

Jak promować firmę przy pomocy nowoczesnych narzędzi?

Raport dla małych i średnich firm



Warszawa 2023

Patroni raportu:

Spis treści

1. Wstęp 3
2. Era rewolucji technologicznej 4
3. MŚP w Polsce – liczby i charakterystyka 8
4. Segmenty rynku MŚP – jakie produkty najczęściej wybierają klienci WeNet? 14
5. Kondycja MŚP w Internecie 20
6. Narzędzia do prowadzenia biznesu online 24
7. Trendy i perspektywy 31
8. Podsumowanie raportu 37
9. Nasi eksperci 39



1. Wstęp

Oddajemy w Wasze ręce raport, w którym zebraliśmy najważniejsze informacje na temat marketingu internetowego w sektorze małych i średnich firm. Naszym celem było zaprezentowanie zarówno sytuacji na rynku, jak i wskazanie trendów i perspektyw rozwoju. Liczymy na to, że przedstawione analizy i wnioski okażą się interesujące i rzucą nowe światło na procesy digitalizacji zachodzące w sektorze MŚP.

W materiale powołujemy się na ogólnodostępne statystyki, ale również sięgamy do naszych wewnętrznych danych. Jako lider transformacji MŚP mamy szeroki i aktualny wgląd w sytuację i potrzeby tego sektora.

Publikację kierujemy do wszystkich zainteresowanych szeroko pojętym e-marketingiem, a w szczególności do przedsiębiorców, którzy stale rozwijają swój biznes i poszukują nowych skutecznych rozwiązań na dotarcie do szerszej grupy odbiorców. Właściciele małych i średnich firm to grupa, którą szczególnie wspieramy. Chcemy, aby polskie przedsiębiorstwa z sektora MŚP rozwijały się dzięki prowadzeniu działań promocyjnych w Internecie.

Naszym celem jest więc szeroko rozumiana edukacja. Udostępniając w raporcie zebrane przez nas dane, chcemy zwrócić uwagę na istotne dla sektora MŚP prawidłowości i trendy w marketingu internetowym. Budując świadomość, zwiększamy przewagi konkurencyjne polskich przedsiębiorców, którzy zajęci prowadzeniem biznesu na co dzień, nie mają dość czasu, aby analizować i zastanawiać się nad doborem najlepszych narzędzi promujących firmę. Wiemy, że nasze inicjatywy edukacyjne, jak cykl bezpłatnych szkoleń w ramach Akademii e-marketingu, spotykają się z ciepłym przyjęciem i dużym zainteresowaniem właścicieli małych i średnich firm. To im dedykujemy ten raport, aby poprzez wiedzę zwiększać kompetencje marketingowe, stymulować do rozwoju i skłaniać do podejmowania najlepszych decyzji biznesowych.

W naszym raporcie znajdziecie dane, które zainspirują Was do działania i aktywności w świecie online. Nic tak nie przemawia, jak liczby, statystyki czy fakty, a tych w materiale nie brakuje. Każdy znajdzie w tej publikacji coś siebie. Analityk zanurzy się w danych porównawczych, a wizjoner być może pozwoli porwać się sztucznej inteligencji i perspektywom obiecującego rozwoju.

Życzę interesującej i owocnej lektury!

Jarosław Mikos

Prezes Zarządu WeNet





2. Era rewolucji technologicznej

Żyjemy w czasach galopującego postępu technologicznego. **Na naszych oczach dzieją się kolejne historyczne zmiany**, które wpływają na wiele aspektów naszego życia, zaczynając od pracy, przez codzienne obowiązki, po rozrywkę. Nie da się przejść obok tych procesów obojętnie. Przedsiębiorcy są grupą, która w tym czasie szczególnie powinna trzymać rękę na pulsie. Sukces w biznesie zależy od tego, jak właściciele firm odnajdą się w nowych warunkach, czy nadążą za dokonującymi się zmianami i czy są gotowi stawić im czoła. W tej grze stagnacja jest synonimem regresu, a otwarta głowa daje szansę na rozwój.



Jak wynika z raportu Digital Poland 2023, przez ostatni rok liczba internautów zwiększyła się w Polsce o **3 miliony** (wzrost o 8,5%)¹.



Internet jest obecnie kluczowym motorem napędowym całego rynku mediów odpowiadającym za ponad **75% wzrostu**².

Era rewolucji technologicznej cały czas wywiera ogromny wpływ na małe i średnie przedsiębiorstwa.

[Zbudujemy Ci stronę.](#)
[Sprawdź jak >>>](#)

1. [DataReportal](#)
2. [Raport Internet 2022/2023. iab Polska](#)



– Liczba internautów w Polsce stale rośnie. Według badania Mediapanel – Gemius/PBI w czerwcu 2023 r. liczba użytkowników Internetu wyniosła 29,7 mln³. Obecność firmy w sieci to więc konieczność. Tylko aktywne działania online zapewnią firmie widoczność, przyciągną uwagę klientów i finalnie przełożą się na sprzedaż. Nauczyliśmy się kupować w Internecie, który bardzo często stanowi również pierwsze źródło informacji. Dzięki wykorzystaniu podstawowych narzędzi marketingowych, jak dobra strona WWW oraz pozycjonowanie, firmy zyskują przewagi konkurencyjne i wyprzedzają wciąż liczną grupę przedsiębiorców zaniedbujących te obszary.

Komentuje **Jarosław Mikos**,
Prezes Zarządu WeNet



Przedsiębiorcy zajęci na co dzień prowadzeniem biznesu często nie mają możliwości, aby na bieżąco śledzić zmiany zachodzące w marketingu internetowym. Firmy takie jak **WeNet** pomagają właścicielom firm z sektora MŚP odnaleźć się w nowych realiach i podążać za postępem i trendami. To bardzo ważne, aby nie zostać w tyle, kiedy inni już nas wyprzedzają. Sztuką jest dotrzymywanie tempa, a dużym wsparciem w tym procesie jest profesjonalna pomoc specjalistów.

Doradcy internetowi WeNet

od lat wspierają małych i średnich przedsiębiorców, stale podnoszą swoje kompetencje i pozostają otwarci na nowe technologie.



3. [Wyniki badania Mediapanel za czerwiec 2023](#)

– Współpraca ze specjalistami, którzy znają się na technologii, pomaga osiągnąć zamierzone efekty. Nasi doradcy internetowi wybierają odpowiednie dla konkretnej branży narzędzia oraz kanały do prowadzenia spójnej komunikacji. Prowadzą działania oraz na bieżąco je analizują. Monitorują wyniki, a w razie potrzeby wprowadzają niezbędne zmiany. Co też ważne, oferują indywidualne podejście, doradztwo i wsparcie przez cały okres współpracy.

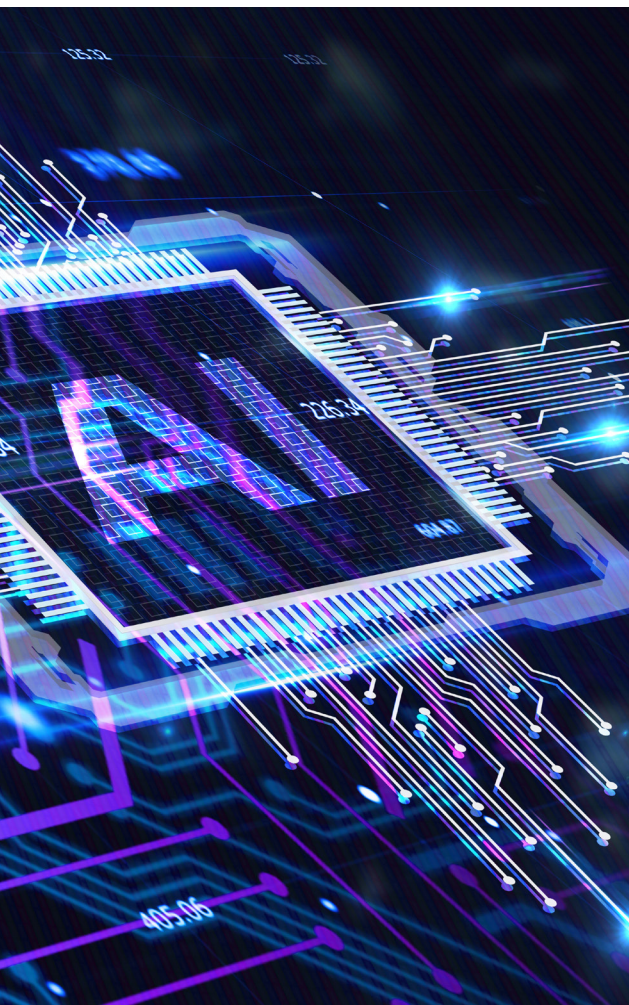
Dodaje **Marcin Durzyński**,
Wiceprezes Zarządu WeNet,
Dyrektor Sprzedaży



Doradcy internetowi WeNet to eksperci, którzy mają wiedzę, umiejętności i doświadczenie w marketingu internetowym. Tworzą firmowe strony WWW oraz sklepy internetowe, prowadzą **działania SEO**, realizują kampanie reklamowe w Internecie. Dbają o lepszą widoczność firm w świecie online. Doskonale znają się na technologii oraz w mądry i przemyślany sposób wykorzystują innowacyjne narzędzia. To wszystko pozwala im działać jeszcze sprawniej, łatwiej i efektywniej.

WeNet bardzo szybko zareagował na bum związany ze sztuczną inteligencją, stając się liderem transformacji również w tym zakresie. Wraz z AI REV stworzył autorski model idealnie przystosowany do potrzeb MŚP. Nasze indywidualnie zaprojektowane narzędzie otwiera nowe możliwości i pozwala dostarczać produkty jeszcze lepszej jakości.

AI@ WeNet



– AI może być świetnym narzędziem, które sprawi, że nasza praca stanie się bardziej efektywna. **Mali i średni przedsiębiorcy powinni wykorzystywać możliwości, jakie daje im sztuczna inteligencja.** Zdajemy sobie jednak sprawę z tego, że w porównaniu z dużymi graczami na rynku mają znacznie bardziej ograniczony dostęp do AI. Nie dysponują fachowcami, nie mają też czasu, żeby się tym samodzielnie zajmować i często nie nadążają za zmianami. Dlatego w ich przypadku najlepiej sprawdzą się gotowe rozwiązania oparte na AI, które zaproponuje ekspert, jak chociażby nasz doradca internetowy. Dzięki połączeniu innowacyjnych narzędzi z wiedzą i kompetencjami naszych specjalistów wykorzystanie sztucznej inteligencji stanie się dostępne, realne i efektywne dla sektora MŚP.

Tłumaczy **Katarzyna Jezierska**,
Członek Zarządu,
Dyrektor Marketingu WeNet



[Daj znać o swojej działalności klientom w okolicy >>>](#)



Połowa konsumentów jest obecnie optymistycznie nastawiona do sztucznej inteligencji⁴.



4. [AuthorityHacker](#)



3. MŚP w Polsce – liczby i charakterystyka

2021

Jak pokazują dane, w 2021 roku działalność gospodarczą rozpoczęło **361 312** podmiotów zarejestrowanych w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG), rejestrze REGON i Krajowym Rejestrze Sądowym (KRS). Najwięcej w województwach: mazowieckim (**19,3%**), śląskim (**9,6%**) i małopolskim (**9,6%**).

W 2021 roku najwięcej firm powstało w branżach:

- budownictwo (**19,8%**),
- handel hurtowy i detaliczny – naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle (**16%**),
- działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (**11%**).

2022

Kolejny rok przyniósł niewiele mniej, bo **356 967** nowych podmiotów.

Jeśli chodzi o lokalizacje, na podium znalazły się te same województwa, co w 2021 roku, czyli mazowieckie (**18,8%**), śląskie (**9,8%**) oraz małopolskie (**9,3%**).

Nie zanotowano również zmian w największych grupach branżowych:

- budownictwo **(19,1%)**,
- handel hurtowy i detaliczny – naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle **(15,7%)**,
- działalność profesjonalna, naukowa i techniczna **(10,8%)**.

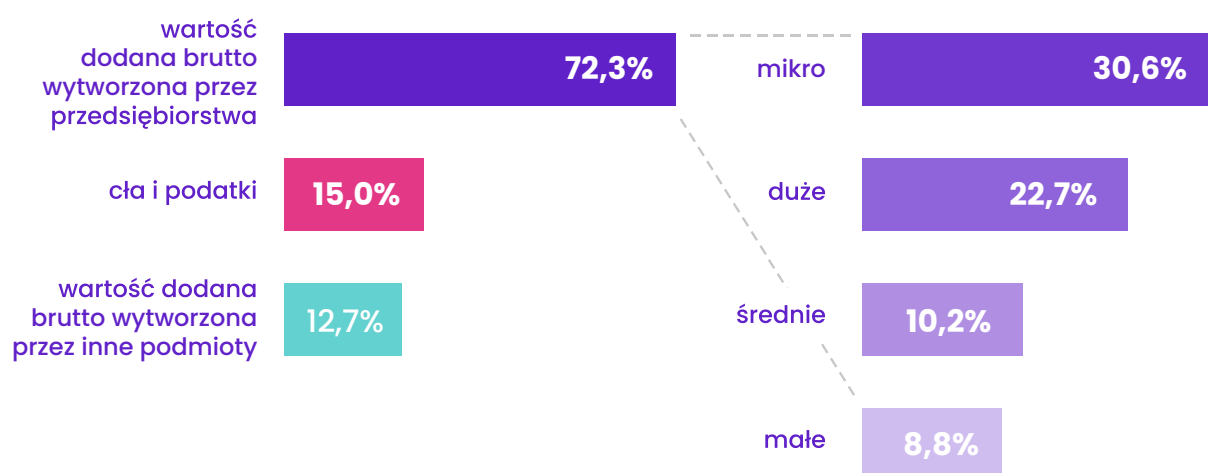
2023

Do połowy bieżącego roku (czyli do końca czerwca 2023) zarejestrowano **179 514** nowych podmiotów (najwięcej w styczniu – 34 697, a najmniej w lutym – 27 397).

Jeśli ta dynamika się utrzyma, wraz z końcem roku możemy liczyć na ok. 360 000 nowo powstałych podmiotów, co będzie wynikiem zbliżonym do tych, które obserwowaliśmy w 2021 i 2022 roku.

Miesięczne statystyki pokazują, że nie powinniśmy liczyć na znaczące zmiany względem lat poprzednich w kontekście lokalizacji podmiotów oraz grup branżowych⁵.

Udział w tworzeniu PKB grup przedsiębiorstw według liczby pracujących w Polsce w 2019 r.



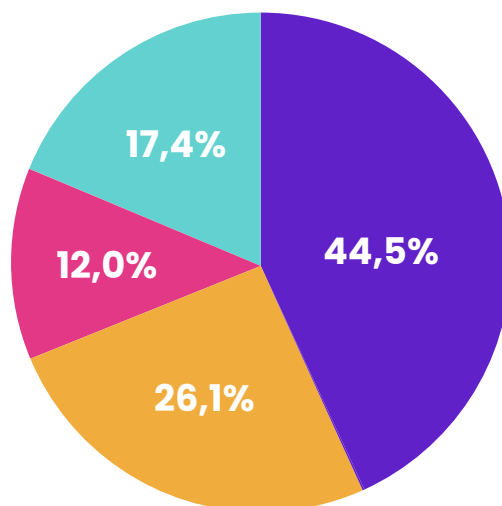
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS przygotowanych na potrzeby niniejszego Raportu.

5. [BNF](#)

Jak pokazują oficjalne dane GUS, przedsiębiorstwa działające w Polsce generują blisko 3/4 polskiego PKB. **Największy wkład w PKB zawdzięczamy mikro, małym i średnim firmom.**

MŚP

- Usługi
- Handel
- Przemysł
- Budownictwo



[Założ mistrzowską stronę jak Robert Korzeniowski >>>](#)

W przypadku MŚP **największy wkład w PKB ma sektor usług i handel:**

Polska ma dynamicznie rozwijający się sektor usług, który stwarza dla małych i średnich przedsiębiorców wiele możliwości do prowadzenia biznesu. Mocną pozycję mają firmy, które koncentrują się na oferowaniu wysokiej jakości produktów i usług. Cieszą się one większą popularnością wśród lokalnych społeczności. Klienci coraz bardziej doceniają lokalne działalności i preferują zakupy u okolicznych dostawców.



Nastroje wśród przedsiębiorców koncentrują się obecnie wokół inflacji, rosnących kosztów prowadzenia działalności i zmian legislacyjnych. Jednak pomimo sygnalizowanych trudności przedsiębiorcy nadal planują inwestycje w technologie. Świadczy to o rosnącej świadomości sektora MŚP, który w innowacjach technologicznych obejmujących również marketing internetowy dostrzega perspektywę rozwoju i możliwość budowania przewag konkurencyjnych.

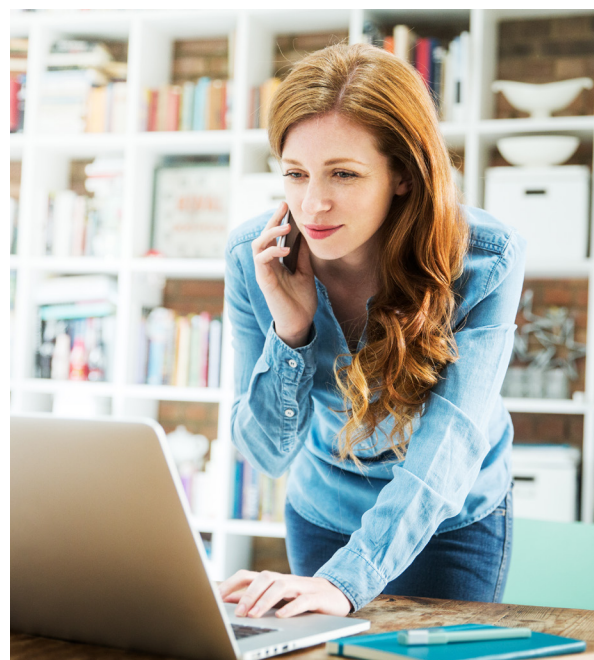
Niezależnie od rodzaju działalności w erze cyfryzacji firmy muszą dostosować się do nowych technologii i wykorzystywać je w swoich codziennych działaniach.



Popularne aktualnie trendy, które mogą przynieść korzyści przedsiębiorstwom to m.in.: wzrost znaczenia handlu internetowego (e-commerce), jak również sztuczna inteligencja (AI). Obie strategie pomagają firmom w rozwoju i mają coraz większy wpływ na decyzje zakupowe konsumentów. Przykładowo, wejście w świat e-commerce pomaga docierać do większej liczby klientów, a korzystanie z narzędzi opartych na sztucznej inteligencji automatyzuje procesy oraz pozwala działać szybciej i efektywniej. Firmy, które wykorzystują aktualne trendy i inwestują w odpowiednie działania, mogą zyskać większą widoczność i angażować swoich odbiorców.

Trzeba też pamiętać, iż z racji tego, że dzisiaj coraz więcej osób szuka produktów i usług w Internecie, obecność firmy w sieci jest już koniecznością. Pozwala ona **budować wizerunek** i wiarygodność przedsiębiorstwa na rynku. Jest takie znane powiedzenie, że jeśli czegoś nie ma w Internecie, to nie istnieje. Jest w tym sporo prawdy.

W sieci można znaleźć np. informacje o firmie i wykonanych realizacjach, sprawdzić portfolio, kluczowych klientów i doświadczenie oraz zapoznać się z ofertą. Można też dowiedzieć się, co daną ofertę wyróżnia na tle konkurencji. Wszystkich tego typu informacji warto szukać na firmowej stronie WWW.



Dziś trudno już sobie wyobrazić dobrze prosperujące przedsiębiorstwo, które nie ma własnej strony internetowej. To podstawa promocji firmy. Na szczęście coraz więcej przedsiębiorców zdaje sobie z tego sprawę. Potwierdzają to statystyki.

Według raportu PARP, ponad 71% przedsiębiorstw w Polsce ma własną stronę internetową⁶. Natomiast aktualnie **81,84% z 41 804 aktywnych klientów WeNet zainwestowało w witrynę, by prezentować swoją ofertę.**

Klient posiada stronę WWW	Liczba aktywnych klientów	Procent
TAK	34 214	81,84%
NIE	7 590	18,16%

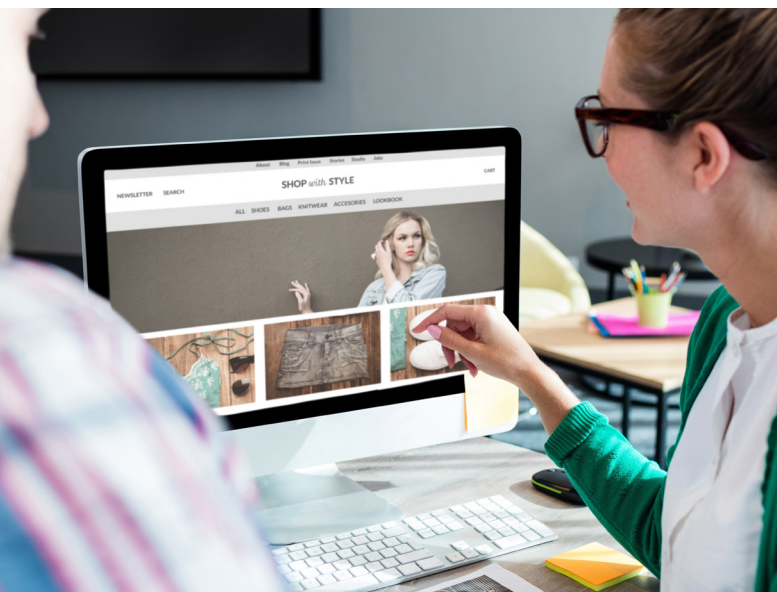
– Nikt nie powinien mieć już wątpliwości, że dziś każda firma, która chce zdobywać klientów, powinna być obecna w Internecie. Trzeba pamiętać, że ważne jest nie tylko posiadanie firmowej strony WWW, ale też jej pozycjonowanie, aby mogła być jak najlepiej widoczna w wyszukiwarce Google. Dobrze zaplanowane i wdrożone działania pomagają budować rozpoznawalność marki, przyciągać więcej zainteresowanych klientów i zwiększać sprzedaż.

Tłumaczy Anna Pszczółkowska,
Dyrektor Komunikacji i Rozwoju
w WeNet oraz koordynatorka
Akademii e-marketingu



6. [PARP](#)

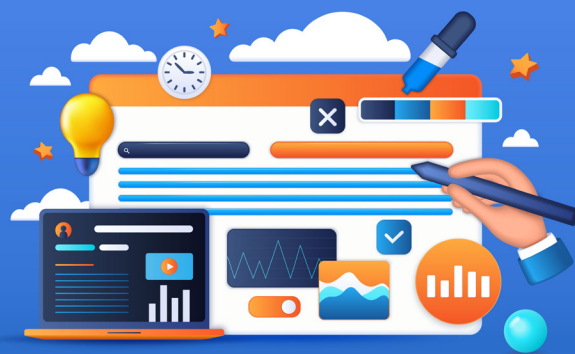
Pamiętajmy, że [strona WWW](#) powinna być prawidłowo zoptymalizowana, co m.in. wpływa na jej lepszą widoczność w Internecie, a to z kolei przekłada się na wzrost odwiedzin na stronie potencjalnych klientów. Na pozycję w wyszukiwarce wpływają m.in. treści, które znajdują się na stronie. Powinny one być czytelne i łatwe w odbiorze dla odbiorcy, ale też przyjazne dla algorytmów wyszukiwarki. Należy tutaj przede wszystkim pamiętać o doborze odpowiednich słów kluczowych.



Dobra witryna internetowa powinna być też atrakcyjna wizualnie, funkcjonalna, merytoryczna i technologicznie zgodna z obowiązującymi trendami. W przypadku marketingu internetowego technologia jest nieodzownym czynnikiem, który wspiera osiągnięcie zaplanowanych celów. Wyniki sprzedażowe są końcowym efektem tych wszystkich działań.



Pierwsze wrażenie dotyczące strony internetowej jest w **94%** związane z jej projektem⁷.



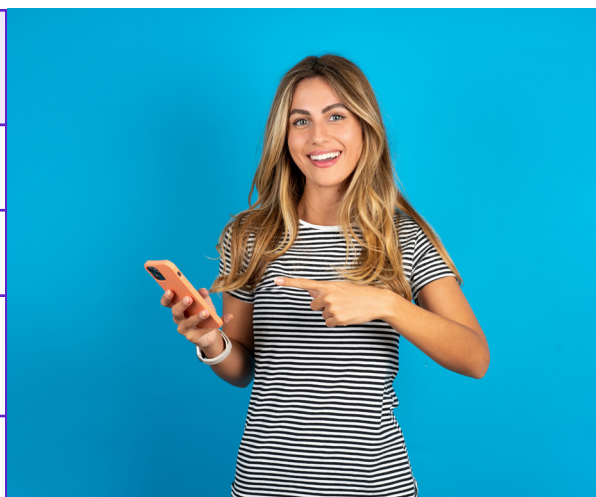
7. [BloggingWizard](#)

4. Segmenty rynku MŚP – jakie produkty najczęściej wybierają klienci WeNet?

Jak pokazują nasze wewnętrzne dane, w latach 2021 i 2022 zanotowaliśmy wzrost liczby klientów, którzy podpisali umowy na produkty **5StarWeb** (budowa strony internetowej wraz ze wsparciem dedykowanego opiekuna) oraz **SEO** (czyli pozycjonowanie firmy).

**Liczba klientów w latach 2021/2022/2023 w podziale na produkty
(stan na 31.08.2023)**

Produkt	5StarWeb (strony WWW)	SEO
2021	4 012	2 758
2022	5 446	3 190
styczeń- sierpień 2023	3 770	2 262
2021 vs. 2022	36%	16%



[Sprawdź, jak Google ocenia Twoją stronę >>>](#)

5StarWeb – tworzenie nowoczesnych stron WWW

W przypadku [stron internetowych](#) najwięcej klientów reprezentuje branże:

- rachunkowość,
- firmy budowlane,
- stacje obsługi oraz mechanicy samochodowi.

Największy wzrost zainteresowania produktem pomiędzy 2021 i 2022 widzimy w **branży prawniczej** (wzrost o 130%), a spadek w branży **usługi budowlane** – wykończenia (17%).



– Coraz więcej przedsiębiorców z sektora MŚP zdaje sobie sprawę z tego, jak ważne jest posiadanie nowoczesnej strony. Właściciele firm widzą, że przynosi ona biznesowi wiele korzyści – mówi Agnieszka Lachowska, kierownik zespołu Jakości Obsługi Klienta w WeNet. – Nasi specjaliści budują witryny zgodne z wymaganiami i potrzebami dzisiejszych konsumentów. Zapytaliśmy właścicieli stron, co sądzą o współpracy z nami. 97% klientów 5starWeb ocenia produkt bardzo dobrze lub dobrze, a 98% jest zadowolonych z naszego wsparcia w trakcie produkcji i po publikacji strony.

Dodaje **Agnieszka Lachowska**



Jak już wspomnieliśmy, nowoczesna strona WWW jest podstawą zaistnienia w świecie online. **Pełni funkcję wirtualnej wizytówki przedsiębiorstwa i jest istotnym kanałem wspierającym sprzedaż** produktów czy usług.



Firmowa witryna to nie wszystko. Ważne jest również prowadzenie działań z zakresu pozycjonowania, kampanii reklamowych w Internecie, promocji w mediach społecznościowych czy tworzenia wartościowych i merytorycznych treści content marketingowych. Ważne jest, aby na początku opracować dobrą strategię marketingową, a później ją umiejętnie i konsekwentnie realizować. Wszelkie działania powinny być ze sobą spójne, zsynchronizowane i wzajemnie się uzupełniać.

SEO, czyli kto chciał zyskać widoczność w sieci

Specjaliści WeNet nie tylko tworzą strony internetowe i e-sklepy, ale też zajmują się ich pozycjonowaniem. Dbają o każdy aspekt działań SEO: od przygotowywania odpowiednich treści, przez optymalizację techniczną, po linkowanie zewnętrzne. Wprowadzają niezbędne zmiany, analizują prowadzone działania i raportują wyniki.

Umowy na [produkt SEO](#) w latach 2021 i 2022 podpisywali głównie klienci z branż:

- rachunkowość,
- sprzedaż wysyłkowa,
- adwokaci.

Jeśli chodzi o Top 10, możemy zauważyć bardzo duży wzrost zainteresowania pomiędzy 2021 i 2022 działaniami SEO w przypadku **branży kosmetycznej** (aż 169%), a niewielki spadek w branży **metale – obróbka i maszyny** (16%).

– Efektem działań SEO jest stabilny i systematyczny wzrost pozycji strony w wynikach wyszukiwarek. Nasi klienci widzą te rezultaty, o czym świadczą wyniki ankiet, w których aż 89% klientów SEO jest zadowolonych z produktu.

Mówi **Marcin Durzyński**,
Wiceprezes Zarządu
WeNet, Dyrektor
Sprzedaży



Dziś przedsiębiorcy nie powinni już zastanawiać się nad tym, czy warto być online. Zamiast tego powinni pomyśleć, jak maksymalnie wykorzystać swoją obecność w Internecie. Firmy muszą dziś jeszcze skuteczniej zawalczyć o klientów. To dlatego trzeba nie tylko dotrzeć do konkretnej grupy docelowej i pokazać swoją ofertę w atrakcyjny sposób, ale też zrobić to lepiej niż inni. Służą do tego profesjonalnie dobrane narzędzia SEO, stała optymalizacja stron WWW i dbałość o ich dobrą kondycję technologiczną.

Marketing online jest często dla właścicieli małych i średnich firm dość skomplikowany. Wymaga bycia na bieżąco z trendami i nadążania za zmianami i innowacjami. Potrzeba na to czasu i nie jest to takie proste. To dlatego przedsiębiorcy coraz chętniej decydują się na współpracę z ekspertami, którzy pomagają im skutecznie promować ich biznesy w Internecie. Dzięki temu mogą w tym czasie spokojnie skupić się na prowadzeniu własnej firmy.



– **82% przedsiębiorców nie wyobraża sobie dzisiaj prowadzenia firmy bez jej obecności w Internecie.** Cieszymy się, że coraz więcej właścicieli małych i średnich biznesów zdaje sobie sprawę z tego, że aby zdobywać klientów, trzeba zadbać o skuteczną promocję w sieci.

Mówi **Katarzyna Jezierska**,
Członek Zarządu, Dyrektor
ds. Marketingu WeNet



Marketing Lokalny siłą napędową MŚP

Statystyki pokazują, że dla małych i średnich firm najważniejsza jest pozycja na lokalnym rynku i kontakt z klientami z okolicy, stąd popularność narzędzi z pakietu Marketing Lokalny.

W ramach tej usługi specjaliści WeNet wykorzystują narzędzia, których celem jest zwiększenie rozpoznawalności biznesu w danym regionie. Dbają przede wszystkim o Profil Firmy w Google, zakładają wizytówki w popularnych katalogach firm czy prowadzą działania w mediach społecznościowych.

W 2021 i 2022 umowę na ten produkt podpisało około 44 000 klientów. Po 5 miesiącach 2023 roku można zobaczyć, że popularność Marketingu Lokalnego WeNet nie słabnie.

We wszystkich badanych okresach największą liczbę klientów podpisujących umowę na [Marketing Lokalny](#) zanotowaliśmy dla branż:

- rachunkowość,
- stacje obsługi i mechanicy samochodowi,
- usługi budowlane – wykończenia.

Największy wzrost pomiędzy 2021 i 2022 uzyskała **branża kosmetyczna** (21%), a największy spadek **usługi budowlane – wykończenia** (14%).

Gdzie działają klienci WeNet?

Jak pokazują nasze raporty, w latach 2021-2022 dla trzech głównych produktów promowanych przez firmę, tj. 5StarWeb (czyli strony WWW), SEO, Marketing Lokalny najwięcej klientów prowadziło działalność w gminach, na drugim miejscu znalazły się miejscowości od 100 do 399 tysięcy mieszkańców. Natomiast najniższą liczbę klientów odnotowaliśmy w dużych miastach.

Liczba klientów ze względu na lokalizację (stan na 31.08.2023)

Wielkość miasta	ROK		
	2021	2022	2023
mniejsze niż 1 000	12 654	12 258	6 843
100-399 tys.	10 354	9 700	5 383
1-29 tys.	8 785	8 342	4 581
30-99 tys.	7 616	7 116	3 858
500+ tys.	7 281	6 979	3 680
Suma końcowa	46 690	44 395	24 345



Niemal **65%** Polaków kupuje przez Internet, najczęściej wybieranymi towarami są odzież, obuwie i dodatki⁸.



8. [Raport Internet 2022/2023. iab Polska](#)



5. Kondycja MŚP w Internecie

Ile przedsiębiorcy wydają na marketing internetowy?

Według naszych danych w latach 2021–2022 wydatki na marketing internetowy znacząco wzrosły, można zakładać, że trend wzrostowy się utrzyma.

5StarWeb (strony internetowe) jest produktem, który na przestrzeni lat 2021–2022 najbardziej zyskał na popularności. Przekładając to na procenty, można zobaczyć, że wzrost wydatków na ten produkt wynosi 38%. Wzrosła również wartość zamówień **SEO** (26%) i **Marketing Lokalny** (11%).

Podsumowanie wydatków na marketing sektora internetowego w latach 2021–2023.

Rok	Wartość zamówień
2021	173 627 874
2022	200 388 216
2023*	220 373 389

[Promocja firmy na lokalnym rynku? Rozpocznij już teraz >>>](#)

*Dane prognozowane na koniec 2023 roku

Produkt	2021	2022	2023*	2021 vs. 2022
Marketing Lokalny	48 939 181	54 185 590	59 485 636	10,7%
SEO	55 814 469	70 456 710	80 197 455	26,2%
5StarWeb (strony WWW)	32 788 702	45 203 469	50 441 942	37,8%



– Nasi doradcy internetowi zapewniają klientom indywidualne podejście. Oferują kompleksowe rozwiązania na każdym etapie rozwoju biznesu, dostarczają nowoczesne narzędzia online oraz zapewniają pełne doradztwo i niezbędne wsparcie przez cały czas trwania umowy. Naszą ofertę na rynku wyróżnia też elastyczny model płatności abonamentowej. Oznacza to, że jeśli klient nie chce płacić od razu, może wybrać płatności cykliczne. To spore udogodnienie dla właścicieli małych i średnich firm, dlatego tak chętnie wybierają tę opcję.

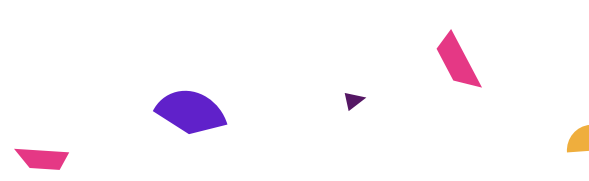
Mówi **Małgorzata Ścierańska**,
CFO, Członek Zarządu
WeNet



Jakie branże reprezentują klienci WeNet?

Nasi klienci w latach 2021, 2022 i 2023 to głównie firmy z branży rachunkowej, stacje obsługi samochodów, mechanicy oraz adwokaci. Warto zwrócić uwagę na fakt, że po 8 miesiącach 2023 roku na trzecim miejscu pod względem liczby klientów znajdują się ex aequo branże: geodezja, kartografia i usługi adwokackie.

*Dane prognozowane na koniec 2023 roku



Dane porównawcze za lata 2021–2023 (cała Polska) stan na dzień 31.08.2023 r.

2021	Liczba klientów	Wartość zamówień
Rachunkowość	1 239	3 455 875
Samochody – usługi	721	2 107 620
Usługi adwokackie	600	1 871 935

W 2021 roku najwięcej klientów **WeNet** reprezentowało branżę rachunkową i stan ten utrzymał się w latach 2022 oraz 2023.

2022	Liczba klientów	Wartość zamówień
Rachunkowość	1 151	4 743 957
Samochody – usługi	705	2 883 599
Usługi adwokackie	565	2 380 484

W 2022 roku mimo niewielkiego spadku popularności usług adwokackich i samochodowych można zauważyć większą wartość ogólną zamówień.

2023 (stan na 31.08.2023 r.)	Liczba klientów	Wartość zamówień
Rachunkowość	786	3 616 994
Samochody – usługi	466	2 050 547
Geodezja, kartografia	344	1 119 477
Usługi adwokackie	344	1 747 957



Co ciekawe, w 2023 roku miejsce usług adwokackich pod względem liczby klientów zajmuje geodezja, która ma o 18 klientów więcej. Jednak mimo to wartość zamówień dla usług geodezyjnych jest niższa w porównaniu z adwokackimi. Są to dane z dnia 31 sierpnia 2023 roku, dlatego trudno powiedzieć, czy wynik na koniec roku będzie podobny do tego z poprzednich lat, czy może jednak trend się zmieni.



Polskie mikroprzedsiębiorstwa charakteryzuje pozytywny trend rozwojowy: na przestrzeni ostatnich lat: rośnie ich liczba, przychody, liczba pracujących i zatrudnionych⁹.



[Mamy wszystko, czego potrzebujesz, by rozwijać firmę online. Sprawdź >>>](#)

9. [PARP](#)



6. Narzędzia do prowadzenia biznesu online

WeNet dysponuje wieloma narzędziami służącymi do promocji małych i średnich firm w Internecie. Bogata i kompleksowa oferta sprawia, że każdy przedsiębiorca może wybrać aktywności pozwalające zrealizować wyznaczone cele biznesowe.

Narzędzia do prowadzenia biznesu online pomagają m.in. w:

- efektywnym zarządzaniu firmą,
- osiągnięciu większych zasięgów,
- zdobywaniu nowych klientów,
- analizowaniu danych,
- komunikacji z klientami,
- przystosowaniu się do zmiennych warunków.

Nowoczesne rozwiązania stanowią niezbędne wsparcie dla przedsiębiorstw, które działają w erze cyfrowej i chcą odnosić sukcesy.



Strona internetowa, czyli wizytówka działalności

Jak wspominaliśmy wyżej, kluczowym narzędziem do promocji firmy w sieci jest strona internetowa, która jest wirtualną wizytówką biznesu. To dzięki niej przedsiębiorcy mogą zyskać zaufanie odbiorców i prezentować ofertę na własnych zasadach.

Witryna to często centrum dowodzenia wszystkimi działaniami marketingowymi firmy i pierwsze miejsce spotkania z potencjalnym klientem. Powinna być jednak odpowiednio zaprojektowana, aby mogła przyciągać klientów i zachęcała do skorzystania z oferty. Specjaliści tworzą firmowe witryny, które są zgodne z aktualnymi trendami.

Wśród naszych klientów znalazł się m.in. Robert Korzeniowski, który dzięki stronie WWW zaprezentował się w nowych rolach: trenera, mentora i mówcy motywacyjnego.

Jak wspominaliśmy wyżej, kluczowym narzędziem do promocji firmy w sieci jest strona internetowa, która jest wirtualną wizytówką biznesu. To dzięki niej przedsiębiorcy mogą zyskać zaufanie odbiorców i prezentować ofertę na własnych zasadach.

**Doradzimy i zbudujemy
Twoją stronę internetową,
tak jak Robertowi**

Robert Korzeniowski
Czterokrotny Mistrz Olimpijski

WeNet
Twój Doradca Internetowy

[Sprawdź na wenet.pl](https://www.wenet.pl)



43% małych firm planuje zainwestować w rozwój swojej strony internetowej¹⁰.



– Strona WWW to wizytówka działalności. Powinna więc być estetyczna, nowoczesna i funkcjonalna. Nasi specjaliści budują witryny zgodne z wymaganiami i potrzebami dzisiejszych konsumentów. Dopasowują wygląd do branży i specyfiki biznesu. Ponadto zapewniają obsługę strony i profesjonalne wsparcie. Każdy klient dostaje swojego dedykowanego opiekuna, który służy pomocą przez cały okres współpracy – mówi cytowana już **Katarzyna Jezierska**. – Zaletą naszej oferty jest też wygodny model płatności abonamentowej. Jeśli klient, który zleca nam budowę strony nie chce płacić całej kwoty od razu, może postawić na płatności cykliczne – dodaje.

Mówi **Katarzyna Jezierska**,
Członek Zarządu, Dyktor
ds. Marketingu WeNet



10. [Forbes](#)



SEO (pozycjonowanie), czyli lepsza widoczność online

Sama strona internetowa to nie wszystko. Trzeba jeszcze zadbać o jej dobrą widoczność w sieci. SEO to wszystkie działania, które mają na celu wywindowanie strony WWW na wysokie pozycje w wynikach wyszukiwania Google i Bing (wyszukiwarka firmy Microsoft, z którą współpracuje WeNet), a co za tym idzie – generowanie ruchu i zwiększanie popularności.

SEO to długotrwały, skomplikowany proces wymagający doświadczenia i wiedzy. Dlatego często ten element e-marketingu jest oddawany w ręce specjalistów od pozycjonowania.

Specjaliści WeNet najpierw wykonują audyt strony WWW, czyli jej dokładną analizę. Na podstawie wyników audytu dobierają, planują i wdrażają odpowiednie działania dopasowane do potrzeb danego biznesu. Dbają o tworzenie treści zgodnych z zasadami SEO, optymalizację techniczną oraz linkowanie zewnętrzne. Wszystko po to, aby zwiększyć rozpoznawalność danej marki i sprawić, by strona internetowa była lepiej widoczna dla potencjalnych klientów.



68% aktywności online zaczyna się od wyszukiwarki internetowej¹¹.



11. [BrightEdge](#)



Marketing Lokalny, czyli rozpoznawalność

W skład Marketingu Lokalnego wchodzi wszystkie działania i narzędzia, które mają zwiększyć rozpoznawalność firmy wśród klientów w danym regionie (np.: mieście, powiecie, województwie). Są to m.in.:

- Profil Firmy w Google (wizytówka Google Moja Firma),
- wizytówki w popularnych katalogach firm,
- działania w Social Mediach.

[Daj znać o swojej działalności klientom w okolicy >>>](#)

Profil Firmy w Google

Profil Firmy w Google (lub wizytówka Google Moja Firma) to narzędzie, które umożliwia przedsiębiorstwu zarządzanie swoją obecnością w wyszukiwarce oraz na mapach Google. Służy do prezentowania najważniejszych informacji na temat danej działalności i budowania rozpoznawalności na lokalnym rynku. Daje także klientom możliwość wystawiania ocen i wróżania opinii w formie komentarzy.

Jednak, aby wizytówka spełniała swoje funkcje, musi być odpowiednio zoptymalizowana, aktualna i atrakcyjna.



64%
użytkowników
korzysta
z wizytówki Google,
by dowiedzieć się
więcej o lokalnych
firmach¹².

12. [Gitnux](#)

Wizytówki w katalogach firm

Podobnie jak Profil Firmy w Google są cyfrowymi wizytówkami zawierającymi podstawowe dane o firmie. Dostępne są w ogólnych i branżowych katalogach.

Służą przede wszystkim do prezentowania i promocji firmy w celu zwiększenia jej widoczności i dotarcia do potencjalnych klientów. Ważne, żeby selekcjonować katalogi i dodawać informacje o firmie wyłącznie do tych wartościowych (np. Panorama Firm, BiznesFinder.pl lub pkt.pl).



Social Media

Promocja firmy w mediach społecznościowych, takich jak: Facebook, Instagram, Twitter czy LinkedIn, może przynieść wiele korzyści biznesowi. Marketing w Social Mediach pomaga przede wszystkim budować wizerunek, zwiększyć świadomość marki wśród lokalnych użytkowników i sprawić, że nawiążą oni dłuższą relację z firmą.



77% firm korzysta z mediów społecznościowych, żeby dotrzeć do klientów¹³.



13. [Forbes](#)

– Obecność i aktywność w sieci to dziś podstawa prowadzenia każdego biznesu. Marketing internetowy dostarcza wielu narzędzi, które pomagają promować firmową ofertę i zwiększać sprzedaż. Jednym z takich narzędzi są media społecznościowe. Aby firmowy profil w Social Mediach przynosił zamierzone efekty, trzeba jednak najpierw przygotować odpowiednią strategię. Warto skorzystać tutaj z pomocy specjalistów, którzy mają doświadczenie i umiejętności. Nasi doradcy internetowi dopasowują ofertę i plan działania do potrzeb danego biznesu i gwarantują kompleksową obsługę.

Mówi **Marcin Durzyński**,
Wiceprezes Zarządu
WeNet,
Dyrektor Sprzedaży



AI – sztuczna inteligencja

Jak pisaliśmy we wstępie tego materiału, AI (czyli sztuczna inteligencja) jest nowym ważnym elementem wspierającym rozwój firm online. Narzędzia AI służą do wykonywania wielu różnych zadań: od prowadzenia komunikacji z klientami, przez automatyzację prostych czynności, po tworzenie treści.

Nie ma wątpliwości, że AI będzie odgrywać coraz większą rolę w prowadzeniu biznesu, bez względu na jego wielkość. Trzeba więc nauczyć się mądrze z niej korzystać i czerpać korzyści z najnowszych rozwiązań.



7. Trendy i perspektywy

Aktywność w sieci to dziś fundament sukcesu w biznesie. Właściciele małych i średnich firm coraz częściej zdają sobie sprawę z tego, że obecność w świecie „online” pomaga w prowadzeniu biznesu. [Strona internetowa](#) to niezmiennie podstawowe narzędzie w komunikacji z rynkiem i potencjalnymi klientami. Widoczność w Internecie pomaga skutecznie pozyskiwać leady sprzedażowe, jednocześnie wzmacniając wizerunek przedsiębiorstwa. Firma aktywna online zyskuje szansę na szybszy rozwój i rozpoznawalność. Widać to zwłaszcza w przypadku firm działających lokalnie, którym marketing internetowy pozwala dotrzeć do setek klientów poszukujących usług i produktów w swojej okolicy. Nie ma więc wątpliwości, że Internet stanowi potężny silnik marketingowy, otwierając coraz to nowe perspektywy rozwoju.

– *Dziś każdy przedsiębiorca, niezależnie od skali działania, powinien zapewnić swojej firmie widoczność w sieci. Wybór konkretnych narzędzi i rozwiązań zależy od strategii danego biznesu i branży, w której działa. Dodatkowo efektywne działania w sieci wymagają stałego dostosowania do zmieniającego się otoczenia, trendów konsumenckich, zmian technologicznych. Jeśli więc przedsiębiorcy brakuje czasu, żeby być „na bieżąco”, warto skorzystać z profesjonalnej opieki i wsparcia internetowych doradców, aby szybciej i prościej pozycjonować się w Internecie, osiągać lepszą widoczność, budować przewagi konkurencyjne.*

Mówi **Katarzyna Jezierska**, Członek Zarządu,
Dyrektor ds. Marketingu WeNet





Budowanie świadomości wśród MŚP

Trudno uwierzyć, że nadal aż 29% ankietowanych przedsiębiorstw nie przeznaczają nawet złotówki na transformację cyfrową, a 80% nie ma żadnego dokumentu określającego strategię w tej dziedzinie¹⁴. Wciąż więc jest wiele do zrobienia. Warto edukować nieświadomych przedsiębiorców, aby firmy z sektora MŚP jeszcze szybciej się rozwijały i odnosiły sukcesy.

– Jest to tym bardziej ważne w erze innowacji i szybkich zmian. Dziś tempo rozwoju technologii nie pozwala na spoczywanie na laurach. Jako lider transformacji cyfrowej stale szukamy nowych możliwości, aby tworzyć efektywne rozwiązania wspomagające prowadzenie biznesu.

Komentuje **Katarzyna Jezierska**,
Członek Zarządu WeNet,
Dyrektor Marketingu



[Rozwijaj swoją firmę w sieci jak Robert Korzeniowski >>>](#)

Rozwijanie świadomości małych i mikro przedsiębiorców to zadanie wpisane w długoterminową strategię WeNet. Edukujemy i wspieramy właścicieli firm, aby mogli zaistnieć w świecie online i czerpać z niego korzyści. Jako organizator bezpłatnych szkoleń w ramach **Akademii e-Marketingu** poruszamy najważniejsze kwestie z zakresu obecności w sieci, zaczynając od budowy strony internetowej, poprzez SEO, reklamę internetową, kończąc na zaawansowanych kwestiach e-commerce. Na każdym etapie rozwoju firma WeNet dostarcza profesjonalnego wsparcia, opierając się na zespole **Doradców Internetowych 2.0**, czyli kompetentnych profesjonalistów bardzo dobrze przygotowanych do opieki nad klientem, badających jego potrzeby i umiejętnie dobierających nowoczesne narzędzia internetowe.

14. <https://www.pb.pl/cyfryzacja-firm-w-polsce-wciaz-wiele-do-zrobienia-1186608>



Sztuczna inteligencja w narzędziach dla biznesu

Sztuczna inteligencja z dnia na dzień zyskuje na popularności i zwiastuje nadejście nowej technologicznej ery. AI z całą pewnością podyktuje rozwój narzędzi internetowych w najbliższej przyszłości, a być może zostanie z nami już na zawsze. Sztuczna inteligencja jest już dziś zdolna do analizowania i projektowania algorytmów, które przewidują reguły rządzące zachowaniem człowieka. To sprawia, że możemy ją wykorzystywać w celu optymalizacji pracy i realizacji naszych codziennych zadań, pozostawiając sobie przestrzeń do planowania i kreatywności niezbędnej do rozwoju biznesu.



54% dyrektorów stwierdziło, że wdrożenie narzędzi AI znacznie zwiększyło produktywność ich firm¹⁵.



W szybkim tempie powstają programy komputerowe wykorzystujące AI do różnego rodzaju analiz czy też usprawnienia procesów biznesowych. Szybki postęp elektroniki oraz informatyki sprzyja rozwojowi tej dziedziny nauki. Przewidujemy, że w przyszłości coraz więcej właścicieli firm będzie korzystał z praktycznych rozwiązań nowej technologii. Wszystko po to, aby ułatwić sobie prowadzenie biznesu w obliczu codziennych wyzwań. Wykorzystywanie narzędzi AI może usprawnić wiele działań i wpłynąć na wzrost efektywności.

15. [SearchLogistic](#)



– Inteligentne maszyny są potrzebne człowiekowi do tworzenia i odkrywania nowych zależności w świecie, więc nie dziwi fakt, że AI zaczyna docierać w inne, nowe obszary, takie jak: medycyna, ekonomia czy zarządzanie. Jest to istotne dla rozwoju biznesu, ponieważ daje wielką szansę na rozwój firmy oraz odkrywanie nowych możliwości.

Prognozuje **Artur Peterlik**,
Dyrektor Operacyjny COO
WeNet



Doradcy Internetowi 2.0 WeNet są otwarci na nowinki i rozwój, śledzą aktualności na rynku i są na bieżąco z innowacjami. Doskonale znają się na technologii i wiedzą, jak ją wykorzystywać. W odpowiedzi na najnowsze trendy już korzystają ze sztucznej inteligencji, tworzą nowatorskie produkty i unikalne rozwiązania wspierające **e-marketing**, żeby z ich pomocą MŚP jeszcze lepiej konkurowały na rynku. Warto przy tym wspomnieć, że wdrażanie rozwiązań AI jest wpisane w strategię WeNet. W firmie zatrudnione są dedykowane osoby (takie jak np. AI Officer), które zajmują się tylko tym obszarem.



– Wspieramy klientów i z myślą o nich i ich rozwoju wprowadzamy nowe rozwiązania AI. Naszym autorskim projektem jest aplikacja AI@WeNet, która pozwala przede wszystkim generować teksty oraz wyszukiwać i dobierać obrazy do tekstów. Narzędzie jest stale udoskonalane, rozwijane i rozbudowywane o nowe funkcjonalności – mówi **Maciej Stolarski**, AI Officer WeNet. – Nasi doradcy internetowi wykorzystują rozwiązania oparte na AI w swojej codziennej pracy. Pozwala im to działać szybciej, sprawniej i efektywniej oraz zyskać dodatkowy czas, który mogą poświęcić na bardziej kreatywne działania i przede wszystkim na sprawniejszą obsługę klientów.

Dodaje **Maciej Stolarski**





Konsolidacja rynku e-commerce

Rynek e-commerce również nie zwalnia tempa. Jest to obszar, na którym są aktywni liczni przedsiębiorcy sektora MŚP. Handel online rozwija się bardzo dynamicznie, a jego siłą napędową jest dziś nie tylko technologia, ale przede wszystkim inflacja. Nic dziwnego, zakupy w Internecie są szybkie i wygodne, ale też znacznie tańsze. To dlatego coraz więcej internautów kupuje online.

Ponadto ze względu na atrakcyjne kursy walut firmy, które działają w e-commerce, mają większe możliwości ze względu na wzrost popytu i korzystanie z okazji rynkowej.



– W trudnych czasach konsumenci szukają niskich cen, a dziś dodatkowo chcą robić zakupy szybko. Internet pozwala na porównywanie cen, wyszukiwanie najlepszych ofert, weryfikację dostępności. To wszystko sprawia, że chętnie kupujemy w Internecie i ten rynek stale rośnie. Internet nie ogranicza konsumentów godzinami otwarcia czy dobrym lub złym nastrojem sprzedawcy. Jest obiektywny, pomocny, wskazuje usługi, produkty, opinie, aby szybko i efektywnie podejmować decyzje zakupowe. Konsumenci zmieniają swoje nawyki, przenoszą aktywność do sieci, co również napędza rozwój e-commerce.

Komentuje **Marcin Durzyński**,
Wiceprezes Zarządu WeNet,
Dyrektor Sprzedaży



WeNet wspiera przedsiębiorców, którzy planują stworzenie sklepu internetowego lub już go posiadają i chcą sprzedawać więcej. [Doradcy internetowi](#) pomagają właścicielom firm przenieść biznes do sieci. Zapewniają wszystko, co potrzebne do prowadzenia skutecznej sprzedaży online. Specjaliści budują sklepy internetowe – zarówno małe i proste dla początkujących sprzedawców online, jak i dla tych, którzy chcą rozwinąć e-biznes na znaczną skalę. Każdy e-sklep jest szyty na miarę potrzeb klienta oraz dostosowywany do oczekiwań dzisiejszych konsumentów.



Warto mieć na uwadze, że najbliższe lata wyłonią wygranych branżę e-commerce. Już dziś pojawiają się plany konsolidacji rynku, powstają platformy sprzedażowe skupiające liderów poszczególnych branż. Wszystko po to, aby wzmocnić pozycję, skupiając w jednym miejscu najlepszych graczy. To bardzo kusząca perspektywa, otwierająca możliwość zwiększenia wartości przedsiębiorstwa lub jego sprzedaży na atrakcyjnych warunkach. Polski rynek e-commerce jest cały czas rozdrobniony, a biorąc pod uwagę preferencje konsumentów poszukujących niskiej ceny i dostępności, konsolidacja rynku jest nieunikniona. Wymaga jednak od przedsiębiorców dojrzałości i gotowości, aby wejść na inny, wyższy poziom prowadzenia biznesu.

[Mamy wszystko, czego potrzebujesz, by rozwijać firmę online. Sprawdź >>>](#)

8. Podsumowanie raportu



Oficjalne dane GUS jasno pokazują, że polskie przedsiębiorstwa generują blisko 3/4 polskiego PKB, a największy wkład przypada na **mikro, małe i średnie firmy**. Z drugiej strony w czasach błyskawicznego postępu technologicznego to właśnie przedsiębiorcy powinni trzymać rękę na pulsie. Kto tego nie robi, ten da się wyprzedzić konkurencji i straci swoją pozycję rynkową. Właściciele polskich firm mają tego świadomość, o czym świadczy wzrost wartości zamówień w zakresie marketingu internetowego. Coraz chętniej inwestują w [promocję online](#), aby zyskać widoczność i pozyskać nowych klientów.

Dziś sukces w biznesie zależy od tego, jak szybko i jak dobrze przedsiębiorcy odnajdą się w nowych warunkach, czy nadążą za dokonującymi się zmianami i czy są gotowi stawić im czoła. W tej grze stagnacja jest synonimem regresu, a otwartość na zmianę daje szansę na rozwój. Dane nie pozostawiają wątpliwości. Liczba internautów w Polsce stale rośnie i wynosi dziś już prawie 30 milionów. Tylko aktywne działania online zapewnią firmie widoczność, przyciągną uwagę klientów i finalnie przełożą się na sprzedaż.



Dziś właściciele firm nie powinni już zastanawiać się nad tym, czy warto być online. Zamiast tego powinni pomyśleć, jak maksymalnie wykorzystać swoją obecność w Internecie. Firmy muszą jeszcze skuteczniej zaważczyć o klientów. Naprzeciw wychodzi im sztuczna inteligencja, niosąca obietnicę wielu usprawniających pracę rozwiązań, również w zakresie reklamy internetowej, pozycjonowania, analizy danych czy tworzenia grafik i tekstów.



Cieszy nas fakt, że firmy coraz częściej wybierają profesjonalne wsparcie specjalistów, to również oznacza, że świadomość w sektorze MŚP przechodzi transformację i warto inwestować w marketing internetowy. Kluczowym narzędziem do promocji firmy w sieci jest cały czas strona internetowa. To dzięki niej przedsiębiorcy mogą zyskać zaufanie odbiorców i prezentować ofertę na własnych zasadach. Witryna to często centrum dowodzenia wszystkimi działaniami marketingowymi firmy i pierwsze miejsce spotkania z potencjalnym klientem. Jednak nie wystarczy ją stworzyć, trzeba zadbać również o pozycjonowanie i stałą optymalizację.

Edukacja małych i mikro przedsiębiorców jest wpisana w długoterminową strategię WeNet. Jako organizator Akademii e-marketingu wspieramy i dostarczamy praktyczną wiedzę na temat marketingu online, SEO czy kwestii związanych z e-commerce. Nasz cykl bezpłatnych szkoleń cieszy się rosnącym zainteresowaniem, co świadczy o tym, że dziś właściciele firm są żywo zainteresowani rozwijaniem kompetencji cyfrowych i chcą wykorzystywać potencjał marketingu internetowego, aby jak najlepiej budować swój wizerunek i pozycję rynkową w sieci.

Naszym celem jest wspieranie transformacji cyfrowej MŚP, aby w tych dynamicznych czasach przedsiębiorcy mogli równie dynamicznie się rozwijać, korzystać z innowacyjnych, skutecznych narzędzi i zyskiwać przewagi rynkowe. Cieszy nas, że sektor MŚP pozytywnie reaguje na zmiany i że coraz wyraźniej widać, jak płynnie stara się dostosować do nurtu zmian, aby czerpać korzyści z dokonującej się na naszych oczach transformacji.

[Daj znać o swojej działalności klientom w okolicy >>>](#)

9. Nasi eksperci

Jarosław Mikos

Prezes Zarządu WeNet

Ukończył studia prawnicze na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. Działalność zawodową rozpoczął w 1995 roku w firmie Deloitte & Touche w Departamencie Doradztwa Gospodarczego. Następnie swoją karierę zawodową rozwijał w takich firmach jak Coopers & Lybrand, PwC, Energis Polska. W 2005 roku doprowadził do połączenia Energis Polska z GTS Polska, w której to spółce pozostał Prezesem Zarządu. W latach 2006–2010 prowadził własną działalność inwestycyjną. W latach 2011–2013 był Prezesem Magna Polonia, a od 2013 do 2017 roku związany z Grupą Wirtualna Polska, jako Przewodniczący Rady Nadzorczej oddelegowany do nadzoru nad Zarządem Spółki.

Pod koniec 2017 roku Jarosław Mikos został Prezesem Zarządu spółki Polskie ePłatności S.A. Od listopada 2021 roku jako Przewodniczący Rady Nadzorczej, a następnie Prezes Zarządu stał na czele IAI S.A., firmy specjalizującej się w dostawach oprogramowania m.in. dla sklepów internetowych. Prezesem Zarządu WeNet Group S.A. został w 2023 roku.

Jarosław Mikos dzięki 20-letniemu doświadczeniu w zarządzaniu i doradztwie posiada bogatą wiedzę na temat budowania szybko rozwijających się organizacji. Jego atutem jest również znajomość praw rządzących rynkiem FinTech, w szczególności w branży e-commerce. Ma na swoim koncie sukcesy w zwiększaniu sprzedaży, przekształceniach, restrukturyzacjach, fuzjach i przejęciach oraz optymalizacji kosztów firm.





Marcin Durzyński

Wiceprezes Zarządu WeNet, Dyrektor Sprzedaży

Manager z ponad 15-letnim doświadczeniem w zarządzaniu strukturami sprzedaży. W Zarządzie WeNet Group S.A. od 2016 roku. Odpowiedzialny za długofalowe projekty budowy i restrukturyzacji istniejących zasobów, mające na celu wzrost efektywności sprzedaży i skuteczności obsługi klienta. Posiada wysoko rozwinięte umiejętności pozyskiwania klientów oraz biegłość w obszarach negocjacji.

W WeNet odpowiada za obszar sprzedaży, rekrutacji i budowania zespołów sprzedażowych, szkolenia i rozwój pracowników, systemy dystrybucji wiedzy, implementację dedykowanych programów rozwojowych i motywacyjnych oraz zarządzanie zmianą.

Małgorzata Ścierańska

CFO, Członek Zarządu WeNet

Związana z WeNet od 2022 roku. Posiada dyplom podwójnego magistra w Szkole Głównej Handlowej w zakresie Finansów i Bankowości oraz Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych i Politycznych. Jest członkinią międzynarodowego stowarzyszenia AICPA / CIMA. Ukończyła studia EMBA w Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej (we współpracy z HEC School of Management Paris oraz NHH Norwegian School of Economics and Business Administration), gdzie zdobyła wiele wyróżnień.

Przez wiele lat swojej kariery zawodowej związana była z Orange Polska, zarządzając obszarem kontrolingu oraz pełniąc rolę CFO Orange Energia oraz CEO Orange Retail, gdzie przeprowadziła wiele projektów rozwojowych i transformacyjnych dla procesów finansowych i operacyjnych.





Katarzyna Jezierska

Członek Zarządu WeNet, Dyrektor Marketingu

Związana z WeNet od 2022 roku, odpowiedzialna za obszar marketingu i komunikacji. Liderka i marketer z ponad 20-letnim doświadczeniem zarówno B2C, jak i B2B w takich branżach jak: FMCG, OTC, Fintech czy online marketing (m.in. Procter&Gamble, PepsiCo, GSK Consumer Healthcare czy Visa). Od lat prowadzi multifunkcyjne i międzynarodowe zespoły, których celem jest wzrost zarządzanych biznesów. Wspiera przedsiębiorczość kobiet jako mentorka w Sieci Przedsiębiorczych Kobiet. Wielokrotna jurorka prestiżowych nagród marketingowych (m.in. Effie czy MIXX Awards), członkini Rady Programowej Sport Biznes Forum czy Forum IAB.

Posiada dyplom magistra Zarządzania i Marketingu w Szkole Głównej Handlowej zdobyty z odznaką Top Ten. Wielokrotnie wyróżniana m.in. na liście najbardziej wpływowych kobiet w polskich płatnościach czy w konkursie AdMarketer roku.

Artur Peterlik

Dyrektor Operacyjny COO WeNet

Manager z ponad 15-letnim doświadczeniem w zarządzaniu operacyjnym i projektowym. Ekspert w zakresie prawnych aspektów zarządzania i administrowania bazami danych oraz bezpieczeństwa przetwarzania informacji. Twórca autorskich systemów kontroli jakości i zarządzania procesowego dla firm z sektora marketingu bezpośredniego. Praktyk i przedsiębiorca realizujący własne projekty biznesowe w obszarze e-marketingu oraz baz danych. Współtworzył strategię rozwoju kanału e-commerce oraz platformę Marketplace dla Grupy Empik.



W WeNet Group S.A. odpowiada za procesy operacyjne oraz działania projektowe rozwijające portfolio produktów dostępnych w ofercie spółki.



Anna Pszczołkowska

Dyrektor ds. Komunikacji i Rozwoju w WeNet i koordynatorka Akademii e-marketingu

Od ponad 20 lat współpracuje z polskimi przedsiębiorcami, wspierając rozwój ich biznesu w sieci. Doświadczenie zdobywała, pracując zarówno z działami handlowymi, jak i zespołami marketingu oraz komunikacji i PR. Menedżerka i trenerka z 15-letnim doświadczeniem w pracy w organizacjach zatrudniających ponad 1000 osób. Certyfikowany użytkownik systemu badania profilu osobowościowego MPA i praktyk w obszarach projektowania programów rozwoju kompetencji zawodowych. Od 2016 roku jest koordynatorką Akademii e-marketingu, projektu w ramach którego przedsiębiorcy mogą skorzystać z bezpłatnych szkoleń i fachowego doradztwa w zakresie rozwoju biznesu w sieci. .

W WeNet odpowiada za procesy rozwoju, programy onboardingu i szkoleń pracowników oraz komunikację wewnętrzną.

Agnieszka Lachowska

Kierownik Zespołu Jakości Obsługi Klienta w WeNet

Posiada 13 lat doświadczenia w zarządzaniu doświadczeniami klientów. Ekspert badań jakości obsługi klienta (metody ilościowe, IDI, FGI, Mystery Shopper). Pracowała dla różnych branż w agencjach badawczych (Millward Brown, Mrtec), jednak najczęściej działań podnoszących satysfakcję klientów wdrożyła w branży finansowej (Idea Bank, Bank Pekao S.A.). Wielokrotnie wspomagała firmy w osiąganiu branżowych nagród uznania od klientów (Forbes, Firma Przyjazna Klientowi). PMO wysokobudżetowych i wielomodułowych projektów.

W WeNet dba o jakość obsługi klienta, zarządza procesem zbierania opinii klientów podczas badań satysfakcji. Prowadzi projekty optymalizujące procesy obsługowe oraz programy szkoleniowo-rozwojowe dla pracowników.





Maciej Stolarski

AI Officer w WeNet

Posiada ponad 10-letnie doświadczenie menedżerskie w IT. Realizował projekty m.in. dla branży finansowej (PZU, ING, Santander), farmaceutycznej (Adamed), automotive (Inter Cars) czy energetycznej (Axpo, e-on).

W WeNet Group jest odpowiedzialny za projekty technologiczne wykorzystujące sztuczną inteligencję. Posiada wysokie kompetencje w tym zakresie – specjalizuje się w transformacjach cyfrowych firm i tworzeniu rozwiązań IT dla biznesu, a w szczególności w implementacji strategii cyfrowych, optymalizacji procesów w oparciu o AI oraz automatyzacji czy robotyzacji. Ma również doświadczenie zawodowe w budowaniu zespołów kompetencyjnych, odpowiadających za wdrożenie innowacji technologicznych.



Twój Doradca Internetowy

Mamy wszystko, czego potrzebujesz,
by promować firmę w sieci

- strony internetowe,
- SEO,
- marketing lokalny,
- e-sklepy,
- Google Ads.

Skontaktuj się z nami

www.wenet.pl

Obserwuj nas na:



© 2023 WeNet Group S.A.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Kopiowanie całości lub fragmentów
niniejszej publikacji bez zgody autora surowo zabronione.