

Wojciech Glapa

Członek Zarządu Arteria SA i jednocześnie Prezes Zarządu Gallup Polska opowiada o początkach działalności spółki Gallup, jej stopniowym rozwoju, wejściu do Grupy Kapitałowej Arteria SA i planach na przyszłość.

Historia i początki

Początki działalności Gallup Polska sięgają 1999 roku. Jedenaście lat temu, szwedzki biznesmen, Alf Urban Sjostrom założył w Rudzie Śląskiej spółkę - na wzór firmy działającej w Szwecji - z zamiarem świadczenia na rynku polskim komercyjnych usług z obszaru call i contact center. Firma nabrała rozpędu w 2003 roku, gdy uruchomiony został duży projekt dla energetycznego giganta – firmy Vattenfall Poland. Spółka Gallup zajęła się wówczas realizacją zaawansowanej usługi typu contact center, z którą docierała na co dzień do ponad miliona klientów, dokonujących zakup energii elektrycznej na terenie Górnego Śląska. Liczba zatrudnionych w Gallupie wzrosła wtedy w krótkim czasie z 40 do 100 osób, a spółka zaczęła dynamicznie się rozwijać. *Moja przygoda z Gallupem datuje się właśnie od pierwszych dni współpracy z Vattenfall* – wspomina swoje początki **Wojciech Glapa**. Wówczas ukształtował się także, niezmienny do dziś, trzon kadry zarządzającej spółki z **Bożeną Paliczką** i **Wojtkiem Ruszowskim**, którzy do dzisiaj aktywnie wspierają działalność Pionu Call Center Grupy Kapitałowej Arteria SA.

Nowi klienci

W 2003 roku Vattenfall Poland był jedynym klientem spółki Gallup. Z jednej strony zapewniało to dynamiczny rozwój, z drugiej nie dawało poczucia bezpieczeństwa na której można budować stabilną przyszłość. Dlatego ambicją kadry zarządzającej była dywersyfikacja działalności Gallup Polska i oparcie jej na świadczeniu usług dla kilku dużych klientów. Realizując strategię, spółka podpisała kolejne kontrakty. W 2005 roku Gallup Polska rozpoczęła współpracę z Grupą PGNiG, obsługując odbiorców gazu w regionie śląskim. Od 2006 roku prowadzona jest sprzedaż i obsługa posprzedażowa kosmetyków francuskiej marki Yves Rocher. *Dzięki takiemu modelowi funkcjonowania, spółka uzyskała stabilność przychodów i zysków na kolejne lata* – tłumaczy **Wojciech Glapa**.

Model biznesowy działalności

Spółka Gallup Polska od początku koncentrowała się na skomplikowanych, ale gwarantujących wyższą marżę, usługach obsługi klientów w ruchu przychodzącym (infolinie). Dla wszystkich klientów, usługi świadczone są z wykorzystaniem multimedialnych kanałów komunikacji (contact center)- nie tylko telefonu, ale także poczty elektronicznej, faksów, kontaktów z formularzy na witrynach internetowych itp.

Oferując usługę contact center, Spółka obsługuje ponad 300 tysięcy kontaktów miesięcznie, prowadząc dla każdego ze zlecających kilka projektów, w których stosuje się rozwiązania uwzględniające specyfikę obsługiwanych branż. Wychodząc na przeciw oczekiwaniom strategicznych klientów, zakres usług Gallup Polska został rozszerzony o telesprzedaż i telebadania ankietowe oraz możliwość świadczenia usług zintegrowanych.

Gallup Polska starał się zawsze wyróżniać się na rynku ponadprzeciętną elastycznością i personalizacją usług (przygotowywanie rozwiązań „na miarę”), dostosowanych do wymagań klientów i uwzględniających charakter projektów. *Dzięki takiej strategii*

podejścia do potrzeb klienta w połączeniu z efektywnym zarządzaniem, Spółka osiąga zdecydowanie wyższą rentowność oraz lepsze wskaźniki wyników biznesowych niż inne firmy działające w branży call center – ocenia Wojciech Glapa.

Wejście do Grupy Kapitałowej Arteria SA otwarło nowe możliwości

Gallup Polska weszła do Grupy Kapitałowej Arteria SA w I kwartale 2009 roku. Integracja zasobów ze strukturami call center Arterii SA i zbudowanie jednolitego Pionu Call Center, pozwoliło znacząco wzmocnić pozycję rynkową. Obecnie jest to blisko 500 stanowisk w trzech lokalizacjach (Warszawa, Ruda Śląska, Gliwice), co stanowi dodatkowe zabezpieczenie na wypadek ewentualnej awarii. Pion Call Center Grupy Kapitałowej Arteria SA obecnie jest w stanie zaoferować klientom pełny zakres usług: począwszy od realizacji telebadań poprzez telesprzedaż, aż do zaawansowanej obsługi posprzedażnej. Jednocześnie współpraca z Pionem Sprzedaży Aktywnej i strukturami mobilnych handlowców pozwala realizować zintegrowane projekty wsparcia sprzedaży i obsługi klienta w modelach outsourcingowych.

Synergia posiadanych zasobów Grupy Kapitałowej Arteria SA umożliwia lepszą obsługę klienta i pozyskiwanie kolejnych kontraktów. Na przełomie 2009 i 2010 r. Gallup Polska, dzięki współpracy prowadzonej w ramach Grupy Kapitałowej Arteria SA, wdrożył usługi dla nowego klienta – telewizji cyfrowej n.

Renoma rynkowa marek Arteria i Gallup pozwala zgodnie z przyjętą strategią rozwijać współpracę oraz stawać się strategicznym dostawcom usług dla największych przedsiębiorstw na polskim rynku. Przykładem są rozmowy prowadzone z PGNiG w sprawie rozszerzenia świadczonych usług na wszystkie oddziały terenowe największego dostawcy gazu w Polsce. Z tej okazji Gallup gościć będzie w swojej siedzibie przedstawiciele ścisłego kierownictwa PGNiG, celem omówienia projektu.

Wejście do Grupy Kapitałowej Arteria SA okazał się kamieniem milowym w historii rozwoju spółki Gallup Polska. A integracja z zasobami z obszaru baz danych, struktur mobilnych, sprzedaży detalicznej i technologii, daje nam zupełnie nowe perspektywy wzrostu – mówi Wojciech Glapa, podsumowując skutki wejścia Gallupa do Grupy Kapitałowej Arteria SA.