

Biznes odpowiedzialny i uczciwy

Dobrze prosperujące przedsiębiorstwo to nie tylko świetne wyniki finansowe. Równie ważne, a właściwie znacznie ważniejsze (bo od tego uzależnione są wyniki finansowe) jest zaufanie i odpowiedzialność pomiędzy firmą a pracownikami i kontrahentami. Dlatego Nauta Turbo wdraża strategię społecznej odpowiedzialności biznesu w miejscu pracy, z zakresu ochrony środowiska, uczciwych praktyk handlowych oraz przejrzystych relacji z klientami.

Odpowiedzialny biznes musi uwzględniać aspekty społeczne, etyczne i ekologiczne, zarówno w działalności gospodarczej, jak i w kontaktach z interesariuszami (m.in. z pracownikami, klientami, akcjonariuszami, dostawcami, społecznością lokalną).
- Projekt, który realizuje Nauta Turbo, to wkład biznesu

w realizację zrównoważonego rozwoju gospodarczego – wyjaśnia Edward Grzeskowiak, Prezes Zarządu. – Jego celem jest wprowadzenie takiego sposobu prowadzenia firmy, aby priorytetem było osiągnięcie równowagi między jej efektywnością i dochodowością a interesem społecznym.

Korzyści ze strategii odpowiedzialności przedsiębiorstwa rozpatrywane powinny być w perspektywie długofalowej. Jest ich kilka i są to:
- Podnoszenie poziomu kultury organizacyjnej firmy. Realizuje się to poprzez podejmowanie wyzwań społecznej odpowiedzialności: firma podnosi swoje

standardy postępowania wobec interesariuszy (pracowników, kontrahentów, klientów), a przez to unika kosztów „złego partnerstwa”. Zmiany te wpływają na kształtowanie kultury organizacyjnej firmy opartej na zaufaniu, odpowiedzialności i przejrzystości dla wszystkich zainteresowanych.

- Kształtowanie pozytywnego wizerunku firmy wśród pracowników. Tu społeczna odpowiedzialność firmy stanowi jeden z elementów pozafinansowego motywowania pracowników. Dzięki m.in. dbałości o środowisko wizerunek firmy w oczach pracownika ulega poprawie. Pracownicy z większym uznaniem odnoszą się do funkcjonowania firmy widząc, iż część jej aktywności skierowana jest na rozwiązywanie istotnych – również dla nich – kwestii społecznych.
- Zwiększenie lojalności klientów i interesariuszy. Wzrost świadomości społecznej klientów powoduje, iż w swoich

wyborach kierują się oni także zaufaniem do danej firmy i jej wizerunkiem. Rosnąca grupa klientów zwraca uwagę na „ekologiczność” produktu lub usługi, przestrzeganie zasad społecznej odpowiedzialności w procesie jego wytworzenia oraz ogólną reputację firmy.
Biorąc pod uwagę powyższe korzyści wynikające ze społecznie odpowiedzialnego zarządzania firmą Nauta Turbo zdecydowała się wdrażać strategię społecznej odpowiedzialności biznesu w miejscu pracy, z zakresu ochrony środowiska, uczciwych praktyk handlowych oraz przejrzystych relacji z klientami.

Więcej informacji o firmie: www.nautaturbo.com.pl



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Konfederacja Szwajcarska

Projekt współfinansowany przez Szwajcarię w ramach Szwajcarskiego Programu Współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

Superpolisa w Rivierze

W wielu centrach miast oraz w centrach handlowych można już dziś spotkać placówki Superpolisy, które przyciągają klientów nie tylko nowoczesnym wyglądem, ale przede wszystkim szeroką ofertą ubezpieczeniową.

Superpolisa to platforma internetowa oraz sieć placówek, pozwalających na porównywanie oraz sprzedaż produktów ubezpieczeniowych klientom detalicznym. Sprzedaż wspomaganą jest przez Call Center, które pełni rolę informacyjną, wsparcia dla klientów internetowych oraz bezpośredniej sprzedaży. W Punktach Obsługi Klienta klienci obsługiwani są przez konsultantów doradzających w wyborze optymalnego produktu ubezpieczeniowego w najlepszej możliwej cenie. Klienci Superpolisy mogą wybierać najkorzystniejszą ofertę pod względem ceny oraz zakresu ubezpieczenia spośród kilkudziesięciu produktów oferowanych przez kilkanaście towarzystw ubezpieczeniowych.
Superpolisa to synonim profesjonalizmu, oszczędności czasu i bezpieczeństwa przy oferowa-



niu produktów ubezpieczeniowych. Bazuje na długotrwałych kontaktach z klientem. Nieustannie dąży do podnoszenia jakości i konkurencyjności produktów. Jest powszechnie dostępna dzięki wielości kanałów sprzedażowych

(POK, www, Call Center), jak też najnowocześniejszym rozwiązaniom IT umożliwiającym rzetelną oraz szybką kwotację i zakup ubezpieczenia.
Głównym celem pracowników Superpolisy jest zapewnienie klientom szerokiego wyboru produktów ubezpieczeniowych oraz bezpieczeństwa i komfortu przy ich zakupie.
Klientów z Trójmiasta zapewne ucieszy informacja, że Superpolisa jest również dostępna w nowym punkcie w Centrum Handlowym Riviera przy ul. Kazimierza Górskiego 2 w Gdyni. Punkt mieści się na parterze obiektu. **Dorota Korbut**

superpolisa.pl
ubezpieczenie w lepszej cenie

Tylko dla aktywnych

„Wymiennikownia - włącz aktywność” to tytuł dwudniowej konferencji młodzieżowej, organizowanej w dniach 12 - 13 września 2014 r. w Pomorskim Parku Naukowo-Technologicznym Gdynia.

Podczas konferencji podsumowany zostanie realizowany od kilkunastu miesięcy projekt o tej samej nazwie. W jego ramach, od kwietnia 2013 roku prowadzone są bezpłatne zajęcia z różnych dziedzin, w których uczestniczyło do tej pory kilkuset młodych ludzi z całego Trójmiasta.
Dzień pierwszy konferencji - piątek, 12 września - przeznaczony jest dla uczniów gdyńskich szkół, które wcześniej zgłosiły swój udział w zaplanowanych przez organizatorów warsztatach. Na dzień drugi - sobotę, 13 września - na godzinę 12.00 organizatorzy zapraszają wszystkich chętnych na spotkanie pod hasłem „Wymiennikownia - co dalej?”. W trakcie tego dnia młodzież pozna zainicjowane przez rówieśników wydarzenia i inicjatywy zrealizowane w ramach projektu oraz kontynuowane po jego zakończe-

niu, zgłaszuje na najlepsze pomysły studentów na działania na rzecz młodzieży, które zostaną następnie zrealizowane w Wymiennikowni (będą nagrody!), a także jako pierwszy zapoznają się z Centrum „Wymiennikownia” - powstającym na Chyloni nowym miejscem dla gdyńskiej młodzieży. Na zakończenie spotkania, uczestnicy udadzą się wspólnie na dwugodzinny wizytę w Centrum Nauki Experiment.
Podczas obu dni konferencji odwiedzać będzie można także stoiska partnerów projektu „Wymiennikownia”: szwajcarskich organizacji SEIF i Taboobreaker, Pomorskiego Parku Naukowo-Technologicznego, Miejskiego Ośrodka Pomocy Społecznej, Zespołu Placówek Specjalistycznych, Centrum Współpracy Młodzieży oraz Fundacji Zmian Społecznych „Kreatywni”.
Oprac. DK