

Dotrzymać kroku **normom**



O korzyściach płynących z wdrożenia certyfikatów jakościowych rozmawiamy z Tomaszem Stańczykiem, dyrektorem do spraw rozwoju Europejskiego Centrum Jakości i Promocji

W tym roku Europejskie Centrum Jakości obchodzi dziesięciolecie działalności. Jak w ciągu dekady zmieniło się podejście do kwestii związanych z jakością w polskich realiach?

– Na własnym przykładzie możemy z całą pewnością powiedzieć, że zwiększyło się zainteresowanie kwestiami związanymi z podnoszeniem standardów jakości w polskich firmach. Właściciele przedsiębiorstw coraz częściej sami dzwonią do nas pytając, jak uzyskać nasz Certyfikat, ponieważ chcą mieć potwierdzenie jakości i bezpieczeństwa oferowanych usług bądź produktów, a tym samym efektywnie promować swoją markę.

Kwestia uzyskania danego certyfikatu to nie tylko poprawa funkcjonowania firmy poprzez dostosowanie do odpowiednich standardów, ale również możliwość skutecznej promocji poprzez posługiwanie się danym znakiem promocyjnym.

Przedsiębiorcy coraz częściej zdają sobie sprawę z marketingowego znaczenia słowa „jakość”. Dlatego mamy coraz więcej klientów z każdej branży, którzy doceniają naszą działalność. Naszą największą rekomendacją jest to, że firmy z danej branży widząc znak u konkurenta i wiedząc, że nasze loga podwyższają sprzedaż usług i produktów, zgłaszają się do nas z zapytaniem, czy zasługują na tego rodzaju prestiżowe wyróżnienie i co mogą zrobić, by je otrzymać. Dzięki temu wiemy, że nasze działania rzeczywiście odnoszą pozytywny skutek jeśli chodzi o promowanie standardów jakości.

Przeprowadzają państwo postępowanie, w wyniku którego można otrzymać certyfikaty w ramach programów: Gwarancja Najwyższej Jakości, Zielony Certyfikat, Certyfikat Bezpieczeństwa. Co jest ich największym atutem?

jej placówkach w postaci dyplomów. Certyfikaty wydajemy również w innych językach, co ma szczególne znaczenie dla firm eksportujących na zagraniczne rynki. Mamy wielu klientów, szczególnie z branży odzieżowej czy spożywczej, którzy z powodzeniem stosują te wyróżnienia na terenie Unii Europejskiej właśnie dzięki temu, że otrzymali Certyfikat w języku angielskim, francuskim, włoskim czy niemieckim. Nasze znaki stosowane na opakowaniach, czy materiałach reklamowych są rozpoznawalne i czytelne, a zatem skutecznie promują dany produkt i całą firmę.

Sama weryfikacja jakości i nadanie stosownego certyfikatu to działania niewystarczające. Sukcesem jest bowiem utrzymanie jakości. Jak tego dokonać?

– To bardzo ważna kwestia i słuszne pytanie. Po otrzymaniu certyfikatu nie możemy przestać dotrzymywać kroku normom. Wręcz przeciwnie: powinniśmy czuć się tym bardziej zobowiązani do wyznaczania standardów jakości. Dlatego konieczne są nieustanne kontrole wewnątrz firmy, które są już kwestią jej zarządu. Jako jednostce promującej jakość, zależy nam, by firmy, które posługują się naszymi znakami, rzeczywiście zasługiwały na miano dbających o jakość. Dlatego organizujemy coroczne audyty sprawdzające faktyczny stan wdrożonych norm. Corocznie wypełniane są również ankiety weryfikacyjne. Jeśli dana firma przestała przestrzegać te normy, traci możliwość posługiwania się znakiem do czasu, aż ponownie poprawi swoje funkcjonowanie.

Na dzisiejszym rynku mamy do czynienia z zalewem różnych możliwości uzyskania potwierdzenia jakości. Czym należy się kierować, aby wybór okazał się trafny i efektywny?

– Polski rynek jest na tyle specyficzny, że w każdej branży promocja powinna być in-

dywidualnie przygotowana dla potrzeb klienta. Firma, wybierając znak promocyjny, powinna kierować się możliwościami, jakie dane znaki niosą. Nie możemy wypowiadać się za innych, ale w naszym przypadku firma może liczyć na promocję poprzez wspomniane już znaki i Certyfikaty, nasze czasopismo „Quality News” oraz portale internetowe, jak również na pomoc w organizowaniu promocji i uczestnictwie w imprezach targowych, a także – w ramach naszej działalności klubowej – pomoc w pozyskiwaniu kontaktów biznesowych, działania lobbingsowe. Na wiosnę będziemy również organizować uroczystą galę z okazji dziesięciolecia naszej działalności, na której wręczymy prestiżowe statuetki dla naszych najlepszych klientów.

Czy w zbliżającym się Światowym Dniu Jakości i Europejskim Tygodniu Jakości widzą państwo szansę na popularyzację zagadnień związanych z jakością, czy też uświadamianie korzyści płynących z wdrażania systemów jakościowych to proces długotrwały?

– To kwestia wymagająca czasu do dłuższych rozważań. Niewątpliwie takie inicjatywy jak Światowy Dzień Jakości to dobra okazja do popularyzacji tego typu zagadnień w mediach, dzięki czemu można zwiększać świadomość przedsiębiorców. Jednak cały proces wymaga czasu i intensywnych działań nie tylko jednostek certyfikujących reklamujących się w środkach przekazu, ale również urzędów administracji publicznej oraz władz samorządowych. Wychodząc z założenia, że tylko dzięki współpracy z odpowiednimi władzami uda nam się popularyzować bliskie nam idee jakości, bezpieczeństwa i ekologii, poprosiliśmy o objęcie naszych działań honorowym patronatem marszałków poszczególnych województw. Urzędy Marszałkowskie bardzo przychylnie potraktowały wystosowane przez nas pisma dotyczące współpracy. Wynikiem tego jesteśmy objęci patronatem większości marszałków. Dzięki tym patronatom mamy nadzieję nie tylko w dalszym ciągu uświadamiać polskich przedsiębiorców o zaletach dbania o jakość usług, ale również promować województwa jako regiony podnoszące poprzeczkę jakości.

Rozmawiała Magdalena Szczygielska

