

PIĘTRO WYŻEJ

Realizujemy część swoich pomysłów. Na więcej rynek nie jest przygotowany – twierdzą menedżerowie toruńskiej spółki Optiguard. W ciągu 15 lat przekształciła się ona z kilkuosobowej firmy w światowego lidera innowacji w branży elektronicznych systemów antykradzieżowych.

Większość z nas kojarzy systemy antykradzieżowe z alarmem przy próbie wyniesienia towaru przez elektroniczną bramkę w sklepie. Tymczasem możliwości ich zastosowania są bardziej wszechstronne. Ekspozycyjny produkt, np. iPod, może być stale zasilany energią, a jego podniesienie z półki zainicjuje multimedialną prezentację na sąsiednim ekranie. Czujniki w centrum handlowym mogą dostarczać informacje o ilości i kierunku przepływu klientów, czy czasie reakcji personelu na kradzież. Można dodać do tego gamę produktów interaktywnego marketingu: multimedialne prezentatory, kioski lub system Digital Signage pozwalający na jednocześnie wyświetlanie w sieci salonów tej samej prezentacji, możliwej do zarządzania poprzez Internet z dowolnego miejsca na Ziemi. Tak w skrócie przedstawia się oferta spółki Optiguard z Torunia, która zdobyła już 75 proc. krajowego rynku EAS (Elektronicznych Zabezpieczeń Produktów) i przebojem zdobywa rynki światowe.

Być najbliżej klienta

Pomysł na działalność firmy narodził się w Hamburgu, gdzie mieszkał założyciel i obecny prezes **Romuald Gierszal**. Początkowo zatrudniała 5 osób i zajmowała się importem i dystrybucją urządzeń producentów m.in. z USA, Szwecji i Niemiec. Biznesowi sprzyjała rosnąca konsumpcja, zwłaszcza elektroniki oraz dynamiczny rozwój handlu.

– Oznaczało to również otwarcie na niebezpieczeństwo kradzieży. Stąd zaczęto myśleć jak się przed nimi zabezpieczać i pojawiły się pierwsze bramki, etykiety i pudełka, czyli tak zwane safery – wspomina prezes Gierszal. Jak podkreśla, o rozpoczęciu działalności w Polsce zadecydowała także wyznawana filozofia biznesu, że **trzeba być z klientem na stałe. I to był jeden z kluczy do sukcesu**. Chcieliśmy uniknąć sytuacji, kiedy dostawca produktu z zagranicy, sprzedaje go i znika. Nie zamierzaliśmy robić doraźnego biznesu, ale pozyskać klienta, który zostanie z nami, bo spełniamy jego wymagania.

Po kilku latach dystrybucji światowych marek, spółka zdecydowała się na uruchomienie własnej produkcji. – Dostawcy z zagranicy nie byli elastyczni i kreowali wyłącznie własne rozwiązania. Nam, jako nowej firmie, zależało na zadowoleniu polskiego odbiorcy – mówi **Wojciech Nowakowski**, menedżer ds. badań i rozwoju Optiguard.

Decyzja spowodowała wzrost znaczenia firmy na rynku elektronicznych zabezpieczeń kabelkowych. W 2002 roku spółka zdobyła 50 proc. krajowego sektora indywidualnych zabezpieczeń towarów, a w 2004 r. weszła na rynki m.in. Rosji i Białorusi. Rozpoczęła obsługę sieci handlowych jak Carrefour czy Media Markt. Kolejne sukcesy nastąpiły w drugiej połowie dekady. Udział w krajowym rynku zabezpieczeń elektronicznych zwiększył się do 75 proc.

Made in Optiguard

Produkty Optiguard zdobyły prestiżowe nagrody, m.in. Złoty Medal Międzynarodowych Targów Poznańskich, za system Secu-Media stanowiący nowatorskie rozwinięcie tzw. technologii zabezpieczeń kabelkowych. Specjaliści po raz pierwszy połączyli w nim funkcję antykradzieżową z funkcją zasilania i możliwością multimedialnej prezentacji produktu, po wzięciu go do ręki przez klienta. Uznanie zdobył również system Panoptika, przeznaczony do zbierania i analizy danych np. w centrach handlowych. Dzięki czujnikom zintegrowanym z systemami alarmowymi może on służyć do rejestracji ruchu w budynku lub jego częściach, co pozwala prognozować zachowania zwiedzających albo weryfikować prowadzone akcje promocyjne.

– Innowacyjność Optiguard polega na tym, że odeszliśmy dawno od

typowej funkcji security i widzimy siebie jako integratora kompleksowego systemu. Łączy on wiele elementów: zabezpieczenie przed kradzieżą, komunikację z klientem i informacje statystyczne przydatne dla handlu, np. jak długo dany produkt był oglądany czy ile osób weszło do salonu sprzedaży – wyjaśnia Wojciech Nowakowski. Opracowywaniem nowych projektów zajmuje się 12-osobowy dział badawczo-rozwojowy zatrudniający m.in. inżynierów, mechaników-elektroników, informatyków, programistów, grafików i specjalistów od designu. Są to głównie utalentowani absolwenci, których firma wyszukuje lub którzy zgłaszają się z własnej inicjatywy, zachęcani informacjami na temat możliwości rozwoju zawodowego.

Chcą być światowym pionierem

Dział prowadzi badania techniczne i opracowuje prototypy urządzeń i systemów, które są testowane i kierowane do produkcji. – **Sledzimy to, co dzieje się na świecie**, dzięki temu możemy wcześniej przewidzieć na przykład boom na tablety. Dwa lata temu na różnych międzynarodowych targach prezentowało się kilkadziesiąt ich producentów, a w Polsce pisano tylko o jednym. Za to my wiedzieliśmy, że ten rynek dotrze do Europy znacznie szybciej i przygotowaliśmy autorskie systemy do prezentacji i zabezpieczania tabletów, które z sukcesem pokazaliśmy na Targach IFA w Berlinie – dodaje Nowakowski.



Pracownicy Optiguard postawili na innowacyjność

Większość produktów to rozwiązania nowatorskie, nie mające swoich odpowiedników w branży. Prezes Romuald Gierszal nie ukrywa ambicji utrzymania przez firmę pozycji lidera EAS w dziedzinie innowacyjności. – **Przecieramy szlaki na świecie i zamierzamy być nadal pionierami**, którzy kreują nowe pomysły, rozwiązania i technologie – przekonuje. Pracownicy z satysfakcją podkreślają uznanie, jakim ich produkty obdarza zagraniczna konkurencja.

Pytani o przyszłość specjaliści z Torunia wskazują przede wszystkim na Internet. Jak twierdzą już dziś gotowi są zdalnie sterować swoimi produktami z sieci czy „wyciągać” z nich on-line informacje potrzebne dla klienta. – Za trzy lata będą to robić wszyscy, ale my usadowimy się już piętro wyżej.

To właśnie innowacje kierowały firmę na nowe tory, umożliwiając tworzenie zintegrowanych usług, łączących zabezpieczenia antykradzieżowe z nowoczesnym marketingiem, w którym liczy się wiedza o klientach, ich preferencjach i zachowaniach. Zdumiewające jest to, jak wielostronne może być wykorzystanie zdobyczy firmy Optiguard, tak ukierunkowanej na obserwowanie światowych trendów i prognozowanie rynków jutra – mówi **Miłosz Marczuk**, Rzecznik prasowy Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.

Więcej na www.ppp.pi.gov.pl

