Przewaga z AI zaczyna się od kontekstu. WeAreFuture ogłasza cel: 1 mld zł dodatkowej wartości dla polskich firm do 2035 roku

Maciej Rutkowski i Ignacy Bochiński znają się z licealnej ławki. W 2024 roku założyli WeAreFuture, polską firmę specjalizującą się w agentowym AI i danych, bez zewnętrznego kapitału i z zyskiem od pierwszego pełnego roku działalności. Teraz, gdy firma wychodzi na rynek z nową strategią, stroną i ofertą, dołącza do nich Krzysztof Kowalski, który przez ponad 20 lat pomagał rosnąć polskim firmom z różnych branż, od dużych grup po firmy prywatnych przedsiębiorców, a jako menedżer sam odpowiadał za przychody i wynik. Razem ogłaszają cel na dekadę: do 2035 roku współpraca z WeAreFuture ma przynieść klientom 1 miliard złotych wartości.

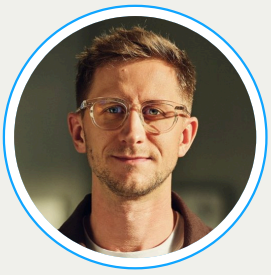


Maciej Rutkowski, Krzysztof Kowalski i Ignacy Bochiński. Trzy doświadczenia, jeden cel: wartość, którą widać w wynikach klienta.

Z licealnej ławki do firmy przyszłości

Maciej Rutkowski przez lata projektował architektury danych i prowadził projekty Data & AI w PwC i Accenture, w Polsce i Wielkiej Brytanii. Ignacy Bochiński współtworzył grupę KERRIS, w tym software house 300.codes, i od ponad dekady budował zespoły pracujące dla dużych organizacji i polskich firm. W 2024 roku połączyli te

doświadczenia we wspólnej firmie. Od początku założyli, że WeAreFuture będzie rosła silnikiem AI, a nie liczbą etatów, i że sama będzie pracować tak, jak doradza klientom.



> Znamy się od liceum, więc wiemy, jak się nawzajem uzupełniamy. Obaj patrzymy na AI jak przedsiębiorcy: liczy się, co firma z niego ma. Maciej wie, jak zbudować rozwiązanie, które działa na danych klienta, a ja, jak usiąść z zarządem i ustalić, od czego zacząć i jak zmierzymy efekt. Przez pierwsze dwa lata sprawdziliśmy ten model u klientów i na sobie”

Ignacy Bochiński
współzałożyciel WeAreFuture

Firma zaczynała od warsztatów dla zarządów i programów adopcji AI, a potem przyszły pierwsze rozwiązania agentowe u polskich klientów. W 2025 roku WeAreFuture została partnerem merytorycznym Centrum Kompetencji AI Polskiego Funduszu Rozwoju i współtworzyła pierwszy certyfikowany program AI w standardzie DIMAQ w IAB Polska. W 2026 roku dołączyła do programów partnerskich Microsoft, Anthropic, OpenAI i Databricks, a AI Engine, który buduje klientom, zaczęła stosować we własnej firmie. Z każdym projektem przenosi na silnik więcej pracy, więc rośnie bez dokładania kolejnych warstw ludzi.

> Nie chcemy firmy, w której podwojenie przychodów wymaga podwojenia liczby konsultantów. Pracę, którą w klasycznym consultingu wykonują juniorzy na koszt klienta, u nas coraz częściej wykonują agenci pod nadzorem doświadczonych ekspertów, a każdy wynik ktoś sprawdza, zanim trafi do klienta. Najpierw sprawdzamy to na sobie, dopiero potem proponujemy klientom”



Maciej Rutkowski
współzałożyciel i CEO WeAreFuture

Trzecie ogniwo

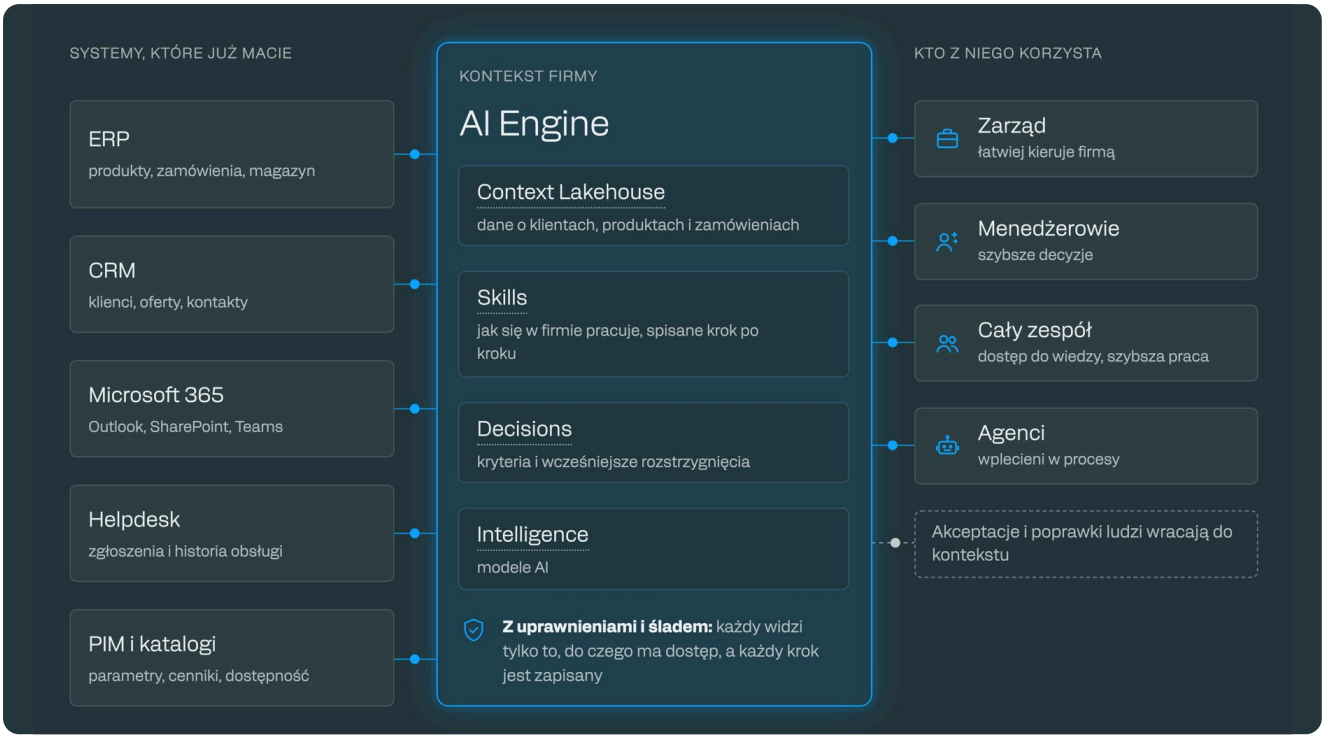
Krzysztof Kowalski dołącza do WeAreFuture jako partner, żeby wspólnie z Maciejem i Ignacym przyspieszyć rozwój firmy na jej kolejnym etapie. Od ponad 20 lat zamienia technologię we wzrost firm. W mBanku, jednym z pierwszych w Europie w pełni cyfrowych banków, wprowadzał bankowość mobilną, zanim pojawił się iPhone. Współtworzył od zera bank cyfrowy ZUNO, a w Raiffeisen Polbanku prowadził transformację cyfrową całego banku. W grupie fintech Creamfinance odpowiadał za sprzedaż i przychody w ośmiu krajach Europy i Ameryki Łacińskiej, a z Dubaju rozwijał cyfrowe portfele i płatności dla Bliskiego Wschodu i Afryki. Jako CEO grupy flotowej, partnera joint venture z Boltem oraz platform takich jak Uber, Glovo i Wolt, w dwa lata zwiększył przychody grupy o ponad 40%, do 700 mln zł. Zna obie strony stołu: w EY doradzał firmom, jak wygrywać, gdy zmienia się technologia, a przede wszystkim sam, od środka, przekładał technologię na przychody i zyski.

„Krzysztof przez lata robił to, co dziś obiecujemy klientom: pomagał firmom rosnąć i wygrywać na rynku dzięki technologii. Był z nami przy każdej ważnej decyzji ostatnich tygodni, od analizy rynku, przez nową strategię, po stronę, którą dziś pokazujemy. Dla nas to naturalny krok" - dodaje Rutkowski.

Nowa strategia: kontekst zamiast kolejnych narzędzi

Wiele firm ma już narzędzia AI, agentów i automatyzacje, ale agent podłączony do jednego systemu usprawnia tylko wycinek biznesu. Każdy dostawca wnosi własnego agenta, a żaden nie wie, jak działa firma: jakie ma zasady, kto zatwierdza wyjątki i dlaczego decyduje tak, a nie inaczej. Dlatego WeAreFuture zaczyna od wiedzy, a nie od narzędzia.

Buduje u klientów **AI Engine**: jeden kontekst firmy, który łączy dane, procedury, zasady decyzji i systemy, takie jak ERP, CRM i Microsoft 365. Korzystają z niego ludzie z asystentem AI i agenci, zarówno WeAreFuture, jak i innych dostawców. Wiedza rośnie z każdym zadaniem, a zmianę zatwierdza właściciel procesu. Punktem startu może być program adopcji AI w zespołach, pierwszy agent, na przykład do ofertowania, albo fundament danych. Każdy kolejny krok korzysta z tego, co zbudowano na starcie. Model AI jest wymienny, a dane, procedury i kryteria decyzji zostają własnością firmy.



AI Engine: systemy, które firma już ma, zasilają jeden kontekst, z którego korzystają zarząd, zespoły i agenci AI

WeAreFuture pracuje z firmami z historią, które często działają od 10, 20 czy 50 lat, mają pozycję w swojej branży i chcą tworzyć jej przyszłość. Najczęściej są to firmy B2B: produkcja, handel i dystrybucja. Do każdej wchodzi konsultant biznesowy i inżynier AI, a za nimi stoi cały silnik WeAreFuture. Zostają, aż zmiana zacznie działać.

Przykłady z realizacji: w firmie produkcyjnej klient czekał na ofertę średnio 7-8 dni, a dziś zapytania obsługiwane przez agenta ofertowego dostają ją w ciągu doby, po sprawdzeniu przez handlowca. W firmie farmaceutycznej program adopcji podniósł korzystanie z wewnętrznego asystenta AI z 10% do 87%.

Cel: 1 miliard złotych dodatkowej wartości dla polskich firm

Do 2035 roku współpraca z WeAreFuture ma przynieść polskim firmom łącznie 1 miliard złotych dodatkowej wartości. Przed startem każdego projektu WeAreFuture spisuje z klientem punkt wyjścia i oczekiwany cel biznesowy, a po wdrożeniu mierzy efekt w trzech obszarach: oszczędność czasu, wzrost sprzedaży i przychodów oraz to, jak wdrożenie uwolniło ukryty potencjał organizacji, na przykład projekty, na które wcześniej brakowało czasu albo ludzi. Każdy projekt dokłada swoją część do wspólnej sumy, ale liczą się tylko te, które przyniosły klientowi wartość zaplanowaną na starcie. Co roku WeAreFuture podsumuje, o ile przybliżyło to polskie firmy do celu, i pokaże to w raporcie z danymi zbiorczymi, pierwszy raz za rok 2026. Wyniki konkretnych firm publikuje tylko za ich zgodą.

„Chcemy, żeby polskie firmy budowały dzięki AI wartość, a nie traktowały go jako kolejny koszt czy narzędzie IT. Naszym celem nie jest nasz przychód, tylko wynik naszych klientów: większa sprzedaż, wyższe marże i oszczędzony czas. Dlatego miliard jest naszym najważniejszym celem, a co roku pokażemy, ile dodatkowej wartości wypracowali z nami klienci WeAreFuture" - mówi Rutkowski.

Obelisk zamiast piramidy

Consulting skalował się piramidą analityków, software house liczbą programistów. WeAreFuture buduje obelisk: podstawą jest silnik, czyli dane i kontekst, pamięć wszystkich projektów, agenci i połączenia z systemami, a nad nim kilkunastoosobowy zespół, który odpowiada za efekt. Taki model przyciąga najlepsze talenty. Ludzie, którzy mogliby pracować w dowolnej firmie doradczej czy technologicznej, wybierają WeAreFuture, bo tu od pierwszego dnia budują rzeczy, których rynek jeszcze nie zna, i pracują z agentami AI zamiast nad powtarzalną pracą. Firmę prowadzi na takiej samej architekturze danych i agentów, jaką buduje u klientów. Każdy projekt zasila silnik nową wiedzą, a silnik oddaje ją kolejnemu projektowi. Wizja na najbliższe lata: wiodąca firma od agentowego AI i danych w Europie Środkowo-Wschodniej.



> Widziałem, jak nowe technologie zmieniały całe branże: firmy, które przespały zmianę, znikały, a challengerzy wyrastali na liderów. Z AI będzie tak samo, tylko szybciej. Chcemy, żeby nasi klienci byli liderami tej zmiany i wygrali w swoich branżach”

Krzysztof Kowalski
partner WeAreFuture

„Nie wiemy, które narzędzia będą najlepsze w 2030 roku ani jakie modele będą dominowały w 2035. Wiemy, że firmy nadal będą chciały rosnąć szybciej, działać sprawniej i podejmować lepsze decyzje. Budujemy u nich kontekst, którego nie da się kupić razem z licencją, i sami pracujemy tak samo. Dlatego trafiają do nas najlepsze talenty: chcą tworzyć przyszłość, a nie ją obserwować. Stąd nasza nazwa: we are future" - podsumowuje Bochiński.

W SKRÓCIE

Kto	Maciej Rutkowski i Ignacy Bochiński, założyciele z licealnej ławki, oraz Krzysztof Kowalski, który dołącza jako partner. Wszyscy trzej budowali już wzrost firm dzięki technologii: Maciej w projektach danych i AI dla największych firm, Ignacy we własnych firmach i u ich klientów, Krzysztof w polskich firmach z różnych branż, jako menedżer i doradca.
Teza	te same narzędzia AI może dziś mieć każda firma. Przewagę daje kontekst: wiedza, zasady i dane, których nie ma nikt poza nią.
Co robi WeAreFuture	buduje u klientów AI Engine, jeden kontekst firmy, z którego korzystają ludzie i agenci AI. Model AI jest wymienny, a wiedza zostaje własnością firmy.
Dla kogo	firmy z historią i pozycją w swojej branży, najczęściej B2B: produkcja, handel i dystrybucja.
Cel	1 mld zł dodatkowej wartości dla polskich firm do 2035 roku, czyli większa sprzedaż, wyższe marże i oszczędzony czas. Postęp WeAreFuture pokaże co roku w raporcie, pierwszy raz za rok 2026.
Model	obelisk zamiast piramidy. WeAreFuture rośnie dzięki silnikowi AI i zespołowi najlepszych talentów, a nie samej liczbie etatów, i sama pracuje tak, jak doradza klientom.

O WEAREFUTURE

WeAreFuture to polska firma specjalizująca się w agentowym AI i danych. Pomaga liderom wygrywać w erze AI: buduje w średnich i dużych firmach AI Engine, na którym ludzie i agenci AI dają im przewagę nad konkurencją. Odpowiada za efekt i nie jest związana z jednym dostawcą. Firmę prowadzą partnerzy: Maciej Rutkowski (CEO, Managing Partner), Ignacy Bochiński (Partner, Clients & Markets) i Krzysztof Kowalski (Partner). Współpracuje m.in. z SMAY, TIM, Henkel, Stock i ERGY. Jest partnerem merytorycznym Centrum Kompetencji AI Polskiego Funduszu Rozwoju i współtwórcą certyfikacji DIMAQ AI w IAB Polska, a także Microsoft Solutions Partner, członkiem Claude Partner Network, OpenAI Select Partner i partnerem Databricks. Założona w 2024 roku, z zyskiem od pierwszego pełnego roku działalności (2025), bez zewnętrznego kapitału. WeAreFuture Prosta Spółka Akcyjna, Warszawa.

KONTAKT DLA MEDIÓW



Krzysztof Kowalski, Partner
kris@wearefuture.ai
+48 690 250 960
Materiały dla mediów:
media.wearefuture.ai

FIRMA PRZYSZŁOŚCI



Zapytaj o nasz white paper „Jak zbudować firmę przyszłości”.

wearefuture.ai