

## Poslovna filozofija tvrtke RECRO-NET

# Fair-play i oštra konkurencija

Zagrebački je RECRO-NET jedna od hrvatskih informatičkih tvrtki koja se uspješno nosi s nedaćama recesije te je i ove godine visoko na popisu TOP100 informatičke industrije.

Direktora Radovana Rusana zamolili smo da nam opiše djelovanje tvrtke RECRO-NET na tržištu i pristup unaprjeđenju poslovanja u teškim uvjetima recesije

 **InfoTrend:**  
*Tvrtka RECRO-NET, iako razmjerno mlada, već je dobro poznata na hrvatskome, a i regionalnome tržištu ICT proizvoda i usluga. Posluje li tvrtka i danas u skladu s osnivačkom zamisli ili je, pod utjecajem tržišnih uvjeta, promijenila svoje prvotne ciljeve?*

**Radovan Rusan:** RECRO-NET je osnovan 2001. s misijom - kroz inovativnost i optimizaciju stalno stvarati nove vrijednosti za svoje korisnike, poslovne partnere, zaposlenike, vlasnike i društvo u cjelini. I u tome nema promjena, a zadovoljni korisnici, motivirani i obrazovani zaposlenici osnova su našega djelovanja u prošlosti, sadašnjosti i budućnosti.

### Naša je poslovna filozofija:

■ biti fokusirani partner koji omogućuje svojim korisnicima koncentriranje na vlastito poslovanje i podizanje djelotvornosti poslovanja uz smanjivanje troškova,

■ biti pouzdan partner koji prati svoje korisnike tijekom cijeloga životnoga ciklusa implementiranih ICT proizvoda, usluga i rješe-

nja, stalno težeći poslovnoj izvrsnosti,

■ biti inovativan partner koji stalno prati tehnološke i poslovne trendove kako bi pravodobno primijenio nova dostignuća kod svojih korisnika,

■ biti kvalitetan partner koji za razvoj, implementaciju, podršku i optimizaciju svojih ICT rješenja primjenjuje odgovarajuće i kvalitetne proizvode i tehnologije vodećih svjetskih proizvođača, a u skladu s propisanim tehničkim standardima i pravilima struke.

Da bismo tomu mogli udovoljiti potrebno je stalno stručno obrazovanje pa smo do sada postigli statuse *Cisco Gold Certified Partner*, *Microsoft Gold Certified Partner* i *Hewlett-Packard Gold Preferred Partner*. Osim Cisca, Microsofta i HP-a, naši tehnološki partneri su: *IBM*, *Compuware*, *Arbor Networks*, *Tandberg*, *Netscout*. Naš je glavni partner Cisco Systems kojemu smo već više od 6 godina najviše certificirani partner u regiji.

Od ukupno 120 naših djelatnika, njih 90 posto ima visoku stručnu spremu, nosioci su više



Radovan Rusan, direktor RECRO-NETA

certifikata, a od toga imamo 12 CCIE, 14 CCNP, 29 CCNA certificiranih inženjera. Uz Cisco i kod ostalih ponuđača IT opreme imamo najviše certifikate.

Zahvaljujući takvim kompetencijama, naše se tržište širi pa uz sjedište u Zagrebu imamo regionalne urede u Sarajevu, Beogradu i Dubaiu. Uskoro planiramo otvoriti ured i u Albaniji, u Tirani.

 **IT: RECRO-NET je jedna od onih IT tvrtki ko-**

**je, usprkos gospodarskoj krizi, ostvaruje bolje rezultate u odnosu na prethodno razdoblje, a da pritom niste smanjivali broj zaposlenih. Kako to postižete?**

**Rusan:** Osnovna postavka naše strategije, koju vjerno preslikavamo u praksu, zasniva se na znanju naših ljudi i visokim standardima korporativne kulture. Pozorno pratimo trendove tržišta i razvitak konkurencije, ali ne na način da mijenjamo stajališta i smjer na svaki „šum“ izvana. Držimo da jedino prepoznatljivo



stajalište i karakter tvrtke može osigurati dugoročan uspjeh. Karakter i stav tvrtke oblikuju njezini djelatnici, a njihovo su znanje, iskustvo i kultura osnovni resursi koje ni trenutačna kriza ne može dovesti u pitanje. Ti resursi imaju ključnu ulogu u oblikovanju prirode našega odnosa s korisnicima i u tome je smislu naša „čarobna formula“ vrlo jednostavna. Samo je treba znati primijeniti i osvjestiti kroz vrijeme.

Na svim se područjima ljudskoga djelovanja kroz povijest pokazuje kako su krizama odoljevale i iz njih izlazile kao pobjednici samo homogene skupine čvrsto povezanih jedinki koje su zajedničkim djelovanjem težile jasno definiranom cilju. A naš je cilj uvijek isti - biti najbolji u segmentima kojima se bavimo, razvijati čvrste odnose s korisnicima i pošten odnos s konkurencijom. Kriza nas stavlja na kušnju i prisiljava na trajno preispitivanje alata i metoda kojima planiramo postići cilj. Nastavit ćemo snažno nastupati u tehnološkim segmentima u kojima smo prepoznati (mrežne tehnologije, sigurnosna rješenja, video tehnologije, obrazovanje), pojačati segmente za koje smatramo da imaju perspektivu (podatkovni centri, IT poslovna rješenja i usluge) te, ovisno o razvoju situacije, uvesti neke bitne novosti u ponudu.

Ključ je prolaska kroz krizu jak i zdrav organizam, a RECRO-NET je upravo takav.

### **IT: Kako prilagođavate strategiju poslovanja djelovanju konkurencije?**

**Rusan:** Konkurencija je jedan od bitnih čimbenika poslovnoga okruženja u kojem tvrtke djeluju. No prije procjene konkurencije tvrtke treba jasno razumjeti trenutačne zahtjeve i trendove tržišta te ih znati dovesti u odnos s vlastitim snagama i slabostima. Jedna je od ključnih stvari prilikom praćenja konkurencije prepozna-

## Rad, kreativnost i Fair-play – i u 2010.

**Naši stručnjaci neprekidno rade na kreiranju inovativnih rješenja stvarajući, našim znanjem i stručnošću, dodanu vrijednost proizvodima naših partnera. Mogu izdvojiti nekoliko takvih rješenja, kao što su:**

- automatsko upravljanje parkiralištima koje podrazumijeva kombinaciju triju potpuno različitih proizvoda naših partnera i razvoj softvera koji ih povezuje u funkcionalnu cjelinu.

- rješenje digitalnoga oglašavanja koje omogućuje prilagođavanje promidžbene poruke na digitalnome oglasu strukturi publike koja se trenutačno nalazi pred oglasom.

S takvom se integracijom pozicioniramo kod naših partnera i na globalnoj razini kao jedinstven partner koji vlastitim inovacijama oplemenjuje njihove proizvode. Takvim pristupom postizemo da se naša rješenja nude na tržištima regije i Bliskoga Istoka.

Novosti će još biti u tehnološkome smislu, prvenstveno u našoj orijentaciji na IT poslovne sustave, rješenja i usluge. O nekim namjerama, iz strateških razloga, ne mogu detaljnije govoriti, ali vjerujem da će biti i iznenađenja za naše konkurente. Sukladno našoj misiji ta će iznenađenja biti isključivo u smislu nastupa na tržištu i novih tehnologija. Poslovni fair-play ni u jednoj trenutku ne dolazi u pitanje.

Neke se postavke neće mijenjati – nastavak razvoja iskrenih i kvalitetnih odnosa s našim korisnicima, nastavak ulaganja u stručni razvoj i zadovoljstvo naših ljudi te stjecanje novih znanja i ovladavanje novim tehnologijama uz postizanje međunarodnih poslovnih standarda. Poseban naglasak na oblikovanje odnosa s korisnicima trebao bi rezultirati značajnijom sposobnošću predviđanja i planiranja njihovih razvojnih potreba.

vanje je li riječ o kratkotrajnome izazovu koji treba zanemariti ili ozbiljnome trendu koji će dugoročnije utjecati na tržište pa će, sukladno tomu, trebati prilagoditi i vlastitu strategiju poslovanja.

●●● Naš je cilj uvijek isti - biti najbolji u segmentima kojima se bavimo, razvijati čvrste odnose s korisnicima i pošten odnos s konkurencijom

Kod te se dvojbe češće događa da tvrtke zbog nedostatka kvalitetne informacije, a u strahu od kašnjenja, pogre-

šno procijene da treba uzvratiti na neki potez konkurenta koji se kasnije pokaže lošim. U tome je smislu informaciju o konkurenciji nužno pravilno smjestiti u ukupan kontekst tržišta (korisnici, tehnologija, vlastite mogućnosti, konkurencija, regulativa) i tek tada se može očekivati donošenje odluke koja će biti dobra u tome trenutku. U svakome slučaju informacije dobivene praćenjem aktivnosti konkurencije trebaju biti sastavnim dijelom strategije poslovanja, odnosno njezinih kasnijih prilagodbi.

### **IT: U prošloj se godini zbog globalne krize najče-**

**šće govorilo o uštedama. Čak su i najveća IT poduzeća smanjila ulaganja za promidžbu i razvoj. S obzirom na to da se te kategorije ubrajaju u osnovne preduvjete napretka svake tvrtke, molim Vas, kažite nam kakve ste mjere poduzeli na tome području i kakve daljnje mjere predviđate za prevladavanje recesijskoga razdoblja?**

**Rusan:** O uštedama se uvijek razmišlja i govori. Vrijeme krize samo dovodi do krajnjih situacija. Unatoč iznimnoj vrijednosti marketinga moje je stajalište da je kvaliteta tvrtke, njezinih proizvoda, usluga i rješenja najbolji marketing. U tome se smislu RECRO-NET nikad ne prestaje 'marketirati'. Uvijek pokušavamo biti najkvalitetniji, najbrži i najpouzdaniji. Tu nikad ne prestajemo ulagati.

Ulaganja u razvoj u našem poslu znače prvenstveno ulaganje u ljude i njihovo znanje. Zaustavljanje je tih ulaganja, dugoročno gledano, mnogo opasnije od trenutačnih problema uzrokovanih krizom. Zbog toga smo razloga uštede uvijek tražili u drugim segmentima našega poslovanja, a ne u razvoju.