



Wpływ Covid-19 na Branżę Software House w Polsce

#3 edycja

SoDA 2021

Kilka słów wstępu



Bartosz Majewski
Założyciel i Prezes SoDA,
CEO Codibly

Konsekwencje epidemii koronawirusa (COVID-19) są bezprecedensowe i odczuwalne na całym świecie. Po raz trzeci w czasach pandemii, Software Development Association Poland (SoDA) przeprowadziło badanie wśród dyrektorów i kierowników wyższego szczebla, po to, aby lepiej zrozumieć jak firmy IT przygotowały się na COVID-19 i jak radzą sobie ze skutkami pandemii.

Poprzednie raporty skupiały się wokół konsekwencji, jakie pandemia spowodowała w sektorze IT w Polsce (lato i jesień 2020) i zawierały rekomendacje dla firm oraz działów sprzedaży i HR w organizacjach. W miarę upływu czasu widzimy coraz więcej wyzwań, jakie trwająca pandemia stawia przed naszą branżą.

Tym razem SoDA połączyła wszystkie dane uzyskane z badania, dotyczące ośmiu głównych obszarów, w tym przywództwa, transformacji cyfrowej, perspektyw na przyszłość, nowych modeli marketingu i sprzedaży, wzrostu, rentowności i stanu zatrudnienia

– rozważając jednocześnie jakie problemy, sukcesy lub wyzwania kryją się za liczbami.

Pandemia COVID-19 niezaprzeczalnie powoduje zakłócenia, które wpłynęły na rentowność firm, samopoczucie pracowników, stabilność finansową i długoterminowe plany budżetowe. W 2020 roku firmy programistyczne stanęły przed trudnymi decyzjami, a nowa rzeczywistość przyniesie kolejne wyzwania. Chociaż ogólne nastroje w branży są pozytywne, przyszłość wciąż jest niepewna, ponieważ istnieje poważny problem z pozyskaniem i wykorzystaniem nowych talentów.

W celu zniwelowania wpływu pandemii na naszą branżę, należy najpierw wyciągnąć wnioski z tego, co działo się w 2020 roku. Wiemy już, że kryzys w znacznym stopniu wpłynął na ludzi i przedsiębiorstwa, ale co ważniejsze, zaczynamy rozumieć, że w efekcie tego kryzysu mogą pojawić się nowe, obiecujące kierunki działań.

Kluczowe wnioski

Pozytywne nastroje w branży

Jedna trzecia firm stwierdziła, że pandemia COVID-19 miała na nie pozytywny wpływ, ta liczba wzrosła w porównaniu z poprzednimi raportami SoDA; obecnie 70% firm tworzących oprogramowanie bardzo pozytywnie patrzy w przyszłość.

Zwrot w kierunku cyfryzacji

Firmy zdecydowały się na pełną cyfryzację i deklarują, że 80% menedżerów spełniło pokładane w nich oczekiwania w tym zakresie; respondenci zapowiadają większy nacisk na dobrostan i zdrowie psychiczne.

Wzrost i zyski nadal na wysokim poziomie

Ogólnie firmy zwiększyły przychody o około 20%, podczas gdy deklarowana rentowność osiągnęła 15%; ponad jedna czwarta firm odnotowała wysoki wzrost o ponad 30%, a niektóre przekroczyły wzrost o 100% r/r.

Kanały dotarcia

Organizacje zwiększyły budżety marketingowe o 58%. Firmy zaczęły eksperymentować z marketingiem; najskuteczniejsze okazały się media społecznościowe, marketing szeptany i własna strona internetowa; podcasty i webinary były przereklamowane i nie spełniły oczekiwań.

Procesy rekrutacyjne na pełnych obrotach

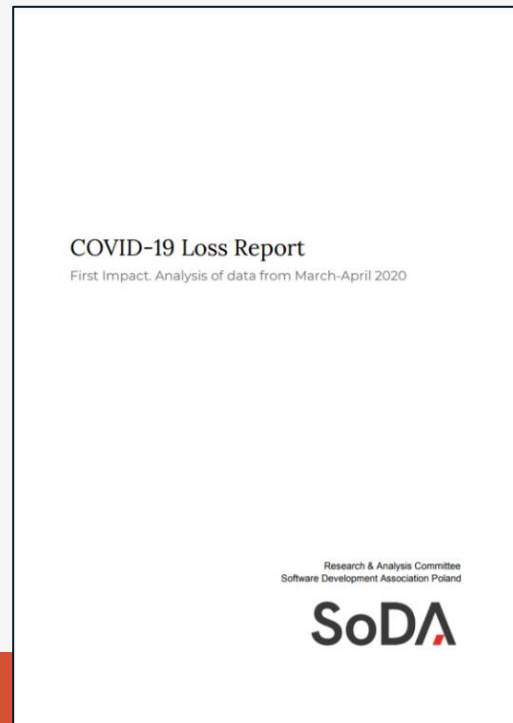
Firmy zajmujące się oprogramowaniem zatrudniają coraz więcej osób, ponieważ w planach pojawiają się nowe projekty; zapotrzebowanie jest głównie na programistów i osoby wspierające ich pracę, natomiast pensje wzrosły o 10-20%.

Zwiększone budżety marketingowe

Ponad połowa firm zwiększyła wydatki na marketing; podobnie jedna czwarta firm zaczęła zwiększać prowizje od sprzedaży – 74% organizacji stwierdziło, że reklama internetowa jest równie skuteczna jak tradycyjna, w związku z czym zamierzają nadal w nią inwestować.

To już 3. edycja naszego raportu dotyczącego COVID-19, ale tym razem omówiliśmy więcej tematów

Nasze poprzednie raporty dotyczące COVID-19



Tematy omówione w tym wydaniu



Perspektywy na przyszłość



Wzrost i rentowność



Przywództwo i transformacja cyfrowa



Dobre samopoczucie i zdrowie psychiczne



Stan zatrudnienia



Zmiany wynagrodzeń



Nowe modele marketingu i sprzedaży



Budżety marketingowe i sprzedażowe

Poznaj nasz interdyscyplinarny zespół odpowiedzialny za przygotowanie raportu

SoDA



Michał Moroz

Research & Analysis Committee,
CIO Makimo



Angelika Siudzińska

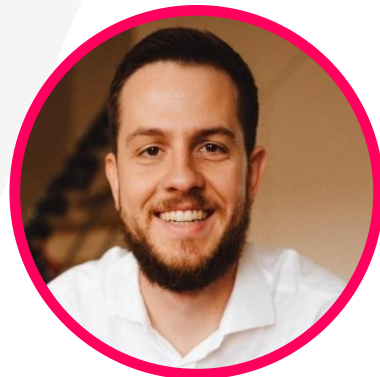
Marketing & Communication



Łukasz Czajkowski

Head of Growth

▲ Valueships



Maciej Wilczynski
CEO @ Valueships



Wojciech Zajczkowski
Lead Research Analyst

Serdecznie dziękujemy wszystkim firmom, które wzięły udział w badaniu oraz organizacjom, które wsparły SoDA przy tym projekcie:

The logo for PIIT consists of the letters 'PIIT' in a bold, red, sans-serif font.

Polska Izba Informatyki i Telekomunikacji

The logo for ITCORNER features the letters 'IT' in red and 'CORNER' in black, all in a sans-serif font.

Stowarzyszenie ITCorner

The logo for KLASTER.IT features the word 'KLASTER' in dark blue and '.IT' in a multi-colored font (blue, green, yellow), all in a bold sans-serif font.

Stowarzyszenie Szczeciński Klaster ICT Pomorze Zachodnie



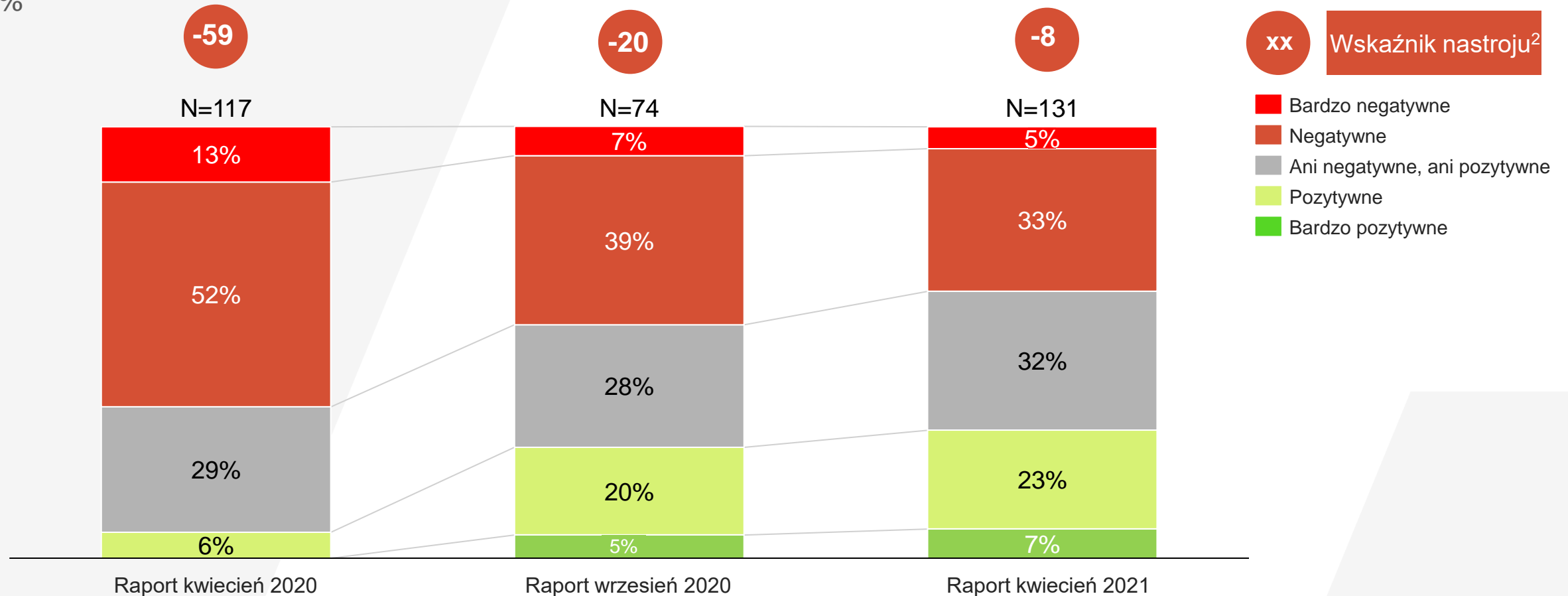
Przeгляд danych finansowych

SoDA 2021

W ciągu ostatniego roku ogólne nastroje uległy poprawie, ale nadal pozostają negatywne; zmiana nastąpi prawdopodobnie w ciągu kilku najbliższych miesięcy

Biorąc pod uwagę wpływ COVID-19, jaki jest twoje nastawienie do pandemii?¹

%



1. To samo pytanie zostało zadane w trzech raportach sporządzonych do tej pory przez SoDA

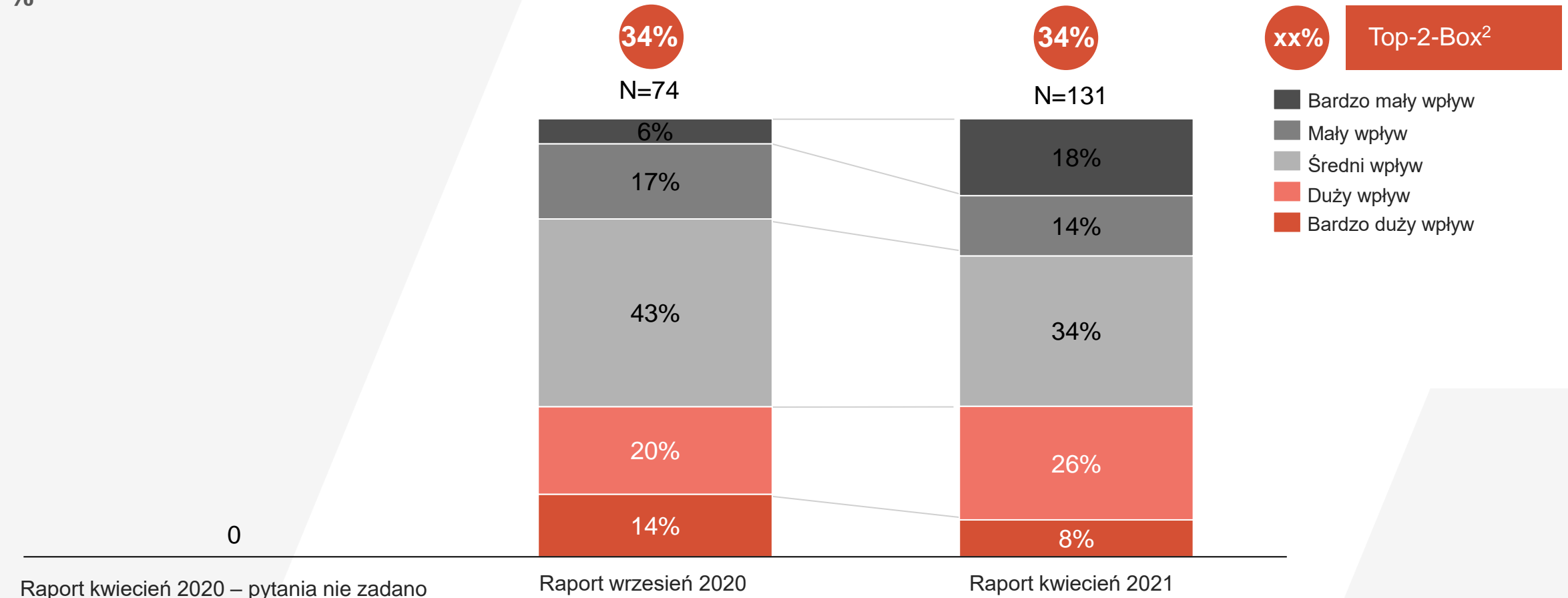
2. % pozytywnych - % negatywnych

Źródło: SoDA #COVID-19 Raport o stanie rynku

Ogólny wpływ pandemii COVID-19 okazał się mniej znaczący niż początkowo przewidywano we wrześniu

Jaki wpływ pandemia COVID-19 wywarła na Twoją firmę? ¹

%



1. Badanie przeprowadzono między 13 a 20 kwietnia

2. Najwięcej odpowiedzi informujących o bardzo dużym wpływie pandemii

Źródło: SoDA #COVID-19 Raport o stanie rynku

Opinia eksperta



Michał Kurek
Analityk Inwestycyjny
w Netguru

Obecnie większość (jeśli nie każdy) z software-house'ów boryka się z dużym zapotrzebowaniem na talent, głównie w obliczu większego, ostatnimi czasy, zapotrzebowania na usługi.

Nastroje w kontekście pozyskiwanych projektów, i w efekcie przychodów, są pozytywne, a zmiany te można zaobserwować w wyniku panującej pandemii COVID. Początkowo w Q2 '20 nowa sytuacja mocno namieszała i wpłynęła nie tylko na wyniki firm, ale też na generalny outlook i towarzyszącą temu niepewność.

Sytuacja się odwróciła, począwszy od Q3 '20, kiedy to klienci i partnerzy przyspieszyli swoją technologiczną cyfryzację, co naturalnie odbiło się na zwiększonej ilości zamówień – od obecnych, nowych i czasem byłych klientów.

Sytuacja i nastroje są odwrotne w przypadku drugiej strony medalu, tzn. od strony wykonawczej. Odkąd pojawił się trend wzrostowy popytu, nie nadąża za nim strona podaży, co ma swoje odzwierciedlenie w brakującej ilości deweloperów na rynku. Ten trend może się jeszcze długo utrzymać.

All in all, nastroje można określić jako pozytywne – wiele firm widzi 2021 rok jako potencjalnie rekordowy pod kątem wyników, przy kontynuujących problemach na rynku pracownika. Dla wielu SH będzie to duże odbicie od 2020 roku, który był często niewiele lepszy od pre-COVIDowego 2019r., pomimo wyraźnego przyspieszenia już w H2 '20.



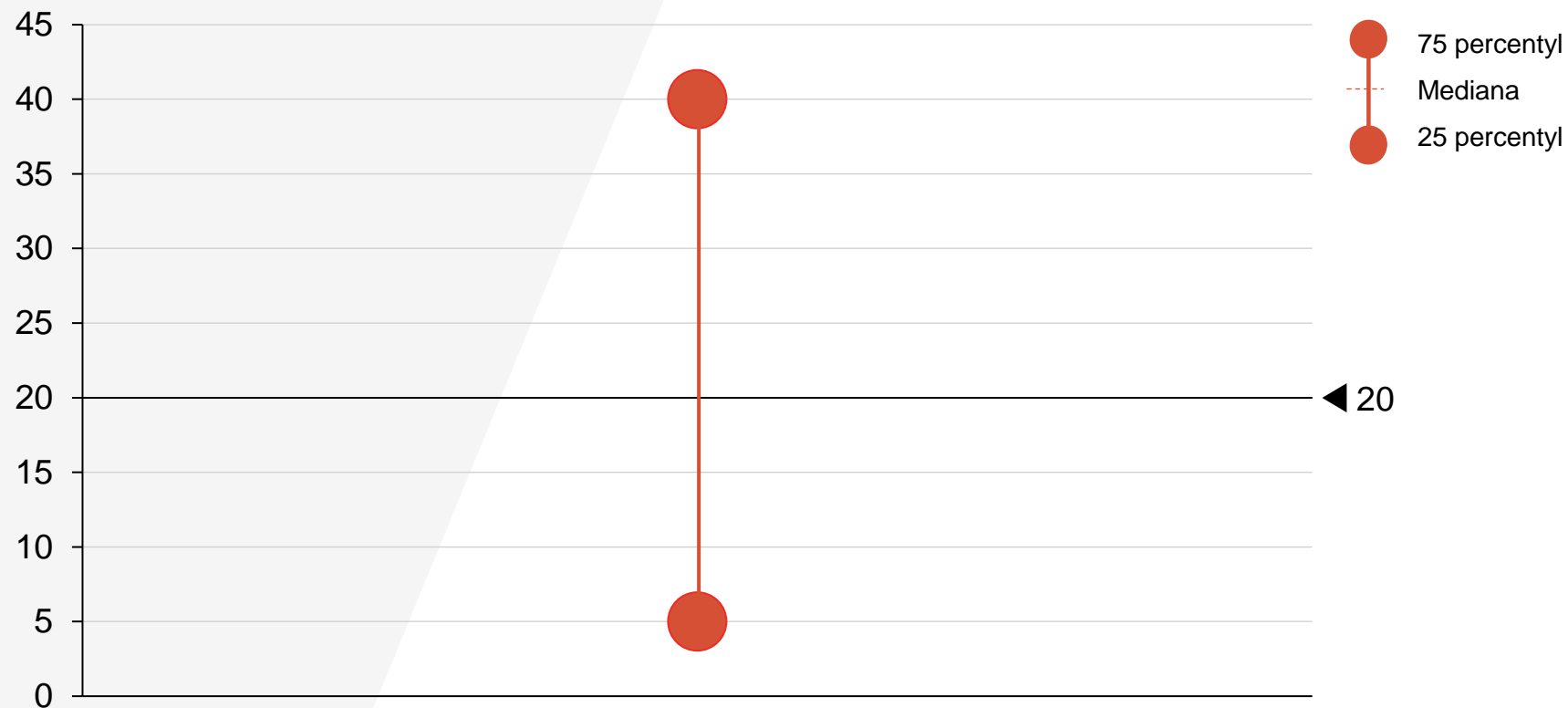
Paweł Pustelnik
Dyrektor Zarządzający
w Future Processing

W Future Processing drugi kwartał 2020 roku okazał się bliski naszym prognozom, nieznacznie je przekraczając pod kątem przychodów i zysku. Wynikało to z tego, że choć COVID dotknął nas bezpośrednio w przypadku wybranych projektów z branż, które najmocniej wówczas ucierpiały (turystyka, transport), to jednocześnie sytuacja społeczna sprawiła, że zespół brał zdecydowanie mniej urlopów niż średnio w ostatnich latach i w naszym modelu biznesowym przełożyło się to na lepsze wyniki niż prognozowaliśmy w Q2 oraz Q3. Z kolei ostatni kwartał 2020 roku okazał się zdecydowanie powyżej naszych prognoz. Zaobserwowaliśmy spore ożywienie na rynku od września, zwłaszcza w obszarach Data oraz Digital Transformation, co przełożyło się na nowe kontrakty oraz rozszerzanie współpracy z aktualnymi klientami i w efekcie odnotowaliśmy bardzo dobry IV kwartał pomimo miesiąca urlopowego jakim jest grudzień. Zanotowaliśmy wzrost 11% względem Q3 i jednocześnie zamknęliśmy cały rok osiągając 157 milionów złotych przychodu (9% powyżej prognoz).

Mediana tempa wzrostu firm programistycznych utrzymuje się na poziomie 20%, podczas gdy najlepsze firmy osiągnęły wzrost o ponad 40%

Jaką stopę wzrostu osiągnęła Twoja firma w latach 2020 vs 2019?

N=85, %



Firmy programistyczne rosły pięciokrotnie szybciej niż Mediana PKB dla Polski (+4,3%); poziom mediany na poziomie 20%.

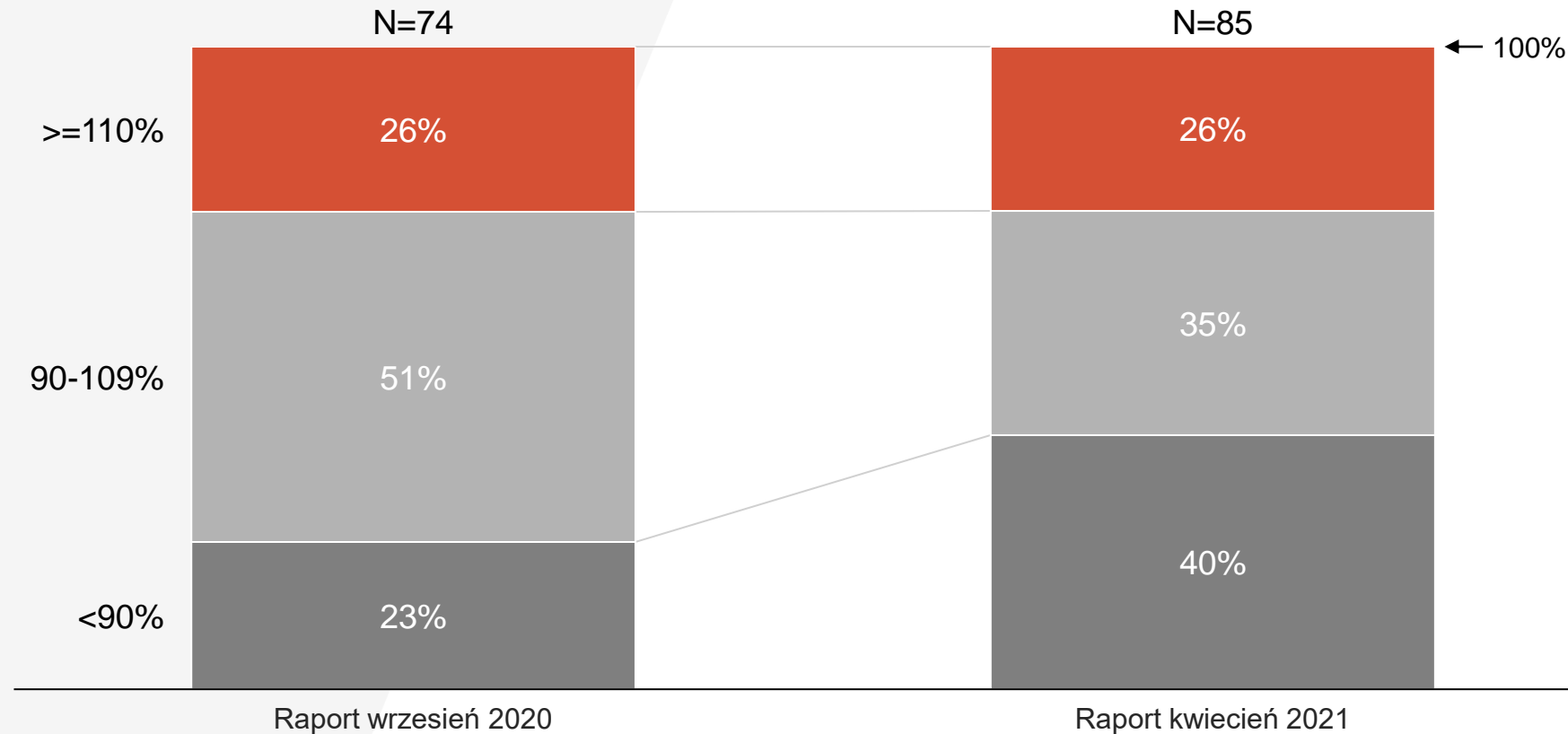
Mniej niż 25% firm osiągnęło wzrost poniżej 5% - co ogólnie pokazuje dobrą sytuację w sektorze.

Jeśli firma osiągnęła wzrost powyżej 40%, znalazła się w czołówce 25% firm produkujących oprogramowanie w Polsce; aby być wśród 10% najlepszych firm, firma musiała osiągnąć wzrost na poziomie 70%.

Wykonanie budżetu na poziomie 95% wśród firm programistycznych; ponad jednej czwartej firm udało się przekroczyć próg 100%

Ile z założonego rocznego przychodu przewidujesz osiągnąć w 2020 roku?

%



Połowie firm udało się zrealizować 95% zakładanego budżetu w 2020 roku

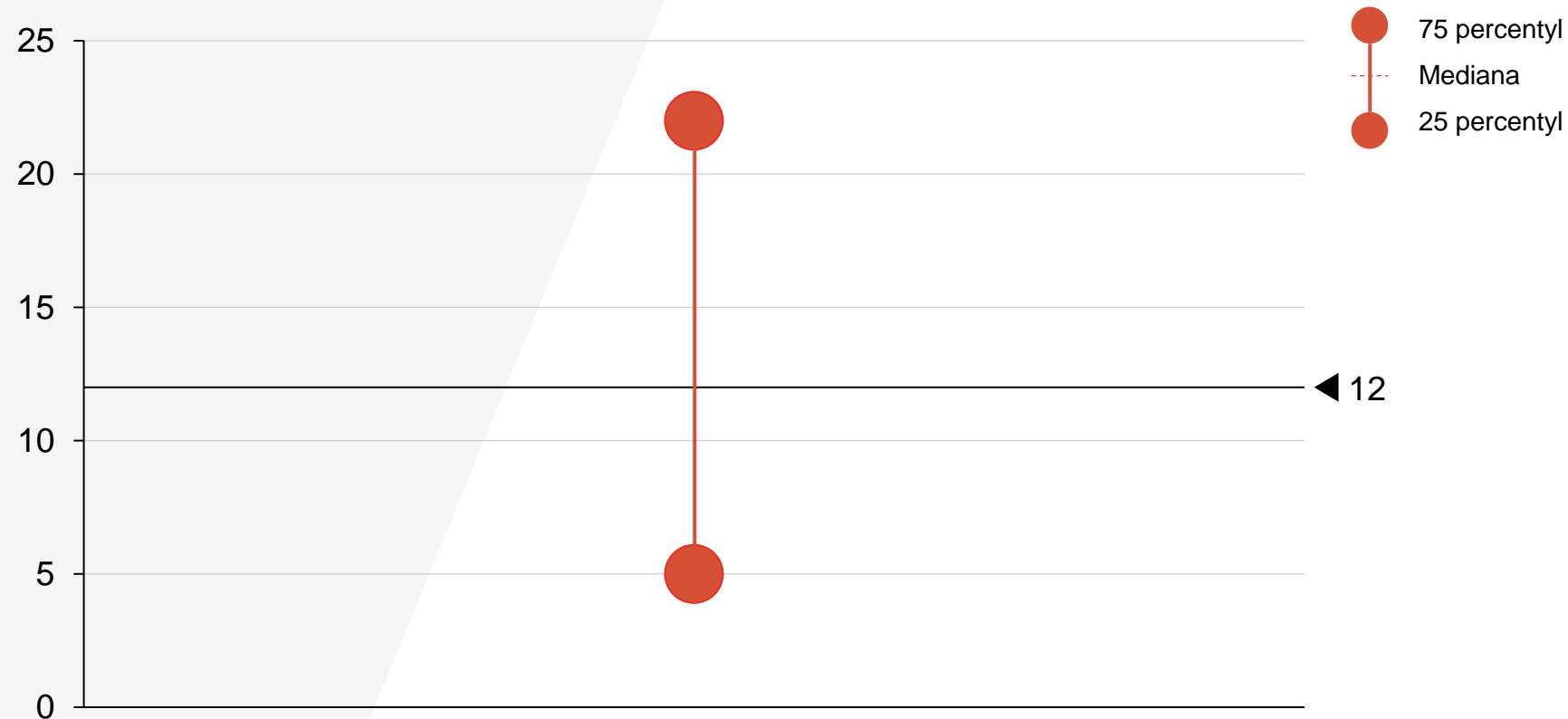
Ogólnie wyniki nieznacznie poniżej oczekiwań w II kw., ale z uzasadnionym marginesem błędu

Jedna czwarta firm była pewna, że osiągnie 100% wzrost przychodu, co potwierdziły wyniki roczne

Najlepsze firmy osiągnęły ponad 20% próg rentowności

Jaka była ogólna rentowność Twojej firmy w 2020 roku?

N=85, %



Mediana rentowności EBITDA na poziomie 12% - silny konsensus rynkowy w zakresie dwucyfrowej marży

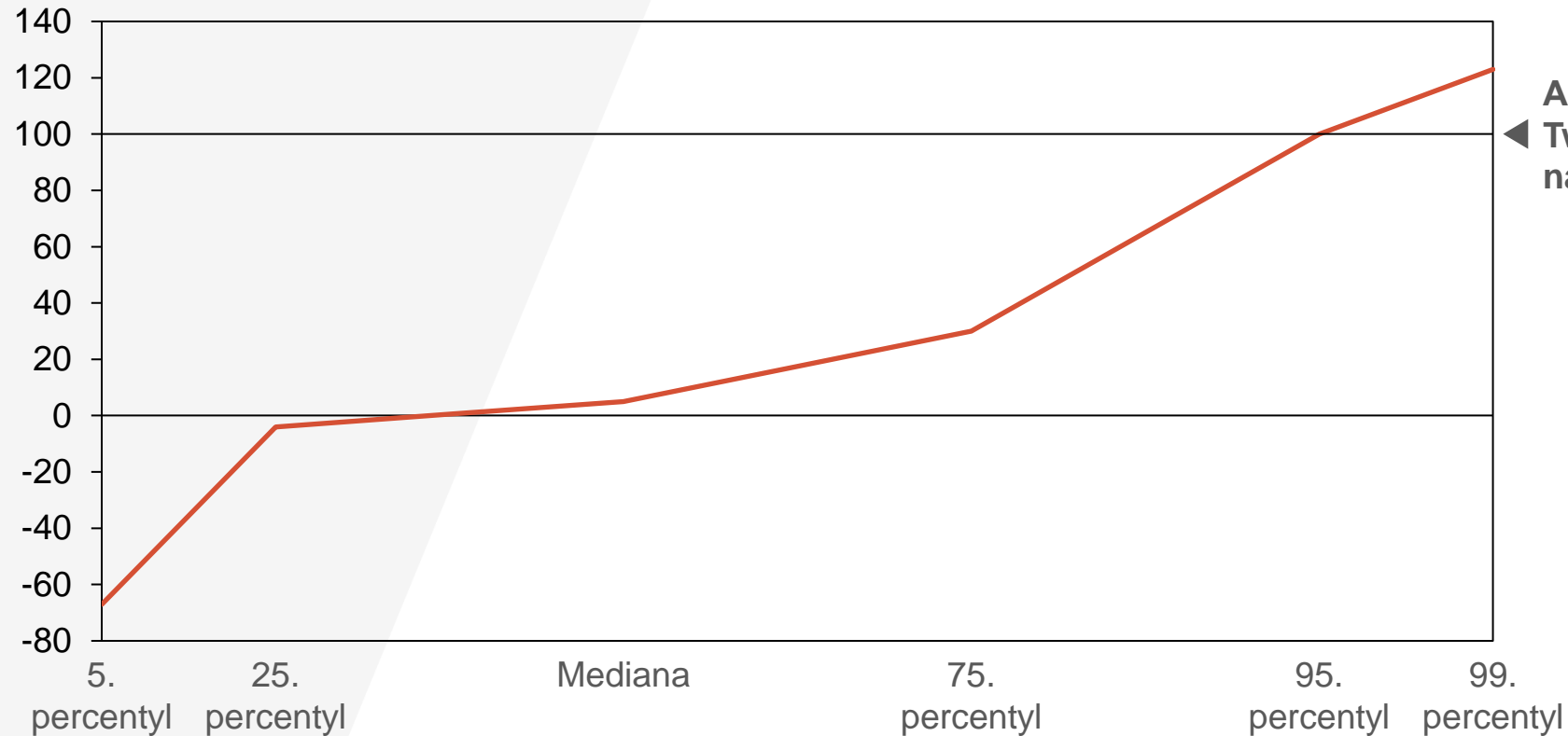
Duże różnice między 75. percentylem przy rentowności **22%** a firmami znajdującymi się w **5% najlepszych organizacji** - aby być na szczycie, firmy musiały osiągnąć rentowność na poziomie **60%**

Dodatni poziom rentowności **5%** w **dolnym kwartyle**; jedynie 7% firm odnotowało utratę zysku w 2020 roku

Pomimo zawirowań, ogólna rentowność wzrosła w ponad połowie firm

Jak bardzo zmieniła się Twoja ogólna rentowność w okresie 2020 vs 2019?

N=85, %



◀ Aby rentowność wzrosła dwukrotnie, Twoja firma musi się znaleźć na 95. percentylu

Wzrost zysku EBITDA na poziomie +5%; tylko 25% firm obniżyło swoje marże zysku

Górny kwartył osiągnął +30% wzrost rentowności r/r, podczas gdy firmy znajdujące się w najlepszych 5% osiągnęły trzycyfrowy wzrost EBITDA

Dla najslabszych 5% firm ten rok był kiepski, co skutkowało zmniejszeniem rentowności o 67%

Większość firm zanotowała wzrost i osiągnęła wyższą rentowność; większość budżetów została zrealizowana

Ogólna rentowność i wzrost

N=53

Wielkość bąbelka – %
zrealizowanego budżetu

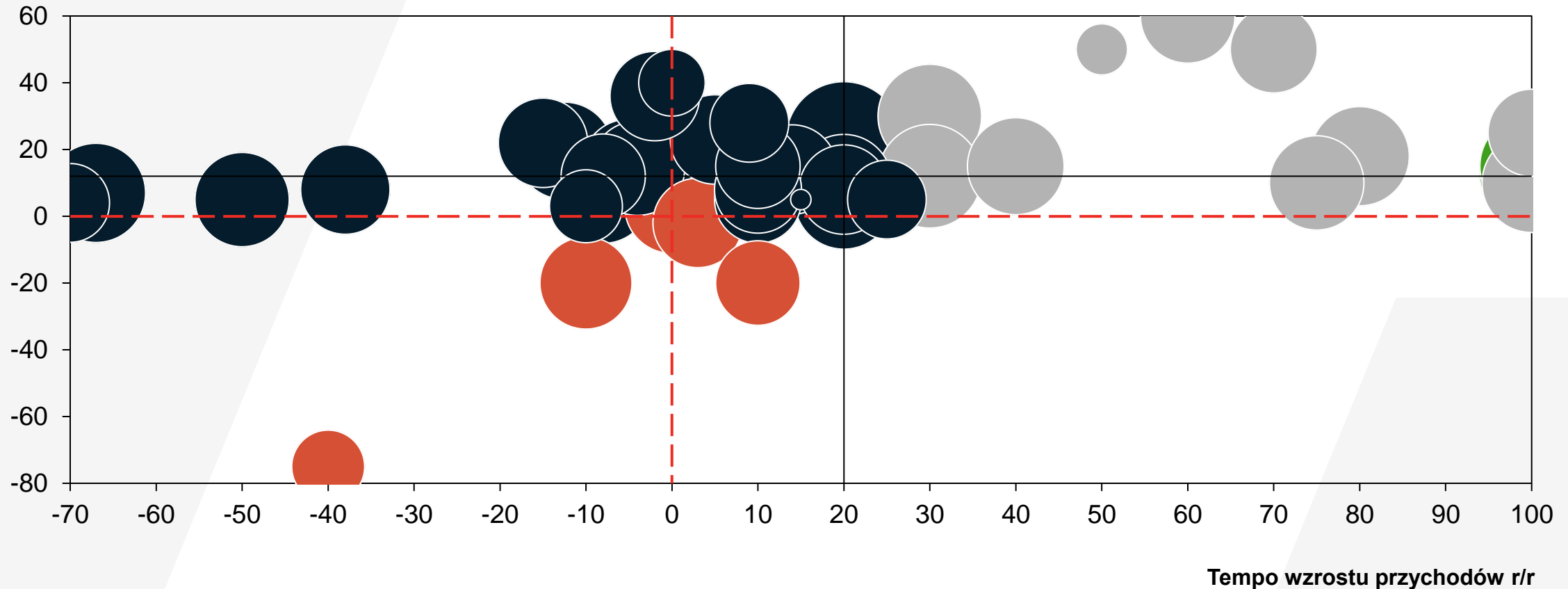
Spadek zysków

Zysk rynkowy + Mediana wzrostu

Słabe firmy

Najlepsze firmy

EBITDA margin



Utracone kontrakty w drugim kwartale były największym problemem w 2020 roku; firmy są bardziej zorientowane na sprzedaż i koszty

Co z perspektywy
zarządzania finansami
zmieniło się w Twojej firmie
w 2020 roku?

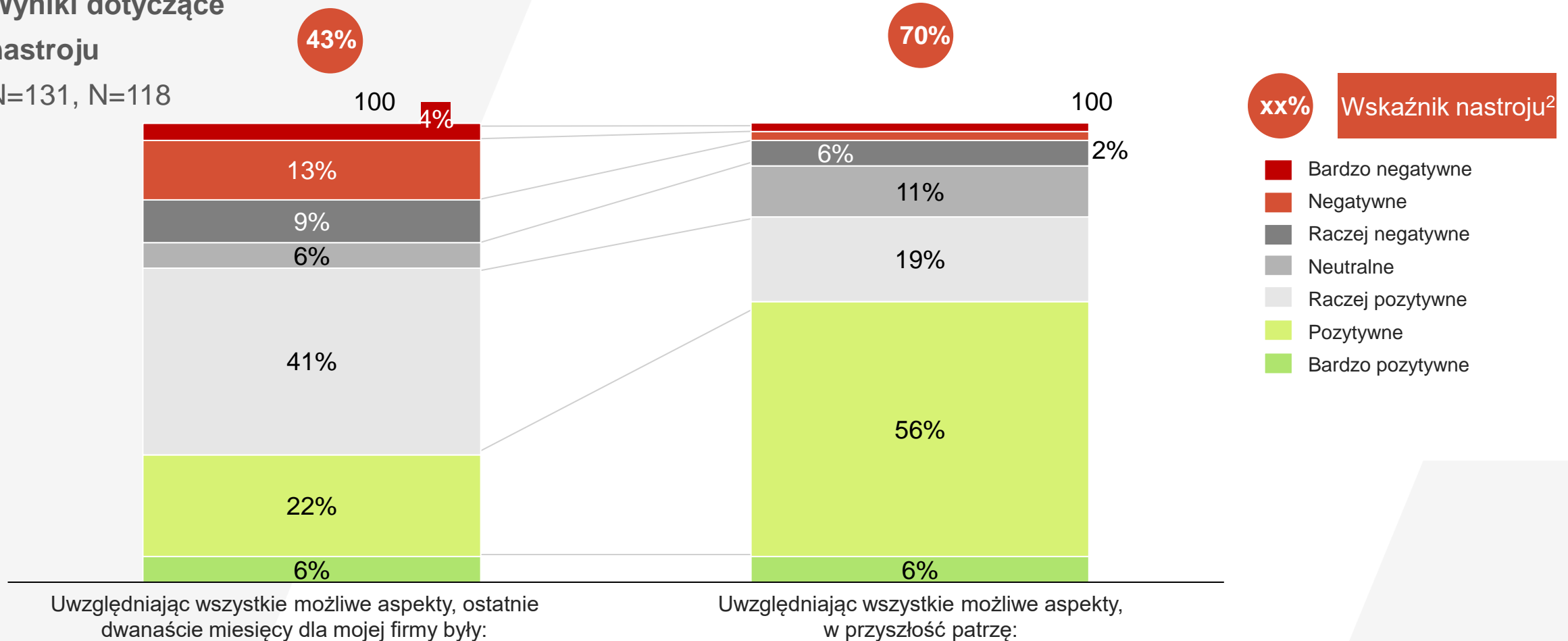
Chmura słów, N=34
odpowiedzi



Pomimo zeszłorocznych zawirowań, nastroje w sektorze są pozytywne, a obecnie są najlepsze w historii branży

Wyniki dotyczące nastroju

N=131, N=118



1. Badanie przeprowadzono między 13 a 20 kwietnia

2. % odpowiedzi pozytywnych - % odpowiedzi negatywnych, podobnie jak w skali NPS

Źródło: soda # COVID-19 Raport stanu rynkowego

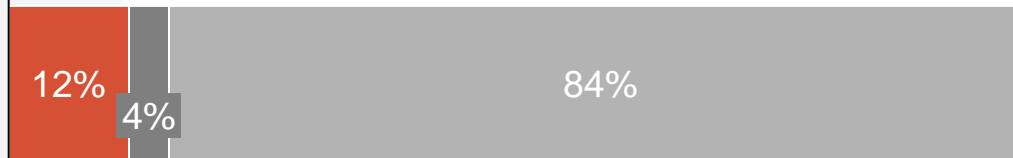
Liderzy uważają, że ich firmy zmierzają we właściwym kierunku; dla niektórych firm problem stanowią płatności i zatrudnienie

Jaki jest Twój stosunek do poniższych stwierdzeń?¹

N=51, %

■ Nie zgadzam się
 ■ Ani się zgadzam, ani się nie zgadzam
 ■ Zgadzam się

Jestem zadowolony z kierunku, w jakim zmierza moja firma



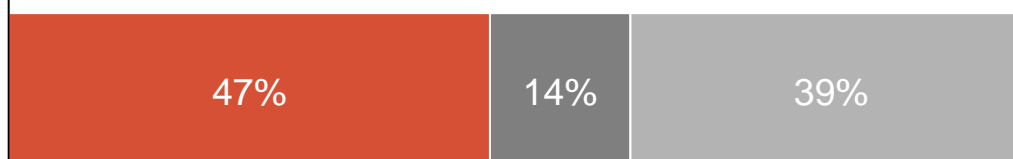
51%

Nie boję się o przyszłość mojej firmy



30%

Nie martwię się zobowiązaniami płatniczymi i zatrzymaniem pracowników



14%

↑
100%

xx%

Top-2-Box²

Silne, pozytywne nastawienie do przyszłości firm; ponad połowa liderów składa zdecydowane deklaracje.

Stosunkowo niski wskaźnik obaw o potencjalną redukcję zatrudnienia; inicjatywy rozwojowe w większości nie były odkładane na późniejszy termin.

Prawie połowa firm obawia się o zatrzymanie pracowników/zobowiązania płatnicze; cztery dziesiąte mają w miarę pozytywne odczucia w tym zakresie, tylko 14% wyraża duże obawy w tym aspekcie.

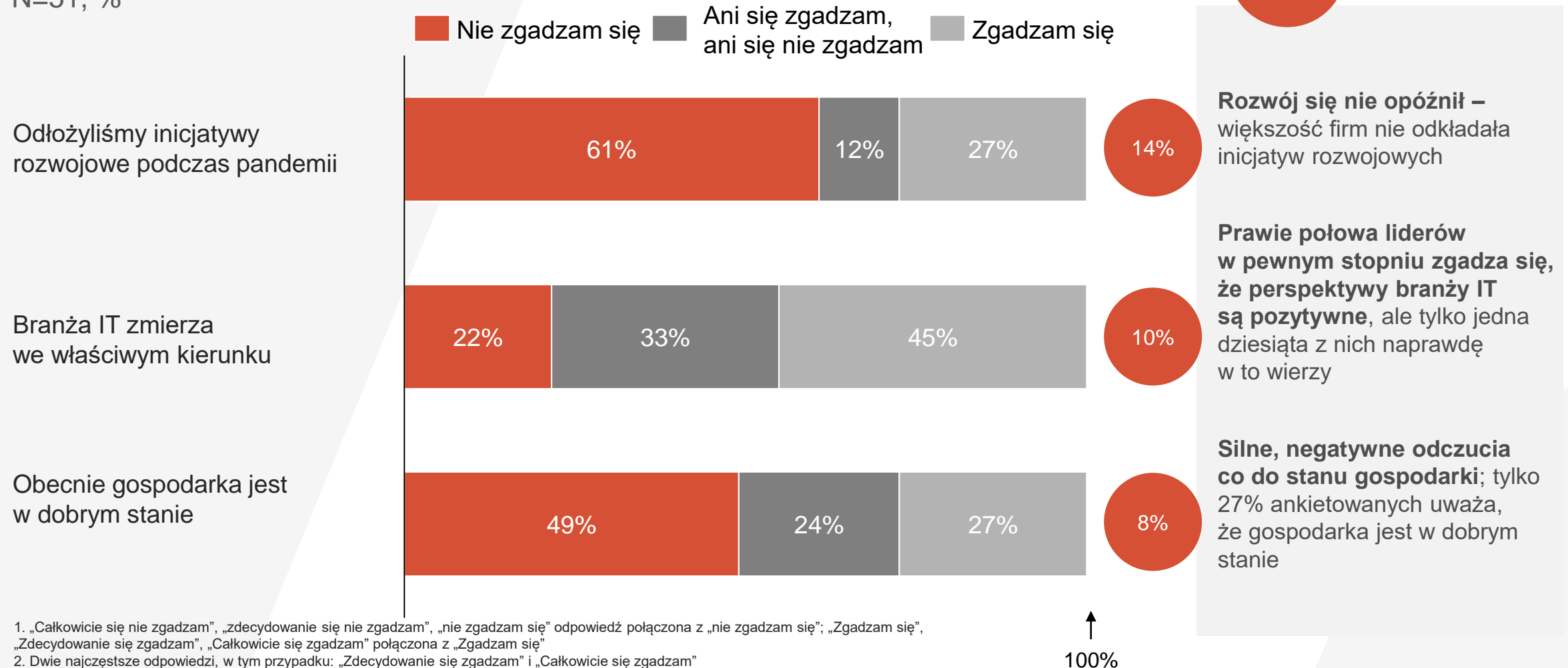
1. „Całkowicie się nie zgadzam”, „zdecydowanie się nie zgadzam”, „nie zgadzam się” odpowiedź połączona z „nie zgadzam się”; „Zgadzam się”, „Zdecydowanie się zgadzam”, „Całkowicie się zgadzam” połączona z „Zgadzam się”

2. Dwie najczęstsze odpowiedzi, w tym przypadku: „Zdecydowanie się zgadzam” i „Całkowicie się zgadzam”

Rozwój i inicjatywy strategiczne są w dalszym ciągu realizowane; jednak niektóre firmy obawiają się o stan gospodarki

Jaki jest Twój stosunek do poniższych stwierdzeń?¹

N=51, %





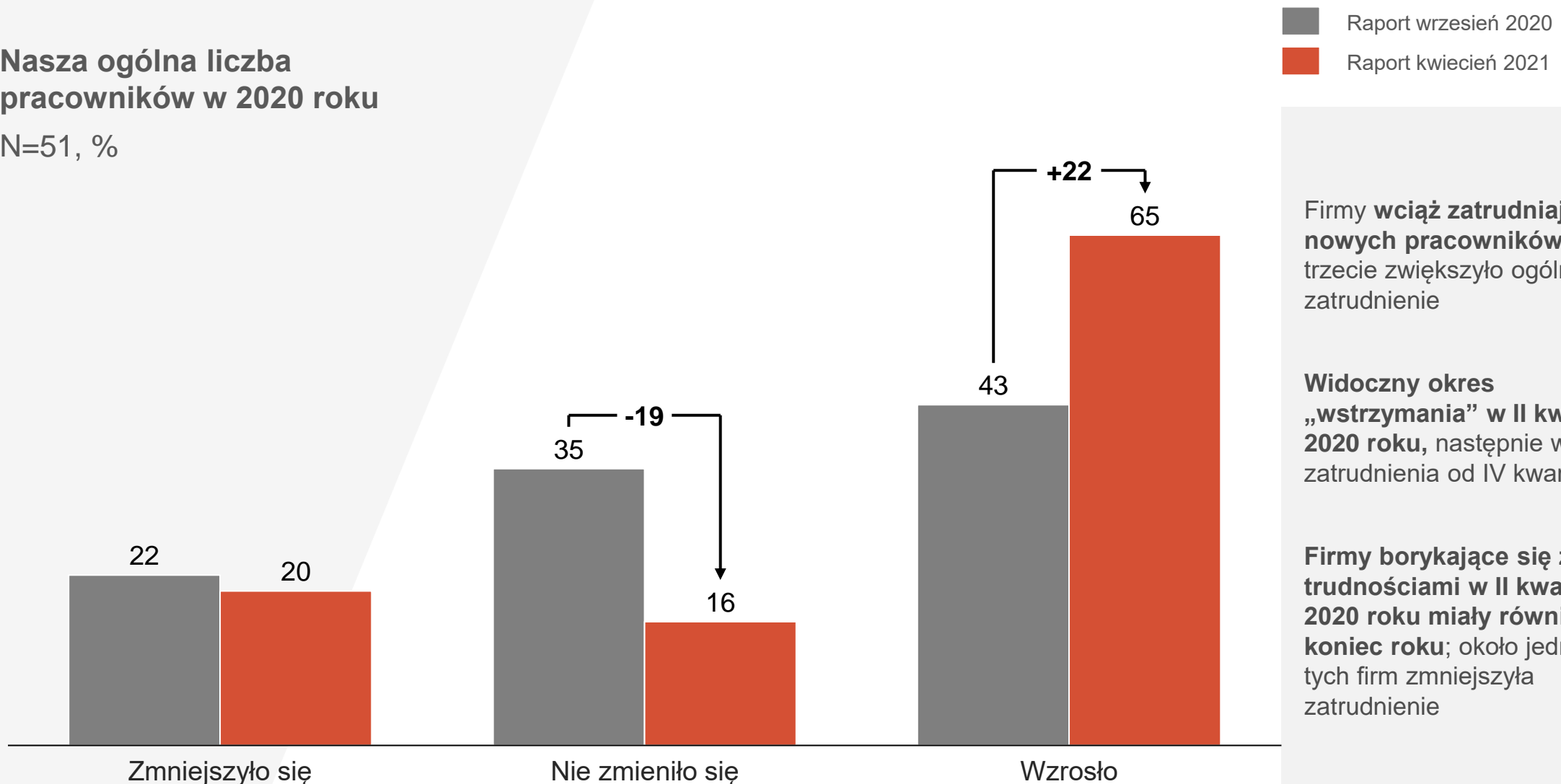
Stan zatrudnienia

SoDA 2021

Firmy zwiększyły zatrudnienie w 2020 roku; widoczna zmiana nastawienia do zatrudnienia między drugim a czwartym kwartałem

Nasza ogólna liczba
pracowników w 2020 roku

N=51, %



Firmy **wciąż zatrudniają nowych pracowników** – dwie trzecie zwiększyło ogólne zatrudnienie

Widoczny okres „wstrzymania” w II kwartale 2020 roku, następnie wzrost zatrudnienia od IV kwartału

Firmy **borykające się z trudnościami w II kwartale 2020 roku miały również ciężki koniec roku**; około jedna piąta tych firm zmniejszyła zatrudnienie

Opinia eksperta



Kamil Pilarski

Dyrektor Zarządzający Avid Poland
Członek Zarządu Klaster ICT Pomorze
Zachodnie

Opinia, że jak programista szuka pracy to jest to najgorsze pół godziny w jego życiu wydaje się być nadal aktualna. Czwarta Rewolucja Przemysłowa oraz pandemia COVID-19 spowodowały globalny wzrost zapotrzebowania na cyfryzację „wszystkiego”, co w konsekwencji przekłada się na potencjalny rozwój biznesu. Dlaczego potencjalny? Bo nie zawsze firmy posiadają wystarczającą liczbę pracowników, a czasami również brakuje im odpowiednio wykwalifikowanych ludzi. Zaawansowane narzędzia i sprawdzona w pandemii praca zdalna pozwalają na wykonywanie pracy poza miejscem zamieszkania. Dodatkowo pojawiają się sytuacje, kiedy pracownicy będąc w Polsce świadczą usługi pracy zdalnie - bezpośrednio dla zagranicznych przedsiębiorstw, co wpływa na pogłębiający się deficyt dostępności wykwalifikowanej kadry i ogranicza wzrost biznesu realizowany przez rodzime przedsiębiorstwa IT. Szybkim rozwiązaniem może być rządowy program Poland Business Harbour, który umożliwi pozyskiwanie kadr IT z Białorusi. Dzięki ekspresowej ścieżce administracyjnej, wszelkie formalności związane z pozwoleniami i wizami jesteśmy w stanie załatwić w około miesiąc. Dla niektórych firm wprowadzenie do swoich organizacji obcokrajowców będzie wiązało się z dodatkową wewnętrzną (re)ewolucją, ale patrząc z perspektywy potencjalnych „quick win’ów” dla firmy - wydaje się, że warto iść tą drogą.



Beata Wilk

HR Manager w Euvic

Pandemia i globalny lockdown spowodowały przeniesienie się dziesiątek dziedzin życia codziennego do formuły on-line, a co za tym idzie – zwiększone zapotrzebowanie w obszarze produkcji i utrzymania wielu projektów IT. Deficyt specjalistów IT był dostrzegalny jeszcze przed pandemią – zapotrzebowanie na kompetencje z obszaru IT nie maleje. Dynamiczna cyfryzacja wielu branż wymaga dostępu do coraz większej ilości specjalistów IT. Ten trend z pewnością pozostanie z nami na długo.

Z uwagi na zdalność pracy firmy zachodnie przestały dostrzegać różnicę pomiędzy ich rodzimymi programistami a tymi z innych krajów. Ruszyły więc „na zakupy” do Europy Wschodniej, a to spowodowało wyrównanie wysokości ofert. Ten mocno zaznaczony trend wkrótce może zostać zastopowany – wraz z powrotem do biur spodziewamy się wzrostu wartości pracowników on-site kosztem zdalnych.

Opinia eksperta



Grzegorz Rudno-Rudziński
Prezes ITCorner, Partner Zarządzający
w Unity Group

Płace i inwestycje rosną – czas na podwyżki?

Raport potwierdził wcześniejsze obserwacje o gwałtownym wzroście wynagrodzeń programistów, który większość firm ocenia na 20%. Jest on spowodowany zarówno rozwojem samych firm (84% potrzebuje dodatkowych ludzi), jak i tym, że 81% ankietowanych widzi przyszłość pozytywnie, gdyż zapotrzebowanie na usługi IT na rynku jest większe niż kiedykolwiek.

Równocześnie praca zdalna spowodowała, że rekrutacja pracowników wprost przez firmy z bogatszych rynków jest dużo łatwiejsza. Chodzi tu zwłaszcza o kraje, które przedtem nie zatrudniały bezpośrednio zdalnie pracowników z Polski.

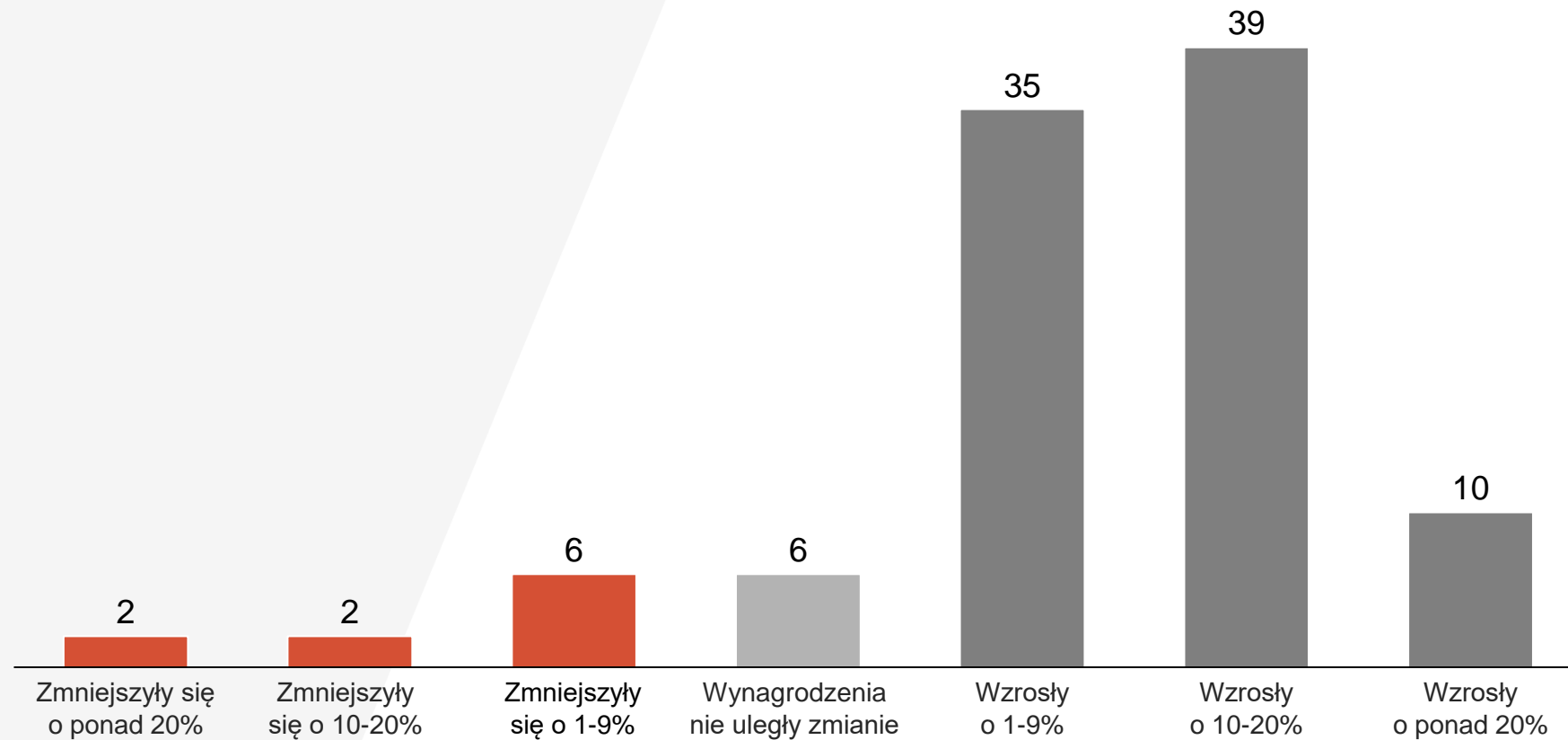
Jeszcze w tym roku należy się spodziewać dalszego wzrostu wynagrodzeń. Żeby branża IT w Polsce zachowała płynność finansową, konieczne jest szybkie i zdecydowane podnoszenie stawek rynkowych. W przeciwnym razie spadnie rentowność firm, a to z kolei spowoduje, że nie będzie miejsca na dalsze podwyżki pensji. W efekcie jako branża stracimy specjalistów na rzecz zagranicznych konkurentów.

Planując podwyżki stawek usług dla klientów, warto wziąć również pod uwagę prognozowany wzrost obciążeń firm związanych z rozwiązaniami wynikającymi z Polskiego Ładu. Jeżeli zapowiadane zmiany zostaną wprowadzone do polskiego prawodawstwa, ceny usług na rynku IT powinny wzrosnąć sumarycznie o 20-30% w najbliższych miesiącach. Warto się do tego przygotować i zacząć wprowadzać te zmiany w sposobie rozliczania projektów IT.

Zatrudniamy więcej osób, zwiększając popyt; pensje wzrosły o 10-20% w zależności od rynku

Co się stało z pensjami pracowników w 2020?

N=51, %



Silny konsensus co do wzrostu wynagrodzeń w branży IT – w większości przypadków firmy wprowadziły podwyżki na poziomie ok. 10%

Niektóre firmy zanotowały wzrost wynagrodzeń o 20% lub więcej, szczególnie w przypadku wysoko wyspecjalizowanych pracowników

Wyniki są zgodne z innymi raportami rynkowymi,

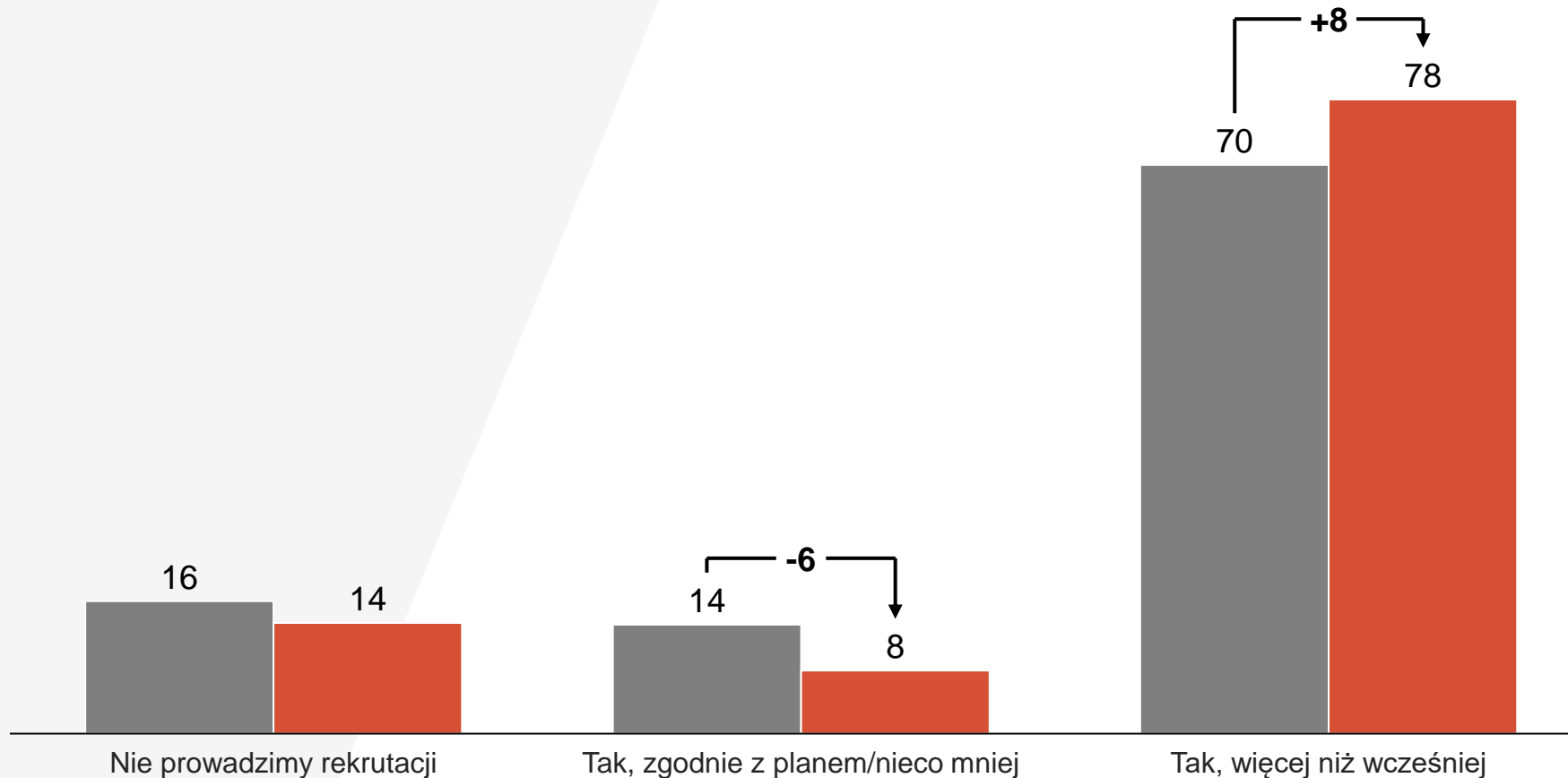
Silny mnożnik premii dla sektora IT vs polski rynek pracy, w którym wynagrodzenia wzrosły o 5,1%

Firmy kontynuują trend zwiększania zatrudnienia rozpoczęty w II kwartale i nadal planują zatrudniać coraz więcej osób

Czy planujesz zatrudnić więcej osób?

N=51, %

■ Raport wrzesień 2020
■ Raport kwiecień 2021



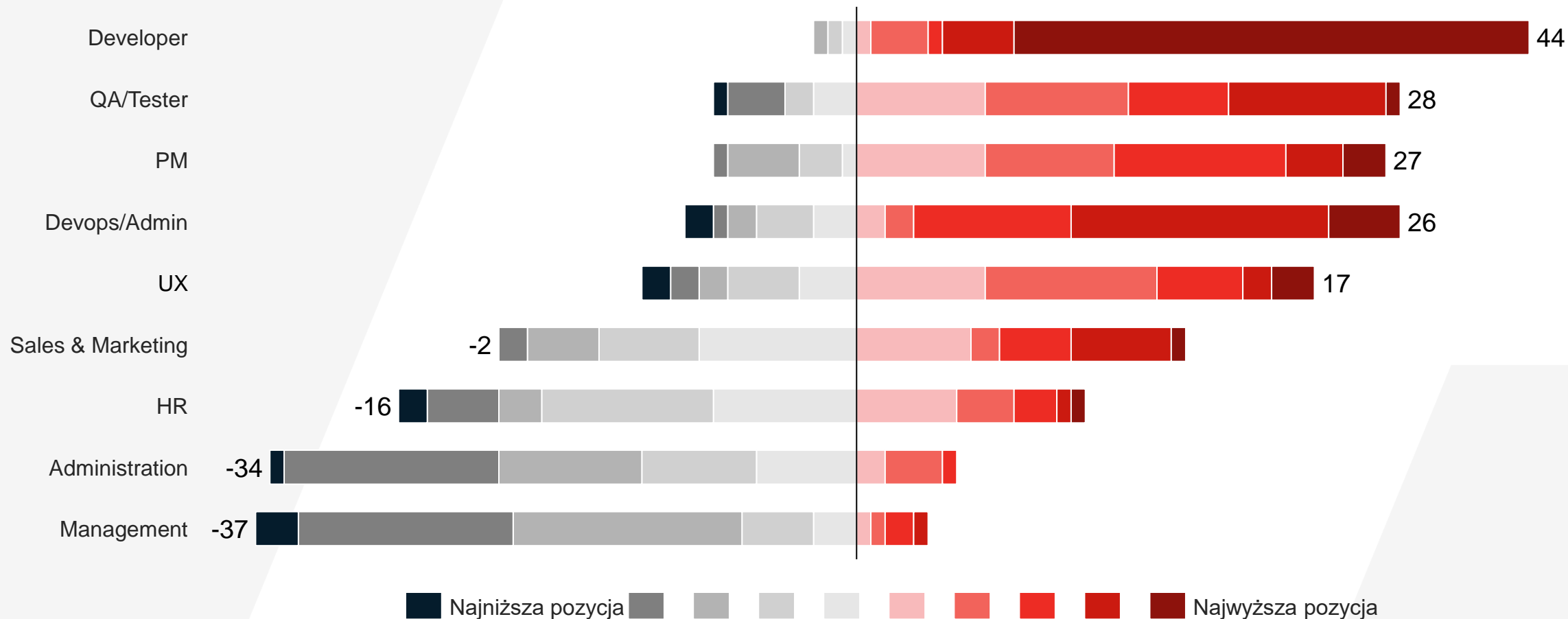
Produktywność i zapotrzebowanie na oprogramowanie IT wciąż rośnie – prawie 80% firm chce zwiększyć zatrudnienie w 2021 roku

Trend zapoczątkowany w II kwartale nie zatrzymał się w IV kwartale – widoczny przeskok od konserwatywnego do bardziej otwartego podejścia do procesu rekrutacji

Firmy IT zgodnie uważają, że na rynku jest zapotrzebowanie na programistów; jak również na stanowiska związane z realizacją projektów, jednak konsensus jest w tym przypadku mniejszy

Na jakie stanowiska Twoja firma najchętniej/najmniej chętnie zatrudniłaby pracowników?

Kierownicy wysokiego szczebla z polskich firm programistycznych, n = 48



Źródło: Raport SoDA „Wpływ COVID-19 na branżę software house w Polsce”

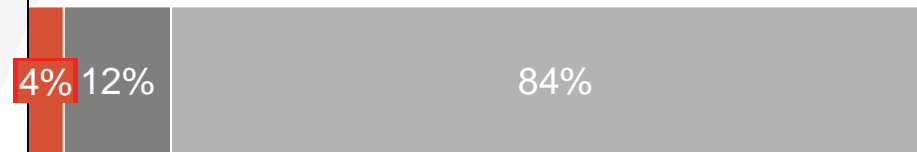
Firmy potrzebują więcej osób do obsługi nowych projektów więc skupiają się na utrzymaniu pracowników

Jaki jest Twój stosunek do poniższych stwierdzeń?¹

N=51, %

■ Nie zgadzam się
 ■ Ani się zgadzam, ani się nie zgadzam
 ■ Zgadzam się

Potrzebuję więcej osób do obsługi nadchodzących projektów



55%

Jesteśmy teraz bardziej skoncentrowani na zatrzymaniu pracowników niż przed pandemią



37%

Warunki na rynku pracy IT zmieniły się diametralnie w ciągu roku



37%

100%

xx%

Top-2-Box²

Silne zapotrzebowanie na nowych pracowników wynikające z większej liczby projektów; prawie każda firma musi zwiększyć zatrudnienie

Koszty rekrutacji są wysokie, stąd nastawienie na zatrzymanie pracowników - ponad jedna trzecia firm wyraża silną potrzebę utrzymania specjalistów

Prawie dwie trzecie firm deklaruje, że rynek IT zmienił się drastycznie; wyższe pensje, różne modele sprzedaży, więcej projektów międzynarodowych

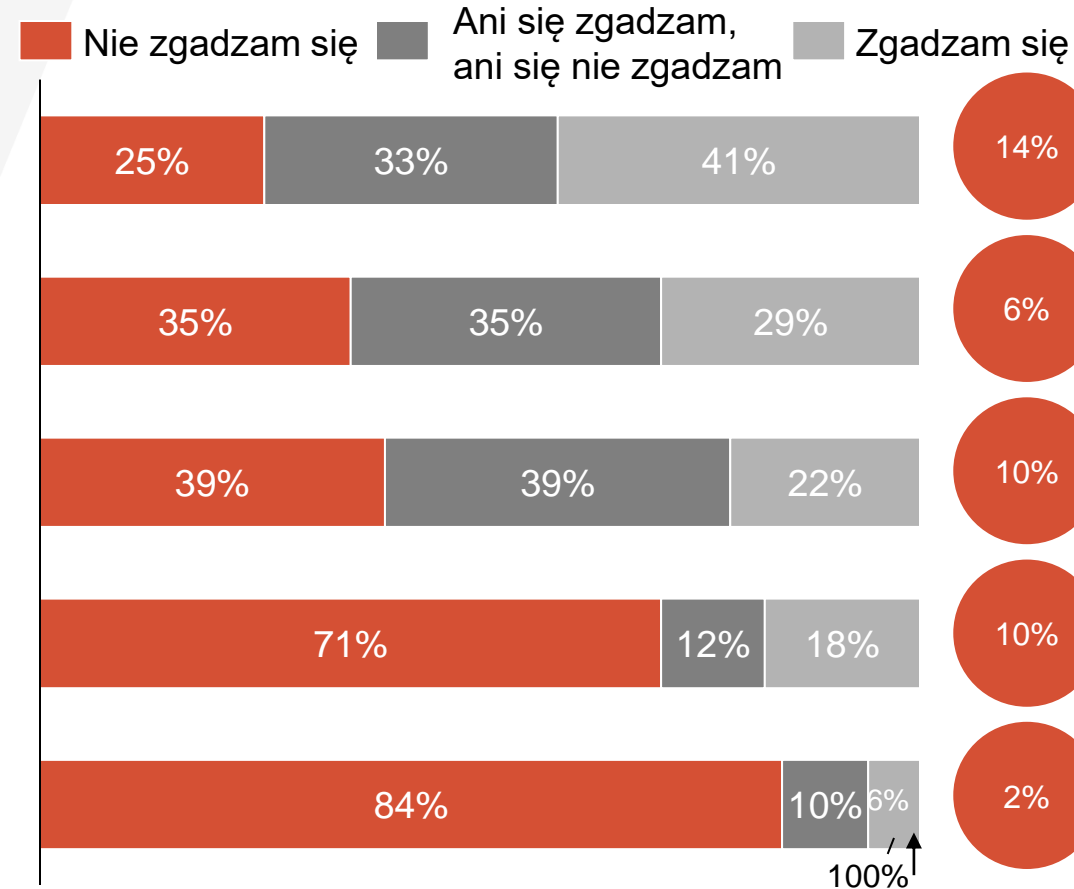
1. „Całkowicie się nie zgadzam”, „zdecydowanie się nie zgadzam”, „nie zgadzam się” odpowiedź połączona z „nie zgadzam się”; „Zgadzam się”, „Zdecydowanie się zgadzam”, „Całkowicie się zgadzam” połączona z „Zgadzam się”

2. Dwie najczęstsze odpowiedzi: „Zdecydowanie się zgadzam” i „Całkowicie się zgadzam”

Rynek pracy nadal koncentruje się na pracownikach – większość firm nie obniżyła wynagrodzeń, świadczeń i nie zmieniło obowiązków pracowników

Jaki jest Twój stosunek do poniższych stwierdzeń?¹

N=51, %



xx%

Top-2-Box²

Większość obowiązków i wymagań dotyczących kwalifikacji nie uległa zmianie; podobnie, jeśli chodzi o dobór kandydatów – firmy potrzebują więcej osób z jasno określonymi rolami.

Świadczenia pracownicze nie zostały zmniejszone; podobnie rosły pensje i prawie nikomu nie udało się ich skutecznie obniżyć.

1. „Całkowicie się nie zgadzam”, „zdecydowanie się nie zgadzam”, „nie zgadzam się” odpowiedź połączona z „nie zgadzam się”; „Zgadzam się”, „zdecydowanie się zgadzam”, „Całkowicie się zgadzam” połączone z „Zgadzam się”

2. Dwie najczęstsze odpowiedzi: „Zdecydowanie się zgadzam” i „Całkowicie się zgadzam”

A person in a white shirt is working at a laptop. Their hands are visible, one resting on the keyboard and the other near the trackpad. A pair of glasses is on the desk in the foreground. The background is blurred, showing a desk and a chair. There are two red geometric shapes: a large triangle in the top-left corner and a smaller trapezoid in the bottom-left corner.

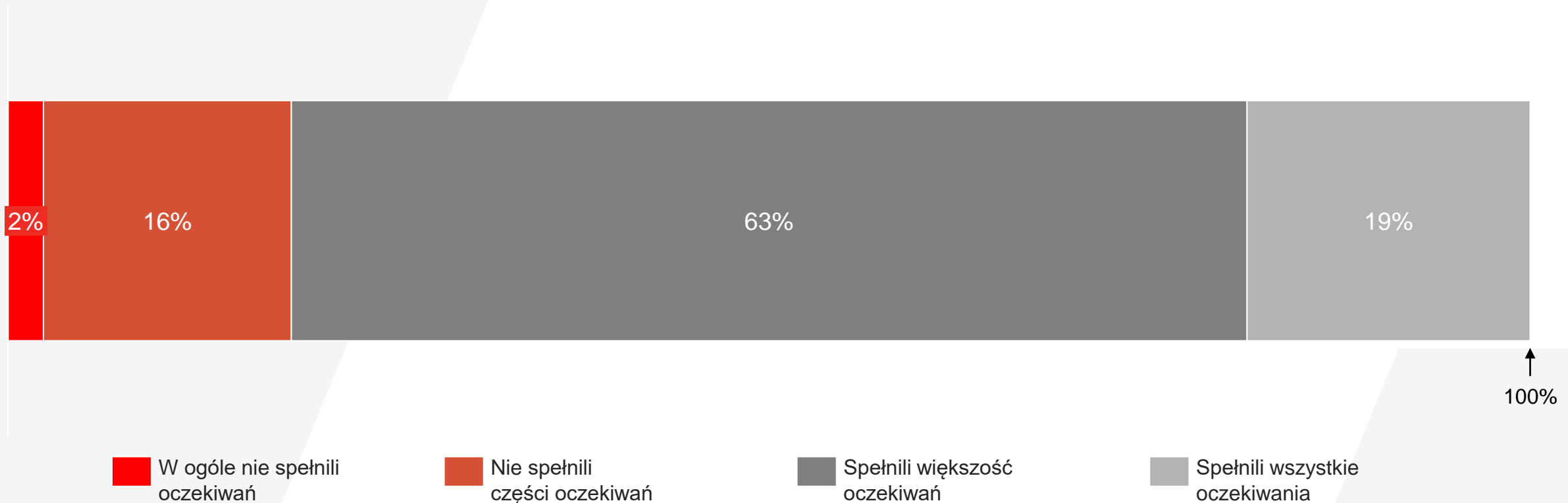
Zarządzanie i przywództwo

SoDA 2021

Zadowolenie zarządu powiązane z wynikami – 80% liderów spełniło pokładane w nich oczekiwania w czasie pandemii

Jak oceniasz wydajność liderów w Twojej organizacji podczas pandemii?

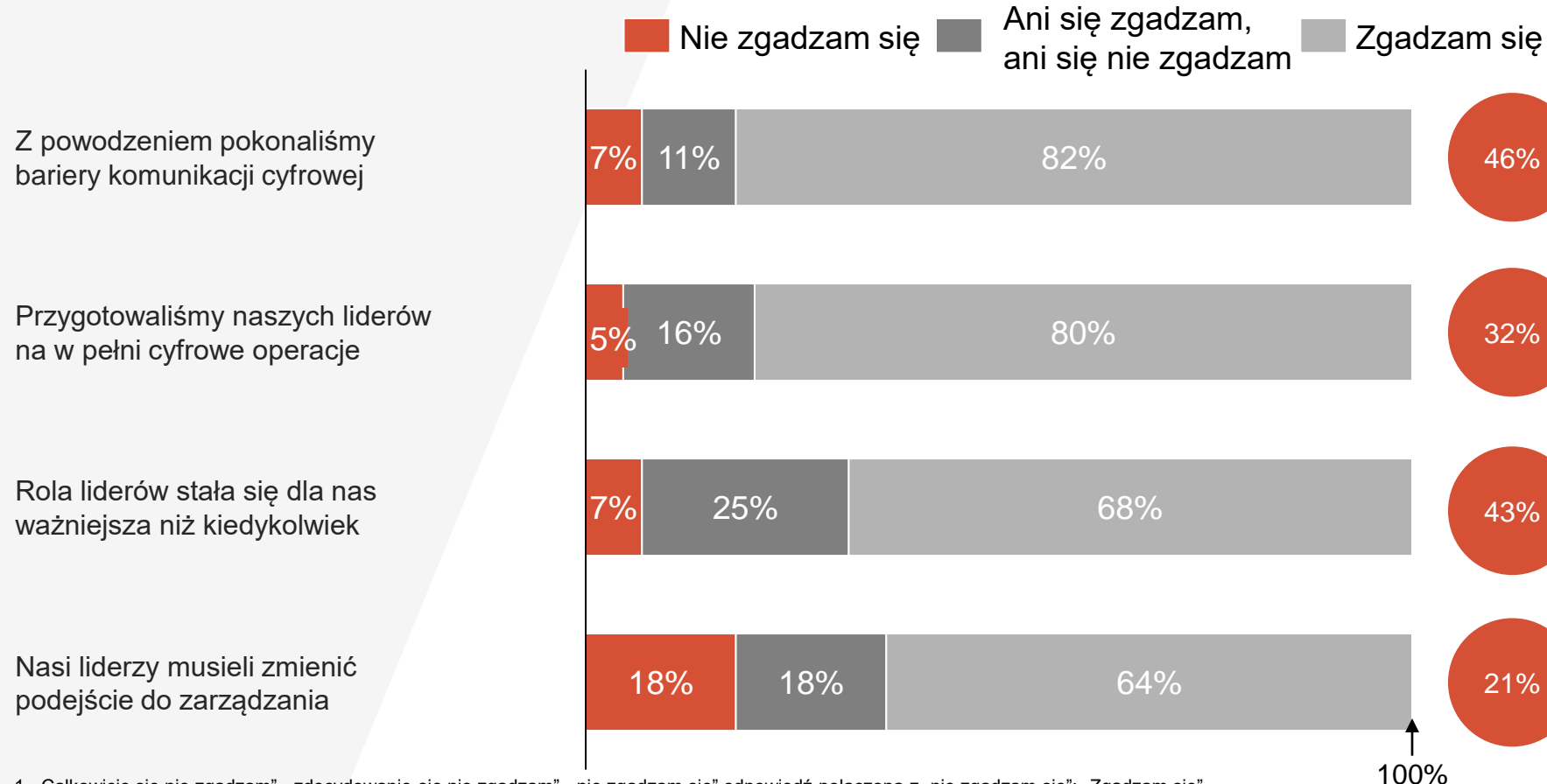
N=43, %



Cztery piąte firm pomyślnie przeszło transformację cyfrową

Jaki jest Twój stosunek do poniższych stwierdzeń? ¹

N=44, %



xx%

Top-2-Box²

Firmy zapewniły pełne zaplecze technologiczne, aby zagwarantować płynność działania – większość z nich czuje, że jest przygotowana do jego uruchomienia

Dwie trzecie firm przyjęło nowy model zarządzania; jednak tylko jedna piąta deklaruje, że musiała mocno zmienić swoje podejście do przywództwa

1. „Całkowicie się nie zgadzam”, „zdecydowanie się nie zgadzam”, „nie zgadzam się” odpowiedź połączona z „nie zgadzam się”; „Zgadzam się”, „Zdecydowanie się zgadzam”, „Całkowicie się zgadzam” połączone z „Zgadzam się”

2. Dwie najczęstsze odpowiedzi: „Zdecydowanie się zgadzam” i „Całkowicie się zgadzam”

Firmy są teraz bardziej świadome, jak ważne jest zdrowie psychiczne i samopoczucie pracowników

Jaki jest Twój stosunek do poniższych stwierdzeń?

N=44, Top 3 Box, %



xx%

Top-2-Box²

Widoczny wpływ COVID-19 na samopoczucie – połowa firm deklaruje, że jest to realny problem

Wzrost świadomości bezpieczeństwa psychicznego w całej grupie firm – niektóre firmy z silnymi deklaracjami w tym zakresie

Zdrowie psychiczne oraz bezpieczeństwa psychiczne to dwa tematy, z którymi warto się zmierzyć w przyszłości

Niejasny konsensus co do struktury pracy w biurze/pracy zdalnej – najbardziej prawdopodobny model hybrydowy

Jeśli chodzi o przywództwo, firmy wskazują pracowników na pierwszym miejscu i kładą nacisk na komunikację

Co się zmieniło w stylu zarządzania w Twojej firmie podczas pandemii?
Chmura słów, N=24 odpowiedzi



Opinia eksperta



Mateusz Kubiczek
CEO The Software House

Ostatni rok był okresem wielu wyzwań i zmian w obszarze zarządzania i pracy liderów w The Software House. Myślę, że największy wpływ na to jak liderzy pracują ze swoimi zespołami, była decyzja o pełnym otwarciu się TSH na pracę zdalną. Do tej pory atmosfera związana z pracą z naszego biura w Gliwicach była ważnym elementem budowania zaangażowania i satysfakcji pracowników. Wraz z przejściem na pracę zdalną, nasze procesy i styl zarządzania musiały ewoluować, a liderzy zaadaptować się do nowej rzeczywistości. Zarządzanie rozproszonym zespołem wymaga od nich większej uważności na potrzeby pracowników oraz nowych umiejętności i narzędzi w obszarze integracji i podtrzymywania zaangażowania zespołu. Równocześnie nasze zespoły znacznie powiększyły się w ostatnim roku, więc dodatkowo przyszło wyzwanie integracji nowych osób z firmą i zespołami. W tym bardzo pomógł nam stworzony na nowo proces onboardingu (w pełni zdalny, mocno angażujący wiele osób i działów firmy) oraz zaangażowanie całego managementu w ciągłe działania integrujące zespoły, które odbywają się u nas na trzech poziomach: zespołu projektowego, działu oraz firmy.



Magdalena Kuś
Szef HR w GFT Poland

Pandemia była ogromnym wyzwaniem w kontekście dbania o well-being pracowników. W krótkim czasie, właściwie w trakcie kilku dni przeszliśmy na tryb pracy całkiem zdalnej, jednocześnie dbając o poczucie bezpieczeństwa naszych ludzi. Zaczęliśmy od zapewnienia odpowiednich warunków pracy w home office, wypożyczając pracownikom sprzęt i meble biurowe. Równocześnie wprowadziliśmy szereg działań well-beingowych, jak choćby konsultacje z psychologiem, wspólne kawy, celebracje oraz imprezy online, i co bardzo ważne – zaoferowaliśmy również wsparcie rodzinom naszych pracowników poprzez ofertę zajęć dla dzieci, upominki czy konsultacje z naszym działem HR. Wprowadziliśmy też bardziej bezpośrednią i transparentną formę kontaktu z zarządem, który podczas sesji Ask Me Anything odpowiada na pytania naszych pracowników i informuje o aktualnej sytuacji firmy. Wszystkie te działania to tylko kilka przykładów tego, jak przygotowujemy się do New Normal – proces ten ciągle trwa i jest budowany w oparciu o rozmowy oraz realne potrzeby naszych pracowników.



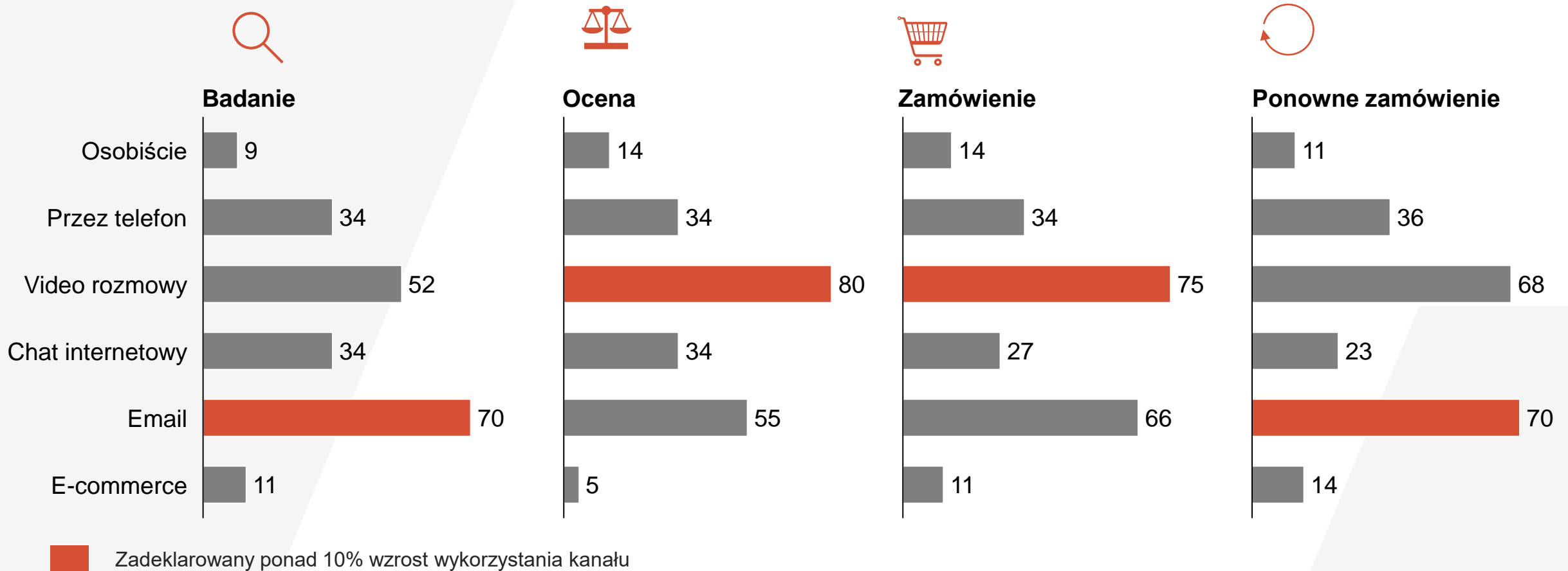
Sprzedaż i Marketing

SoDA 2021

COVID-19 sprawił, że rozmowy wideo są niezbędne w procesie zakupu usług przez klientów

Jak obecnie klienci kontaktują się z Twoją firmą/przedstawicielami handlowymi?
Które kanały zwiększyły swój zasięg podczas pandemii?

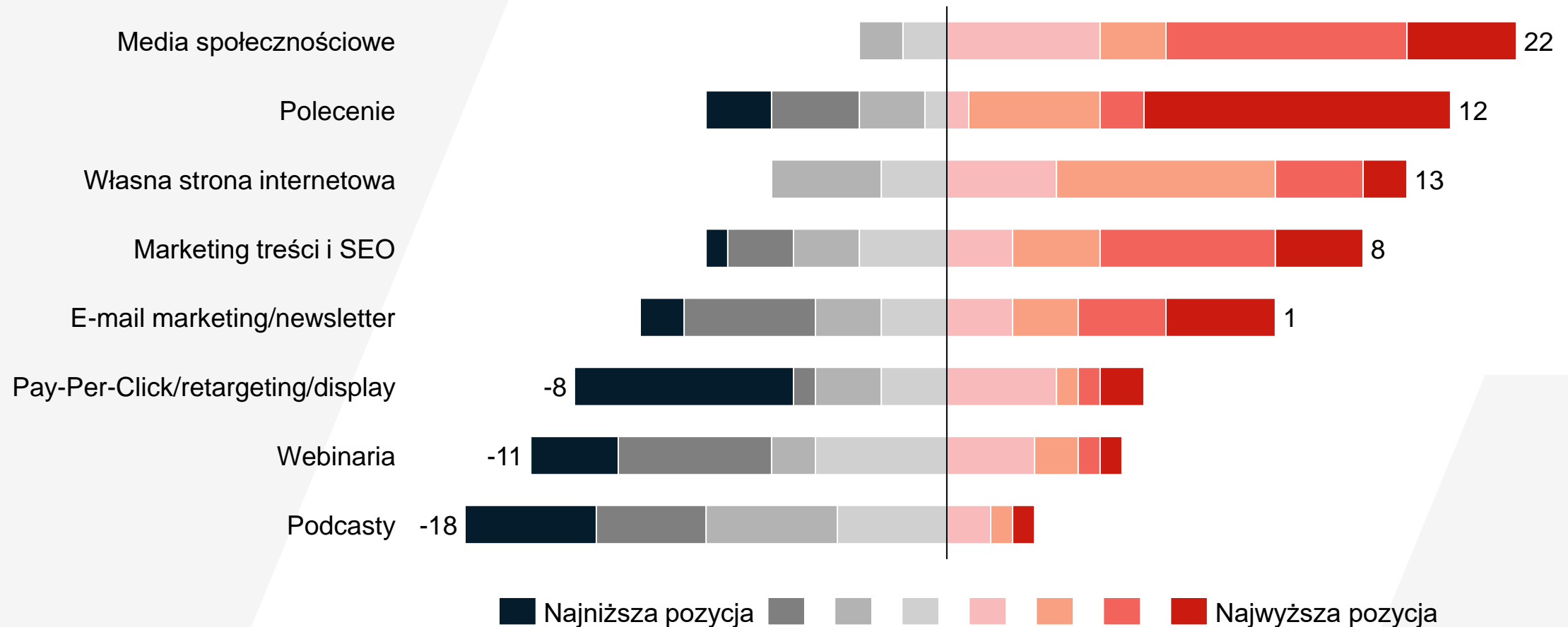
Etapy ścieżki decyzyjnej klienta, %, N=44



Treści własne oraz generowane przez użytkowników okazały się najbardziej skuteczne; mimo wysokich oczekiwań, podcasty i webinaria uplasowały się najniżej

Które kanały internetowe były najbardziej/najmniej skuteczne podczas pandemii?

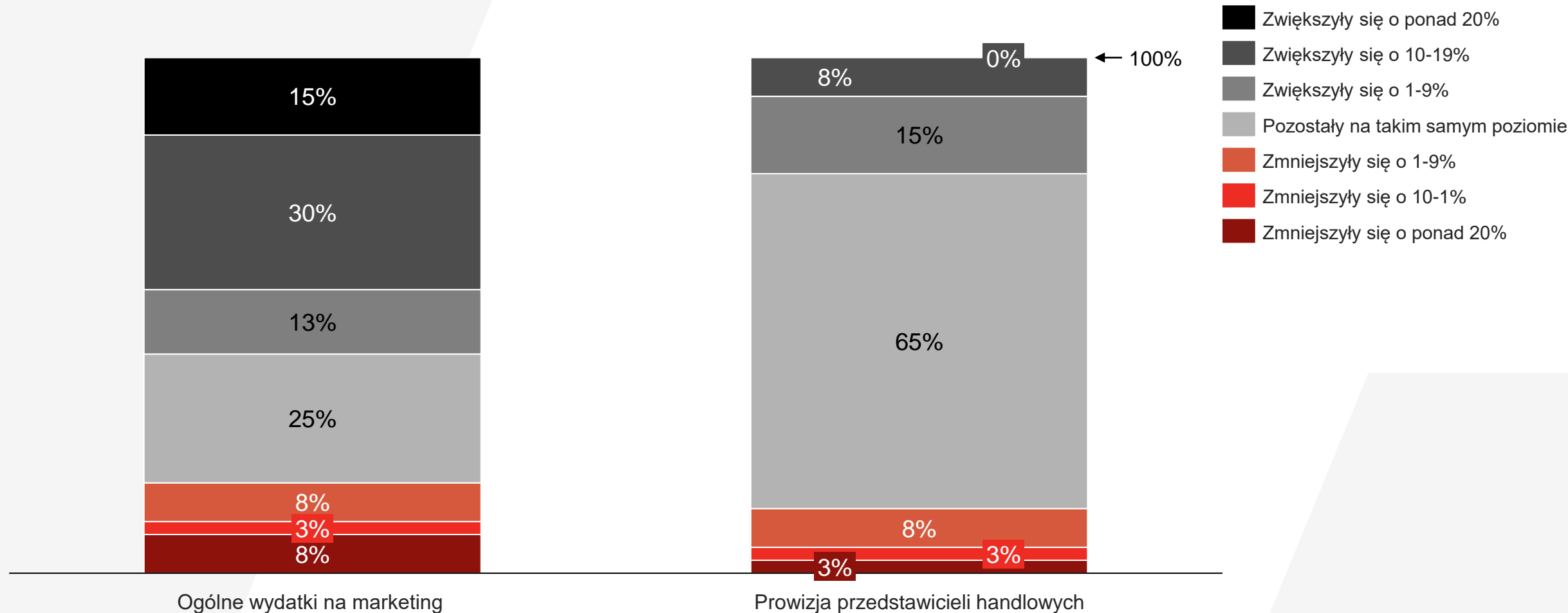
n=39



Wyższe wydatki na marketing przyczyniają się do wzrostu – 58% firm zwiększyło wydatki; 23% zainwestowało w przedstawicieli handlowych

Co się stało z następującymi aspektami sprzedaży i marketingu w 2020 roku?

N=40, %



Zmniejszenie wydatków na marketing skutkuje niższą rentownością, podczas gdy ich zwiększenie powoduje większy zysk i wzrost

Wpływ zwiększonych wydatków na marketing i sprzedaż na wzrost i rentowność

N=40, korelacja Pearsona



Jak bardzo zmieniła się Twoja ogólna rentowność EBITDA w okresie 2020 vs 2019?

%

$R^2=0.421$

Większe wydatki na marketing

25

Wydatki marketingowe na tym samym poziomie

1

Mniejsze wydatki na marketing

-2



Jaka jest twoja ogólna stopa wzrostu w latach 2020 vs 2019?

%

$R^2=0.365$

36

15

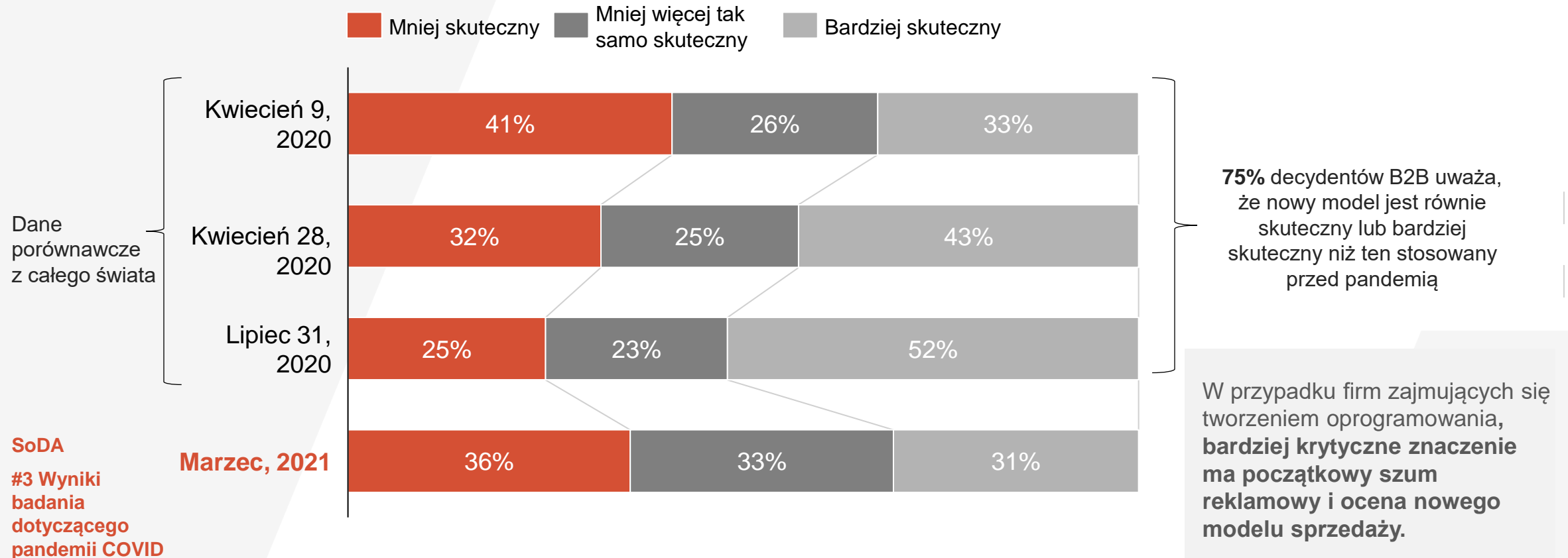
11

Pomimo stosunkowo małej liczebności próby, **obserwujemy pozytywną korelację między zwiększonymi wydatkami na marketing a wzrostem rentowności i tempa wzrostu**; widoczna tendencja do zwiększania rentowności za pomocą działań marketingowych

W porównaniu z ogólnościowym benchmarkiem nasi respondenci są bardziej krytyczni w stosunku do sprzedaży cyfrowej

Jak skuteczny jest nowy cyfrowy model sprzedaży stosowany w Twojej firmie w dotarciu do klientów i ich obsłudze?

% odpowiedzi firm TMT vs. badanie SoDA, N=39

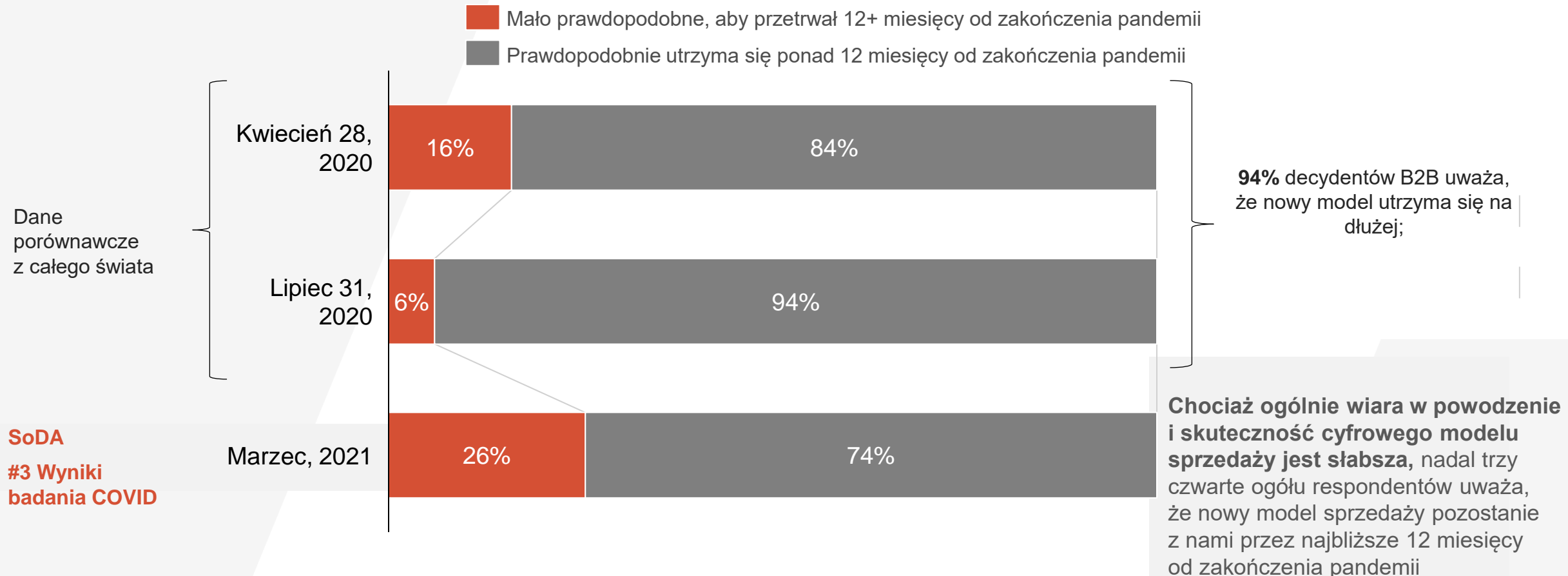


Źródło: COVID.mckinsey.com/b2b-sales

Większość firm uważa, że sprzedaż cyfrowa pozostanie z nami na dłużej

Jakie jest prawdopodobieństwo, że nowy model sprzedaży utrzyma się ponad 12 miesięcy od zakończenia pandemii?

% odpowiedzi firm TMT1 vs. badanie SoDA, N=39



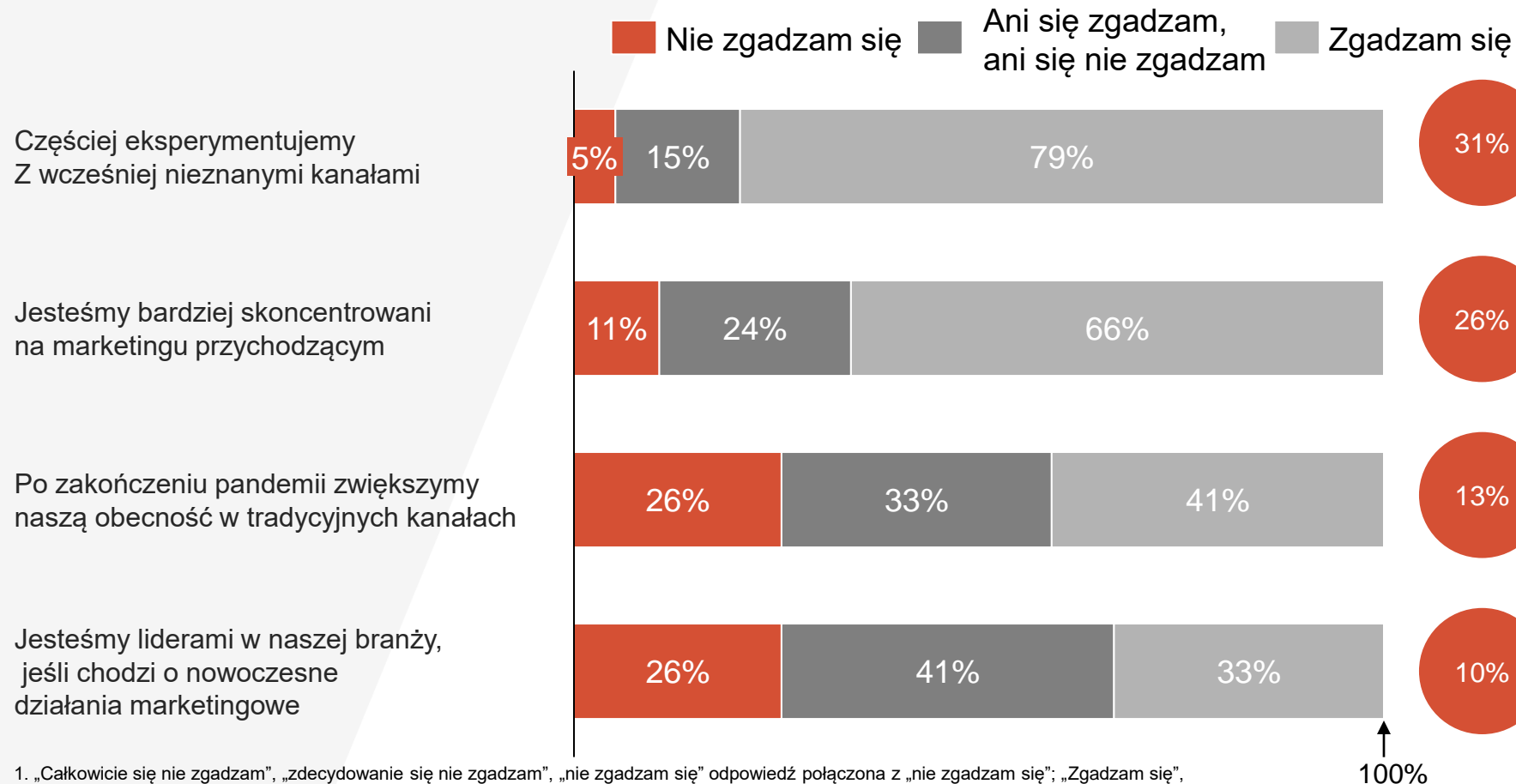
SoDA
#3 Wyniki
badania COVID

1. P: „Które z poniższych stwierdzeń najlepiej opisuje zmiany, jakie Twoja firma wprowadziła w swoim modelu komercyjnym i modelu wejścia na rynek podczas COVID-19?”
Źródło: COVID.mckinsey.com/b2b-sales

Eksperymentowanie ze sprzedażą inbound to nowość w marketingu tworzenia oprogramowania

Jaki jest Twój stosunek do poniższych stwierdzeń?¹

N=51, %



xx%

Top-2-Box²

Prawie wszystkie firmy zaczęły eksperymentować z różnymi technikami sprzedaży i marketingu – pandemia otworzyła nowe możliwości wykorzystania kanałów, które nie były wcześniej stosowane

Marketing przychodzący, szczególnie media społecznościowe i własne treści publikowane w Internecie okazują się najskuteczniejsze – dwie trzecie firm wykorzystuje te możliwości

Dążenie do nowego modelu hybrydowego – zaobserwujemy powrót do tradycyjnych działań marketingowych

10% firm uważa się za liderów branży; inni są bardziej konserwatywni w swoich osądach

1. „Całkowicie się nie zgadzam”, „zdecydowanie się nie zgadzam”, „nie zgadzam się” odpowiedź połączona z „nie zgadzam się”; „Zgadzam się”, „Zdecydowanie się zgadzam”, „Całkowicie się zgadzam” połączone z „Zgadzam się”

2. Dwie najczęstsze odpowiedzi: „Zdecydowanie się zgadzam” i „Całkowicie się zgadzam”

Brak konsensusu, jeśli chodzi o nowy model sprzedaży

Jaki jest Twój stosunek do poniższych stwierdzeń?¹

N=51, %



Top-2-Box²

Podczas gdy część firm była przygotowana do sprzedaży cyfrowej, **jedna trzecia z nich musiała zmienić swój model**, a 10% musiała zrobić to kompleksowo

Silny popyt na projekty na rynku, wynikający z większej ilości leadów generowanych przez firmy

Dla tych, którzy nie przeszli na model cyfrowy wcześniej, **proces sprzedaży jest trudniejszy i dostarcza więcej wyzwań**

Nieporozumienia wynikające z korzystania z **cyfrowego modelu sprzedaży** – możliwość dogłębnej oceny

1. „Całkowicie się nie zgadzam”, „zdecydowanie się nie zgadzam”, „nie zgadzam się” odpowiedź połączona z „nie zgadzam się”; „Zgadzam się”, „Zdecydowanie się zgadzam”, „Całkowicie się zgadzam” połączona z „Zgadzam się”

2. Dwie najczęstsze odpowiedzi: „Zdecydowanie się zgadzam” i „Całkowicie się zgadzam”

Kontakty, polecenia i marketing szeptany zostały wymienione jako najskuteczniejsze techniki marketingowe i sprzedażowe

Które techniki marketingowe i sprzedażowe podczas pandemii okazały się najskuteczniejsze w Twojej organizacji?

Chmura słów, N=17 odpowiedzi



Opinia eksperta



Robert Strzelecki
CEO TenderHut Group

Przez ostatnie półtora roku cały świat biznesu przekonał się do tego, że wiele procesów można przenieść do środowiska online. Efekt ten zostanie z nami na długie lata i w mojej ocenie ten czas zaowocował powstaniem tak zwanej nowej normalności, także w kwestii prowadzenia biznesu. Klienci dziś, za normalne uważają rozmowy na temat projektu przy pomocy narzędzi do zdalnej komunikacji. Często sami sugerują taką formę w pierwszej fazie rozmów. Dla branży IT praca zdalna była i jest wpisana w charakter pracy, jednak sprzedaż odbywała się w tradycyjny sposób. Dziś wiemy jak skutecznie komunikować się z klientem w formie online. Pracując dla organizacji praktycznie na każdym zamieszkałym kontynencie, wybierając rozwiązania zdalne, oszczędzamy czas i przy okazji środowisko, mogąc ograniczyć godziny spędzone w samolocie. Spotkania z klientem nadal pozostaną elementem prowadzenia biznesu i tworzenia relacji, jednak na znacznie mniejszą skalę niż przed pandemią.



Jan Zborowski
CEO SoftwareMill

Utrzymujące się dość długo pandemia znacząco wpłynęła na kanały pozyskiwania klientów. Brak konferencji czy możliwości zorganizowania bezpośredniego spotkania z potencjalnym klientem, mimo przeniesienia wielu z tych aktywności do świata wirtualnego, z pewnością osłabiło skuteczność sprzedaży outbound. Z moich obserwacji wynika, że w tym okresie wiele software house'ów zainwestowało w budowę lub rozwój swoich działów marketingu. Jest to strategia, która w średnim i długim okresie ma spowodować wzrost leadów ze sprzedaży inbound. Jestem przekonany, że nawet w po pandemicznej rzeczywistości, firmy w dalszym ciągu będą kontynuować swoje inwestycje w tym obszarze.



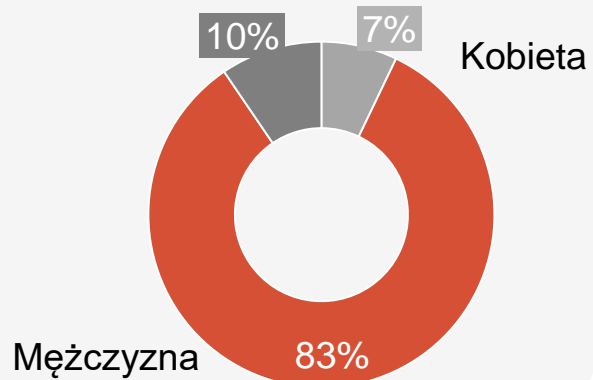
Dane demograficzne

SoDA 2021

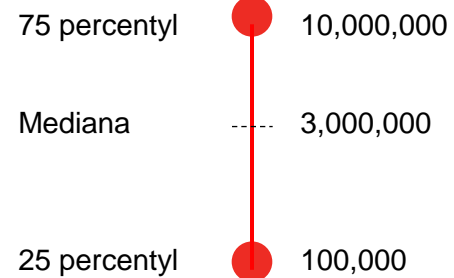
Podczas gdy 131 osób odpowiedziało na pytania wstępne, liczebność próby w zakresie danych demograficznych wyniosła n=41

Płeć

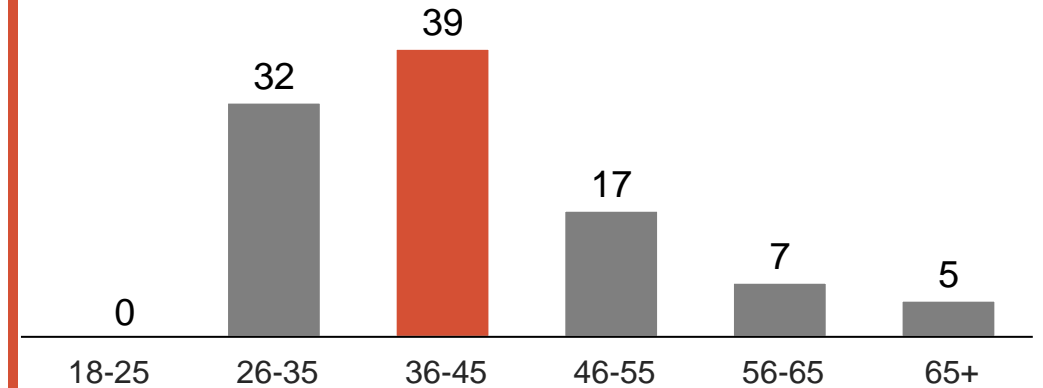
Wolał(a)bym nie odpowiadać



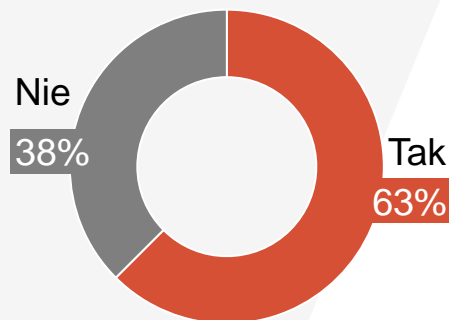
Obrót (PLN)



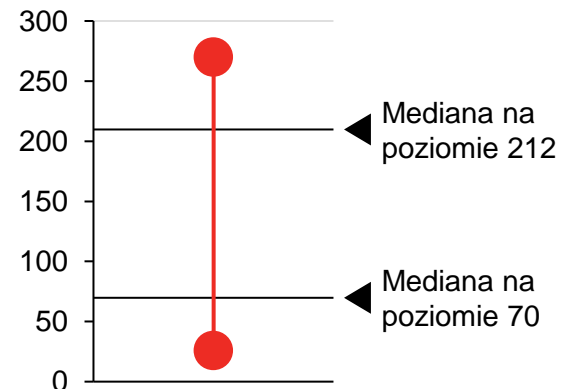
Wiek



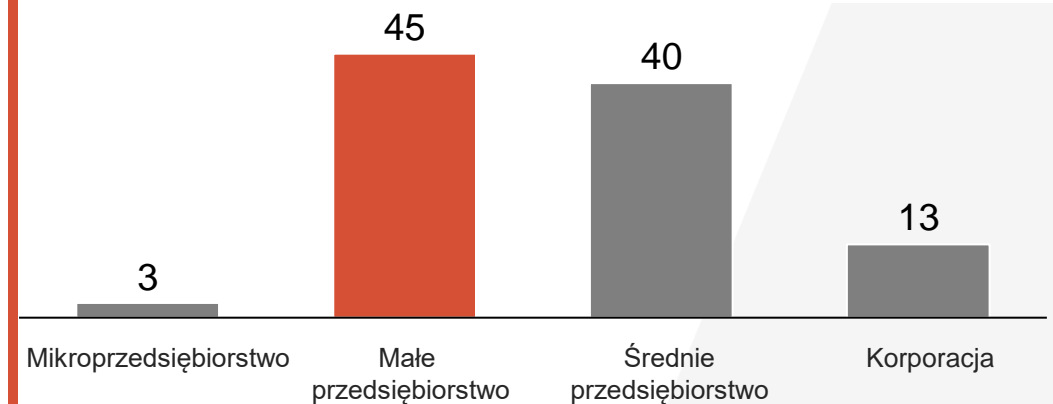
Czy jesteś członkiem SoDA?



Zatrudnienie (#)



Wielkość firmy



SoDA

Więcej informacji znajdziesz na naszej stronie:

www.sodapl.com



Kontakt:

Michał Moroz

Komitet Badań i Analiz,
CIO Makimo

michal.moroz@sodapl.com

Angelika Siudzińska

Specjalista ds. Komunikacji i Marketingu w SoDA

angelika.siudzinska@sodapl.com