



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

PwC jest partnerem Teatru Wielkiego
– Opery Narodowej.

PwC nieprzerwanie od ponad 80 lat nadzoruje
procedurę głosowania nad Oscarami.

W Polsce PwC od 16 lat pomaga wybierać
zwycięzców nagród filmowych Orły, stosując
dokładnie taki sam proces.

PwC jest siecią firm działających w 158 krajach. Zatrudnia blisko 180 tysięcy osób na całym świecie. Przez dwie dekady działalności na polskim rynku firma rozwinęła się od kilkuosobowego biura, skoncentrowanego na usługach audytorskich, do ponad 1700-osobowego zespołu, oferującego pełen zakres usług podatkowo-prawnych, audytorskich oraz doradztwa biznesowego.

Kontekst rynkowy

PwC stale rozwija swoją działalność na rynku – w odpowiedzi na potrzeby klientów we wrześniu 2012 roku firma otworzyła nowe biuro w Łodzi, w lutym 2012 roku – dom maklerski, a w 2010 roku biznes rozrósł się o oferującą usługi szkoleniowe Akademię PwC. W roku 2009 firma uruchomiła kancelarię prawną. PwC działa także w oparciu o specjalizacje branżowe, gdyż tylko znajomość sektora, w którym funkcjonuje dany klient, pozwala zaoferować mu usługi najwyższej jakości. Dlatego w ramach firmy działają zespoły ds. sektora publicznego, energetycznego, gazowo-paliwowego, farmaceutycznego i ochrony zdrowia, nieruchomościowego, finansowego, ubezpieczeniowego, mediów i rozrywki, telekomunikacji oraz wiele innych.

W odpowiedzi na potrzeby rynkowe PwC stale rozbudowuje swoje zespoły kompetencyjne. W ostatnich latach firma wzmocniła zespół zajmujący się konsultingiem HR, doradztwem IT, a także rozwojem kapitału intelektualnego w przedsiębiorstwach i sektorze publicznym. Jest przygotowana również do obsługi inwestorów zagranicznych – w ramach PwC działa m.in. specjalistyczny zespół do obsługi klientów niemieckojęzycznych. Firma konsekwentnie rozbudowuje ofertę skierowaną do polskich przedsiębiorstw prywatnych, które rozwijają się bardzo dynamicznie, a także coraz częściej decydują się na ekspansję zagraniczną. W maju 2012 roku PwC wraz z ARAW zainaugurowało, na skalę ogólnopolską, program „Polski Czempion”.

Oferta

Mimo że oferta PwC jest historycznie kojarzona z usługami świadczonymi międzynarodowym koncernom, obecnie znaczną część klientów firmy stanowią polskie przedsiębiorstwa oraz instytucje administracji rządowej i samorządowej. Wynika to z faktu, że, będąc firmą globalną, PwC działa i myśli lokalnie. Dobrze zna światowe trendy, jednak koncentruje się przede wszystkim na realiach i potrzebach klientów w Polsce. Do każdego z nich podchodzi indywidualnie – buduje trwałe relacje, oferując usługi dokładnie dopasowane do konkretnych potrzeb.

Pracownicy firmy w Gdańsku, Łodzi, Krakowie, Poznaniu, Wrocławiu, Katowicach i Warszawie z bliska obserwują możliwości lokalnego biznesu. Tylko taka perspektywa pozwala na rzeczowe i kompetentne świadczenie usług doradczych.





Siłą marki PwC są ludzie. Polski zespół ekspertów stale się rozrasta, lecz to jakość, nie wielkość, jest jego najmocniejszym atutem. Firma zatrudnia tylko najlepszych – wybiera ludzi pełnych pasji, zarówno w pracy, jak i życiu prywatnym. Dba również o zarządzanie wiedzą wewnątrz organizacji tak, aby zdobywane od lat w Polsce i na świecie doświadczenie owocowało zrozumieniem i spełnieniem oczekiwań klientów.

PwC posiada zarówno zespoły branżowe, jak i specjalizujące się w poszczególnych usługach. To od potrzeb klienta zależy, jak jest zbudowany zespół, który zaangażuje się w rozwiązywanie problemów jego firmy. Stworzona w ten sposób interdyscyplinarna grupa podchodzi do zagadnienia wszechstronnie i kompleksowo. Praca zespołowa jest w PwC absolutnym priorytetem.

Innowacyjność to kolejny obszar, w którym PwC wspiera swoich klientów. Firma brała udział w wielu projektach mających na celu opracowanie strategii rozwoju nowych produktów i usług. Niezależnie od branży i zakresu pracy, PwC zawsze ogromnie cieszy sukces rozwiązań, które firma wypracowała wspólnie z klientem.

Osiągnięcia

PwC co roku znajduje się w czołówce rankingów branżowych. Od 2008 roku firma zajmowała pierwsze miejsce w Rankingu Doradców Podatkowych „Rzeczpospolitej”; nie inaczej było i w 2013 roku. PwC zdobyło także indywidualne nagrody dla swoich ekspertów podatkowych w poszczególnych dziedzinach – podatki międzynarodowe oraz akcyza.

W 2013 roku firma została wyróżniona przez „Gazetę Finansową” za najwyższej jakości usługę audytu finansowego, stworzoną dzięki ogromnym zasobom wiedzy, doświadczeniu branżowemu oraz profesjonalnemu podejściu do klienta, opartemu na zasadach przejrzystości i niezależności. Zwyciężyła także w rankingu „Gazety Finansowej” i „Home&Market”, zajmując pierwsze miejsce wśród firm doradztwa podatkowego za 2012 rok.

W 2012 i 2013 roku firma zwyciężyła we wszystkich rankingach Book of Lists obejmujących najważniejsze obszary działalności firmy na polskim rynku (konsulting, doradztwo podatkowe oraz usługi audytowo-księgowy).

PwC już po raz kolejny otrzymało prestiżową nagrodę „Best Professional Advisory Firm in Shared Services and Outsourcing” podczas gali „CEE Outsourcing and Shared Services Awards” organizowanej przez Magazyn „Outsourcing in Poland” i Biznes Media Polska.

„100% możliwości” to nowe hasło PwC i klucz do komunikacji zewnętrznej. Pod parasolem 100% możliwości budowany jest spójny wizerunek marki PwC jako przyszłego pracodawcy. Pracodawcy, który ułatwia nawiązywanie kontaktów biznesowych; pracodawcy, który daje możliwości rozwoju oraz pracy przy różnych projektach, w niejednorodnym środowisku i kontekście kulturowym.

PwC rozumie nowoczesny konsulting jako dzielenie się tym, co potrafi robić najlepiej. Dzięki zaangażowaniu swoich ekspertów, firmie udało się dokonać zmian w ustawie o VAT – podatek od darowizn żywności został zniesiony po 3 latach starań. Od kilkunastu lat PwC organizuje największy w Polsce konkurs dla studentów – „Grasz o staż”. Projekt umożliwił zawodowy start ponad 3 tysiącom studentów i absolwentów.

Z inicjatywy pracowników powstała Fundacja PwC „Podaruj siebie”. Każdy z nich może poświęcić na wolontariat 3 godziny swojego czasu pracy w miesiącu – dzięki temu PwC poświęciło organizacjom pozarządowym już kilka tysięcy godzin pracy swoich najlepszych specjalistów. Dla firmy bowiem społeczna odpowiedzialność to nie moda, lecz sposób prowadzenia biznesu.

PwC działa również na rzecz tworzenia dobrych praktyk i promowania dialogu między światem kultury a biznesem w Polsce. Firma została partnerem Teatru Wielkiego –



Opery Narodowej. „Postawiliśmy sobie ambitne wyzwanie budowania pomostu między światem kultury a biznesem poprzez dzielenie się tym, co mamy najcenniejsze jako firma, czyli wiedzą” – powiedziała Olga Grygier-Siddons, Prezes PwC w Polsce.

Promocja Marki

PwC w ciągu roku pojawia się w polskich mediach kilka tysięcy razy. Eksperti firmy chętnie dzielą się swoją wiedzą oraz nie unikają trudnych tematów. Publikacje, analizy, raporty rynkowe i ekonomiczne PwC są rozpoznawalne na rynku i często cytowane przez media. Firma współpracuje z różnymi organizacjami i stowarzyszeniami, tworząc nowe inicjatywy, m.in. Forum Rad Nadzorczych, Forum Menedżerów Ryzyka i uczestniczy w ważnych wydarzeniach polityczno-biznesowych, jak Forum Ekonomiczne w Krynicy.

Wartości Marki

Obietnica marki PwC brzmi: *My relationship with PwC helps create the value I'm looking for*. Tym samym firma dąży do tego, aby jej klienci, pracownicy i partnerzy biznesowi wyraźnie dostrzegali wartość wynikającą ze współpracy z PwC.

Budowanie wartości jest głównym celem PwC. Klienci określają wartość własną miarą. Rozmawiając o konkretnych potrzebach, firma lepiej rozumie cele, które sobie stawiają. Ta zasada dotyczy w równym stopniu relacji zewnętrznych, jak i wewnętrznych w firmie.

www.pwc.pl



HISTORIA MARKI

1849: Założenie przez Samuela Lowella Price'a biura w Londynie.

1854: Założenie biura w Londynie przez Williama Coopera.

1957: Połączenie Cooper Brothers & Co (WB), McDonald, Currie and Co (Kanada) oraz Lybrand, Ross Bros & Montgomery (USA) – utworzenie Coopers & Lybrand.

1982: Powstanie światowej sieć firm Price Waterhouse.

1990: Otwarcie w Warszawie oddziałów Coopers & Lybrand oraz Price Waterhouse.

1994-2004: Powstanie kolejnych biur firmy w Krakowie, Gdańsku, Poznaniu, Wrocławiu oraz Katowicach.

1998: Światowa fuzja firm Price Waterhouse oraz Coopers & Lybrand – utworzenie PricewaterhouseCoopers.

2009: Olga Grygier-Siddons Prezesem firmy w Polsce; ponowne uruchomienie przez PwC usługi doradztwa prawnego – PwC Legal; powstanie Shared Services Center w Katowicach.

2010: Odświeżenie wizerunku PwC oraz zmiana logo firmy; 20-lecie działalności PwC na polskim rynku.

2012: Otwarcie nowego biura w Łodzi.