

RAPORT: ILE JEST
BIZNESU W SPORCIE

APLIKACJE: WIELKI ZYSK
Z MAŁYCH PROGRAMÓW

JAK „NARYSOWAĆ”
FIRMĘ

36

STRON
PORADNIKA
PRZEDSIĘBIORCY

business ma

TAK SIĘ ROBI BIZNES

NR7-8 (127-128) 2018
CENA 16,90
W TYM 8% VAT

FIRMA DLA KAŻDEGO

FUTURENET

ROMAN ZIEMIAN

I STEPHAN MORGENSTER

mają aplikację do mierzenia czasu pracy dla firm, inną do wyświetlania reklam w czasie odblokowywania smartfona, własną kryptowalutę i cztery miliony użytkowników na całym świecie. A to wszystko na własnej platformie FutureNet.



ISSN 1898-3162 Nr ind. 234702

ISSN 1898-3162 08

9 771898 316405



WIELKI SKOK

O tym, jak sięgać gwiazd, stworzyć markę wartą ponad 12 mln złotych, zrealizować marzenia o firmie w USA i pozostać zwykłym trzydziestolatkiem – mówi **ADRIAN FURMAN**, prezes Grupy AF.

Rozmawiał: **MARCIN LEŚNICZY**

Często jest pan nazywany „Stephenem Hawkingiem biznesu”. Dlaczego osoba znanego astrofizyka jest z panem kojarzona? Co uważa pan za kluczowe wartości w życiu i biznesie?

Stephen Hawking to Mikołaj Kopernik naszych czasów. Łączy mnie z nim bardzo wiele. Od faktu, że obaj nie potrafimy podnieść filiżanki cappuccino (śmiech). Obaj również postawiliśmy osiągnąć gwiazd – zrealizować marzenia dostępne tylko dla pięknych i zdrowych. To jednak nieprawda, że tylko dla nich. Stephen i ja mocno wierzyliśmy, że możemy zmienić ten świat. Wyznaczyć nowe granice i sięgnąć po władzę, pieniądze i kobiety. Hawking zrealizował się poprzez naukę, ja w biznesie jestem jeszcze na początku drogi. Chociaż jako 30-latek prowadzący grupę kapitałową z 7,4 mln przychodu, mogę czuć także siłę i spełnienie. Nie osiągnąłbym tego, gdyby nie wartości, jakimi się kieruję. Ostatnio udało się je nawet zdefiniować w tak zwanej karcie świdnickiej, czyli kodeksie etycznym naszej marki. Wspomnę tutaj chociażby takie wartości jak nadrzędność etyki nad zyskiem, czy brak zgody dla nieuczciwych praktyk. Innymi słowy: w życiu i biznesie trzeba i warto być przyzwoitym.

Jest pan założycielem i prezesem spółki Grupa AF. Według wyceny z grudnia 2017 roku, spółka jest warta 12 mln zł. Co stanowiło o sukcesie?

Jest wiele czynników. Oczywiście przede wszystkim przychód w wysokości 7,4 mln zł. W drugiej kolejności wymieniałbym wartość marki, jaką jest Grupa AF. Rynek zaczął nas postrzegać jako firmę z bogatym portfolio produktowym. Duży biznes postrzega nas jako firmę wiodącą w zakresie usług klasy enterprise. Z kwartału na kwartał rośnie nasz profesjonalizm. Stale podnosimy zakres i atrakcyjność oferty. Inwestujemy w poprawę jakości. Duży wpływ na sukces mają pracownicy firmy. A ponad 80 proc. stanu

osobowego stanowią osoby z niepełnosprawnościami. Wśród naszych kadr są doktoranci, eksperci w swoich dziedzinach. W tym też tkwi nasza siła. Jesteśmy jak lodołamacz z napędem atomowym.

Grupa AF działa w branży usług marketingowych i konsultingowych. Jak ocenia Pan szanse rozwoju w obszarach w jakich działacie?

Tego typu usługi możemy zdefiniować jako klasę enterprise. Bardzo szeroki zakres dedykowany jest sektorowi dużych przedsiębiorstw. Oczywiście poza rozwijanymi produktami typu software/marketing czy audyty RODO, szukamy nowych obszarów. Szansę upatrujemy w szeroko pojętych usługach prawnych. Nowością jest oferta w zakresie cyberbezpieczeństwa. Według mnie, rynek dostatecznie dojrzał, żeby zająć się profesjonalizacją tych obszarów. Istotnym czynnikiem na rynku jest wzmocnienie od wewnątrz. Mam tutaj na myśli kwestię zatrudnienia odpowiednich kadr. Powszechna jest opinia, że rynek pracy to rynek pracownika. Problem z zatrudnieniem dotyczy również Grupy AF. Chcąc uatrakcyjnić naszą ofertę współpracy, wdrożyliśmy prywatną opiekę zdrowotną dla naszych pracowników za pomocą partnera S7 Health. Co mogą powiedzieć o ich ofercie? Krótka: cena do jakości – są bezkonkurencyjni.

W tym roku rozpoczęliście działalność w USA. Jaki jest zakres aktywności firmy na tym rynku?

Gospodarka USA to wciąż największa gospodarka świata o jedynym z najwyższych przeliczników produktu krajowego brutto na mieszkańca. Dodatkowo nasza Polonia jest niezwykle aktywna i liczna. Biorąc pod uwagę to środowisko, sprawdziliśmy jaki będzie stosunek do wizerunku Stephena Hawkinga Biznesu. Czy siła marketingowa będzie

Wśród naszych kadr są doktoranci, eksperci w swoich dziedzinach. W tym też tkwi nasza siła. Jesteśmy jak lodołamacz z napędem atomowym.

wystarczająco duża do skutecznego działania? Okazało się, że wystarczyło zarejestrować spółkę i opublikować jeden z wywiadów w języku angielskim, żeby przyciągnąć uwagę. Środowiska polonijne są pierwszym przyczółkiem, przez który chcemy nie tyle wejść na rynek, a przede wszystkim umocnić naszą pozycję. Aktualnie wdrażamy projekt „Biznes Bez Barrier” na tamtejszy rynek. Kolejnym krokiem będzie zaproponowanie wysokiej jakości software z jednocześnie niższymi kosztami pracy. Te dwa czynniki, czyli wyróżnik wizerunkowy i przewaga kosztowa, mają zagwarantować sukces. Jestem przekonany, że dzisiejsze czasy wymagają globalnego ukierunkowania biznesu i właśnie to robimy. Świat oczekuje Stephena Hawkinga Biznesu, a ja mu go dam!

Świat oczekuje Stephena Hawkinga Biznesu, a ja mu go dam!

Prowadzi pan firmę, ale także udziela się działalności prospołecznej. Jak wygląda typowy dzień Adriana Furmana?

Jednostki silniejsze powinny pomagać słabszym, dzielić się wiedzą czy inspirować ludzi do realizacji marzeń. Nastął taki czas i dla mnie. A mój typowy dzień? Poranek to obowiązkowe cappuccino. Później raczej typowe obowiązki zarządcze, w których wspiera mnie asystentka. Od jakiegoś czasu przechodzę od zadań operacyjnych do zarządzania. Od konferencji na Skype do ciągłych spotkań face-to-face. Tylko w ciągu ostatnich 8 miesięcy przejechałem 20 tysięcy kilometrów. Na razie samochodem. Żeby zrobić kolejny big jump, trzeba go zamienić na samolot. Kto, jak nie ja, miałby tego dokonać?! ●

Adrian Furman podobnie jak Steven Hawking postanowił sięgnąć gwiazd. Z tą różnicą, że nie w nauce a w biznesie.

