

Schimbare de registru

de Bogdan Marchidanu

Cu puțină vreme în urmă, aproape imediat după achiziția IIRUC de către Raiffeisen Informatik, Călin Rangu, fostul CIO Raiffeisen Bank România, a devenit Business Development Director for Central and East Europe la Raiffeisen Informatik (R-IT) Vienna și President/CEO la IIRUC Services România. O provocare? Evident. Dar, așa cum declară domnia sa, și o mare oportunitate personală și de carieră.



Călin Rangu, Business Development Director for Central and East Europe la Raiffeisen Informatik (R-IT) Vienna și President/CEO la IIRUC Services România

eWEEK: *Ce înseamnă pentru dumneavoastră această nouă poziție?*

Călin Rangu: Înseamnă încercarea de a pune în practică ceea ce am acumulat pe o perioadă de cel puțin opt ani de activitate. Perioada petrecută în cadrul Raiffeisen Bank a însemnat enorm pentru mine, deoarece know-how-ul și procedurile aduse de banca mamă din Austria ne-a făcut pe noi, ca bancă, să avem o dezvoltare accelerată, iar eu am învățat din asta. Ca atare, trecerea de acum este extrem de importantă pentru că înseamnă ocazia de a aplica ceea ce am acumulat și este un pas interesant deoarece trec din partea clientului în partea furnizorului de servicii, iar aici cred că dispun de un mare avantaj. Știu exact ce așteaptă clientul. Am avut de a face cu foarte mulți furnizori care nu puteau să perceapă nevoile reale ale unui client. Eu sper să fiu în stare să duc compania într-o direcție orientată spre client.

eWEEK: *Vă veți implica și în partea de vânzări?*

C.R.: Da, evident. Modernizarea IIRUC înseamnă și crearea unei forțe de vânzări profesionale și moderne. În momentul de față, compania are contracte de toate dimensiunile și aproximativ 40.000 de clienți. Cei mai mulți dintre aceștia sunt destul de mici ca dimensiuni. Până acum, partea de vânzări s-a făcut într-un mod static. Noi trebuie să începem să aplicăm principiile moderne în această activitate, foarte mult legate de proactivitate. Aici aș adăuga și nevoia de a dezvolta și partea de consultanță.

eWEEK: *Este așadar, în esență, vorba de un proces de schimbare de mentalitate?*

C.R.: Nu neapărat. Am fost foarte plăcut surprins să constat că oamenii de aici sunt chiar foarte buni. Este nevoie doar să li se aducă un dinamism și o perspectivă nouă.

Venirea Raiffeisen Informatik le-a conferit o perspectivă clară a ceea ce se dorește. În fond, Raiffeisen Informatik este un mamut în Austria, cu vânzări de servicii IT de peste 2 miliarde de euro. Cu alte cuvinte, o singură firmă vinde mai mult decât întreaga piață a serviciilor informatice din România. În plus, firma vinde aceste servicii la liber, către orice fel de clienți, chiar dacă unul din clienții principali a fost și va rămâne banca Raiffeisen. Aceasta este și focalizarea noastră: banca este bancă, dar noi trebuie să fim o companie independentă și competitivă pe piață și să replicăm într-un fel un model de business de succes din Austria pe piața românească. Avem de lucrat, într-adevăr, la cultura corporativă, dar eu sper că acest proces nu va fi unul îndelungat.

eWEEK: *Cât de independent este acest proces în sensul impunerii regulilor de la Viena?*

C.R.: Aici vorbim de un lucru interesant în Raiffeisen în general. Fiecare companie din grupul Raiffeisen are un grad de libertate apreciabil. Dacă tu ai încredere în forțele clare și convingi acționariatul în privința căii alese de tine, atunci libertatea este maximă, căci responsabilitatea este a ta în întregime. De fapt, acesta este un alt amănunt care m-a atras să efectuez această schimbare în viața mea profesională. Dacă ne uităm pe piață, sunt multe companii care, din pricina unor probleme interne pe piața de acasă, în România aplică niște șabloane foarte rigide. Ei bine, noi, IIRUC, simțim deja că sunt clienți care ar dori să vină la noi pentru că serviciile prestate de anumiți furnizori în acest moment au devenit rigide.

eWEEK: *Este și o șansă de întărire a relațiilor cu clienții vechi...*

C.R.: Categoric. Noi avem două linii principale de business. Una este cea legată de

echipamente de birou, magazine, case de marcat, coduri de bare, tot ce înseamnă dotarea unui magazin. Vom păstra și chiar dezvoltăm această linie de business. A doua linie este cea de servicii IT. Aici, experiența acumulată prin deservirea băncii Raiffeisen este foarte utilă pentru toți clienții de pe piață, deoarece, în momentul în care deservesti bine o bancă, poate unul din cei mai sofisticăți clienți cu puțință din lume actualmente, poți deservi cel puțin la fel de bine orice categorie de clienți.

eWEEK: *Veți păstra o gamă completă de clienți?*

C.R.: Aici am să fac o analogie cu sectorul bancar. Statisticile spun că 80% din clienții unei bănci sunt neprofitabili. Profiturile sunt date de restul de 20% din clienți. Cu toate astea, în sectorul băncilor de retail, vedem cu toții ce bătaie acerbă este pe obținerea de clienți, indiferent de dimensiuni, pentru că definitoriu este volumul de activitate. La fel este și în cazul nostru. Avem o zonă importantă de clienți de retail, clienți mici, care sunt extrem de importanți privind lucrurile prin prisma masei critice. Întotdeauna retail-ul devine eficient odată cu depășirea unei anumite mase critice. Ei bine, în acest moment, noi am depășit acest nivel minim de masă critică, deci nu avem nici un motiv să nu continuăm pe această linie. În plus, IIRUC mai are și avantajul că este singura firmă de servicii și servicii IT din România care acoperă, la nivel național, clienții cu personal propriu. 