

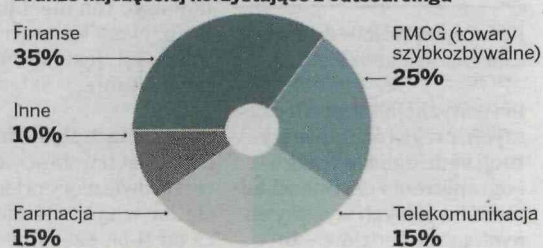
Najchętniej z takich usług korzystają banki i operatorzy telekomunikacyjni

Wydatki w mln zł



Źródło: Fundacja Instytutu Outsourcingu

Branże najczęściej korzystające z outsourcingu



Rys. MC