

# RZECZ O BIZNESIE

www.grupamediapartner.com

NR 6 (6) 29 października 2009 r.

## 3-Helisa: wkrótce wielka premiera

Pokaz aż 15. nowych, rewolucyjnych w działaniu kosmetyków, wyprodukowanych na bazie biologicznie aktywnego kolagenu, zaprezentuje gdyńskie laboratorium 3-Helisa. Premiera będzie miała miejsce 21-22 listopada w trakcie Łódzkich targów Uroda i Estetyka 2009.

Sekretem działania kosmetyków firmy 3-Helisa, a zarazem bazą ich składu jest opatentowany biologicznie aktywny kolagen. Jego żelowa postać stanowi podstawę wszystkich preparatów spod znaku 3-H, składających się na najbardziej obecnie rozpoznawalną serię *Desirable*.

Linia ta przeznaczona jest zarówno dla kobiet, jak i mężczyzn po 25. roku życia, kiedy to zanika naturalna produkcja kolagenu w skórze. Obok cieszących się ogromną popularnością *Kolagenu Aktiv+*, preparatów *White Comfort*, *Black Comfort* oraz *Amino Pro Mask*, podczas listopadowych targów 3-Helisa premierowo przedstawi kilkanaście innowacyjnych produktów. Wszystkie powstały w wyniku połączenia uwodnionego morskiego kolagenu biologicznie aktywnego z witaminami, ekstraktami oraz olejami z roślin.

Co ważne: producent wprowadził unikalną, kosztowną technologię nanokapsułkowania kluczowych substancji aktywnych. Dzięki temu zamknięte w kapsułkach komponenty zachowują przez długi czas swoją aktywność i nie mają żadnego kontaktu z kolagenem biologicznie aktywnym. Nie ma zatem możliwości, żeby zniszczyły jego delikatną strukturę, czyli ceną potrójną helisę kolagenu.

### W trosce o piękno

Wśród zaprezentowanych nowości odnaleźć będzie można preparaty opracowane specjalnie z myślą o pielęgnacji twarzy, ciała, a także skóry dłoni i stóp.

Na szczególną uwagę zasługuje zestaw do pielęgnacji skóry wokół oczu. Składa się on z dwóch komponentów: żelu *Soft Comfort* oraz intensyfikującego jego działanie płatków *Emergency Patch*. Likwiduje trzy podstawowe problemy: opuchliznę, cienie i zmarszczki. Z kolei *Synergy Comfort* to dwustopniowy peeling do twarzy, oparty na bazie głęboko penetrującego systemu, dającego poczucie wyjątkowej świeżości i czystości. Uzupełnieniem tej serii pielęgnacyjnej jest oparta na kolagenie i algach morskich *Nano Pro Mask* – maseczka, która ma za zadanie odżywić skórę, nawilżyć ją oraz niwelować pojawiające się zmarszczki.

Do ochrony całego ciała służyć będzie *Body Comfort* – intensywny żel kolagenowy o delikatnym, świeżym zapachu.

Panie szczególnie docenią produkty *Cell Comfort* – przeciw cellulitowi, *Hydroxy Pro Mask* – przeciw rozstępom oraz jedwabisty żel kolagenowy *Hydroxy Comfort*, który został opracowany po to, by nawilżyć i ujędrnić skórę piersi.

Z bogatego portfolio należy też wymienić *Velvetsilk Comfort*, który doskonale posłuży do masażu całego ciała.

Ale to nie wszystko. Firma nie zapomniała o przygotowaniu specjalnych kosmetyków dla skóry dłoni i stóp. *Silk Comfort*, czyli jedwabisty żel do pielęgnacji dłoni, zapewni szybką regenerację i nawilżenie. Jego uzupełnienie stanowi

natomiast *Silkratin* – specjalnie przeznaczony dla zniszczonych i pękających paznokci oraz skórek. Z kolei zmęczonym stopom ulgę przyniesie *TTO Pro Calmer*. Wzbogacony o substancje eteryczne, takie jak olejek z drzewa herbacianego oraz

mentol, nie tylko chroni, ale też zapewnia skórze szybki relaks poprzez schłodzenie.

Od 21 listopada wszystkie preparaty pojawią się w szeroko dostępnej sprzedaży na rynku.

Joanna Drzazga



## Biuro Maklerskie BPH: wygrywać jakością usług dla klienta

Bank BPH

BIURO MAKLESKIE

Biuro Maklerskie BPH może mówić o olbrzymim sukcesie. Jeszcze do niedawna przechodziło bardzo trudny okres tzw. spin-offu, który przyniósł utratę części pracowników i przychodów, a tym samym części wpływów na rynek obrotu papierami wartościowymi. Dziś, po gruntownych zmianach organizacyjnych, Biuro z ogromną motywacją znów pnie się na szczyty. Efekt: brąz w tegorocznej edycji Lauru Klienta.

– Jesteśmy niezwykle dumni, że staliśmy na podium – cieszy się **Mariusz Bienkowski**, dyrektor Biura Maklerskiego BPH. – Ten sukces znaczy dla nas o tyle więcej, że pokonałiliśmy wielkie trudności powstałe z aż dwóch bardzo ważnych czynników: po pierwsze, rozdzielenia struktur i odejścia ich części do Banku Pekao SA, czyli tzw. spin-offu; a po drugie, jednoczesnego zbiegu tego faktu z okresem zmian na rynku kapitałowym, wynikających z szeroko pojętego kryzysu, który ogólnie osłabił zaufanie wszystkich inwestorów, w tym także naszych. W ta-

kich warunkach trzecie miejsce jest dla nas wielką nagrodą.

Warto zatem przyjrzeć się bliżej, jakie zmiany wyszły Biuru na dobre. Przede wszystkim, działając w uszczuplonym gronie fachowców i trudno przewidywalnych tendencjach w branży papierów wartościowych, szefostwo postawiło na kilka kluczowych elementów i zdefiniowało, co jest w tej chwili najważniejsze dla klientów. Bo w okresie zawirowań najważniejsze to utrzymać obecnych odbiorców i zdobyć nowych, przekonując ich do skorzystania właśnie z usług BPH, a nie konkurencji. Co zatem zadecydowało o tak wielkiej popularności?

– Z pewnością jedna z najatrakcyjniejszych na rynku wysokości opłat i prowizji, a także zaufanie do dobrze kojarzącej się przez całe lata marki – bo przecież istniejemy od 1991 roku, ale jesteśmy pewni, że najważniejszą rolę odegrała tu bardzo wysoka jakość obsługi klienta – przekonuje **Mariusz Bienkowski**. – Podjęliśmy bowiem szereg działań wewnątrzorganizacyjnych, aby nadać jej najwyższy priorytet. Zdecydowaliśmy się m.in. na bardzo przejrzysty, klarowny podział naszych jednostek, wydzielając część poświęconą wyłącznie sprzedaży, a część wyłącznie wsparciu rozliczeń tak, aby każdy fachowiec mógł się skupić wyłącznie na własnych, przypisanych zadaniach, a przez to usprawniał działanie całej organizacji. W ten sposób wdrożyliśmy cały szereg

udogodnień dla klientów. To dlatego wybierają do współpracy właśnie nas.

### M@kler = klucz do przyciągnięcia klienta

Biuro Maklerskie BPH oferuje naprawdę wiele, by zdobyć klientów i zadbać o kulturę ich obsługi. W standardzie ma wsparcie poprzez telefoniczne Centrum Obsługi Klienta, głównie przy dokonywaniu transakcji giełdowych i obsłudze rachunku brokerskiego: operacjach finansowych, aneksach do rachunku, pełnomocnictwach, wezwaniach, zapisach na prawa poboru, zapisach na akcje w ofercie pierwotnej etc. Dysponuje siecią 36. pełnozakresowych PPZ (Punktów Przyjmowania Zleceń) na terenie całej Polski. Wydzieliło wyspecjalizowany, profesjonalny zespół, zajmujący się obsługą wyłącznie strategicznych i instytucjonalnych klientów, który oferuje rozwiązania niestandardowe: m.in. poszukuje kontrpartnów na rynku w przypadku dużych pakietów papierów wartościowych, umożliwia negocjowanie prowizji, proponuje dedykowane usługi indywidualne np. tworzenie strategii opcyjnych o dowolnym profilu wypłat lub z określonym ryzykiem, monitoring portfeli klientów oraz linii kredytowych, pomoc w doborzeniu odpowiednich składników portfela zgodnie z akceptowanym przez klienta poziomem ryzyka, czy wspieranie decyzji inwestycyjnych klienta, opierając się na analizie technicznej, fundamentalnej oraz bieżącym komentarzu wydarzeń rynkowych.

Ale jednym z hitów, który przyciąga szczególnie młodych odbiorców nastawionych na nowe kanały obsługi, stała się platforma internetowa M@kler, umożliwiająca aktywne inwestowanie na GPW.

Jest to system bardzo funkcjonalny i przyjazny dla użytkowników, a jedną z jego największych zalet jest to, że rachunek brokerski klienta jest tu zintegrowany z rachunkiem bankowym. Klienci mają zatem możliwość przelewania środków finansowych między obydwojma kontami w trybie on-line i opłacanie transakcji środkami z rachunku bankowego. Umożliwia to połączenie i jednoczesne korzystanie z bankowości uniwersalnej i bankowości inwestycyjnej. Spośród innych atutów internetowego systemu, oprócz pełnej dostępności przez 24 godziny na dobę, warto wymienić niższe koszty prowizji od transakcji w porównaniu do obsługi tradycyjnej, a także bezpieczeństwo realizacji transakcji. Co bardzo ważne, klienci M@klera mają dostęp do notowań giełdowych w czasie rzeczywistym dzięki aplikacjom korzystającym z niezależnych strumieni danych.

### Ale to nie wszystko,

ponieważ w ramach całej grupy sprzedażowej Biuro prowadzi działania informacyjne w ramach tzw. Client Relationship Management. Informuje m.in. klientów o wszystkich ważniejszych wydarzeniach na rynku, które mogą mieć wpływ na decyzje inwestycyjne, w pierwszej kolejności zwracając się do klientów kluczowych. Po-

nadto, w ramach akcji CRM, prowadzi też badania satysfakcji klienta, na podstawie których dokonuje ciągłych usprawnień w obsłudze.

Ale tak naprawdę, rozwijając nieustannie kontakt z odbiorcami, Biuro Maklerskie BPH podjęło się czegoś większego: misji edukacyjnej. Związana z tym, kiedy na rynku jest ciężko, trzeba klienta wspierać, uczyć, opiekować się nim zarówno w stawianiu pierwszych kroków w zawo- dzie inwestora, jak i doskonaląc zdobyte przez niego umiejętności. W zakładce „Edukacja” na [www.bm.bph.pl](http://www.bm.bph.pl) wciąż przybywa artykułów dostarczających fachowej wiedzy. Ponadto BM BPH współorganizuje cykle otwarte szkoleń wraz z Fundacją Edukacji Rynku Kapitałowego, a także współsponsuje Szkołę Giełdową. Wszystko po to, by w społeczeństwie przybywało świadomych inwestorów – czyli potencjalnych klientów.

– Dzielać się naszą wiedzą, budujemy ich zaufanie – wyjaśnia **Bienkowski**. – Jesteśmy bowiem biurem maklerskim stawiającym na obsługę klienta detalicznego. W związku z tym szczególne znaczenie ma dla nas budowanie długotrwałych relacji z klientem, który potrzebuje fachowej opieki zarówno na początku, jak i później, gdy stanie się już wytrawnym inwestorem. Szczególnie przydaje się ona wówczas, gdy klient poddaje się emocjom, jest zdezorientowany tym, co dzieje się na rynku i nie wie, jakie decyzje inwestycyjne podjąć. Nasze motto jest

jasne: chcemy być uczciwi, transparentni i bardzo profesjonalni.

### Nowy start i korzyści z fuzji

BM BPH odbudowuje zatem pozycję bardzo sprawnie. Ma ambicję regularnie stawać na podium w różnych aspektach działalności. Szef Biura upatruje zresztą dużej szansy rozwoju w związku z fuzją Banku BPH z GE Money Bankiem. Bank przygotowuje się do rozszerzenia obsługi inwestycyjnej klientów instytucjonalnych, nie tylko detalicznych. To oznacza rozwój w kierunku bankowości uniwersalnej. Przybędzie ponad 100 nowych placówek, w których będzie się odbywać także obsługa maklerska. – Bardzo intensywnie się do tego procesu przygotowujemy – zapewnia **Mariusz Bienkowski**. – A jakością naszej obsługi widać wszędzie, choćby patrząc na aktywność naszych analityków giełdowych: kiedyś sporządzaliśmy krótkie raporty, dziś piszemy rekomendacje, a to duży postęp. Nie wolno również zapomnieć o ważnym aspekcie dla klienta, za który byliśmy nagrodzeni – nagroda KDPW Galeon 2008 w kategorii „Niezawodność Rozliczeń” ma dla nas ogromne znaczenie. Otrzymujemy regularnie, co kwartał raporty, z których wynika, że jesteśmy pod tym względem numerem jeden w Polsce. Mamy zatem ogromną motywację do rozwoju, nastawiamy się na projekty rentowne, które zadowolą klienta i dadzą nam potężną satysfakcję. Cóż więc dodawać: zapraszamy do współpracy. **Jakub Lisiecki**