

MAGAZYN KIELECKIEGO PARKU TECHNOLOGICZNEGO

PULS

PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

PRZESZŁOŚĆ WSKAZUJE DROGĘ,
PRZYSZŁOŚĆ KREUJEMY RAZEM

15-LECIE KPT



KIELECKI PARK
TECHNOLOGICZNY

Szanowni Państwo,

Żyjemy obecnie w erze rewolucyjnych postępów technologicznych, ze sztuczną inteligencją na czele. Firmy i instytucje z różnych branż, takich jak opieka zdrowotna, przemysł czy handel, już korzystają z zaawansowanych innowacji opartych na sztucznej inteligencji i uczeniu maszynowym w swoich procesach każdego dnia. AI nie tylko kształtuje przyszłość wielu sektorów, ale także stanowi napęd dla rozwoju innych technologii, takich jak analiza dużych zbiorów danych (big data) czy Internet Rzeczy (IoT). W związku z dynamicznym tempem rozwoju sztucznej inteligencji i uczenia maszynowego, istnieje potrzeba dogłębnego zrozumienia, jak te technologie mogą przyczynić się do sukcesu biznesowego.

Nowe technologie i procesy cyfryzacji otwierają przed nami zupełnie nowe perspektywy, ale niosą za sobą również pewne ryzyko. Aby wykorzystać potencjalne korzyści i uniknąć negatywnych konsekwencji, konieczne jest zrozumienie technologii, przeanalizowanie własnych potrzeb oraz właściwe wykorzystanie różnych możliwości. W Kieleckim Parku Technologicznym edukujemy i pokazujemy, jak ośwoić i wdrożyć te nowoczesne rozwiązania w swoim biznesie.

Tak jak transformacja cyfrowa przyspiesza, tak również Technopark wciąż się rozwija i zmienia. Rozpoczynamy świętowanie naszej 15-letniej historii, patrząc w przyszłość, która zapowiada się naprawdę obiecująco. Przede wszystkim za sprawą przygotowywanych nowych inwestycji. Już teraz możemy wspierać ponad 300 podmiotów, a za kilka miesięcy, być może będziemy mogli takie wsparcie, wiedzę i inspirację dać jeszcze większej liczbie firm i instytucji. Niezmiernie nas to cieszy, gdyż pozwoli to na dalszy rozwój społeczności zgromadzonej przy parku.

Mamy nadzieję, że niniejszy numer Pulsu Przedsiębiorczości również stanie się dla Państwa źródłem wielu inspiracji czy ciekawych odkryć, a także będzie zaproszeniem do współpracy z nami.

Justyna Lichosik,
Dyrektor Kieleckiego Parku Technologicznego



Voucher na działania mające na celu wzmocnienie potencjału i profesjonalizację usług IOB finansowany z projektu pn. „Popytowy System Innowacji – rozwój MŚP w regionie świętokrzyskim poprzez profesjonalne usługi doradcze” realizowanego ze środków Unii Europejskiej, Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020

Puls Przedsiębiorczości.
Magazyn Kieleckiego
Parku Technologicznego
ul.Olszewskiego 6, 25-663 Kielce
tel. 41 278 72 00,
promocja@technopark.kielce.pl

Redakcja: Ewelina Gabryś
Projekt i skład: Oligrafia Aleksandra Nasternak
Zdjęcia i portrety: Ada Masłowska, UM Kielce



4-7

KIELCE - KIERUNEK PRZYSZŁOŚĆ!

Wywiad z Prezydentem
Miasta Kielce
Bogdanem Wentą

8-11

**STWARZAMY MOŻLIWOŚCI,
DAJEMY SZANSĘ
NA SKUTECZNY ROZWÓJ**

Wywiad z Dyrektorem Kieleckiego Parku
Technologicznego Justyną Lichosik

12-15

**CYFROWE PRZYSPIESZENIE
CO ZROBIĆ, BY NADAŻYĆ
ZA ZMIANAMI?**

Na jakie obszary warto zwrócić
uwagę i kiedy warto zaufać
innowacyjnym technologiom?

16-17

**MĄDRA REAKCJA:
AKCELERACJA!**

Sprawdzamy, co w praktyce oznacza
udział w programie akceleryacyjnym,
kiedy warto korzystać z tego rozwiązania
i jakie konkretnie usługi oferuje KPT
w tym zakresie.

18-19

OFERTA KPT

20-23

PRZYSZŁOŚĆ PRZEMYSŁU 4.0

Przyjrzymy się, jak te nowe kierunki rozwoju
wpływają na procesy produkcyjne
i konkurencyjność firm, rysując
perspektywę dla przemysłu
przyszłości.

24-27

**BUDOWANIE MARKI
CZY TO SIĘ JESZCZE OPŁACA?**

Informacje o przygotowanych pakietach usług
marketingowych.

28-31

**ZAWALCZ O KLIENTA W SIECI!
KILKA PODPOWIEDZI, JAK PROWA-
DZIĆ KOMUNIKACJĘ ONLINE**

Narzędzia marketingowe, z których warto
korzystać - branding, copywriting, serwis
internetowy

32-33

SUKCES DOBRZE WYKLIKANY
case study firmy ITM Code

34-35

CIEKAWOSTKI Z KPT



Bogdan Wenta
Prezydent Miasta
Kielce

KIELCE - KIERUNEK PRZYSZŁOŚĆ!

wywiad z Prezydentem Miasta Kielce Bogdanem Wentą

Zielone, cyfrowe, innowacyjne, z potencjałem dla młodych ludzi... Jakie perspektywy rysują się przed naszym miastem i jego mieszkańcami? O kierunkach rozwoju Kielc rozmawialiśmy z Prezydentem Bogdanem Wentą.

Jakie zmiany czekają Kielce, byśmy jako mieszkańcy mogli optymistycznie patrzeć w przyszłość?

Świat goni do przodu, ale w centrum dalej jest człowiek. Włączanie się samorządu w projekty związane z gospodarką obiegu zamkniętego czy transformacją cyfrową, działania związane z zapobieganiem negatywnym przemianom demograficznym to, w moim przekonaniu, słuszny kierunek rozwoju Kielc. Należy tu jednak zaznaczyć, że za wszystkim stoją pieniądze. To główny problem, z jakim borykają się dziś samorządy w całej Polsce. Bez zewnętrznych źródeł finansowania niewiele zdziałamy. Potrzebna jest również chęć ze strony władz centralnych, które decydują o wydatkowaniu finansów. Co ważne, miasto musi ciągle inwestować w pozycję silnej marki miejskiej, aby przyciągać turystów, kandydatów do szkół i uczelni, talenty oraz kapitał. W duchu fair play, ale jednak rywalizujemy z innymi ośrodkami o uwagę i fundusze. Kielce są świetną lokalizacją biznesową, co wymaga

stałego podkreślenia i promocji. Kolejne pokolenia powinny, dzięki naszej dzisiejszej pracy, po prostu mieć łatwiej.

Skoro mówimy o młodszych pokoleniach, to właśnie one w dużej mierze są siłą napędową miasta. Kielce zajmują dobrą pozycję jako ośrodek edukacyjny - jakie są plany na jeszcze większe przyciąganie i zatrzymywanie studentów w naszym regionie?

Najbardziej istotne z punktu widzenia rozwoju miasta, wydaje się powiązanie systemu kształcenia w mieście z potrzebami lokalnej gospodarki. Bez zaangażowania i zachęcenia pracodawców do współtworzenia i realizacji programów edukacyjnych, rozwój kadr będzie utrudniony. Przy czym, celem jest nie tylko utrzymanie talentów, ale i przyciągnięcie kandydatów o oczekiwanych kompetencjach niedostępnych na lokalnym rynku. Miasto to ludzie, ale i potencjał firm. Stąd ważne jest wsparcie kompetencyjne przedsiębiorstw,



choćby w zakresie zwiększania zdolności biznesu do adaptacji do megatrendów. Młodzi ludzie tworzą kreatywne, rozwijające się dynamicznie miasta. Kiedy ścieżki kształcenia pokrywają się z potrzebami lokalnego rynku pracy powstaje sytuacja idealna, w której w pełni wykorzystujemy potencjał mieszkańców – do tego dążymy. Kielce są nie tylko znakomitym ośrodkiem edukacyjnym o uniwersyteckiej randze. Spełniają już dziś szereg oczekiwań młodego pokolenia wobec ich przyszłego miejsca kariery. Według badań zagadnienia Praca 4.0 to możliwość zachowania balansu między życiem zawodowym i prywatnym, na co wpływa jakość życia kulturalnego i towarzyskiego, dostępność terenów rekreacyjnych, możliwość amatorskiego uprawiania różnych dyscyplin sportowych. Wspomniane analizy zwracają również uwagę na proekologiczne postawy, co ściśle wiąże się ze strategią zrównoważonego rozwoju.

Tak, zgadzam się z tym, dziś bardzo wiele mówi się o zrównoważonym rozwoju. Co możemy powiedzieć o tym temacie w odniesieniu do naszego miasta?

Zrównoważony rozwój w systemie prawnym naszego kraju funkcjonuje już od dawna. Jest to obowiązujący i stały kierunek, wspólny mianownik wszystkich działań. Sposób realizacji zasad zrównoważonego rozwoju w Kielcach łatwiej jest jednak pokazać na przykładach, które są wielowymiarowe. W 2022 r. rozpoczęliśmy realizację Planu Zrównoważonej Mobilności Miejskiej dla Kielc i Kieleckiego Obszaru Funkcjonalnego (KOF). Jest to bardzo ważny dokument, który pomoże w stworzeniu zbilansowanego systemu transportowego, uwzględniającego nie tylko indywidualny ruch samochodowy, ale przede wszystkim transport publiczny czy ruch rowerowy. W temacie „rowerowym” warto wspomnieć, że w 2022 r. uruchomiliśmy Kielecki Rower Miejski

– rozwiązanie, które cieszy się ogromną popularnością wśród Kiełczan, wpływając pozytywnie nie tylko na jakość powietrza, ale przede wszystkim na zdrowie. Niedawno powołany został także Zespół ds. Mobilności, który pomoże w opracowywaniu optymalnych rozwiązań dotyczących sieci pieszej i drogowej. Staramy się więc kłaść duży nacisk na stworzenie sprawnego, wydajnego a równocześnie przyjaznego dla mieszkańców i dla środowiska systemu komunikacyjnego. Inne przykłady realizacji zasad zrównoważonego rozwoju w praktyce dotyczą przestrzeni publicznych. Trwają prace dotyczące „Zielonej rewitalizacji zabytkowego śródmieścia Kielc” (ul. Bodzentyńska, Rynek, skwer im. Ireny Sendlerowej, al. IX Wieków Kielc). Dzięki tym inwestycjom miasto stanie się bardziej zielone, a mieszkańcy zyskają atrakcyjne miejsca, gdzie będą mogli się spotkać, czy chwilę odpocząć. Tego typu działania są szczególnie istotne w kontekście zmian klimatycznych, których wpływ na miasta bywa wyjątkowo dotkliwy.

Przyszłość to również transformacja cyfrowa - jak nasz region radzi sobie w tej kwestii?

Każda transformacja cyfrowa musi zostać oparta o aktualne, rzetelne dane a także o dobrze zidentyfikowane procesy, które toczą się w administracji publicznej czy w nauce i biznesie. Uważam to za podstawowy warunek, który przesądza o jej efektywności. Chodzi o zachowanie pewnego balansu pomiędzy narzędziami a potrzebami. Etap transformacji cyfrowej tak naprawdę, rozpoczął się w Kielcach już kilka lat temu. Stworzony został bardzo wydajny Miejski System Informacji Przestrzennej, połączony z systemem zarządzania sprawami administracyjnymi. W tym roku udało się wykonać kolejny krok – stworzony został automatyczny system monitorowania stanu miasta „Zoom na Kielce”. Wprowadzonych



zostało także wiele rozwiązań ułatwiających mieszkańcom załatwienie sprawy w urzędzie. Obecnie cały proces udziału w Budżecie Obywatelskim - od zgłoszenia propozycji projektów po głosowanie - odbywa się całkowicie cyfrowo. Dzięki systemowi „Umów wizytę” nie trzeba już stać w kolejce, by zarejestrować samochód. Bardzo owocna okazała się także współpraca z Głównym Urzędem Nadzoru Budowlanego, dzięki której, na bazie kieleckich doświadczeń, wypracowano ogólnokrajowe rozwiązania umożliwiające złożenie w sposób cyfrowy wniosków dotyczących m.in. pozwoleń na budowę.

Transformacja cyfrowa dla administracji samorządowej jest szczególnie trudnym wyzwaniem. Mamy do czynienia z setkami tysięcy danych, opracowywanych w zróżnicowanych formatach i odmiennych systemach dziedzinowych. Wiele z tych danych podlega szczególnej ochronie prawnej. Cyfryzacja potrzebuje też sprzętu oraz dobrej sieci i bezpiecznych serwerów. Zdaję sobie sprawę, że jest jeszcze wiele do zrobienia, mamy jednak czym się pochwalić.

Podsumowując naszą rozmowę, jak wg Pana wygląda droga Kielc ku przyszłości?

Patrząc w przyszłość, widzimy Kielce jako idealną lokalizację biznesową, która jest w stanie zapewnić firmom przestrzeń i odpowiednie warunki do rozwoju. Miasto, które staje się zagłębiem innowacji, pozyskującym ambitnych ludzi, chcących rozwijać swoje pomysły w bliskim kontakcie z przyrodą. Bardzo istotne dla rozwoju jest również konsekwentne wzmocnianie funkcji metropolitalnych, w tym naukowych oraz badawczo-rozwojowych i innowacyjnych poprzez maksymalnie skuteczne wykorzystanie już istniejącej na uczelniach wyższych infrastruktury laboratoryjnej oraz potencjału intelektualnego, ale również dzięki nowym inwestycjom

Miasto to ludzie, ale i potencjał firm. Stąd ważne jest wsparcie kompetencyjne przedsiębiorstw, chociażby w zakresie zwiększania zdolności biznesu do adaptacji do megatrendów.

Młodzi ludzie tworzą kreatywne, rozwijające się dynamicznie miasta. Kiedy ścieżki kształcenia pokrywają się z potrzebami lokalnego rynku pracy powstaje sytuacja idealna, w której w pełni wykorzystujemy potencjał mieszkańców – do tego dążymy.



w tych obszarach. Mowa tu m. in. o laboratoriach metrologicznych Głównego Urzędu Miar i Politechniki Świętokrzyskiej oraz szpitalu uniwersyteckim.

Przyszłość to również Kielce zapewniające dobry start i wyrównany poziom życia swoim mieszkańcom. Zależy nam na tym, by przyjazne i zadbane przestrzenie publiczne, uregulowany chaos reklamowy i atrakcyjna zieleń miejska, stała się zachętą do spędzania czasu w mieście, zapewniając odpoczynek zarówno mieszkańcom, jak i turystom. Będziemy nadal działać, aby bogata oferta kulturalna zapewniona przez miejskie instytucje kultury odpowiadała na wszelkie oczekiwania, motywując do dobrego, pełnego radości życia. Kielce są i będą miastem słynącym z wysokiego poziomu sportu profesjonalnego, oferując jednocześnie możliwość uprawiania sportu amatorsko i rekreacyjnie, wspierając mieszkańców w rozwijaniu swoich pasji. I na koniec Kielce będą miastem coraz bardziej inteligentnie zarządzanym, w sposób nowoczesny i otwarty.

Myślę, że taka wizja podoba się mieszkańcom naszego regionu. Życzymy sobie, byśmy właśnie w takim kierunku podążali jako miasto. Dziękuję za rozmowę.

STWARZAMY MOŻLIWOŚCI, DAJEMY SZANSE NA SKUTECZNY ROZWÓJ

wywiad z Dyrektorką KPT Justyną Lichosik

O nadchodzących zmianach i planach na najbliższe lata, elastyczności oferty KPT, śledzeniu trendów rynkowych i dopasowywaniu się do potrzeb przedsiębiorców, rozmawiamy z Dyrektorką Kieleckiego Parku Technologicznego, Justyną Lichosik.

Co jest najważniejszym elementem oferty KPT?

Bez wątpienia połączenie doskonałej infrastruktury – biur, hal produkcyjnych, laboratoriów ze skutecznym, efektywnym wsparciem, które są dopasowane do indywidualnych potrzeb naszych przedsiębiorców. Bardzo ważnym elementem naszej oferty są różnego rodzaju centra kompetencji i rozwoju, chociażby wideo lab, Centrum Druku 3D, z którego mogą korzystać przedsiębiorcy, którzy są tu ulokowani. Mogą nie tylko wykorzystywać sprzęt, w który te miejsca są wyposażone, ale także otrzymać wsparcie od doradców pracujących w tych centrach. Jesteśmy elastyczni, a prawie 35 000m² przestrzeni sprawia, że spokojnie możemy sobie pozwolić na dopasowywanie się do oczekiwań firm w danym momencie.

W jaki sposób KPT wychodzi naprzeciw potrzebom przedsiębiorców?

Wartością szczególnie pożądaną przez biznes są usługi dające możliwości rozwoju naszych przedsiębiorstw i w ogóle ich powstawania. Usługi związane z cyfryzacją, czyli umożliwiające transformację przedsiębiorstw w kierunku ich większej robotyzacji, automatyzacji wybranych procesów i produkcji. Usługi związane z akceleracją, czyli powiązanie startupów z dużym przedsiębiorstwem, czy też usługi dotyczące inkubacji startupów. Realizowaliśmy tego typu procesy i będziemy to kontynuować w oparciu o różnego rodzaju ścieżki. To ważne, że firmy, które mają pomysł na innowację, mogą rozpocząć działanie tych najbardziej przełomowych pomysłów w ramach platform Polski Wschodniej.



Justyna Lichosik
Dyrektor
Kieleckiego
Parku
Technologicznego

To także usługi związane z mentalnością przedsiębiorstwa, budowaniem świadomości w kierunku postaw bardziej przedsiębiorczych. Nasze spotkania na kieleckich uczelniach jasno pokazują, że warto swoją wiedzę komercjalizować. Nie byłoby to wszystko możliwe, gdyby nie doskonała kadra Parku Technologicznego, jej ponadprzeciętne zaangażowanie i profesjonalne wsparcie niezależnie od etapu, na którym znajduje się dana firma. Dotyczy to oczywiście zarówno społeczności przedsiębiorców ulokowanych w ekosystemie parkowym jak i tych, którzy funkcjonują poza jego obrębem.

W tym roku KPT obchodzi swoje 15-lecie. Patrząc na dotychczasowe osiągnięcia, o których z nich warto przypomnieć?

Było kilka takich kamieni milowych. Myślę, że ważnym momentem było przede wszystkim podjęcie decyzji, że w Kielcach warto stworzyć Park Technologiczny. Nie mniej istotną decyzją był wybór tej formuły, którą wypracowaliśmy razem z ekspertami ze Stowarzyszenia Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce.

Kilka ważnych cyfr: możemy się dzisiaj pochwalić faktem, że w parku mamy możliwość wspierania ponad 300 podmiotów. Przez te 15 lat z naszych usług skorzystało łącznie ponad 1000 firm. Wsparcie przyjmowało różne formy: czasem przez jakiś czas były naszymi najemcami, by później usamodzielniać się i przenieść do innego miejsca w regionie lub poza nim. Mieliliśmy pod opieką również firmy, które korzystały z poszczególnych usług, chociażby audytów technologicznych lub usług marketingowych, badawczo-rozwojowych, inwestycyjnych, internacjonalizacyjnych, projektowych, dające im szansę na szybki rozwój. Szkoliliśmy

ich, doradzaliśmy. To naprawdę wielka odpowiedzialność i przyjemność zarazem, że możemy mieć możliwość wsparcia tak dużej liczby firm.

Szczególnie ważnym momentem było na pewno podpisanie umowy na dofinansowanie projektów związanych z infrastrukturą oraz chwile, w których otrzymaliśmy informację zwrotną, że zostały prawidłowo rozliczone. Niezmiennie cieszy każdy kolejny moment rozbudowy parkowej infrastruktury. Z niecierpliwością oczekujemy na uruchomienie kolejnej, unijnej perspektywy, ponieważ umożliwi nam to realizację kolejnego dużego przedsięwzięcia, do którego przygotowujemy się od ponad 2 lat.

Wśród wspomnianych kamieni milowych nie można zapomnieć o wprowadzeniu do naszej oferty usług związanych z akceleracją. Przez dłuższy czas wspieraliśmy przedsiębiorstwa poprzez inkubację, czyli pomagaliśmy tym, którzy są dopiero na etapie pomysłu biznesowego. Natomiast akceleracja dotyczy powiązania startupu, który już funkcjonuje i ma swój produkt, z dojrzałym odbiorcą technologii. To jest nawiązanie takiej współpracy i relacji z konkretnym biznesem, który oczekuje twardych dowodów, wyników sprzedaży. Dobór takiego młodego startupu do firmy, która już ma ugruntowaną pozycję, umiejętne przeprowadzenie go przez ten proces - tak aby założenia współpracy zostały zrealizowane - to było naprawdę duże wyzwanie. Cieszę się bardzo, że ponad 30 startupów z całego świata właśnie przeszło tę fazę akceleracji w KPT. To również dowód na to, że zespół, którym dysponujemy jest dobrze przygotowany i że jesteśmy w stanie zmieniać tę ofertę, dopasowywać ją pod rzeczywiste potrzeby przedsiębiorców oraz wchodzić w kolejne, coraz bardziej zaawansowane etapy wspierania startupów.

Park zmienia się nieustannie, ale cały czas staramy się dopasować naszą przestrzeń do potrzeb przedsiębiorców.



Sukces Parku to także sukces dla naszego Miasta - zgadza się z tym Pani?

Tak, oczywiście. Dzięki aktywności Parku, Gmina Kielce dostała prawie 300 milionów złotych. O taką wartość wzrósł jej majątek, dzięki czemu zmieniło się diametralnie oblicze tej części Kielc. Trzeba pamiętać, że 15 lat temu w momencie, kiedy tutaj pojawiliśmy się, obrazy z ul. Olszewskiego były dość przykre dla oka. Budynek, w którym dzisiaj mieści się główna siedziba inkubatora, czyli Orange, był budynkiem zdewastowanym, zrujnowanym i opuszczonym. Dojeżdżał tutaj tylko jeden autobus rano i jeden wieczorem, większość terenów była niezagospodarowana. Dzięki pozyskanym środkom udało się tę część miasta zrewitalizować gospodarczo. Dzisiaj ta dzielnica ma zupełnie inny wymiar i jest atrakcyjnym adresem dla biznesu. Obecnie mamy doskonałe możliwości, żeby wspierać każdą firmę.

Park kojarzy się przede wszystkim z innowacyjnością. Czy wg Pani wartość ta to aktualnie biznesowy "must have"?

Zdecydowanie tak. Dzisiaj każdy z nas, szczególnie w świecie biznesu, musi mieć swój wyróżnik, gdyż daje nam to przewagę nad konkurencją. Oczywiście, musimy badać nasze innowacje i obserwować, czy rynek jest na nie gotowy, dlatego że czasem bardzo przełomowe projekty nie spotykają się z tym samym tempem innowacji po stronie odbiorców.

Obserwujemy firmy, które są w naszym otoczeniu, w szczególności duże firmy. Niektóre posiadają własne działy badawczo-rozwojowe i one są w stanie wyszukiwać innowacje, wypracowywać je, współpracować z uczelniami, udoskonalając swoje procesy. Natomiast wśród części firm - dużych, ale jeszcze nie mających olbrzymich środków na badania i rozwój - pojawiają się pewne trudności z innowacyjnością i stąd też pojawił się nasz pomysł na utworzenie takiego łącznika pomiędzy startupami a tymi ugruntowanymi przedsiębiorstwami. Tylko dzięki realizacji takich przedsięwzięć, jak chociażby Poland Prize, byliśmy w stanie testować i wprowadzać produkty startupowe, czyli te przełomowe, skierowane do dużych odbiorców. Sfinansowaliśmy te prace, co pozwoliło zminimalizować również ryzyko wprowadzania innowacji po stronie dużych przedsiębiorstw.

Dziś wiemy, że wsparcie startupów, wsparcie procesu akceleracji to te elementy, które chcemy kontynuować, mając na uwadze zmieniające się potrzeby przedsiębiorstw. Realizacja projektu Poland Prize pokazała, że efekty, które można wypracować przy pracy ze startupami, są bardzo dobrze oceniane przez zarządy firm i na pewno będziemy robić wszystko, żeby realizować tego typu przedsięwzięcia w przyszłości.

Jakie są dalsze plany rozwoju tej przestrzeni, która wspiera innowacje i przedsiębiorczość? Czy w Parku planowane są jakieś zmiany?

Park zmienia się nieustannie, ale cały czas staramy się dopasować naszą przestrzeń do potrzeb przedsiębiorców. Przede wszystkim moim planem marzeń, ale też planem wynikającym z badań zapotrzebowania rynku i przedsiębiorców, jak również całego miasta, jest budowa obiektu California. Wiemy, że będzie to duża zmiana, jeżeli chodzi o wzbogacenie oferty miasta i możliwość przyciągnięcia nowych inwestycji, tworzenia ciekawych miejsc pracy, a przede wszystkim pojawienia się kolejnych brandów. W tym miejscu trzeba pamiętać również, że poza wybudowaniem całkiem nowego obiektu, staramy się udoskonalać nasze przestrzenie, przystosowywać je pod potrzeby firm, które są tutaj ulokowane i które z tej przestrzeni korzystają - tworzymy przestrzenie wspólne, uruchamiamy bizneshuby, czy chociażby zmieniamy nasze parkingi. Za chwilę pojawi się tu kilka nowych stanowisk wyposażonych w dodatkowe ładowarki elektryczne, tak aby flota samochodowa naszych najemców nie miała problemów z ładowaniem.

Staramy się stale monitorować trendy zarówno, jeżeli chodzi o parki technologiczne, inkubatory, ośrodki wspierania innowacji, ale także śledzić ważne wydarzenia branżowe, chociażby w sektorze IT, czy marketingu i sprzedaży, co pozwala nam ciągle udoskonalać naszą ofertę. Prawdziwy rozwój to proces, a każdy proces lubi właściwe zmiany.

Kilka ważnych cyfr: możemy się dzisiaj pochwalić faktem, że w Parku mamy możliwość wspierania ponad 300 podmiotów. Przez te 15 lat z naszych usług skorzystało łącznie ponad 1000 firm.


CYFROWE PRZYSPIESZENIE - CO ZROBIĆ, BY NADAŹYĆ ZA ZMIANAMI?

Na jakie obszary warto zwrócić uwagę i kiedy warto zaufać innowacyjnym technologiom?

Z cyfryzacją rynek mierzy się już od kilku lat. Czy termin ten jest jednak zrozumiały dla przedsiębiorców? Kiedy warto zaufać innowacyjnym technologiom?

Podpowiadamy, na co warto zwrócić uwagę, planując cyfrowe zmiany oraz sprawdzamy, jakie konkretne korzyści może przynieść digitalizacja, również małym i średnim firmom.

Cyfryzacja to proces wdrażania technologii cyfrowych - w jego ramach szeroko rozumiana infrastruktura elektroniczna staje się bardziej dostępna i powszechna. Choć od kilku lat termin ten odnawiany jest przez wszystkie możliwe przypadki, to początki transformacji cyfrowej miały miejsce około roku 2000, kiedy to zaczęła ona zmieniać bezpowrotnie poszczególne branże. Każda firma, niezależnie od swojego charakteru, musiała wprowadzić pewne technologie cyfrowe, choćby w poszczególnych dziedzinach takich jak zasoby ludzkie, marketing, administracja, logistyka czy produkcja. O prawdziwym przyspieszeniu tych przemian mogliśmy mówić jednak w czasie pandemii, która dla wielu przedsiębiorców stała się okresem zderzenia z koniecznością wdrożenia narzędzi zdalnych, po to by utrzymać kontakt z klientem. Specjaliści nie mają wątpliwości, że tempo cyfrowych zmian będzie się tylko zwiększać i sprawiać, że adaptacja nowych technologii przestanie być kwestią lat, lecz skróci się do miesięcy, a nawet tygodni.



Dominik Kraska
Zastępca Dyrektora
Kieleckiego Parku
Technologicznego

Digitalizacja po polsku

A jak sytuacja wygląda na polskim rynku? Niestety dane nie są zbyt optymistyczne - wg Monitora Transformacji Cyfrowej Biznesu 2022 opracowanego przez KPMG, tylko jedna na pięć firm w Polsce posiada strategię transformacji cyfrowej. Większość nie zatrudnia także ani jednego specjalisty, który byłby odpowiedzialny za proces cyfryzacji. Nie dziwi więc zbyt fakt, że w rankingu gospodarki cyfrowej i społeczeństwa cyfrowego DESI Polska stale zajmuje czwarte miejsce... od końca, wśród krajów UE.

Dlaczego tak się dzieje?

Z naszych obserwacji wynika, że przedsiębiorcy obawiają się, czy podołają tym zmianom, czy będą w stanie je wdrożyć. To taka naturalna psychologiczna bariera, przed czymś nowym, nieznanym. Sama digitalizacja wymaga oswojenia i zrozumienia, że za tym, wydawałoby się, skomplikowanym terminem, stoją często dość proste rozwiązania. Jeśli zajrzemy wewnątrz organizacji, to zobaczymy, że np. dziś wykorzystujemy komunikację mailingową, ale moglibyśmy robić to bardziej efektywnie, wybierając oprogramowanie, które odpowiednio zaopiekuje się naszym potencjalnym klientem i wprowadzi go w naszą ofertę. W tym przypadku proces cyfryzacji to nic innego jak zastąpienie ręcznego procesu wymagającego wykonywania określonych czynności, rozwiązaniem szybszym, łatwiejszym i przyjemniejszym.

- wyjaśnia Dominik Kraska, zastępca dyrektora KPT.

Dynamicznie zmieniający się świat kształtuje na nowo priorytety konsumentów, co stanowi wyzwanie dla firm działających na rynku. Wyniki raportu „State of the Connected Customer” opublikowanego przez Salesforce ukazują, że 62% klientów w Polsce liczy na to, że firmy będą w stanie zrozumieć i dostosować się do ich zmieniających się potrzeb. Co więcej, aż 74% konsumentów w naszym kraju oczekuje coraz szybszej obsługi, zwłaszcza w kontekście postępu technologicznego. Transformacja cyfrowa, automatyzacja, wykorzystanie narzędzi opartych na sztucznej inteligencji stają się kluczowymi czynnikami sukcesu w tej nowej rzeczywistości biznesowej.

Przedsiębiorco, nie jesteś sam!

Kielecki Park Technologiczny wspiera rozwój cyfryzacji, dlatego doskonałą informacją dla świętokrzyskich przedsiębiorców, jest trwający właśnie proces uruchomienia dużego projektu, który będzie wspierał małe i średnie przedsiębiorstwa w cyfrowych zmianach. Technopark Kielce DIH (TK DIH), o którym mowa, obejmie swoim zakresem trzy obszary:

- obszar o charakterze edukacyjnym czyli budowanie świadomości przedsiębiorców na temat cyfryzacji w formie Akademii Digitalizacji, spotkań, seminariów, szkoleń, które pozwolą zapoznać się z tym pojęciem i zrozumieć je w kontekście własnych potrzeb.
- obszar audytowy - od oceny dojrzałości, audyty, mapy drogowe cyfryzacji czyli co należy zrobić i jaką digitalową ścieżkę wybrać dla swojej firmy, po pakiet usług oferowanych przez partnerów biznesowych, działających w ramach projektu. Są to gotowe rozwiązania, które np. przedsiębiorca może wykorzystać w kontakcie z klientem (CRM, ERP, chatboty).
- obszar informacyjno-promocyjny, który pokaże KPT jako one-stop-shop - miejsce, które wspomaga przedsiębiorcę w rozumieniu digitalizacji i składających się na nią procesów.

Przedsiębiorca otrzyma kompleksowe wsparcie, co ważne, bez ponoszenia dodatkowych kosztów, gdyż projekt ten jest finansowany przez środki krajowe i pochodzące z Komisji Europejskiej.

Jeśli przedsiębiorca dziś nie podejmuje kroków w kierunku digitalizacji, musi liczyć się z tym, że wypadnie z rynku, gdyż po prostu przestanie być konkurencyjny. - zauważa zastępca dyrektora **Postęp digitalizacji jest nieunikniony, a dla wielu lokalnych firm Technopark Kielce DIH może stać się kluczem, który otworzy drzwi do cyfrowej rewolucji.**

Bardzo ważną wartością projektu TK DIH jest utworzenie przestrzeni, w której przedsiębiorcy mogą nawiązać wartościowe kontakty biznesowe. Współpraca z innymi podmiotami może prowadzić do synergii, wymiany know-how oraz wspólnych projektów, co stymuluje innowacyjność i rozwój przedsiębiorstwa.

Kluczowy audyt

Każde przedsiębiorstwo ma inną specyfikę, dlatego bardzo ważna jest właściwa identyfikacja potrzeb w kontekście digitalizacji. W KPT pracują eksperci, których rolą jest pokazanie, jak powinna wyglądać droga do cyfrowych zmian - najbardziej korzystna dla firmy. W pierwszym etapie przeprowadzana jest ocena dojrzałości cyfrowej - specjaliści analizują, czym zajmuje się przedsiębiorstwo, jak wyglądają poszczególne procesy, jak są one realizowane przez konkurencję i jak mogą być efektywniej prowadzone. Diagnozie podlega każdy aspekt firmy: od procesów biznesowych po infrastrukturę IT. Wówczas utworzony zostaje model z rekomendacjami obszarów, które w pierwszej kolejności powinny podlegać cyfryzacji.

Następnym krokiem jest pogłębiona analiza wybranego procesu. Na jej podstawie dobierane są określone produkty, które dostarczają partnerzy biznesowi TK DIH. Ich udział w projekcie, daje przedsiębiorcom możliwość skonsultowania swoich pomysłów i projektów z wysoko wykwalifikowanymi specjalistami, co może pomóc w lepszym zrozumieniu i rozwinięciu potencjału innowacyjnego danej firmy. Wśród usług partnerów można znaleźć m.in. brokering technologiczny, projektowanie, obrazowanie i prototypowanie produktów w oparciu o druk 3D, scouting innowacji.

Szacuje się, że nowa rzeczywistość, jaką przyniosła pandemia przyspieszyła procesy transformacji cyfrowej biznesu o ponad 10 lat. Ale wiele wdrożeń przeprowadzono z marszu, bez niezbędnego w takim procesie przygotowania. Oto kluczowe punkty, które pozwolą ustrukturyzować taki proces. Pierwszym krokiem jest gruntowny przegląd procesów biznesowych przedsiębiorstwa. Drugim podjęcie decyzji, które z nich wymagają optymalizacji lub gruntownej modernizacji poprzez ich ucyfrowienie. Trzecim krokiem jest stworzenie strategii wdrażania zmian, która będzie uwzględniała włączenie w nią całego zespołu. Bez tego komponentu szanse na przeprowadzenie z sukcesem transformacji znacząco spadają. Organizacja w zmianie powinna powołać komitet sterujący, który na bieżąco będzie nadzorował realizację planu. - przedstawia swój punkt widzenia Dawid Sado, Dyrektor ds. Nowych Modeli Biznesowych VIVE Textile Recycling. **Decydując się na cyfrową transformację powinniśmy pamiętać o tym, że jest to proces, który ma początek, ale nie ma końca. Kończąc poszczególne etapy, powinniśmy planować kolejne. Natomiast gdy dokonamy dobrej analizy procesów i modeli biznesowych funkcjonujących w firmie to dzięki technologiom w znaczny sposób usprawnimy jej funkcjonowanie. To z kolei przyniesie efekt w postaci optymalizacji procesowej i kosztowej, czego efektem będzie przeniesienie firmy w wyższy poziom i wyprzedzenie rywali rynkowych.**

Rachunek zysków i strat

Dzięki współpracy w ramach Technopark Kielce DIH, przedsiębiorca może zoptymalizować wiele różnych procesów w swojej firmie, przyspieszyć realizację zamówień np. przez wprowadzenie automatyzacji na liniach produkcyjnych, zwiększyć zakres produkcji, obniżyć koszty lub wprowadzić zupełnie nowe usługi lub produkty do oferty. Wszystkie żmudne, powtarzalne czynności, które codzienne pochłaniały określony czas, mogą zostać zastąpione rozwiązaniami bardziej efektywnymi.

Czy digitalizacja niesie za sobą jakieś ryzyko? Samo wdrożenie innowacji bywa kosztowne, ale ostateczny rozrachunek zysków i strat przynosi określony zwrot z tej inwestycji. Wsparcie z projektu TK DIH znacząco zwiększa szansę na sukces i doprowadzenie całego procesu do jego finału czyli do zamknięcia pętli zintegrowanej współpracy elementów fizycznych i cyfrowych. W niektórych przypadkach transformacja cyfrowa może też nieść za sobą potrzebę reorganizacji przedsiębiorstwa, np. ze względu na możliwy jej wpływ na strukturę zatrudnienia. Nie musi oznaczać to zastąpienia pracowników, ale konieczność zmiany ich roli i kompetencji w całym procesie, ponieważ w dalszym ciągu poszczególne jego etapy będą wymagały nadzoru.

Cyfryzacja daje zupełnie nowe możliwości rozwojowe i sprawia, że przedsiębiorca może poszerzać rynek, może dostarczać więcej w krótszym czasie, może oferować zupełnie nowe usługi, czego nie mógł robić wcześniej ze względu na ograniczenia technologiczne. Najwyższy czas uaktualnić swój biznes, czas zrobić krok w cyfrową przyszłość - przekonuje Dominik Kraska.

Przedsiębiorco, czy podejmiesz rękawicę i zaczniesz dziś swoje cyfrowe jutro?

MĄDRA REAKCJA:

Wsparcie dla młodych biznesów, sposób na pokonywanie granic, a może trampolina do sukcesu? Sprawdzamy, co w praktyce oznacza udział w programie akcelerycyjnym, kiedy warto korzystać z tego rozwiązania i jakie konkretnie usługi oferuje KPT w tym zakresie.

Akceleracja to przyspieszenie rozwoju, proces, w którym młode firmy otrzymują wsparcie finansowe, mentoring, dostęp do sieci kontaktów oraz zasobów, które pomagają im we wzroście.

Akceleracja jest jak dmuchnięcie w skrzydła młodej firmy. Startupy generują bardzo innowacyjne rozwiązania, często na tyle innowacyjne, że nie są one do końca zrozumiane przez rynek. Należy pamiętać, że to podmioty wysokiego ryzyka, gdyż statystyki mówią o 20% szans na powodzenie ich conceptów, rozwój i utrzymanie się na rynku. Akceleracja ma na celu zwiększenie tych szans, w nieco bardziej kontrolowanych warunkach, za pomocą różnych działań.

- tłumaczy Dorota Kamińska, kierownik Działu Inkubacji i Akceleracji w Kieleckim Parku Technologicznym.

AKCELERACJA VS INKUBACJA

W związku z tym, że ośrodki takie jak KPT kojarzone są w dużej mierze z inkubatorami przedsiębiorczości, warto także rozróżnić te dwa pojęcia. Podczas gdy akceleracja wspomaga funkcjonujące firmy i ma stać się dla nich sposobem na rozpęd, inkubacja jest bardziej ukierunkowana na początkowe wsparcie rozwoju przedsiębiorstwa.

Inkubacja to opieka nad startupem, który zwraca się do KPT z pomysłem biznesowym, będącym na bardzo wczesnym etapie czyli tworzącym tzw. minimalną wersję produktu lub dopiero układającym swój model biznesowy. W naszym Parku mamy możliwość wesprzeć takie podmioty, by mogły zaistnieć na rynku i doprowadzić je do takiego etapu, w którym ich rozwiązania są wstępnie przetestowane i mają szansę na komercjalizację.

O akceleracji mówimy w przypadku przedsiębiorstwa, które ma już gotowy produkt - oczywiście może on ewoluować, zmieniać się, rozbudowywać, ale jest już wdrożony, a wsparcie KPT ma doprowadzić do przyspieszenia jego rozwoju. Za takimi firmami stoją osoby, które potrzebują najczęściej odpowiedniego kapitału, czasu oraz relacji biznesowych, w celu sprzedaży wypracowanego produktu czy usługi.

AKCELERACJA

Zwykle też programy akcelerycyjne trwają krócej od inkubacyjnych - od kilku tygodni do kilku miesięcy. Jest to zwykle bardzo intensywny czas szkoleń i spotkań biznesowych, które mają wspomóc w wypracowaniu optymalnej strategii przygotować startup do ekspansji na różne rynki.

POŁĄCZENIE RÓŻNYCH INTERESÓW

Oferta KPT pod względem programów akcelerycyjnych jest bardzo bogata.

Firmy, które decydują się na udział w programie akcelerycyjnym zyskują przede wszystkim możliwość dotarcia do klientów. Jako ośrodek funkcjonujący na rynku od wielu lat, mamy bardzo duży ekosystem własnych firm i współpracujących podmiotów, stając się takim opiekunem interesów różnych stron. Dzięki wiedzy i doświadczeniu, znajomości potrzeb nie tylko lokalnego rynku, możemy łączyć startupy z większymi podmiotami, które nie mają przestrzeni na tworzenie innowacji, ale są odbiorcami poszukującymi konkretnych rozwiązań technologicznych. Często zwracamy uwagę na różne niuanse, które pozwalają na jeszcze lepszą współpracę pomiędzy stronami czy pomagamy znaleźć osoby, których brakuje w zespole - opisuje jedną z korzyści Dorota Kamińska.

Wsparcie KPT to także możliwość wynajmu powierzchni na preferencyjnych warunkach czy usługi okołobiznesowe czyli usługi prawne, księgowe, doradztwa podatkowego, patentowego, jak również marketingowego. Ponadto w ramach realizowanych przez Park projektów oferowane są różnego rodzaju granty, które mają wspomóc startupy wdrożyć swoje rozwiązania w większych firmach. Dla przykładu, KPT realizowało projekt Poland Prize, który zakładał przekazanie kwoty 250 000 zł per startup na rozwój przedsięwzięcia, które będzie zlokalizowane w Polsce i sprawdzenia go w naszym środowisku komercyjnym.

Z jednej strony propozycje KPT są bardzo dużym odciążeniem firm z bieżącej pracy operacyjnej, a z drugiej gwarantują konkretny kapitał na rozwój danego rozwiązania.

ZWINNOŚĆ STARTUPÓW

Niewątpliwą przewagą startupów jest ich możliwość szybkiego działania. W dużych podmiotach jest to dużo trudniejsze - im większa firma, tym szersze struktury, większe zależności i dłuższa decyzyjność. Startupom dużo łatwiej również ponosić koszty w postaci ryzyka, gdyż jest to wpisane w ich DNA. Niejednokrotnie ich rozwiązania nie prowadzą do sukcesu, szczególnie w przypadku pierwszych prób, ale ta świadomość pomaga im sprawniej poruszać się na rynku i generować kolejne innowacyjne koncepcje. Tutaj warto obalić mit, że startupowcy to tylko osoby młode, dopiero zaczynające swoją karierę zawodową. Z obserwacji KPT wynika, że bardzo często za tymi podmiotami stoją osoby już dobrze zaznajomione z rynkiem, korporacyjnym światem, mające doświadczenie i większą determinację do tego, by nie poddawać się po pierwszych niepowodzeniach. Właśnie dzięki takim programom, jak te prowadzone przez KPT, mają możliwość sprawdzenia się w nieco bardziej cieplarnianych warunkach, aby docelowo komercjalizować swoje rozwiązania.

TRZY WARUNKI

A jakie warunki trzeba spełnić, aby wziąć udział w programach akcelerycyjnych KPT?

Przede wszystkim w KPT zwracamy uwagę na stopień zaawansowania rozwiązania - nie mogą one znajdować się w fazie koncepcyjnej, lecz muszą mieć już pełną gotowość do wdrożenia, gdyż takie są oczekiwania odbiorców technologii. Kolejnym ważnym aspektem jest aplikowalność czyli możliwość wdrożenia tego rozwiązania: czy to rozwiązanie wpasowuje się w obszary poszukiwań innowacji u podmiotu zainteresowanego, czy podczas procesu akceleracji będzie możliwość dopasowania tego produktu np. do systemów informatycznych odbiorcy. Trzecia kwestia, na którą patrzemy, to zespół, jego standardy, kompetencje osób, ich role oraz zaangażowanie. Sprawdzamy, czy ma on zdolności operacyjne, by dostarczyć odpowiednie rozwiązanie i jest to na tyle wiarygodne, aby móc to zrobić w założonym czasie. Te trzy warunki czyli stopień zaawansowania rozwiązania, jego aplikowalność i zespół są najważniejszymi czynnikami, które warunkują powodzenie przedsięwzięcia. - wylicza kierownik Działu Akceleracji i Inkubacji KPT.

We współpracy bardzo ważny jest wstępny etap czyli zrozumienie oczekiwań odbiorcy technologii i możliwości, które może dostarczyć startup. Faza ta wymaga dużo czasu i pracy, by odpowiednio ułożyć cały proces: ustalić kamienie milowe, jak powinien wyglądać efekt końcowy, jakie wyzwania będą na nas czekały. Jak wspominaliśmy, to działanie nie zawsze musi zakończyć się pełnym sukcesem, dlatego ważne jest, aby porozumieć się

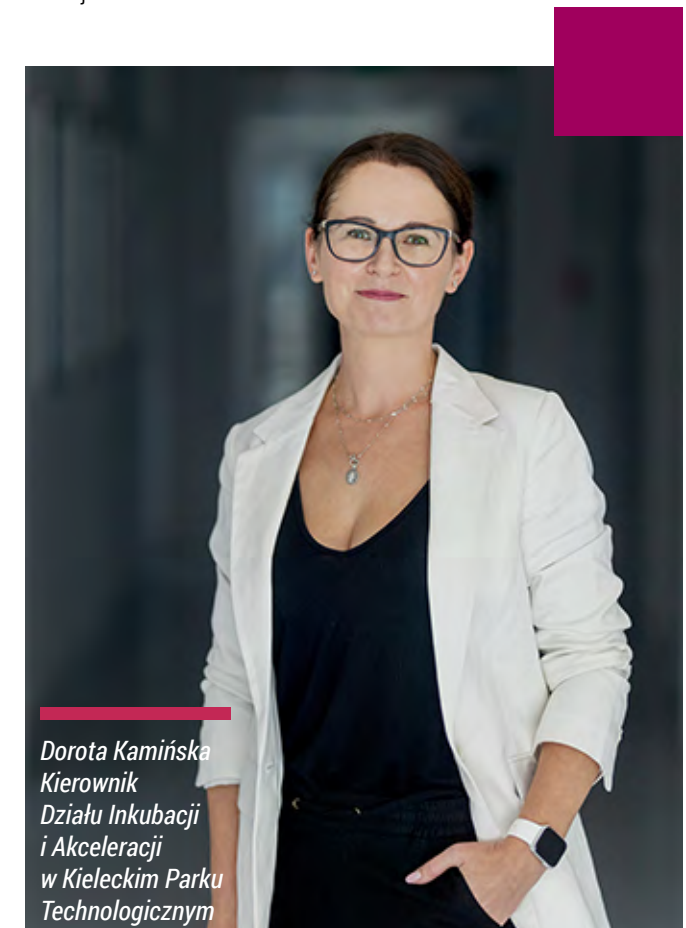
ze stronami, jaki procent realizacji będzie dla nich satysfakcjonujący. Pozwala to na znaczące ograniczenie ryzyka późniejszych niepowodzeń. Cały proces akceleracji jest ustrukturyzowany i podzielony na poszczególne etapy, które są monitorowane przez KPT.

INNOWACJĘ MOŻNA ZAPLANOWAĆ

Wiele osób myśli o innowacji jak o przypadkowym pomysle czy nagłym olśnieniu, tymczasem innowację da się zaplanować, dzięki odpowiednim narzędziom czy metodykom takim jak Design Thinking.

W naszym Parku pomagamy firmom zdefiniować obszary do wdrożenia innowacji oraz zdefiniować modele biznesowe - Dorota Kamińska przedstawia różne możliwości KPT. - **Na początku określamy z przedsiębiorstwem jego potrzeby, określamy obszary, w których możemy szukać innowacji, a potem wchodzimy z narzędziami, projektujemy cały proces, definiujemy rozwiązania, szukamy interesariuszy, wstępnie testujemy i prototypujemy.** - wyjaśnia.

Przedsiębiorstwa, które chcą zaznaczać swoją obecność na rynku muszą trzymać rękę na pulsie innowacji. Warto o to zadbać, nie tylko monitorując potrzeby rynkowe, ale także biorąc czynny udział w tych zmianach m.in. korzystając z usług, której w tej kwestii oferuje KPT.



Dorota Kamińska
Kierownik
Działu Inkubacji
i Akceleracji
w Kieleckim Parku
Technologicznym

OFERTA KPT

www.technopark.kielce.pl

Kielecki Park Technologiczny to nie tylko nowoczesne przestrzenie z zaawansowanymi udogodnieniami i rozbudowaną infrastrukturą oraz uzbrojonymi terenami inwestycyjnymi.

To przede wszystkim idea łącząca innowację i kreatywność z możliwością rozwoju.

Tu koncepty spotykają się z realizacjami, a technologia ułatwia spojrzenie w przyszłość i współpracę pomiędzy przedsiębiorstwami.



USŁUGI DLA STURTUPÓW I PRZEDSIĘBIORCÓW

obsługa księgowa
doradztwo podatkowe
rebranding
sesje pitchnigowe
wyjazdy studyjne
wsparcie technologiczne

USŁUGI INFORMATYCZNE



serwerownia
sieć komputerowa
dostęp do internetu
beprzewodowe Wi-Fi
bezpieczeństwo

WYNAJEM



sale konferencyjne
powierzchnie biurowe
powierzchnie produkcyjne
powierzchnie magazynowe
powierzchnie specjalistyczne

USŁUGI SZKOLENIOWE



szkolenia i warsztaty
dla biznesu na każdym
etapie rozwoju

EVENTY



centrum konferencyjne
ogród doświadczeń

TECHNOLOGICZNY

KIELECKI PARK



KIELECKI PARK
TECHNOLOGICZNY

ul. Olszewskiego 6
25-663 Kielce

tel.: 41 278 72 00
e-mail: biuro@technopark.kielce.pl



PRZEMYSŁ 4.0

Robotyka
nowa wizja produkcji

Internet rzeczy (IoT)
„inteligentne procesy”

Sztuczna Inteligencja
analiza i decyzje na nowym poziomie

Wyzwania Przemysłu 4.0

Nowe horyzonty

W dzisiejszym dynamicznym świecie gospodarczym, przemysł przechodzi fundamentalne zmiany, które redefiniują sposób, w jaki produkujemy, dostarczamy i konsumujemy dobra. Na pierwszy plan wysuwa się Przemysł 4.0, koncept określający nową erę produkcji opartą na zaawansowanych technologiach takich jak robotyka, internet rzeczy (IoT) czy sztuczna inteligencja (AI). Przyjrzyjmy się, jak te nowe kierunki rozwoju wpływają na procesy produkcyjne i konkurencyjność firm, rysując perspektywę dla przemysłu przyszłości.

Przemysł 4.0 oznacza przejście od tradycyjnych metod produkcji do inteligentnych systemów opartych na nowoczesnych technologiach. W jego centrum znajdują się przede wszystkim robotyka, IoT i AI, które wzajemnie współpracują, tworząc spójne i zintegrowane środowisko. Dzięki temu zmiany zachodzące w przemyśle stają się bardziej przemysłane, wydajne i dostosowawcze do potrzeb dynamicznego otoczenia biznesowego.

Współczesny krajobraz produkcyjny znacząco ewoluuje. Działania, które kiedyś były wykonywane ręcznie lub za pomocą prostych maszyn, obecnie stają się integralną częścią Przemysłu 4.0. To znacznie więcej niż tylko automatyzacja - to integracja różnych technologii, tworzących w pełni zautomatyzowany i efektywny proces produkcyjny. Oparte na zasadach robotyki kolaboracyjnej maszyny współpracują z ludźmi, przyspieszając produkcję i poprawiając jakość wyrobów. Jednak efektywność nie jest jedynym benefitem. Przemysł 4.0 kreuje także elastyczne linie produkcyjne, które mogą reagować na zmienne zapotrzebowanie rynku, umożliwiając produkcję na żądanie oraz przewidując ewentualne przerwy w dostawach.

W Polsce powoli obserwujemy wzrastający udział Przemysłu 4.0, zarówno w dużych korporacjach, jak i w sektorze MŚP. Przedsiębiorstwa wspierane przez programy rządowe i inicjatywy branżowe, takie jak Technopark Kielce DIH, mają szansę na odpowiednią diagnozę procesów produkcyjnych przeprowadzoną przez specjalistów. TK DIH ma za zadanie wesprzeć świętokrzyskie przedsiębiorstwa w zakresie m.in. sztucznej inteligencji, cyberbezpieczeństwa, internetu rzeczy, technologii cyfrowego procesu budowania czy właśnie automatyzacji i robotyzacji procesów.

Robotyka - nowa wizja produkcji

Robotyka odgrywa kluczową rolę w rewolucji Przemysłu 4.0. Wszystko zaczęło się od prostych robotów wykonujących monotonną pracę na taśmach produkcyjnych. Obecnie obserwujemy wykorzystanie robotów o zaawansowanej funkcjonalności, zdolnych do wykonywania skomplikowanych zadań, a nawet współpracujących bezpośrednio z ludźmi. Roboty kolaboracyjne to jedno z najważniejszych osiągnięć, otwierające nową erę w relacji między człowiekiem a maszyną.

To, co wyróżnia robotykę Przemysłu 4.0, to jej zdolność do elastycznego dostosowywania się do różnych zadań. Dzięki systemom sterowania i algorytmom sztucznej inteligencji, roboty mogą szybko reagować na zmieniające się warunki i odpowiednio modyfikować zachowanie. Przykładowo, w fabryce produkującej różne modele produktów, roboty mogą w krótkim czasie przestawić się z produkcji jednego wyrobu na inny, minimalizując przestoje i zwiększając wydajność.

Internet rzeczy - „inteligentne procesy”

IoT, czyli Internet Rzeczy, to technologia, która wykorzystuje sieć internetową do połączenia różnych urządzeń, maszyn i przedmiotów, dzięki czemu mogą one komunikować się ze sobą i wymieniać danymi. Niestety w 2021 r. jedynie 19% przedsiębiorstw korzystało z tej możliwości, a co więcej ponad połowa z nich stanowiła duże podmioty.

W kontekście Przemysłu 4.0, Internet Rzeczy oznacza wprowadzenie „inteligencji” do procesów produkcyjnych. Dzięki zestawom czujników i urządzeniom zbierającym

dane, możliwe jest monitorowanie stanu maszyn w czasie rzeczywistym. Czujniki umożliwiają śledzenie parametrów produkcji, takich jak temperatura, wilgotność, ciśnienie czy prędkość obrotowa maszyn. Dane te są przesyłane do centralnego systemu, który na ich podstawie podejmuje decyzje. Z pewnością ma to wpływ np. na liczbę awarii - jeśli czujniki wykryją wzrost temperatury w maszynie, system może automatycznie zatrzymać produkcję, aby uniknąć przegrzania i potencjalnych uszkodzeń.

Sztuczna Inteligencja - analiza i decyzje na nowym poziomie

Sztuczna inteligencja, znana jako AI, wzbudziła w ostatnim czasie mnóstwo emocji, od zachwytu i ogromnej ciekawości, aż po niepokój czy wręcz strach. Jeszcze dwa lata temu, z technologii tej korzystało niespełna 3% przedsiębiorstw. Obecnie AI umożliwia maszynom przetwarzanie informacji, uczenie się na podstawie danych i podejmowanie autonomicznych decyzji. W produkcji może przewidywać awarie maszyn, optymalizować procesy oraz tworzyć modele predykcyjne na podstawie analizy trendów.

Można z całą pewnością stwierdzić, że AI rewolucjonizuje sposób, w jaki firmy podejmują decyzje. Dzięki analizie ogromnych ilości danych, systemy oparte na AI są w stanie zidentyfikować wzorce i relacje, które byłyby trudne do wykrycia dla człowieka. Przykładowo system AI analizujący dane dotyczące wydajności maszyn może przewidzieć moment, w którym maszyna jest najbardziej podatna na awarię, co pozwala na optymalne dla firmy planowanie konserwacji. Z kolei w systemach dozowania mogą automatycznie dostosowywać ilość surowców do wymagań procesu produkcyjnego. Zastosowanie AI do prognozowania np. zapotrzebowania na surowce pozwoli producentom na minimalizację kosztów związanych z nadmiernym składowaniem surowców. AI ma również zdolność do uczenia się na podstawie bieżących danych, dzięki czemu w miarę upływu czasu staje się coraz dokładniejszy w swoich prognozach. Możliwość jest naprawdę bardzo wiele - przedsiębiorca musi więc ocenić, który z obszarów w jego zakładzie powinien w pierwszej kolejności podlegać cyfrowej transformacji. To podstawa działań, od których również

rozpoczyna się biorąc udział w projekcie Technopark Kielce DIH - z tą różnicą, że tutaj oceny dokonują specjaliści, mający doświadczenie w digitalizacji, a przedsiębiorca nie ponosi z tego tytułu żadnych kosztów.

Wyzwania Przemysłu 4.0

Z każdym dniem wzrasta liczba technologii oferowanych przez Przemysł 4.0 oraz rosną możliwości, jakie te technologie niosą ze sobą. Niemniej jednak, w polskich firmach, pomimo tych licznych opcji, liderzy nadal są ostrożni w ich wykorzystywaniu. Mają obawy, że wprowadzenie tych nowych rozwiązań może zakłócić dotychczasowe i sprawdzone metody funkcjonowania ich organizacji, ale w wielu przypadkach brakuje im też wiedzy na temat nowych inicjatyw cyfrowych. Tutaj bardzo ważną rolę pełni właśnie KPT, stając się one-stop-shopem, który pomaga przedsiębiorcom w pełni zrozumieć cyfryzację oraz krok po kroku doprowadzić ich do utworzenia strategii digitalizacji dla swojej organizacji.

W wielu raportach liderzy wskazują na trudności w dotrzymywaniu tempa coraz bardziej innowacyjnym technologiom, które wydają się zbyt złożone, kosztowne i trudno dostępne. Globalne badanie Deloitte "Czwarta rewolucja przemysłowa: gotowi i odpowiedzialni" również uwydatniło tę sytuację. Wielokrotnie ambicje organizacji i ich liderów nie są wspierane konsekwentnym działaniem. Tylko 10% badanych firm posiada kompleksowe strategie związane z Przemysłem 4.0. Jednak Ci, którzy mają je przygotowane, twierdzą, że nie tylko osiągają lepsze wyniki, ale także dostrzegają większą efektywność w zakresie oddziaływań społecznych, zarządzania talentami w firmie oraz inwestycji technologicznych.

Wśród zadań stojących przed organizacjami są szkolenia dla wszystkich pracowników oraz budowanie odpowiednich relacji w kontekście zmian. Liderzy chcą być przekonani do celów biznesowych Przemysłu 4.0. Ponadto, muszą stawić czoła różnorodnym barierom, w tym mentalnym, edukacyjnym, finansowym oraz związanym z potencjalnymi zagrożeniami, jakie niesie ze sobą nowa rewolucja w przemyśle, np. ryzykiem cybernetycznym. To czasochłonne i wymagające wyzwania, ale kluczowe dla sukcesu.

Nowe horyzonty

Chat GPT zapytany o przyszłość Przemysłu 4.0, odpowiedział: *"Przemysł 4.0 to klucz do przyszłości. To nowe technologie, świadome inwestycje i zdolność do adaptacji decydują o sukcesie firm w erze cyfrowej. Robotyka, internet rzeczy czy sztuczna inteligencja otwierają drzwi do bardziej efektywnej, zintegrowanej i konkurencyjnej produkcji."*

Z pewnością ciężko się do tego stwierdzenia nie przychylić, gdyż przedsiębiorstwom, które odważą się podążać tą ścieżką, Przemysł 4.0 obiecuje nowe horyzonty i nieograniczone możliwości. Jednak sukces wymaga przemyślanego podejścia, inwestycji i zaangażowania zarówno kadry kierowniczej, jak i pracowników na każdym poziomie organizacji.



ilustracja stworzona przez generator DALL-E po wpisaniu prompt'a: „Przemysł 4.0 to klucz do przyszłości. To nowe technologie, świadome inwestycje i zdolność do adaptacji decydują o sukcesie firm w erze cyfrowej. Robotyka, internet rzeczy czy sztuczna inteligencja otwierają drzwi do bardziej efektywnej, zintegrowanej i konkurencyjnej produkcji.”

PRZEMYSŁ 4.0

BUDOWANIE MARKI - CZY TO SIĘ JESZCZE OPŁACA?

**Wielu przedsiębiorców
myśli, że ich oferta
obroni się sama,
a działania
marketingowe
to domena
korporacji.**

**Czy dla lokalnych
firm lub startupów
budowa marki
to faktycznie
strata czasu
i zbędna
inwestycja?**

Beata Gawrońska
Kierownik Działu
Promocji i PR
Kieleckiego Parku
Technologicznego

Budowanie marki to proces tworzenia i kształtowania unikalnej tożsamości firmy, produktu lub usługi w umysłach klientów. Jest to świadoma strategia mająca na celu stworzenie pozytywnego i trwałego wrażenia oraz asocjacji związanych z marką.

Jak określił Walter Landor, uznany brand designer *"Produkty powstają w fabryce, a marki w umyśle"* - parafrazując jego słowa, możemy powiedzieć, że marka to emocjonalna więź pomiędzy Twoją firmą a klientem. A jak tę więź pomagamy budować naszym przedsiębiorcom w KPT?

Po pierwsze strategia i branding

Myśląc o Coca Coli, jakie pierwsze skojarzenia pojawiają się w Twojej głowie? Kolor czerwony? Radość? Mikołaj? Ciężarówka świąteczna? Może zanuciłeś nawet *"Coraz bliżej święta..."*? A gdzie w tym wszystkim gazowany, ciemny płyn, w puszcze lub plastikowej butelce, który de facto kupujesz? Na tym właśnie opiera się branding i pozycjonowanie marki, które ma odróżnić ją od innych.

Na poziomie strategii, trudno mówić o silnej, rozpoznawalnej marce, która nie ma określonego pozycjonowania. Marka, która nie zna swojej tożsamości i nie wie, dla kogo jest przeznaczona, będzie mieć problemy z utrzymaniem się na konkurencyjnym rynku. Elementy brandingu, o których myślimy w odniesieniu do konkretnej marki jak np. nazwa, kolor, logo, melodia, slogan, opakowanie czyli tzw. zasoby dystynktywne marki lub inaczej brand cues, mogą podnosić wyrazistość marki aż o 52%! Potwierdzają to również raporty największych instytucji badawczych - wg Ipsos brandy, które wykorzystują odpowiednie brand cues są aż o 34% bardziej efektywne niż te, które tego nie robią.

W KPT mocno wspieramy naszych lokatorów w zakresie brandingu, który pozwala budować świadomość ich marek i wyróżnić się na nierzadko mocno już nasyconym rynku.

Identyfikacja wizualna i komunikacja marketingowa w internecie, to jedno z ważniejszych elementów, które powinny być uwzględnione w strategii marketingowej każdej firmy.

W szczególności takiej, której zależy na tym, aby być widoczną zarówno offline, jak i online.

W związku z tym, że nowo powstałe firmy - takie jak startupy, potrzebują szerokiego spektrum doradztwa w początkowej fazie rozwoju biznesu/ produktu, w/w zakres usług będzie absolutnie niezbędny do tego żeby zacząć myśleć o właściwym budowaniu ścieżki komunikacji o firmie oraz o produkcie, co w efekcie będzie miało ogromny wpływ na sprzedaż.

Inwestycja czasu i środków w odpowiednim momencie w działania marketingowe, pozwala niejednokrotnie uniknąć niepowodzeń, które docelowo mogą mieć ogromny wpływ na „być albo nie być” firmy.

- tłumaczy Beata Gawrońska, kierownik Działu Promocji i PR.

Dotychczasowa usługa branding i rebranding, którą realizowaliśmy w KPT (m.in. poprzez przygotowanie logo firmy, key visuala, materiałów akcydensowych), została rozszerzona o nowoczesne elementy jak animacje, grafiki ruchome, materiały do adaptacji online, jak również przygotowanie interfejsów aplikacji i stron internetowych.

Po drugie odpowiedni wizerunek

Przy budowie marki i wprowadzaniu nowego produktu na rynek, nie wolno lekceważyć roli Public Relations (PR). To właśnie dzięki PR kształtowana jest opinia o firmie, a jednocześnie dostarczane są informacje na temat jej oferty. Odpowiednio opracowana strategia PR służy rozpowszechnianiu kluczowych komunikatów, które mogą stanowić istotny czynnik w zdobywaniu nowych klientów.

Działania z zakresu PR sprawiają, że marka staje się bardziej wiarygodna dla różnych grup interesariuszy, co z pewnością ułatwia np. pozyskiwanie partnerów biznesowych. Z naszego punktu widzenia to bardzo ważny element oferty KPT, który może wspomagać sprzedaż produktów czy usług.

Proponujemy wsparcie doradcze i szkoleniowe z zakresu działań PR, strategii CSR, zarządzania sytuacjami kryzysowymi, co pozwoli na zachowanie tak ważnej obecnie transparentności w działaniu.

- wyjaśnia kierownik Działu Promocji i PR w KPT.

PR służy określeniu, w jaki sposób marka się komunikuje, a głównym jego celem jest budowanie pozytywnego wizerunku marki. Uważne wsłuchiwanie się w potrzeby konsumentów oraz dostrzeganie oczekiwań otoczenia, otwartość i dialog z odbiorcami wzmacniają zaufanie do marki, sprawiając, że zyskuje ona na sile i rozpoznawalności. To z kolei ma bezpośrednie przełożenie na decyzje zakupowe potencjalnych klientów.

Współpraca z Kieleckim Parkiem Technologicznym była kolejnym krokiem w umocnieniu naszej pozycji na rynku.

Zrozumieliśmy, jak istotna jest skuteczna komunikacja publiczna, zarówno w kształtowaniu wizerunku firmy, jak i w budowaniu relacji z naszymi partnerami biznesowymi.

Doradztwo w zakresie PR pozwoliło nam pogłębić zasady i etapy tworzenia kampanii PR’owych oraz strategii PR, co w rezultacie będzie miało pozytywny wpływ na widoczność naszej firmy w mediach. Budowanie przewagi konkurencyjnej i wizerunku firmy – to właściwy efekt końcowy tej współpracy.

- ocenił udział w projekcie właściciel firmy IT Control Sp z o.o. Przemysław Piątek, która skorzystała ze wsparcia w zakresie doradztwa PR.

KPT na marketingowym standby’u

Marketing to jedna z najbardziej dynamicznie zmieniających się dziedzin, w której trendy szybko się dezaktualizują. Trzeba cały czas trzymać rękę na pulsie i obserwować potrzeby swoich odbiorców, dobierając odpowiednie narzędzia.

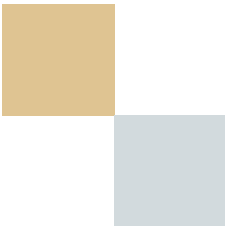
KPT jest otwarte na ścisłą współpracę promocyjną ze swoimi lokatorami oraz dostarczanie im wszechstronnych usług, które odzwierciedlają potrzeby i trendy w biznesie.

Nasze usługi są ciągle monitorowane, ponieważ rynek w tym zakresie jest bardzo dynamiczny.

Nowe technologie, rozwiązania zarówno w zakresie tworzenia contentu jak i projektów graficznych, w ostatnim czasie rewolucjonizują i wymuszają bycie na absolutnym standby’u.

Oferta KPT jest elastyczna i stanowi odpowiedź na zmieniające się potrzeby naszych klientów i lokatorów. Naszym celem jest stałe wsparcie dla rozwoju biznesów w naszym parku.

- podkreśla Beata Gawrońska.



W marketingowej ofercie KPT znajduje się także wsparcie z zakresu komunikacji marketingowej online. Pracownicy kieleckiego Parku doradzają, jak zrealizować kampanie w social mediach, tworzyć przekazy, przygotowywać posty czy reklamy sponsorowane, a także analizować dane z prowadzonych działań. Nie ma bowiem większego grzechu marketera niż brak monitoringu wyników i niewyciąganie z nich wniosków, by ograniczyć sytuacje “przepalania” cennego budżetu.

Zupełnie nowym elementem naszej oferty jest copywriting czyli tworzenie różnorodnych tekstów promocyjnych, haseł i opisów produktów na potrzeby marketingu, reklamy i PR. Wydawałoby się “bułka z masłem”? Niekoniecznie. W tworzeniu dobrego copy, chodzi o zainteresowanie odbiorcy, kupienie jego uwagi, co przy ilości contentu, jakim jest codziennie bombardowany, stanowi prawdziwą trudność. Przekazanie sedna Twojego produktu w jednym zdaniu to przede wszystkim umiejętność doboru kluczowych informacji, ale także doskonała znajomość grupy docelowej, jej pragnień i bolączek oraz używanie języka korzyści.

Oplacalne czy nie?

Siła marki kształtuje się poprzez sumę strategicznych działań, mających na celu budowanie odpowiednich skojarzeń. Marka, która nie posiada właściwych skojarzeń, jest niewiele warta - to jedynie nic nieznaczące logo czy nazwa. Odpowiadając więc ostatecznie na pytanie zawarte w tytule - tak, budowa SILNEJ marki się opłaca. Musisz zrozumieć, że to ciągły proces, który polega na pokonywaniu kolejnych etapów w grze o pozyskanie rozproszonej uwagi klienta.

Jeśli liczysz na to, że zrobisz sobie odpowiedni branding, założysz konto na FB i na tym budowa Twojej marki się skończy, to... nie licz na wstrząśnięcie rynkiem, wyprzedzenie konkurencji czy grupę klientów większą niż Twoi najbliżsi znajomi.

Skoro wierzysz w swój produkt lub usługę, to dlaczego nie chcesz, by dowiedziało się o tym jak najwięcej osób?

I na to pytanie, drogi przedsiębiorco, musisz odpowiedzieć już sam.

Raporty pokazują, że 97% osób szuka w internecie lokalnych firm i sklepów. W zasadzie można więc uznać, że jeśli nie ma Cię dziś w sieci to dla klienta... nie istniejesz. Twoje działania online wpływają nie tylko na świadomość i wizerunek Twojej marki, ale także stanowią o jej wiarygodności - większość osób przed skorzystaniem z usługi czy produktu, szuka informacji o firmie. To co podczas tego researchu znajdzie, zaważy na jego decyzji zakupowej.

Wartość marketingu internetowego w porównaniu z jego tradycyjnym odpowiednikiem tkwi przede wszystkim w zdolności do precyzyjnego dotarcia do konkretnej grupy potencjalnych klientów, której zainteresowanie naszymi produktami lub usługami jest najprawdopodobniej największe.

Co więcej, wiele działań marketingowych online pozwala na precyzyjne monitorowanie wyników i natychmiastową modyfikację strategii lub treści promocyjnych. To umożliwia wybieranie narzędzi, które przynoszą największe korzyści finansowe dla firmy. Warto również zaznaczyć, że reklama internetowa często charakteryzuje się znacznie wyższą efektywnością kosztową, w przeciwieństwie do tradycyjnych form promocji, gdzie raz opublikowany materiał nie ulega zmianie, nawet jeśli nie przynosi oczekiwanych rezultatów.

ZAWALCZ O KLIENTA W SIECI!

Kilka podpowiedzi, jak prowadzić komunikację online

Przedsiębiorczość w erze cyfrowej to nie tylko nowe możliwości, ale także wyzwania. Osiągnięcie sukcesu wymaga umiejętności efektywnego prowadzenia komunikacji online. Zwracamy uwagę na kluczowe aspekty, które mogą przynieść przewagę w walce o klienta w sieci, przy wykorzystaniu odpowiednich rozwiązań i narzędzi marketingowych.

WYJDŹ OD STRATEGII

Proces opracowywania strategii marketingowej warto rozpocząć od określenia swoich celów, czyli pożądaných wyników, jakie Twoja firma chce osiągnąć poprzez działania marketingowe w przestrzeni internetowej. Możesz mieć kilka celów jednocześnie, ale pamiętaj o zastosowaniu zasady SMART, która zakłada, że cele powinny być konkretne, mierzalne, osiągalne, realistyczne i określone w czasie. Precyzyjnie zdefiniowane cele stanowią podstawę do wyboru odpowiednich narzędzi i opracowania całościowej strategii komunikacyjnej.

W KPT wiemy, że dobre rozpoznanie rynku i przyjrzenie się odbiorcy to podstawa do efektywnego planowania.

Zrozumienie, kim są Twoi klienci, co ich interesuje i jakie problemy chcieliby rozwiązać, pozwala dostosować komunikację do ich potrzeb, dobrać odpowiednie kanały czy styl. Im więcej wiesz o odbiorcy, tym lepiej dla Twojej marki.

DOBIERZ ODPOWIEDNIE KANAŁY KOMUNIKACJI

Kiedy już ustalisz, do kogo kierujesz swoją komunikację, nadszedł czas, aby zastanowić się, gdzie można znaleźć tę grupę odbiorców w sieci. Dowiedz się, jak Twoi potencjalni klienci spędzają czas online: sprawdź, które platformy mediów społecznościowych są dla nich najważniejsze, jakie strony inter-

netowe odwiedzają, czy preferują czytanie blogów, słuchanie podcastów, oglądanie wideo, których influencerów śledzą, czy biorą udział w grupach dyskusyjnych, a może zaczytują się w newsletterach? Zwykle trudno jest odpowiedzieć na te pytania, startując ze swoją marką, jednak z czasem, kiedy zbudujesz swoją pierwszą społeczność, będziesz mógł pozyskiwać informacje na temat preferencji swoich odbiorców lub po prostu obserwować, co działa najlepiej, i dostosowywać swoją strategię.

Pamiętaj, że dobór kanałów komunikacji powinien być również dostosowany do dostępnego budżetu i zasobów. Nie musisz być obecny wszędzie! **Lepiej skupić się na platformach, na których rzeczywiście znajdują się Twoi odbiorcy, i działać tam konsekwentnie i aktywnie, niż rozpraszać się na różnych frontach, publikować treści chaotycznie. W początkowym etapie możesz nawet skoncentrować się na jednym kanale, a z czasem, gdy zobaczysz pozytywne wyniki, inwestować w kolejne.**

ZADBAJ O PRZEKAZ

Wiesz już jakie są Twoje cele, znasz grupę docelową i jej potrzeby, musisz zastanowić się, co chcesz im przekazać. Pod względem graficznym Twój komunikat, powinien być spójny z założeniami identyfikacji wizualnej. Wybierając kolorystykę, typografię i styl graficzny, warto zwrócić uwagę na to, aby odzwierciedlały unikalność i wartości Twojej firmy. **Każdy element wizualny powinien być spójny na różnych platformach, tworząc wrażenie jedności. Marki, które konsekwentnie prezentują swój wizerunek, wywołują większe zaufanie u klientów.**

Równie ważny jak wygląd, jest przekaz treści. Twórz je zgodne z misją i wartościami marki. Opowiedz historię firmy, podkreślając unikalne cechy i korzyści oferowanych produktów lub usług. Komunikuj się z klientami w sposób autentyczny i zgodny z tożsamością marki, ale też zrozumiały i jasny. W tym właśnie pomoże Ci nasza najnowsza usługa z zakresu copywritingu, która umożliwia tworzenie tekstów promocyjnych, haseł i opisów produktów na potrzeby marketingu, reklamy i PR.

COPYWRITING, CZYLI SZTUKA PRZEKONYWANIA

Copywriting to nie tylko pisanie reklam. **To sztuka tworzenia treści, które przyciągają uwagę, ale również oddziałują emocjonalnie na odbiorców. Warto pamiętać, że skuteczne teksty przekonują do działania, opowiadając historię i budując więź.**

Tutaj ponownie wracamy do odbiorcy, gdyż dobry copywriting wymaga zrozumienia grupy docelowej. Wykorzystaj język, którym mówi, aby Twoje przekazy były zrozumiałe i przystępne. Kiedy odbiorcy czują, że rozumiesz ich sytuację, są bardziej skłonni zaangażować się w treści i podjąć akcję, którą proponujesz.

Ważnym elementem copywritingu jest CTA czyli call to action. Jasno komunikuj, co odbiorcy mają zrobić dalej. Czy to zakup produktu, zapis na newsletter czy wypełnienie formularza kontaktowego, poinformuj ich, jak mogą kontynuować interakcję z Twoją marką.

Usługa copywritingu w KPT jest odpowiedzią na zapotrzebowanie naszych lokatorów - wielu z nich to startupy, które oferują bardzo innowacyjne pomysły, wymagające użycia odpowiednich zwrotów i zmiany specyficznego czasem, branżowego języka, na język korzyści.

POKAŻ SWOJĄ STRONĘ WWW, A POWIEM CI KIM JESTEŚ

Twój serwis internetowy to wirtualny punkt sprzedaży i najczęściej to pierwsze miejsce, gdzie klienci zetkną się z Twoją marką. Dlatego ważne jest, aby strona była intuicyjna i łatwa w nawigacji. Ułatw użytkownikom znalezienie informacji, których szukają. Podczas współpracy z KPT pokażemy Ci, jak zadbać o czytelność tekstu, układ graficzny i responsywność strony na różnych urządzeniach.

Treści na stronie powinny być atrakcyjne i wartościowe dla klientów. Oprócz opisów produktów czy usług, warto dołączać treści edukacyjne lub rozrywkowe, które angażują użytkowników. Im dłużej spędzą czas na Twojej stronie, tym większa szansa na konwersję.

Warto pamiętać o optymalizacji pod kątem SEO. Dobre pozycjonowanie w wynikach wyszukiwania pozwala na dotarcie do większej liczby potencjalnych klientów. Wybierając odpowiednie słowa kluczowe i tworząc treści zgodne z ich tematyką, zwiększysz widoczność swojej marki w internecie.

SOCIAL MEDIA - JESZCZE BLIŻEJ KLIENTÓW

Platformy społecznościowe to idealne narzędzie do budowania bliskiego kontaktu z odbiorcami. Regularne publikowanie treści na Facebooku, Instagramie czy LinkedIn pozwala utrzymywać aktywną obecność wśród użytkowników. Pamiętaj jednak, że każda platforma ma swoją specyfikę, więc musisz dostosować treści do oczekiwań i preferencji swojej grupy docelowej.

W mediach społecznościowych warto wykorzystywać różnorodne formaty treści - zdjęcia, grafiki, video oraz interaktywne formy, takie jak ankiety czy quizy. Należy jednak zauważyć, że krótkie filmy wideo odnotowują największy wzrost wśród różnych strategii marketingowych w 2023 r., a większość marketerów chce zainwestować w nie więcej niż w jakiekolwiek inne formaty lub taktyki. Badania pokazują, że aż 73% konsumentów woli obejrzeć krótki film, aby dowiedzieć się więcej o produkcie lub usłudze. Reels na Instagramie czy shorts na Youtube pozwalają utrzymać uwagę użytkowników i побudzić ich do interakcji.

Aktywność na mediach społecznościowych nie ogranicza się tylko do publikacji. Odpowiadaj na komentarze, angażuj się w dyskusje i buduj relacje z użytkownikami. Taka interakcja sprawia, że Twoja marka staje się bardziej ludzka i osiągalna dla klientów.

KUPUJ, ALE ANALIZUJ

W KPT pomagamy również firmom w planowaniu i zakupie mediów. Często wybranymi metodami promocji marki w świecie internetowym są reklamy płatne przy użyciu platform takich jak Google Ads i Facebook. Reklamy Google oferują unikalną możliwość dotarcia do potencjalnych klientów, którzy aktywnie poszukują produktów lub usług związanych z Twoją marką, gdy wpisują określone frazy w wyszukiwarce. Natomiast kampanie reklamowe na Facebooku i Instagramie pozwalają na skierowanie przekazu do wybranych grup wiekowych i płci.

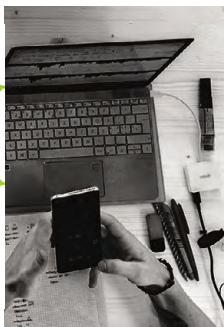
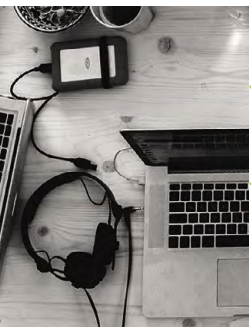
Jeżeli rozważasz kampanię wideo, warto wziąć pod uwagę platformę YouTube. Tutaj Twoja reklama może być wyświetlana przed lub po filmach związanych z branżą, w której działasz. Innym interesującym rozwiązaniem może być współpraca z influencerami. Popularnym trendem są konkursy organizowane przez influencerów na ich mediach społecznościowych, promowanie Twoich produktów czy ich recenzje.

Analityka jest niezwykle istotna dla skutecznej strategii marketingowej. Dzięki narzędziom analitycznym możesz śledzić efektywność swoich działań, monitorować wskaźniki, takie jak współczynnik klikalności, konwersje czy czas spędzony na stronie. Dane analizy pozwalają na dostosowanie, zmiany w założonym planie. Jeśli widzisz, że pewne treści generują większe zaangażowanie, warto stworzyć podobne. Jeśli natomiast pewne elementy strony generują mało interakcji, można przemyśleć ich rozmieszczenie lub modyfikację.

Podsumowując, skuteczny marketing internetowy to proces, który wymaga czasu i umiejętności - w KPT oferujemy szerokie wsparcie z tego zakresu, poprzez działania doradcze i edukacyjne. Bez odpowiedniej strategii, działania w przestrzeni internetowej mogą być chaotyczne i przypadkowe, co skutkuje niewielką efektywnością.

Dlatego, zanim zainwestujesz swój czas, wysiłek i środki finansowe w konkretne kanały lub narzędzia online, konieczne jest przemyślenie opisanych wyżej aspektów i przygotowanie konkretnego planu.

WSPÓLNIE NAM SIĘ UDA!



ITM
CODE



SUKCES DOBRZE WYKLIKANY

case study

KPT to miejsce, w którym wiele firm znajduje swoją bezpieczną przestrzeń do efektywnego rozwoju. Tak jest właśnie w przypadku ITM Code - firmy, która tworzy nowoczesne rozwiązania IT dla biznesu. Czym mogą się pochwalić i jaki jest ich przepis na sukces?

ITM Code celuje w niszę związaną z wymaganiami dotyczącymi rewolucji przemysłowej 4.0. Działalność firmy skupia się na Internecie Rzeczy (IoT), kolekcjonowaniu danych oraz analityce zarządczej. Firma oprócz dedykowanych rozwiązań dla klientów, posiada w ofercie również produkty własne, w tym:

- ◆ Concr-IT - Systemy zarządzania i automatyzacji procesów dla żwirowni i węzłów betoniarskich
- ◆ C3- Mobility – zarządzanie flotą urządzeń mobilnych
- ◆ Systemy monitorowania i bezpieczeństwa
- ◆ Systemy ticketowania i obsługi zleceń

Podstawa sukcesu czyli bazowanie na potrzebach

Najprostsze i najtrudniejsze zarazem - jeśli Twojej firmie uda się odpowiedzieć na rynkową potrzebę, wygrasz. ITM Code uważnie wsłuchuje się w to, o czym mówią klienci, tworząc rozwiązania, które mają rozwiązywać ich realne problemy, minimalizując obciążenie pracowników ich firm. Oznacza to w praktyce, że klient może osiągać cele bez konieczności zwiększenia poziomu wykształcenia informatycznego swoich pracowników i bez modyfikacji swoich procesów, opierając się na zautomatyzowaniu pozyskiwania danych i wynikach analityki, które są podane w przystępny sposób np. w postaci powiadomienia SMS. W trakcie kolejnych lat działania na rynku zespół ITM Code wykształcił niszowe kompetencje, które pozwalają na wykonanie najbardziej nietypowych projektów informatycznych i rozwiązanie bardzo złożonych problemów różnych klientów.

W każdym przedsiębiorstwie występują wyzwania, z którymi musi ono sobie radzić. Często zarządzający mają bardzo precyzyjnie zdefiniowane oczekiwania i efekty, które chcieliby otrzymać, jednak brak jest koncepcji ich uzyskania. Wychodząc naprzeciw potrzebom i dysponując dużą wiedzą w obszarze aktualnych możliwości technicznych, wzbogaconą ogromną kreatywnością naszego zespołu, w pierwszej fazie współpracy skupiamy się na wsparciu naszych klientów w wymyśleniu efektywnych rozwiązań. Wszystkie nasze propozycje są dopasowane idealnie do specyfiki klienta. - wyjaśnia Łukasz Kołodziejczyk, Dyrektor Operacyjny w ITM Code.

Po drugie: odpowiedni partner

Jak wskazuje prezes ITM Code, również usytuowanie firmy w KPT miało bardzo duże znaczenie w kontekście sukcesu prowadzonego biznesu. Bardzo istotną kwestią są relacje partnerskie - dzięki zaangażowaniu m.in. dyrektora Justyny Lichosik oraz zastępcy dyrektora Dominika Kraski, przedsiębiorstwo mogło skorzystać z wielu form wsparcia. Z kluczowych czynników można wymienić:

- ◆ Szerokie możliwości networkingowe
- ◆ Dostęp do wachlarza profesjonalnych usług
- ◆ Współpraca z jednostkami edukacyjnymi
- ◆ Projekty wspierające lokalne przedsiębiorstwa

Dla właściwego rozwoju firmy konieczne jest odpowiednie, korzystne środowisko. KPT oraz ludzie, którzy je tworzą, zapewniają właśnie takie korzystne środowisko, co przekłada się na kolejne szanse dla współpracujących firm. Możliwość skorzystania z tych szans jest bardzo cenne - podkreśla Łukasz Kołodziejczyk.

Od początku funkcjonowania ITM Code, czyli od 2018 roku, firma korzysta z infrastruktury KPT oraz czerpie z wielu usług z oferty Parku takich jak: konferencje, wynajem powierzchni magazynowych czy też usługi doradcze. Ponadto współpracuje z KPT w ramach projektów Poland Prize oraz TK DIH.

Ważne: reakcja na wyzwania

Jednym z ważniejszych wyzwań w branży informatycznej jest wypracowanie przewagi konkurencyjnej, co nie jest łatwe, ze względu na dynamikę zmian i nacisk na spełnianie standardów rynkowych. ITM Code wypracowało własne metody oparte na predyspozycjach pracowników, które w głównej mierze opierały się na pracy w grupie. Dzięki elastyczności i umiejętności szybkiej adaptacji do zmiennych warunków, nawet pandemia i praca zdalna, choć trudne dla firmy, jak i jej klientów, nie zaburzyły jej rozwoju.

W najbliższych planach, jeszcze na rok 2023, firma ma zamiar wprowadzić na rynek dwa nowe produkty oraz zakłada pierwsze wdrożenia międzynarodowe. W przyszłym roku ITM Code chce skupić się ugruntowaniu pozycji rynkowej i przygotować kolejne dwa rozwiązania.

Last but not least

Sukces można mierzyć na wiele sposobów i w wielu obszarach. W ITM Code tą miarą największego sukcesu jest obserwacja, jak pracownicy się rozwijają. Często jest to ich pierwsza praca, którą rozpoczynają jeszcze będąc studentami i w bardzo szybkim tempie dochodzą do poziomu seniorskiego.

Z pewnością sukcesem jest również fakt, że międzynarodowe korporacje takie jak np. Samsung chcą współpracować z ITM Code na rynkach międzynarodowych. Rozwiązania przedsiębiorstwa z Kielc oceniane są bardzo wysoko. Nie dziwi więc fakt, że bardzo często sami klienci stają się ambasadorami tej marki, polecając ją kolejnym klientom lub wykorzystując nasze rozwiązania do podnoszenia jakości obsługi klientów własnych.

Jesteśmy bardzo dumni, że od kilku lat współpracujemy z Politechniką Świętokrzyską w różnych projektach m.in. prowadzimy zajęcia ze studentami. Bardzo dużym wyróżnieniem jest dla nas współpraca z Samsungiem, Sharp'em i Hewlett Packard i uznanie statusu międzynarodowych partnerów technologicznych. Ale co najważniejsze, nie ustajemy w rozwoju i jesteśmy pewni, że te największe sukcesy są jeszcze przed nami. - podsumowuje Łukasz Kołodziejczyk z ITM Code.

MY RÓWNIEŻ JESTEŚMY O TYM PRZEKONANI.



ŁADUJESZ I JEDZIESZ DZIĘKI JCHARGE!

Według badań, przeważająca część europejskiej populacji, wciąż korzysta z prywatnych samochodów, by dojeżdżać do pracy, przy czym 50% osób korzysta z nich codziennie, podczas gdy transport publiczny oraz rowery są wykorzystywane jedynie przez odpowiednio 16% i 12% pracujących.

Poza negatywnymi skutkami zdrowotnymi wynikającymi z nadmiernego zanieczyszczenia powietrza, powszechne korzystanie z samochodów istotnie wpływa na przeciętny czas podróży w całej Europie.

Stacje ładowania jCharge wspierają różnorodność środków transportu w miastach, umożliwiając wygodne ładowanie hulajnog oraz rowerów elektrycznych poprzez wykorzystanie energii słonecznej. Użytkownicy mogą w prosty sposób ładować swoje urządzenia, skanując kod QR za pomocą dedykowanej aplikacji, a następnie zamykając je w lockerze, aż do momentu dezaktywacji przy odebraniu pojazdu.

Więcej informacji: www.jcharge.eu

Spółdzielnie socjalne stanowią most pomiędzy realizacją celów społecznych, a realizacją celów ekonomicznych.

Zysk wypracowany przez tego typu podmioty nie trafia na konta członków zarządu czy do rad nadzorczych. Ten zysk, rozdzielany jest zgodnie z ustawą i księgowany jest na osobnych funduszach – jednym z nich jest fundusz reintegracyjny, którego głównym zadaniem jest społeczna i zawodowa reintegracja osób zagrożonych wykluczeniem społecznym.

Brzmi może i trudno, ale zasada jest prosta: pomagać tam, gdzie ta pomoc jest potrzebna. Co ciekawe, Tropem Przygody, jest jedną z dwóch spółdzielni socjalnych w Polsce, która zajmuje się turystyką (posiada wpis do rejestru organizatorów turystyki). A, że zajmuje się naprawdę to poka-



zują liczby - rocznie Tropem realizuje kilkaset wydarzeń: wycieczek, wyjazdów, koncertów, pikników itp. W samym 2023 roku zrealizowało wydarzenia dla ponad 8000 osób :)

POMAGAĆ DZIĘKI TURYSTYCE, CZYLI SPÓŁDZIELNIA SOCJALNA TROP PRZYGODY



DRONY AGRISKY WYCHWYTUJĄ USTERKI

Agrisky wie, jak pomóc instalatorom! Inspekcje termowizyjne dronami to klucz do nowoczesnej diagnostyki usterek sieci ciepłowniczych. Jakie płyną korzyści z tego rozwiązania?

1. Dokładność: precyzyjna inspekcja nawet trudnodostępnych obszarów.
2. Szybkość: skrócony czas inspekcji minimalizujący przestoje.
3. Bezpieczeństwo: brak potrzeby pracy ludzi w niebezpiecznych miejscach.
4. Koszty: wczesne wykrywanie usterek = ograniczenie strat.
5. Innowacyjność: dostęp do niedostępnych wcześniej danych.



DO HARMONIZACJI WARTOŚCI PRZESZKOCZYLI TEATR!

W VIVE Textile Recycling od ponad dwóch lat trwa projekt Harmonizacji Kultury Organizacyjnej. Wieloetapowy projekt osiągnął kolejny kamień milowy. Uczestnicy wystawili na deskach Kieleckiego Centrum Kultury sztukę na podstawie napisanej w ramach tej inicjatywy bajki.

Sztuka „Atlantyda Historia Nieprawdziwa” to historia, w którą w bajkowy, podwodny świat wpisano walkę dobra ze złem. Podkreślano w niej jak dużą wartość ma współpraca i odpowiedzialność za podejmowane decyzje oraz uczciwość wobec zespołu.

Spektakl reżyserowała kielecka reżyserka i aktorka Ewa Pająk. Prace nad jego produkcją trwały ponad 3 miesiące. Całą scenografię i kostiumy przygotowały studentki Wydziału Sztuki UJK. Wszystkie materiały użyte do produkcji pochodziły z sortowni VIVE Textile Recycling. Na widowni zasiedli pracownicy firmy i ich dzieci, przyjaciele i rodziny – ponad 220 osób. Na scenie, w kulisach i przy produkcji spektaklu pracowało ponad 100 pracowników firmy, którzy współpracując ze sobą, dołożyli największych starań, aby efekt końcowy był jak najlepszy.

Projekt Harmonizacji Kultury Organizacyjnej VIVE miał na celu określenie wspólnych wartości dla poszczególnych spółek w ramach VIVE Group, wypracowanie tożsamej kultury organizacyjnej i jej ugruntowanie w świadomości pracowników.

By móc wyobrazić sobie skalę projektu wystarczy spojrzeć na liczby pierwszego etapu: 204 dni warsztatowe, 17 grup szkoleniowych i ponad 200 osób bezpośrednio zaangażowanych w spotkania projektowe.

ZRÓWNOWAŻONA ENERGETYKA DLA DOBRA ZIEMI

Dziś, kiedy troska o naszą planetę staje się priorytetem, innowacyjne firmy kształtują przyszłość energetyki. Jednym z pionierów tej transformacji jest EcoWay Energy, lider w dziedzinie Odnawialnych Źródeł Energii (OZE).

EcoWay Energy to nie tylko deweloper, oferujący kompleksowe rozwiązania w zakresie instalacji fotowoltaicznych, pomp ciepła oraz magazynów energii. To również firma z wyraźnym pozamaterialnym celem, a celem tym jest troska o naszą planetę. Misją EcoWay Energy jest przyczynianie się do walki z globalnym ociepleniem poprzez promowanie zrównoważonej energetyki.

W dzisiejszym megatrendzie transformacji energetycznej i dekarbonizacji, EcoWay Energy odgrywa kluczową rolę. Współpracując z Klientami, pomaga nie tylko obniżyć koszty energii, zyskać niezależność oraz bezpieczeństwo energetyczne, ale także zmniejszyć emisję CO2, przyczyniając się do osiągnięcia celu neutralności klimatycznej do 2050 roku. Branża OZE nie tylko zmienia sposób pozyskiwania energii, ale również buduje lepszą przyszłość dla naszej planety. EcoWay Energy to przykład firmy, która dzięki Brand Purpose włącza się w globalne wysiłki na rzecz zrównoważonego rozwoju. To inspirujący przykład, jak biznes i zaangażowanie w troskę o Ziemię mogą iść w parze.



Ciekawostki z KPT

ul. Olszewskiego 6
25-663 Kielce

tel.:
41 278 72 00

e-mail:
biuro@technopark.kielce.pl

www.technopark.kielce.pl

 [/technopark.kielce](https://www.facebook.com/technopark.kielce)

 [/kptkielce](https://www.youtube.com/kptkielce)

 [/kielecki-park-technologiczny](https://www.linkedin.com/company/kielecki-park-technologiczny)

