

II Polski Dzień Sprzedaży Bezpośredniej

Budujemy relacje



Paneliści



Jerzy Pietrewicz



prof. Janusz Czapiński

Sprzedaż bezpośrednia to doskonały sposób na rozwój mikroprzedsiębiorczości, a także na łagodzenie bezrobocia. Osiągnięcie sukcesu w tej branży warunkują nie tylko wyniki sprzedażowe, ale przede wszystkim budowanie trwałych i długofalowych relacji z klientami oraz otoczeniem biznesowym firmy, a także etyka w działaniach. Oto wnioski płynące z II Polskiego Dnia Sprzedaży Bezpośredniej, który odbył się 17 października 2013 w hotelu InterContinental w Warszawie. Imprezę zorganizowało Polskie Stowarzyszenie Sprzedaży Bezpośredniej, a patronat nad wydarzeniem objął Janusz Piechociński, Zastępca Prezesa Rady Ministrów, Minister Gospodarki.

Zgromadzeni przedstawiciele środowiska akademickiego, sektora gospodarczego, członkowie PSSB i sympatycy sprzedaży bezpośredniej rozmawiali o współczesnych wyzwaniach, stojących przed mikroprzedsiębiorcami działającymi w tym sektorze, w kontekście zagadnień społeczno-ekonomicznych, prospołecznych i prokonsumenckich.

Gości powitali Ewa Kudlińska-Pyrz, Przewodnicząca Zarządu Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej oraz Jerzy Witold Pietrewicz, Sekretarz Stanu w Ministerstwie Gospodarki, który zwrócił uwagę na to, że sprzedaż bezpośrednia nie wymaga dużego kapitału początkowego a istotna jest przedsiębiorczość i wiedza. – *Polska gospodarka potrzebuje sprzedaży bezpośredniej, która jest inkubatorem przedsiębiorczości* – powiedział minister Pietrewicz.

Uczestnicy konferencji usłyszeli przesłanie europosłanki Małgorzaty Handzlik, uhonorowanej na początku października br. przez Europejskie Stowarzyszenie Sprzedaży Bezpośredniej SELDIA statuetką Osobowość Roku 2013, za współpracę z sektorem sprzedaży bezpośredniej w zakresie promowania przedsiębiorczości kobiet.

Wstępem do debaty była prezentacja prof. Janusza Czapińskiego „Miękkie kapitały a szanse rozwoju ekonomicznego”. Według pokazanych przez niego badań niezbędnym elementem budowania przewagi konkurencyjnej Polaków i warunkiem innowacyjnej gospodarki jest zaufanie pokładane w innych ludziach. – *Kapitał społeczny to zaufanie, tolerancja, związek pomiędzy interesem własnym a interesem wspólnoty. To właśnie zaufanie i umiejętność współpracy są podstawą powstania innowacyjnej gospodarki. Kapitał społeczny umożliwia awans grupie, im jest on wyższy tym wyższa jest pozycja ekonomiczna wspólnoty* – powiedział prof. Janusz Czapiński.

Następnie Tadeusz Mosz poprowadził panel dyskusyjny **Mikroprzedsiębiorcy przed wyzwaniami współczesności** z udziałem: Andrzeja Sadowskiego, Wiceprezydenta Centrum im. Adama Smitha, prof. Andrzeja Blikle, Wiceprzewodniczącego Rady Nadzorczej A. Blikle Sp. z o.o., dr Małgorzaty Starczewskiej-Krzysztożek, Główniej Ekonomistki w Konfederacji Lewiatan, Witolda Kajszcza, Koordynatora Projektów w Departamencie Rozwoju Instytucji Otoczenia Biznesu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości oraz Elżbiety Pełki, Prezes Polish National Sales Awards.

Uczestnicy debaty skupili się m.in. na wyróżnikach konkurencyjnych naszych mikroprzedsiębiorców na tle innych krajów europejskich, takich jak chociażby wysoki poziom wykształcenia Polaków. Mówiąc o ekonomicznych aspektach działalności, zwrócili uwagę na bariery biurokratyczne w rozwoju mikroprzedsiębiorstw. Istotnym tematem debaty była etyka w sprzedaży bezpośredniej jako czynnik konieczny do osiągnięcia sukcesu. Paneliści rozmawiali także o możliwościach budowania trwałych relacji z klientami, jakie stwarzają nowoczesne kanały komunikacji.

– *W dziedzinie technologii mamy rewolucję. Każdy mikroprzedsiębiorca może mieć zaplecze technologiczne takie, jakie posiadają duże koncerny* – powiedział Andrzej Sadowski, Wiceprezydent Centrum im. Adama Smitha.

– *Warto się otworzyć na siebie, zaufać komuś, bo ktoś może zaufać nam. Dostrzegamy zmianę w podejściu pracodawców do pracowników. Na pierwszym miejscu zaczynają stawiać kapitał ludzki* – powiedziała dr Małgorzata Starczewska-Krzysztożek, Główna Ekonomistka w Konfederacji Lewiatan.

Badania przeprowadzone przez PARP pokazują, że największym problemem mikroprzedsiębiorców są nadal zbyt wysokie koszty pracy, skomplikowany i niestabilny system podatku VAT oraz bariery biurokratyczne. – *Instytucje otoczenia biznesu wychodzą naprzeciw potrzebom mikroprzedsiębiorców oferując im konsultacje, szkolenia a także wskazują możliwości rozwoju i dofinansowania działalności* – powiedział Witold Kajszcza, Koordynator Projektów w Departamencie Rozwoju Instytucji Otoczenia Biznesu, PARP.

W trakcie konferencji zbierano także podpisy pod projektem ustawy o ustanowieniu 17 października Dniem Sprzedaży Bezpośredniej. Konferencję zakończyły dwa warsztaty tematyczne adresowane do liderów sprzedaży z firm członkowskich PSSB.