

Apetyt na wzrosty

O specyfice branży GIS oraz poszukiwaniu nowych możliwości rozwoju rozmawiamy z dyrektorką zarządzającą w Esri Polska **AGNIESZKĄ NOSAL**

JERZY KRÓLIKOWSKI: E&Y, Andersen Business Consulting, PKP Energetyka, Apator SA, Innogy – lista firm, w których zdobywała pani doświadczenie menedżerskie, jest długa. Ale czy miała pani dotychczas styczność z branżą GIS?

AGNIESZKA NOSAL, od lipca br. dyrektorką zarządzającą w firmie Esri Polska: Najkrótsza odpowiedź brzmi nie, ale nie jest to dla mnie obszar zupełnie nowy. Wywodzę się bowiem z branży energetycznej, w której systemy GIS-owe to kręgosłup zarządzania majątkiem. Dotyczy to zresztą wszystkich firm infrastrukturalnych.

Jakie są pani pierwsze refleksje na temat branży GIS po ponad miesiącu na czele Esri Polska?

Do tej pory firmy przyzwyczajone były do pracy na samych danych, tymczasem systemy GIS umożliwiają ich wizualizację, a przez to lepsze prezentowanie różnych zjawisk, które nie zawsze są widoczne na pierwszy rzut oka. Na tym polega unikatowość tej branży i jednocześnie jej olbrzymia wartość, bo przecież nasz mózg znacznie lepiej przyswaja obrazy niż surowe dane. W tym właśnie upatruję nowych możliwości rozwoju biznesu.

W jakiej kondycji finansowej zastała pani tę spółkę?

Esri Polska ma za sobą okres bardzo stabilnego rozwoju. Wyniki firmy systematycznie się poprawiają i mamy apetyt na kolejne wzrosty. Z mojej perspektywy Esri Polska opiera się na trzech fantastycznych fundamentach. Pierwszy to Esri – marka sama w sobie, zapewniająca absolutną przewagę na rynku. Drugi to najlepsza na świecie technologia. Trzecim wyróżnikiem jest kultura organizacyjna naszych pracowników, którzy wierzą w to, co robią, oraz w technologię Esri. Są także świadomi, jaką wartość ta technologia dostarcza. To bardzo solidne podstawy do budowania ścieżki wzrostu, a właśnie to zadanie postawili przede mną właściciele spółki.

Czy pandemia wpłynęła istotnie na działalność Esri Polska?

Przede wszystkim wymusiła zmianę sposobu działania. Dotychczas kładli-



Fot. Esri Polska

śmy duży nacisk na budowanie relacji z klientami – organizowanie bezpośrednich spotkań, prezentacji itp. Pandemia to jednak mocno utrudniła. Ale teraz skupiamy się na tym, jakie nowe możliwości przed nami otworzyła.

Ile osób zatrudnia obecnie Esri Polska?

Blisko 100.

Z opinii w internecie wynika, że jesteście cenionym pracodawcą w krajo-

wej branży GIS. Część naszych czytelników będzie więc zapewne ciekawa, czy planujecie zwiększać zatrudnienie, a jeśli tak, to jakich specjalistów będziecie poszukiwali?

Zatrudnienie będziemy na bieżąco dostosowywać do naszej ścieżki rozwoju. Jeśli chodzi o potrzebnych nam specjalistów, to podobnie jak cała branża IT odczuwamy niedobór programistów i specjalistów od wdrażania systemów

informatycznych. Ale zachęcam do aplikowania również osoby z innych branż, także tych nieoczywistych – każdego, kto ma pomysł na wniesienie nowej wartości do naszej firmy oraz propagowanie GIS-u.

Sporo osób kojarzy państwa firmę głównie jako dystrybutora oprogramowania firmy Esri. Ale czy sama sprzedaż licencji to dziś główne źródło przychodów Esri Polska?

Tak, to wciąż podstawa naszego rozwoju. Natomiast coraz mocniej wchodzimy w obszar projektów oraz świadczenia usług własnych. Uważam bowiem, że to nasz naturalny kierunek rozwoju. Aktywnie rozwijamy także współpracę z naszymi partnerami, z którymi realizowaliśmy, realizujemy i nadal chcemy wspólnie realizować różnorodne projekty.

Realia polskiego rynku są takie, że dystrybutorzy oprogramowania GIS-owego nie tylko sprzedają licencje na swój software, ale także świadczą usługi przy jego użyciu. Czy nie jest to robienie konkurencji własnym klientom?

Dla mnie to kwestia transparentności relacji z naszymi partnerami – umówienia się, które projekty realizujemy sami, a które razem. Jednocześnie dajemy im wolną rękę w dobieraniu własnych współpracowników. Doceniamy natomiast lojalność w kwestii korzystania z naszego oprogramowania, bo pozwala to budować długoterminowe relacje.

równie wartościowy i o każdego dbamy jednakowo. A co do Kongresu GIS, jest to wydarzenie przede wszystkim dla naszych użytkowników. Chcemy, by prelegenci dzielili się swoimi doświadczeniami, a użytkownicy czerpali od nich inspirację. To dla naszej firmy konkretna wartość.

Jako nowa dyrektor zarządzająca chce pani koncentrować się na klientach z branż już zdobytych przez Esri Polska czy szukać ich na nowych rynkach?

Dobra strategia rozwoju powinna łączyć oba te kierunki. Ten pierwszy jest z pewnością łatwiejszy, bo dobrze rozumiemy potrzeby naszych obecnych klientów, możemy więc skutecznie doradzać im, jak wykorzystywać nasze narzędzia, by rozwijać biznes i optymalizować koszty. Drugi kierunek wymaga więcej wysiłku, bo musimy od podstaw budować relacje z klientem oraz poznać specyfikę jego branży. Ale kto nie próbuje, ten się nie rozwija, dlatego wchodzenie na nowe rynki to nasza naturalna ambicja. Najświeższym przykładem jest wdrożenie Geomarketingowego Systemu Wsparcia Ekspansji w spółce IMMO Muszkietowie Polska. Nasz GIS wspiera tę firmę w identyfikowaniu optymalnych lokalizacji nowych sklepów Intermarché i Bricomarché.

Szansy na rozwój Esri Polska upatruje pani także w „zielonej transformacji”. Co możecie tu zaoferować?

getycznych, do których te instalacje są przyłączane. Mniej oczywistym zastosowaniem jest monitorowanie poziomu emisyjności dwutlenku węgla przez poszczególne branże, co ma przełożenie na tak głośno dyskutowane dziś globalne zmiany klimatu.

Z pani słów wynika, że zarówno na światowym, jak i krajowym rynku zostawiacie inne pakiety GIS daleko w tyle. Czy w związku z tym w ogóle oglądacie się jeszcze na konkurencję?

Faktycznie – absolutnie wierzymy, że jesteśmy najlepsi na rynku, co potwierdzają nasze wyniki zarówno w Polsce, jak i na świecie. Ale konkurencji nigdy nie można lekceważyć, dlatego stale monitorujemy jej działania. To naturalna część biznesu. Jednocześnie staramy się robić swoje – mamy swój plan, wiemy, co chcemy osiągnąć, i konsekwentnie do tego dążymy.

Nie brak głosów, że dziś największym konkurentem dla pakietu ArcGIS jest otwarte oprogramowanie, głównie QGIS. Postrzega je pani jako istotne zagrożenie dla działalności Esri Polska?

Często spotykam się z tym pytaniem. Mamy pełne przekonanie o wysokiej jakości naszej technologii, i to nie tylko wtedy, kiedy sprzedajemy nasze rozwiązania, ale również podczas bieżącego wspierania klienta. Nie sztuką jest bowiem sprzedać jakieś narzędzie. Sztuką jest sprawić, by klient czerpał z niego konkretne korzyści poprzez usuwanie błędów, aktualizacje czy szkolenia,

Mamy pełne przekonanie o wysokiej jakości naszej technologii, i to nie tylko wtedy, kiedy sprzedajemy nasze rozwiązania, ale również podczas bieżącego wspierania klienta. Nie sztuką jest bowiem sprzedać jakieś narzędzie. Sztuką jest sprawić, by klient czerpał z niego konkretne korzyści poprzez usuwanie błędów, aktualizacje czy szkolenia, a także poprzez zapewnianie mu odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa oraz możliwości integracji z innymi rozwiązaniami. W tym tkwi nasza bezpieczna przewaga.

Rozmawiamy na kilka tygodni przed organizowanym przez Esri Polska Kongresem GIS. Już sam program tego wydarzenia pokazuje, że macie klientów w wielu różnych branżach. Czy któreś z nich są dla was szczególnie istotne?

Oczywiście są sektory, które mają większy udział w portfolio naszych przychodów niż inne. Ale z punktu widzenia myślenia o kliencie i jego obsłudze nie różnicujemy ich. Każdy jest dla nas

Zielona transformacja ma wiele twarzy. Można na nią patrzeć chociażby z punktu widzenia bliskiej mi energetyki. Najbardziej oczywiste zastosowanie GIS-u to rozwój fotowoltaiki, ale również innych odnawialnych źródeł energii. Nasze narzędzia są nieocenione zarówno przy doborze lokalizacji tych inwestycji, jak i przy zarządzaniu infrastrukturą. To się później przekłada na planowanie rozbudowy sieci ener-

a także poprzez zapewnianie mu odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa oraz możliwości integracji z innymi rozwiązaniami. I to właśnie przez ten pryzmat należy porównywać obie te kategorie oprogramowania. W tym tkwi nasza bezpieczna przewaga. Nie bez powodu amerykańska firma analityczna Gartner uznaje Esri za światowego lidera rozwiązań GIS-owych.

Rozmawiał Jerzy Królikowski