

*Nowatorska forma kontaktu pozwala
w wyjątkowy sposób budować
oraz umacniać dobre relacje z klientami*



KLIENCI POKOLENIA MILENIJNEGO

**Z narzędzi VidCom. pl korzysta wiele podmiotów – od niewielkich, często jednoosobowych firm, po dużych klientów korporacyjnych. Coraz szersze grono rodzimych przedsiębiorców dostrzega korzyści płynące z wykorzystania nowych możliwości i nie boi się podejmowania działań w kierunku budowania przewagi nad konkurentami, niedostrzegającymi tych zmian
– mówi Jacek NAMYSŁO, prezes katowickiej firmy – VidCom.pl**

Panie Prezesie, firma VidCom. pl to przykład firmy, która stara się przetrzeć nowe szlaki, tworząc i udostępniając przedsiębiorcom praktyczne i szeroko dostępne narzędzia komunikacji wideo i wspólnej pracy na odległość. To eksterawagancja czy konieczność w dzisiejszych czasach?

Potencjał możliwości i zakres zastosowań tego typu narzędzi w pracy każdego przedsiębiorcy ograniczony jest wyłącznie ludzką pomysłowością. W Polsce widać wyraźne symptomy, o których coraz częściej mówi się w krajach uchodzących za innowacyjne, m.in. w Stanach Zjednoczonych. Z jednej strony mamy coraz wyraźniejsze oczekiwania pokolenia nazywanego Milenijnym, które staje się najważniejszą grupą wiekową klientów większości firm. Z drugiej strony mamy przedsiębiorców, którzy chcąc trafić do tej grupy odbiorców, muszą dostosować się do ich oczekiwań. Dziś nie wystarczy utrzymywanie zwykłej strony internetowej. Nie wystarczy również rozbudowanie strony-wizytówki do wieloelementowej platformy informacyjnej, czy też poszerzanie jej funkcjonalności o tradycyjne już kanały komunikacji, jak forum, czat, formularze kontaktowe. Dla dzisiejszego klienta nie jest już najistotniejsza cena, czy tym bardziej jakość, do której producent próbuje przekonywać coraz sprytniejszą reklamą.

Co jest więc najważniejsze dla klienta?

Dwa elementy: opinia innych klientów na temat produktu (co wyraźnie widać na łamach wielu serwisów społecznościowych i specjalistycznych forach dyskusyjnych) oraz sprzedawca, który nie będzie wydawał się jedynie reliktem przeszłości.

Kto korzysta z narzędzi VidCom. pl?

Z narzędzi VidCom. pl korzysta wiele podmiotów – od niewielkich, często jednoosobowych firm, po dużych klientów korporacyjnych. I nie dzieje się to już, jak jeszcze rok wcześniej, na zasadzie sprawdzenia możliwości ciekawostki technicznej. Dzisiaj, w oparciu o szeroki wachlarz możliwości tych narzędzi, firmy budują nowe, bądź udrażniają dotychczasowe kanały sprzedaży, poszerzają rynki zbytu, usprawniają formy kontaktu ze swoimi partnerami, kontrahentami, pracownikami, czy w końcu klientami. Coraz częściej wykorzystują te same narzędzia do załatwiania wielu codziennych spraw, tym samym oszczędzając mnóstwo środków i czasu, co ma swoje znaczenie nie tylko w okresie kryzysu.



Jacek Namysło,
prezes Zarządu VidCom.pl Sp. z o.o.

Firma VidCom. pl jest liderem w swojej branży, czy potwierdzają to statystyki?

Nasze statystyki, które uwzględniają stan na połowę kwietnia 2009, przedstawiają się następująco:
– liczba podmiotów utrzymujących swoje konta dostępne: 1.150

- liczba przeprowadzonych konferencji wideo (ostatni rok): ponad 25.000
- liczba osób uczestniczących w spotkaniach (ostatni rok): ponad 125.000
- największa konferencja: 211 uczestników
- największa konferencja wielogodzinna: 532 uczestników
- najdłuższa konferencja (poza transmisjami stałymi): 4,8 h

Już te, pierwsze – i mamy nadzieję, wciąż skromne – wyniki uplasowały VidCom. pl na pozycji lidera w dostarczaniu profesjonalnych narzędzi tego typu na szeroką skalę. Powodów jest wiele, ale jednym z najważniejszych jest fakt, iż została wypełniona luka pomiędzy dotychczas szerzej znanymi rozwiązaniami sprzętowymi (profesjonalnymi, ale drogimi), a niewielkimi możliwościami zwykłych komunikatorów internetowych o charakterze masowym (stworzonymi do zupełnie innych celów). Nie koniec na tym, bowiem coraz więcej podmiotów decyduje się na budowanie swojego biznesu, w oparciu o nowe możliwości. Przykładem niech będzie tutaj portal e-psychologowie. pl, który intensywnie i z sukcesem rozwija swój potencjał w oparciu o komunikację wideo. Ponadto, wśród klientów VidCom. pl znaleźć można m. in.: parafie, fundacje

i instytucje charytatywne, przedsięwzięcia pro-społeczne, instytucje administracji publicznej, uczelnie wyższe i inne placówki oświatowe, przedsięwzięcia szkoleniowe, firmy marketingowe, sklepy internetowe, portale biznesowe i oczywiście wielu przedsiębiorców. Warto również zauważyć, że narzędzia zaczęły pojawiać się w projektach unijnych, zyskując dodatkowe punkty za nowatorstwo.

Czy potencjał tego rynku został w pełni wykorzystany?

Wydaje się, że potencjał tego rynku rzeczywiście jest dopiero w początkowym etapie krystalizacji. Niemniej jednak, coraz szersze grono rodzimych przedsiębiorców dostrzega korzyści płynące z wykorzystania nowych możliwości i nie boi się podejmowania działań w kierunku budowania przewagi nad konkurentami, którzy nie dostrzegają tychże zmian. Tym bardziej, że dzięki rozwiązaniom VidCom. pl, wdrożenie takich narzędzi nie wymaga żadnej zaawansowanej wiedzy technicznej, ani też dużych środków finansowych.

Izabela Dembna

PODSTAWOWE INFORMACJE

Grupa narzędzi informatycznych do łatwego organizowania wideokonferencji oraz wspólnej pracy zdalnej, za pośrednictwem Internetu, skierowana do klienta biznesowego. Dodatkowo system umożliwia przeprowadzanie ankiet i testów, wspólną pracę na jednym pliku, przysyłanie dokumentów, interaktywne prezentacje multimedialne, etc.

Kilkanaście wersji dedykowanych (jak na przykład: e-VideoLearning, e-VideoBOK, e-VideoSklep) to m.in. wyjątkowa możliwość bezpośredniej wideoprezentacji produktów znajdujących się w ofercie danej firmy oraz udzielenia błyskawicznej odpowiedzi na pytania klientów, partnerów, kontrahentów. Za pomocą narzędzia można także przeprowadzać szkolenia lub demonstracje działania produktów dla wielu klientów równocześnie. Taka forma jest bardzo atrakcyjnym sposobem prezentacji oferty produktowej. Jednocześnie klient może stworzyć nowoczesne Biuro Obsługi Klienta.

Ta nowatorska forma kontaktu pozwala w wyjątkowy sposób budować oraz umacniać dobre relacje z klientami firmy. Moduł może jednocześnie pełnić rolę serwisu konsumenckiego, serwisu pomocowego (help-desk) lub serwisu reklamacyjnego.

Kilka przykładowych prezentacji wykorzystania narzędzi w poszczególnych branżach, biznesach, etc. dostępnych jest na stronie VidCom. pl.

Polityka cenowa VidCom. pl jest tak skonstruowana, że koszt utrzymania konta dostępowego ponosi wyłącznie jego właściciel i jest to kwota 90 zł netto / m-c. Żadnych innych kosztów (nie dotyczy wersji dedykowanych). Konto takie uprawnia do organizowania nieograniczonej ilości konferencji/połączeń, z nieograniczoną ilością osób (w trakcie opłaconego m-ca), co jest jednym z większych atutów rozwiązania.

Osoby zapraszane do danej konferencji nie muszą posiadać własnego konta, a więc ponosić jakichkolwiek kosztów, a nawet nie muszą nigdzie rejestrować się, etc. Wystarczy, iż zalogują się jako 'Gość' do wideokonferencji wybranej firmy, używając do tego przeglądarki internetowej, bądź bezpłatnego programu ViCo. Nie muszą też być widziane, ani słyszane – mogą korzystać z wybranego kanału komunikacji (czat, audio, wideo).

Spółka VidCom.pl:

- jest Członkiem Izby Gospodarczej;
- została wybrana za przykład innowacyjnej firmy w ramach akcji „Innowacyjność w Regionie”;
- jest Członkiem (współzałożycielem) Polskiej Izby Gospodarczej Zaawansowanych Technologii;
- jest stuprocentowym przykładem polskiego kapitału oraz polskiej myśli technicznej – posiada ponad 20 znaków towarowych i patentów.

Więcej informacji na stronie głównej: www.VidCom.pl.