

Email i marketing. Paweł Sala rozmawia z Marcinem Majznerem.

Czas trwania nagrania: 00:48:31

PS: Paweł Sala

MM: Marcin Majzner

PS: Cześć. Ja nazywam się Paweł Sala, a to jest podcast Email i Marketing, odcinek siedemnasty. Podcast Email i Marketing to audycja, z której dowiesz się jak lepiej realizować swoje działania marketingowe i nie tylko. Dzisiaj Cię zapraszam do wysłuchania mojej rozmowy z niezwykle gościami, pierwszym prezesem Rzeczypospolitej i nie chodzi mi o Jarka, chociaż kurczę, źle się to... w każdym razie dzisiaj zapraszam Cię do wysłuchania mojej rozmowy z Marcinem Majznerem, byłym już prezesem firmy CupSell.pl. Z naszej rozmowy dowiesz się tego jak powstał CupSell.pl, jak Marcin budował swoją platformę sklepową, na co zwrócić uwagę, na co powinien zwracać uwagę każdy e-commerciak, który chce budować swój biznes w sieci. Generalnie będzie dużo mięcha, troszkę śmiechów, trochę chichów, w każdym razie zapraszam Cię bardzo gorąco do wysłuchania audycji.

PS: Cześć Marcinie, dzięki za przyjęcie zaproszenia.

MM: Ależ nie ma problemu, Pawle.

PS: Słuchaj, gdybyś był tak mówił osobom, które Cię nie znają, powiedz dwa słowa o sobie i powiedz, kim jesteś i co robisz, skąd przybywasz.

MM: Dobra. Cześć, nazywam się Marcin, jestem byłym prezesem CupSell.pl. A CupSell.pl to taka platforma do robienia T-shirtów z nadrukami. That's it. Jestem właśnie byłym prezesem.

PS: Byłym prezesem, dobra. Kurczę, to zanim...

MM: Od czterech dni.

PS: Od czterech dni?

MM: Tak, cztery dni temu przestałem być prezesem, zszedłem z zarządu na własne życzenie.

PS: Nagrywamy do 4 lipca, czyli rozumiem, że z końcem czerwca kadencja ustała.

MM: Dokładnie tak.

PS: Dobra, wróćmy zatem kilka lat wcześniej jak jeszcze byłeś prezesem, a nawet nie prezesem, a pewnie wizjonerem.

MM: Twórcą, founderem.

PS: Tak. I wpadłeś na pomysł: chcę zrobić, no właśnie, sklep z koszulkami?

MM: No właśnie nie. To jest platforma, platforma z koszulkami. To jest tak jak YouTube jest platformą wideo, na której twórcy mogą zakładać swoje kanały, wrzucać treści i na tym zarabiać notabene, tak samo na Kapslu możesz założyć własny sklep z koszulkami, nadać mu nazwę i na koszulki narzucić swoją grafikę, swój nadruk. I w momencie, kiedy... a, do tego jeszcze doliczasz swoją marżę, którą chcesz zarobić. CupSell bierze flat fee, czyli trzydzieści cztery złote, do tego doliczasz swoje up, dowolną kwotę, to daje, to plus to daje całą cenę. Jeżeli klient kupi za tą całą kwotę, my jako CupSell wykonujemy koszulkę, wysyłamy do klienta, rozliczamy się z nim i do Twojego konta jest doliczona Twoja prowizja, którą sobie ustaliłeś. I teraz, żeby nie być gołosłownym, to działa, generalnie na CupSellu jest założone kilka sklepów. Użytkownicy CupSell do tej pory zarobili, z tego co kojarzę, 3,7 miliona złotych.

PS: Zarobili?

MM: Zarobili. To są właśnie sama prowizja, sama prowizja użytkowników.

PS: Super.

MM: No takie tam.

PS: Takie tam drobne, jest się czym pochwalić.

MM: Na chusteczki.

PS: Na chusteczki. Natomiast ja Ci powiem, że ja Ci tego chyba nie opowiadałem, my się poznaliśmy kilka razy na konferencjach, natomiast ja wiedziałem, że jest taki fajny Marcin i tyle, jakby nie wiedziałem, co robisz, aż na nomen omen konferencji Forum IAB, o której chwilę wcześniej jak nas tutaj charakteryzowali rozmawialiśmy, wyszedł człowiek i mówi ja wam pokażę jak się buduje fajną, autentyczną markę i włączył reklamę (<https://www.youtube.com/watch?v=rzHvn8vg1Zg>), którą przygotowałeś szukamy grafika.

MM: Tak.

PS: Szukamy grafika. I siedziałem wiesz, Forum IAB to są poważni ludzie, to nie tam BETA czy jakieś inne, tylko panowie tak w garniturach.

MM: Tak, ja właśnie nie mam z tym problemu, że tam są poważni ludzie.

PS: I mówię, o ja nie mogę. No i potem zacząłem bardziej przyglądać się temu, co robisz i jak robisz, i jak budujesz narrację wokół CupSella, jak budujesz, no z jednej strony brand firmy, z drugiej strony własny brand i powiedz, no bo to nie jest tak kurczę, że każdy człowiek podchodzi, założyłem biznes i teraz będę, to będę robił to, co robiłeś, czyli jakbyś opowiedział jak...

MM: Że będziesz twarzą własnego biznesu, tak?

PS: Wiesz co, twarzą własnego biznesu i do tego twarzą taką trochę nie...

MM: Po bandzie kontrowersyjną?

PS: No tak delikatnie mówiąc, delikatnie mówiąc.

MM: Znaczą wiesz, kontrowersja się sprzedaje, tak? To jest po pierwsze. Po drugie, no ja też nie jestem zwyczajnym człowiekiem, tak to można, ja jestem troszeczkę delikatnie szalony, pozytywnie nakręcony i zakręcony, i budując swoją postać po prostu oparłem o to moje najlepsze cechy. A w ogóle samo budowanie postaci wzięło się jeszcze kiedyś z handlu na Allegro. Jak sprzedawałem koszulki na Allegro, bo zaczynałem od pierwszej zrobionej koszulki ręcznie i tak dalej, czyli zbudowałem swój biznes od samego początku, na Allegro wszyscy konkurują ceną.

PS: Okej.

MM: Ja nie chciałem. Stwierdziłem, że mogę stworzyć, to było po jakiejś konferencji, gdzie była informacja o personal branding właściciela sklepu, że to pomaga w sprzedaży. I wtedy sobie uświadomiłem, że rzeczywiście wchodząc na Allegro na aukcję, jeżeli masz ten sam towar do zakupu, one się niczym od siebie nie różnią i zazwyczaj ludzie konkurują cenami. Ja wtedy dorzuciłem do swojej aukcji, do opisu swój wizerunek. Te koszulki robi Marcin Majzner i moje zdjęcie. I całą komunikację z klientami prowadziłem per ja, Marcin.

PS: Okej.

MM: Marcin to, Marcin tamto. O komentarze również prosiłem, że jeżeli będziesz pisał mi komentarz, proszę użyj słowa Marcin to dobry sprzedawca lub Marcin wykonał fajną koszulkę. I teraz wyobraź sobie ten dysonans, kiedy dokonujesz wyboru zakupowego, przeglądasz sobie aukcje, które wszystkie wyglądają tak samo z koszulkami, wchodzisz w komentarze, gdzie masz polecam tego Allegrowicza, polecam, a nagle wchodzisz do kogoś, kto ma w komentarzach Marcin to super sprzedawca, dziękuję ci Marcinie, Marcin to, Marcin tamto, nie? Co się w Twojej głowie zaczyna dziać, nie? I w ten sposób, znaczą to była jedna ze składowych, ale w ten sposób dało radę się wyróżnić na tle konkurencji. Więc zaczerpałem to z samego początku swojej biznesowej kariery, a w momencie, kiedy robiliśmy już CupSell, który miał być z założenia wielkim projektem, to stwierdziłem kurde, przecież nadal w Polsce nie ma ludzi, którzy świadczą o sobie swoją twarzą, a jeszcze tacy, którzy robią to w stylu Jackass'a albo jakiejś innej takiej, takiego hardcore'u, co jest bardzo fajne, no nie ma, więc to jest coś, co mi pozwoliło i CupSellowi też, wyróżnić się na tle konkurencji.

PS: Którą uwielbiasz zawsze.

MM: Tak.

PS: Tak. Dobra, natomiast powiedz mi czy... no bo z jednej strony to jest tak, że w marketingu najważniejsze jest to, żeby o nas mówiono, tak?

MM: Podobno tak.

PS: Nieważne, co, byle nazwiska nie przekręcili tudzież marki, natomiast starałeś się mierzyć jak konwersyjnie te działania, takie właśnie wiralowo – bazowe działają versus jakiś tam nie wiem SEM, organic, maile czy cokolwiek innego, czy to w ogóle olałeś i...?

MM: No właśnie olałem.

PS: Olałeś.

MM: Dokładnie tak. Nie, wiesz co, stwierdziłem, że zgadzam się z tym, że ważne, żeby o Tobie mówili, natomiast mi też zależało na kontekście, bo to jest fundament tego, czym jesteś, czym ma być Twoja firma. Mi zależało na tym, żeby mówiono o mnie pozytywnie. Jediną kontrowersją, jaką starałem się robić, to jest troszeczkę naginać zasady socjalne, tak? Socjologiczne powiedzmy, nie socjalne. Chociażby taki dysonans, że prezes pod krawatem, w koszuli, poważnej firmy, pokazuje się z gołymi laskami. Gołymi, ponieważ one były ubrane w staniki, tak? Ale sex sales, to potwierdzam. I tutaj też ta zabawa konwencją, takiego delikatnego, tysego szowinisty. Mi się podobało to, że niektórzy mieli ból dupy potem i to było świetne, nie? Ponieważ nie robiłem nic złego, świetnie, ludzie mają ból dupy, świetnie, jest reakcja, tak?

PS: Tak.

MM: Natomiast w żaden sposób tego nie mierzyłem narzędziami, tak? Żeby sprawdzać konwersje i też robiłem to świadomie, ponieważ ja uważam, że delikatna ignorancja jest błogosławieństwem, że jeżeli myślisz liczbami, to potem jako twórca, bo uważam się za twórcę, tak, jako twórca potem zaczynasz myśleć liczbami i zaczynasz myśleć jak to zacznie konwertować zamiast skupić się na tym, żeby tworzyć coś, co ludzie będą chcieli oglądać, coś na tyle fajnego, że mówisz ej, fajne, niezależnie od tego, jakim jesteś targetem. Zobacz, że ogłoszenie o pracę grafika było, tak naprawdę teoretycznie było stargetowane na grafików komputerowych, natomiast tam były takie smaczki już, które szły po każdej grupie społecznej, dlatego to się ogląda świetnie, niezależnie od tego, ile masz lat.

PS: Ja Ci powiem tak, ja do dzisiaj pokazuję ten filmik na zajęciach jak prowadzę dla... ja prowadzę takie zajęcia innowacyjność w e-biznesie, generalnie jak prowadzić start up'y i mówię, i można low coastowo...

MM: Tak.

PS: Znaczy low coastowo, nie wiem, jaki, czy to był prawdziwy low coast, czy nie.

MM: Nie, słuchaj, to było tak, że o dwudziestej drugiej usiadłem do komputera, o szóstej skończyłem i o szóstej rano kliknąłem release. Totalnie za darmo, w sensie moja tylko czas pracy, tak trochę grube miliony to kosztowało w takim razie.

PS: W ogóle bezcenne można powiedzieć jakby.

MM: Bezcenne.

PS: Bezcenne. Natomiast pokazuje to właśnie jako case, że zobaczcie, nie zawsze trzeba podchodzić do tematu bardzo poważnie, nie zawsze trzeba zastanawiać się nad tym czy mam zasoby, czy mam nie wiadomo co, tylko można podejść i zrobić coś z pomysłem, a pomysł jak jest dobry...

MM: To się sam obroni.

PS: Zaczyna się bronić. Inna sprawa, że wersja dla kobiet tego ogłoszenia mnie nie przekonała, ale rozumiem...

MM: Ja uwielbiam wersję dla kobiet (<https://www.youtube.com/watch?v=EtbTODAJ6CQ>). To jest taki smaczek zabawy właśnie z tych wszystkich marketerów, którzy robią zgodnie ze sztuką przekazy marketingowe, właśnie te trochę delikatne, NLP, przekazy podprogowe, tutaj mówienie pozytywnymi, superlatywami i dostrzegam właśnie wielokrotnie w

szkołach marketingu, u marketerów, taką, ja to nazywam spięcie dupy za przeproszeniem, gdzie trzeba robić zgodnie ze sztuką i w momencie, kiedy ktoś robi wszystko zgodnie ze sztuką, ale nie wkłada w to serca, to jest sztuczne, nie? I dlatego ta wersja dla kobiet to było mój takie, taki pastisz właśnie tego całego marketingu, takiego ukierunkowanego, dlatego ją uwielbiam bardzo, bo wersja dla mężczyzn to jest po prostu humor, dowcip, a wersja dla kobiet to jest taki delikatny pstryczek w nos.

PS: Dla całej branży.

MM: Dla branżuni.

PS: Dla branżuni. Linki oczywiście zamieścimy w notatkach, żeby nie trzeba było za bardzo szukać, acz myślę, że jak ktoś wpisze...

MM: CupSell, ogłoszenie na YouTube numer jeden.

PS: Wyskoczy na pewno.

MM: A jak.

PS: Przynajmniej, znaczy do tej pory, nie wiesz, już nie jesteś prezesem to nie wiesz, co się wydarzyło. To wiesz, to...

MM: Dokładnie tak.

PS: Okej, masz CupSell, masz nietuzinkową kreację prezesa i całego bazzu, który wokół tego się robi, a jak potem relacja, która się już robi taka B2B, no bo skoro to jest platforma, no to tak naprawdę Ty komunikujesz się z innymi przedsiębiorcami, no i nagle czy udaje się w tej relacji z klientami zachować odrobinę szaleństwa pozytywnego, czy jak w ogóle ludzi do tego namówiłeś, żeby...

MM: Znaczący namówić, nie ma co tutaj namawiać generalnie, wiesz, bo ja, najważniejsze jest to, że cały przekaz marketingowy był w oparciu o moją osobowość, o prawdziwą osobowość i to jest największym komplementem jak ktoś mnie spotyka w realu i mówi mi, ej ty Marcin, ty jesteś taki sam jak na tych filmach, nie? Mówię tak, właśnie to jest najpiękniejsze. Więc po pierwsze, w przekazie marketingowym nie udawałem i z drugiej strony też w relacjach biznesowych też nie udaję, na zasadzie, że jeżeli się z kimś spotykam, to nie jestem sztywnym człowiekiem, który właśnie teraz zaczyna mówić wyłącznie liczbami, tylko totalnie wyluzowany człowiek, który mówi, co u ciebie słychać, jak tam, co jest do zrobienia, jaki deal możemy zrobić, dawaj, tak. To coś tam możemy wspólnie podzielać.

PS: No, a teraz dzwoni ktoś na Twoją infolinię, mówi tak, dzień dobry, bo ja tutaj słyszałem, że wy jesteście tacy świetni, tutaj ja poznałem w ogóle Marcina na jakiejś konferencji, w ogóle przybyliśmy piątkę, piliśmy piwo i ja tu jestem niezadowolony, i teraz proszę mnie tutaj lepiej obsłużyć, no i teraz proszę mnie tutaj lepiej obsłużyć, no a pani z obsługi mówi szanowny panie, nie spełnił pan punktu numer jeden...

MM: Nie, właśnie, no widzisz i to jest tak, to idziemy do tego, że to nie tylko sama góra była dobrze ułożona, ale cała firma była dobrze stworzona. W momencie, kiedy ktoś by tak zadzwonił do biura obsługi, w tym momencie Norbert albo Sandra by powiedziała Marcin, do ciebie. Więc raz, że biuro obsługi było bardzo blisko, dwa, że wszystkie reklamacje załatwiliśmy zgodnie z życzeniem klienta, to jest jedna też z ważnych zasad, w CupSelliu przynajmniej na samym początku CupSella, że każda reklamacja, niezależnie od tego, jaka by ona nie była, była załatwiona pozytywnie na korzyść klienta. Przykładowo, dostajesz koszulkę, z której nie jesteś zadowolony, po prostu nie jesteś zadowolony. My jako firma, która wykonuje personalizowane rzeczy, według prawa nie mamy obowiązku przyjmować zwrotu, tak? Prawo internetowe, które gdzieś tam pozwala na czternaście dni. To są tworzone rzeczy indywidualnie, więc to jest taki hand made powiedzmy i to prawo nas nie obowiązuje. So fuckin what? My i tak wykonywaliśmy to zgodnie z literą i to nie tylko czternaście dni, ale ever. Na zasadzie masz półroczną koszulkę, tak? I stwierdziłeś, że ona wyblakła, tak? Nie pytamy się, a w jakim proszku pan prał, czy wystawiał pan na słońce, nie, nie ma problemu, czy chce pan zwrot pieniędzy, czy nową koszulkę. I dodatkowo nie musisz odsyłać poprzedniej koszulki. Te prawa troszeczkę się zmieniły potem, bo staliśmy się ofiarą własnego sukcesu, tak? Mieliśmy za dużo już reklamacji, które były ewidentnym wyludzeniem, ale na samym początku firmy powiedzmy tam do pięciu tysięcy złotych zamówień miesięcznie to się sprawdzało i wskaźnik reklamacji wcale nie był wysoki. To jest też bardzo ważne. I teraz właśnie wyobraź sobie zadowolenie klienta, który dostaje coś z Internetu, coś mu nie pasuje. No czasami to były jakieś duperele typu ten różowy kolor nie pasuje mi do spodni jednak. Albo myślałem, że będzie bardziej sinoróżowy. I w tym momencie biuro obsługi klienta miało prikaz, tak? Wszystkie reklamacje załatwiamy na korzyść klienta, towaru nie musi nawet odsyłać, bo przykładowo, nam to też się opłacało, bo jeżeli Ty zamówiłeś swoją spersonalizowaną koszulkę ze swoją twarzą, wiadomo, tak? Paweł Sala. Dokładnie. I on mi nie jest potrzebna, a Ty musisz wykonać robotę, pójść na pocztę, zapłacić,

coś tam my musimy, po co? Od razu przelewamy Ci pieniądze albo wysyłamy drugi towar, dzięki czemu udawało nam się załatwić wszystkie reklamacje in plus, wszyscy byli zadowoleni i to działało.

PS: Oszczędność czasu, nie trzeba było się tym wszystkim...

MM: Pewnie, pewnie. I zobacz, że koszt wtedy pozyskania albo utrzymania klienta jest relatywnie niewysoki. Ja sobie sprawdzałem w swojej branży koszt pozyskania zamówienia z AdWordsów, oscylowałbym w granicach czterdzieści pięć do stu dwudziestu złotych. To jest wysoki koszt AdWordsów, bardzo.

PS: Bardzo duży.

MM: Tak. Ja mam bardzo konkurencyjną branżę, tak? Tam właśnie wszyscy w AdWordsach się pozycjonują.

PS: Ale to czekaj, czekaj, czekaj. Koszulka trzydzieści cztery złote.

MM: Tak, a koszt pozyskania zamówienia od czterdziestu pięciu do stu dwudziestu, więc lepiej wziąć te pieniądze i dać klientowi do ręki, prawda? Te trzydzieści pięć złotych, proszę, to dla ciebie, dziękuję, tak? I zapłacić mu za to, żeby był stałym klientem, tak to nazwijmy.

PS: A powracają ci klienci?

MM: Tak, powracają.

PS: Okej, czyli to nie jest tak, że to jest super, pozyskaliśmy, wydrukowaliśmy koszulkę i właśnie mamy minus...

MM: Wiesz, przede wszystkim zobacz, z racji tego, że my jesteśmy platformą, więc najważniejsze jest tworzenie zaufania i tego typu rzeczami jesteś w stanie stworzyć taką podstawę relacji, gdzie ludzie wiedzą, kto jest po drugiej stronie, wiedzą, kto bierze za to odpowiedzialność, bo pokazując się jako prezes swojej firmy i mówiąc ta firma jest moja, tu jest moje konto na Facebooku, otwarte, ja odpowiadam na pytania, więc w momencie, kiedy coś pójdzie nie tak, to do kogo pójdziesz?

PS: Do prezesa.

MM: Dokładnie, więc to jest taka, tak jakby troszeczkę gwarancja, gwarancja jakości, gwarancja uczciwości firmy i to jest ten motyw budowania relacji z najważniejszą w moim przypadku osobą, czyli z osobą, która zakłada sklep, która swój sklep będzie reklamowała innym, która będzie zapraszała innych do tego sklepu, więc robią sklep, znaczy robią platformę, która nie jest no name, za którą stoją prawdziwi ludzie, ja bardzo na to naciskałem od samego początku, że u mnie każdy pracownik był z imienia i nazwiska, każdy mail, każda korespondencja była prowadzona z imienia i nazwiska. Norbert, którego serdecznie pozdrawiam, na samym początku biura obsługi klienta on siedział równie długo jak prezes na Facebooku i odpowiadał na wszystkie, na każdy komentarz było odpowiadane i nie było odpowiadane z konta firmowego CupSell.pl, tylko z jego prywatnego, przez co wszyscy zaczęli kojarzyć Norbert z CupSell. Potem była Sandra na biurze obsługi klienta, ta sama sytuacja, wszystko było odpowiadane per imieniem i nazwiskiem, łącznie z tym, że zamawiając koszulkę dostawałeś w środku karteczkę z podziękowaniami prezesa, wiadomo, ale na samym dole było napisane też, kto wykonał tą koszulkę. Ta koszulka została wykonana przez Monikę. I tam było ręcznie długopisem wpisane, czyli do tego stopnia to, co nam oczywiście też pomagało znaleźć potem winowajców jak ktoś spieprzył koszuleczkę. Akurat to Monika, nie? Wiadomka.

PS: I taki ranking, tak? No.

MM: Znaczący nie, no właśnie to jest, tego starałem się uniknąć, takiej pilnowania, ja też zarządzałem firmą przez wyznaczanie celów, tak? Czyli nie przez pilnowanie, a po prostu słuchajcie, mamy do wykonania taką i taką robotę, chcemy być największą platformą w Polsce, tak? Chcemy sprzedawać najwięcej i najlepiej, zrobimy to. Jeżeli Ty robisz biuro obsługi klienta, słuchaj, ja Ci mogę pomóc w tym, ale nie powiem Ci, co masz robić. Mogę Ci podpowiedzieć, jakie sytuacje są dobre, w jaki sposób załatwiać sprawy, jakiego języka używać, natomiast to od Ciebie będzie zależało jak klient będzie reagował na nasze odpowiedzi. Czyli Ty jesteś, zwłaszcza biuro obsługi klienta, na pierwszej linii z klientem, to jest bardzo ważna funkcja, bo jeżeli Ty coś spieprzysz, tak, to cały marketing prezesa po prostu idzie się chrzącić jak domek z kart, więc jeżeli to jest dobrze poukładane, to ma ręce i nogi, natomiast jest to dość hardcore'owe i niebezpieczne tak patrząc z perspektywy czasu. Jestem teraz bogatszy o doświadczenia, no to tak hardcore jest generalnie.

PS: Znaczy to jest hardcore z jednej strony A, masz personalną, po pierwsze, personalnych ludzi, którzy odpisują i teraz jak ci personalni ludzie zaczynają odpisywać, to co jak się z nimi pokłócisz? Bo jednak czasem można się z kimś pokłócić albo oni będą mieli inne cele w życiu do realizowania i nagle okazuje się, że tutaj tracisz. No inna sprawa, że w pewnym momencie, no możesz mieć też ten kryzys, bo będzie za dużo pytań do Ciebie.

MM: Tak. To był, to chyba było ważniejsze, wiesz?

PS: I kurde jak to obrobić. No przyzwyczailem ludzi, że odpisuję, odpisuję personalnie, więc no teoretycznie mogę mieć asystentkę, asystenta, który będzie to za mnie robił, ale...

MM: Nigdy tak nie było, ale tak. Ale mógłbym.

PS: Ale mógłbyś. I nagle się okazuje, że tutaj oczekują ludzie od Ciebie, że to, zresztą kiedyś tak jak Maciek Budzik tam Sadka testował, tak? Po jakim czasie Sadek odpisze.

MM: O czwartej w nocy nawet bez oznaczania wpisywał, tak, tekst.

PS: Tylko, że to kurczę kiedyś trzeba spać i ten.

MM: Tak, to jest miecz obusieczny. Miałem chyba w 2015 roku rzeczywiście za dużo wiadomości na Facebooku, ale to były wiadomości pozytywne, raczej nawiązujące. To nie były reklamacje. Jakoś też udało nam się ludzi przekonać do tego, że rzeczy techniczne się załatwia z działem technicznym, rzeczy pozatechniczne, powiedzmy na przykład zgłosiłeś reklamację, nie dostałeś odpowiedzi, do prezesa od razu, cmyk, więc w tym momencie to są już proste rzeczy do załatwiania, ale w 2015 roku rzeczywiście mój Facebook płonął na czerwono. Tak jak masz te notyfikacje, nie? To tam wiadomości nieodczytanych, oznaczeń było od cholery, więc bardzo dużo czasu nad tym spędzałem i niestety, no udawało się nie wszystkich ogarnąć, tak? Co już było w moim mniemaniu minusem, ale potem wystarczyło też delikatnie pokazać komunikację, na przykład kilka razy wspomnieć o tym, że przepraszam, jeżeli komuś nie udało się odpowiedzieć, to też nauczyło ludzi, że no jednak zdarza się, że nie na wszystko jestem w stanie odpowiedzieć, ale nie wynika to z mojej złej woli, tylko z po prostu niemożliwości. Jeśli powiesz ludziom prawdę, no to ludzie rozumieją, no bo co. Nikt nie może mieć do Ciebie pretensji o to, że tak już jest.

PS: Poza tym wiesz, doba ma dwadzieścia cztery godziny, a Ty dalej budujesz ten autentyczny wizerunek hej, hej, ja też muszę spać, ja też muszę zjeść.

MM: Nie, nie muszę akurat.

PS: No to dobrze.

MM: Śpię w dzień, także jak się... ludzie idą do pracy to ja wtedy śpię.

PS: Niemniej jednak wiesz, no ludzie czują, że tak naprawdę to jest druga osoba, która tak, no też może pewnych rzeczy, no nie ogarnąć, w tym sensie, no może ją to przytłoczyć, tyle.

MM: Tak, tak, zgadzam się. No Sadek do tej pory jedzie hardcore'm, nie? On cały czas utrzymuje wysoki poziom odpowiedzialności.

PS: No tym bardziej jak na prezesa spółki.

MM: Giełdowej.

PS: Giełdowej. Marcin, a jak na wakacjach sobie dawałeś z tym radę?

MM: Nie miałem wakacji.

PS: Nie miałeś?

MM: Nie, nie, wiesz co, no ja mam też totalnie inne podejście do życia, bo ja pochodzę z Kołobrzegu, więc pojęcie wakacje w moim mózgu równa się praca, bo wiesz, Kołobrzeg to jest miasto wakacyjne. Kiedy inni sobie odpoczywają, to Ty zaczynasz właśnie biznesy wakacyjne. Mój pierwszy biznes to było sprzedawanie lodów na plaży. Bardzo fajna szkoła marketingu. To jest wiesz, w wieku szesnastu lat zarobiłem dwa i pół tysiąca w miesiąc, tak? To był...

PS: Wow.

MM: Sposobem, wiesz, sprzedaży bezpośredniej. Dopiero po latach z książek przeczytałem, że wtedy robiłem cross-selling, up-selling, budowanie wizerunku, tak? Dbanie o szczegóły. To dopiero potem sobie doczytałem całą teorię. Więc wychodząc z takiego backgroundu nauczyłem się dwóch rzeczy, po pierwsze, pracując odpoczywać, a po drugie, żeby Twoja praca była Twoją pasją, co jest bardzo ważne. W momencie, kiedy robisz to, co lubisz i sprawia Ci to przyjemność, robisz to w dowolnych godzinach, nie masz wyznaczonych jasnych ram, jesteś sam sobie szefem, no tak jak podam Ci przykład, poniedziałki. Ludzie narzekają na poniedziałki. Jak kiedyś, jak firma zaczęła się rozrastać i też zauważyłem, że zaczynam chłonąć to, że poniedziałki nie są fajne, nie? Więc stwierdziłem dobra, zaczynam pracę od wtorku. Czyli poniedziałek laba. Ludzie, ludzie tam wiesz, w poniedziałek do pracy przychodzą, napierdzielają, nie, a Marcin wtedy się budzi o godzinie dziesiątej, idzie sobie pobiegać, potem jakieś śniadanko, koło szesnastej sprawdza ewentualnie maile i dopiero od wtorku zaczynam właściwą pracę, mówię kurde, jak wspaniale. I w takim trybie te wakacje przestają być potrzebne, a poza tym mając biuro w Poznaniu często wracaliśmy do Kołobrzegu, no to wiesz, plaża na chwilę, no to wystarczająco totalnie, ale praca, znaczy właśnie praca, kurde, to jest ciężko pasję nazwać pracą, ale tak to nazwijmy.

PS: Biznes.

MM: Praca na dwadzieścia cztery. No tak, to jest biznes, a to jest najfajniejsze, jeżeli Twoim hobby jest biznes. W ogóle to już wtedy granica się zaciera i wszystko jest piękne.

PS: Okej. Natomiast tak mówisz, kurczę ogląda nas ktoś młody, stwierdzi dobra, założę firmę i będzie pięknie, natomiast...

MM: Nie będzie. Nie, nie rób tego.

PS: Wiemy o tym, że tak idzie, idzie i w pewnym momencie, no dochodzisz do pewnego sufitu, do pewnej hopki, którą trzeba przeskoczyć. No ja wiem, że u Ciebie się pojawili w pewnym momencie inwestorzy.

MM: Tak, no to było konieczne, bo byliśmy tak zwany out of money, więc to była konieczność, no ale to też wynika z apetytu. CupSell z założenia miał być wielki, więc automatycznie wydawałem więcej niż mogłem. I reinwestowałem nie tylko zyski, ale też przyszłe zyski, błyskawicznie, więc w pewnym momencie zwrot, wzrosty były piękne, tak? Wszystko się zgadzało, rośliśmy tak trzykrotnie, czterokrotnie, no ale niestety cash flow jest nieubłagany. Jeżeli cały czas musisz rozbudowywać IT, jak i produkcję, bo to też jest gnój straszny, że CupSell to są dwa rodzaje biznesu w jednym, czyli firma informatyczna, firma IT, bo tu masz cały skomplikowany system do obsługi sklepów, SAS można to nawet nazwać, tak?

PS: Masz SAS, ale do tego masz SAS, gdzie masz bardzo dużo pieniędzy, a jak masz SAS, pieniądze i przepływy, to tam się niestety pomylić za bardzo nie można.

MM: Nie można, tak, i obciążenia, które generowaliśmy były niesamowite, więc z jednej strony jest to firma IT, a z drugiej strony jest to nadal firma produkcyjna, czyli musisz wydawać też pieniądze na takie przyziemne rzeczy, chociażby jak maszyny do koszulek.

PS: Które zapewne tanie nie są.

MM: No nie są, tak, to są już miliony. I zapotrzebowanie gotówkowe, i po jednej stronie, i po drugiej, było na tyle duże, że w pewnym momencie doszliśmy do cash flowowego problemu, że albo zatrzymujemy wzrosty, tak? I odcinamy kupony już, czego bardzo nie chciałem, albo musimy dopuścić inwestora z zewnątrz. I pierwsza inwestycja trzydzieści pięć procent kupione za siedemset tysięcy, więc bardzo fajna wycena, to było 2015 chyba rok i teraz druga runda inwestycyjna, nowy inwestor, 4FunTV, które serdecznie pozdrawiam, wydali łączną kwotę 2,6 miliona, żeby objąć siedemdziesiąt procent biznesu, tak? Więc jest to już taka dość, dość fajna wycena.

PS: No zdecydowanie. I teraz, co się zmienia w Twoim życiu w momencie, kiedy nie mówię o życiu, nie jesteś prezesem, tylko w momencie, kiedy wchodzi inwestor, gdzie to już dla niego nie jest pasją, tylko dla niego to jeszcze, już jakiś Excel, już jakieś wskaźniki, już jakieś tam cacki, LTV i inne.

MM: Tak, tak, tak.

PS: Inne mierniki, a reklama, grafika tudzież nie wiem, beciaki czy inne tego typu akcje, nie są, mogą być fajnym CSR-owym działaniem, a niekoniecznie są czymś, co w Excelu daje wprost przynajmniej odzwierciedlenie.

MM: Oczywiście, no i widzisz, tutaj bardzo ładnie to nazwałeś. Dochodzimy właśnie do momentu tego mojego zejścia, tak? I to jest główny powód, dla którego też trzeba, no ponieważ CupSell jest już dojrzałą firmą, to już nie jest start up, to już nie jest mała firma. Też się nauczyłem, że przy dwudziestopięcioposobowej załodze, zarządzanie pod tytułem będzie jak będzie, już tak nie do końca działa, że przydałyby się jakieś wskaźniki i widzisz, no ja jestem twórcą, ja jestem menadżerem czasu wojny, czasu tworzenia, a nie kustoszem, tak? Znaczy to tak kolokwialnie mówiąc...

PS: No to ładne, no ale to jest ładne. Muszę zapamiętać, kurde.

MM: Przy dojrzałym, dużym biznesie, który już jest największy w Polsce, wypadałoby właśnie podkreślać wskaźniki, a nie atakować wszędzie, gdzie się tylko da. Ja uwielbiam atakować, więc to jest idealny czas na przekazanie pałeczki, żeby mądrzy ludzie, mądrzy menadżerowie wzięli CupSella pod swoje skrzydła i poukładali to zgodnie ze sztuką, przy czym właśnie uznałem, bo miałem propozycje, żeby cały czas, to znaczy, żeby też przenieść się z biura, razem z biurem do Warszawy, ale też, żeby zostać w zarządzie, uznałem, że to nie będzie na miejscu, chociażby po to, żeby nowemu zarządowi dać mandat, że od teraz mogą robić cokolwiek, tak? I dodatkowo, że wszystkie rzeczy, które ja popełniłem nie będą ich ciągnęły jakkolwiek w dół, tak? Czyli właśnie to, co powiedziałeś, ten wizerunek, że tam, no że przecież w zarządzie tam jeszcze ten prezes tam jest, nie, właśnie tam już prezesa nie ma. Czyli ja mogę z czystym sumieniem, do tego momentu doprowadziłem firmę, odejść i wreszcie zająć się czymś nowym.

PS: A jest już pomysł na to coś nowego?

MM: Jest, tak, jest. Wiesz co, to tak, bo jestem teraz na bezrobociu, jestem bezrobotny i jestem cholernie zapracowanym bezrobotnym, w ogóle się okazało, że teraz mam więcej roboty niż jak pracowałem. No chociażby przykład przyjechania dzisiaj do Krakowa, w poniedziałek zdałem już mieszkanie do mieszkania poznańskiego, bo się wyprowadzam z Poznania. I jeszcze nie udało mi się dojechać do Kołobrzegu. Tak, jestem w Krakowie, więc cały czas coś.

PS: Dla wszystkich Poznań, Kołobrzeg, Kraków.

MM: Tak, to jest logiczne. Generalnie polecam do Poznania, znaczy do Kołobrzegu przez Kraków, tramwajem siódmką się dojeżdża generalnie.

PS: Tylko trzeba kuszeczkę wcześniej kupić. No.

MM: Podsumowując, wiesz co, CupSella robiłem ponad dziesięć lat i to nie była przebieżka. To był maraton, tak naprawdę wiesz co, analizując sobie z biznesowego punktu widzenia CupSell udał się siłą woli tak naprawdę, bo wskaźniki, żaden wskaźnik nie pokazywał, że tak będzie. Dodatkowo nikt nie przewidywał, że można dojść do takiej skali, no i nikt tego jeszcze nie zrobił, więc to udało się dość zaparciem prezesa i całego zespołu, siłą woli i to było dziesięć lat maratonu, więc po tak długim czasie ja z dumą mogę powiedzieć, że doprowadziłem go do tego miejsca, na mnie pora, no i teraz muszę sobie odpocząć.

PS: Mówisz, że nie umiesz odpoczywać.

MM: Nie, odpoczywać umiem, tylko nie wiem, co to są wakacje ani urlopy.

PS: Aha. Przepraszam, przepraszam.

MM: Tak, bo ja mam takie wiesz, urlopy instant, typu w poniedziałek i to jest mój urlop albo nie wiem, po szesnastej, albo od ósmej do szesnastej jest mój urlop, a pracuję sobie nie wiem, tam od dwudziestej do szóstej rano.

PS: Ale masz czy czujesz jak już odpoczniesz, że dalej to teraz buduje coś nowego, bo jestem menadżerem czasu wojny, czy dzisiaj spróbuję być twórcą i być bardziej na YouTube obecnym, czy nie wiem, czy będę surfował i kurde...?

MM: To dobrze trafiłeś. Wiesz co, i teraz...

PS: Za pierwszym, drugim czy trzecim?

MM: Za każdym. Właśnie idealnie te trzy rzeczy, które powiedziałeś, są idealne w to, co się teraz dzieje. Ja potrzebuję teraz czas, żeby zadać sobie najważniejsze w życiu pytanie, co i dlaczego. Z jednej strony mam, waham się pomiędzy dwoma rzeczami, mam dwa plany, albo przed czterdziestką, bo jestem jeszcze przed czterdziestką, zrobić biznes globalny, jakiegoś grubasa takiego, że wiesz, z takim boom, albo pensjonat w Kołobrzegu. I na to pytanie muszę sobie zadać odpowiedź, czy, co jest tak naprawdę bliżej mnie, bo zarówno surfowanie, notabene zapraszam do Kołobrzegu na surfing, bo można, naprawdę, w Polsce, nad Bałtykiem można surfować i teraz troszeczkę jadę tam sobie spróbować

takiego pomieszkać w małym mieście, odpocząć od dużego miasta, od dużego biznesu, postaram się nie angażować w duże biznesy, może się uda, chociaż widzę, że jest cholernie ciężko i po mniej więcej roku, a przy okazji też będę próbował być blogerem, bo założyłem bloga prezesradzi.pl, będę starał się służyć swoją wiedzą młodemu pokoleniu, może komuś się uda pomóc. I ten czas takiego roku odpoczynku od prowadzenia własnej, dużej firmy, powinien dać mi możliwość odpowiedzi na pytanie, co teraz, tak? Czy znowu wchodzi i za rok jedną z tych dróg postaram się podążyć.

PS: Oby z sukcesem.

MM: Nie ma innej możliwości.

PS: No dobra, to jeszcze, to ja jeszcze się chwycę chwilę tego prezes radzi, bo to założmy, że ogląda nas młody, dzisiaj nagrywaliśmy też odcinek, nagrywałem dzisiaj też odcinek z Łukaszem Kozłowskim z Shoppera i tam rozmawialiśmy o poradach dla młodych, po czym poprawiliśmy się, że niekoniecznie dla młodych, ale po prostu dla e-commerciaków, którzy chcą budować e-commerce. No to skoro prezes radzi.

MM: Tak.

PS: Oczywiście zlinkujemy w notatkach do bloga.

MM: A to jest moja jeszcze taka dygresja, bo to jest bardzo fajna nazwa, bardzo fajna domena, bo to jest prezesradzi.pl. Ta domena ma ukryte w sobie brzydkie słowo, nie wiem czy zauważyłeś.

PS: Jestem dysgrafikiem, więc musiałbym sobie...

MM: To ja Ci powiem. Prezes sra. Ja uwielbiam instant joke'ing, nie? W ogóle sama nazwa CupSell to też jest instant joke, nie? A w logo kiedyś mieliśmy łódź podwodną i to jest wiesz, dopiero po siedmiu chyba latach wyjaśniłem why, nie?

PS: To podzielisz się, przepraszam?

MM: Dlaczego łódź podwodna?

PS: Tak.

MM: Bo tak. Znaczący przez siedem lat na konferencjach tłumaczyłem, że to, tu jest zależność marketingowa wynikająca z badań i tak dalej, a tak naprawdę bawiło mnie samo pytanie o to, nie? A ja mówię ty, a jakbym tam zrobił łódź podwodną, tak, zrobię łódź podwodną w firmie koszulkowej, to jest genialne. Dlatego teraz ta domena też mi się bardzo podoba. Prezesradzi, no dajesz. Aha i jeszcze uwaga, bo jak raz to usłyszeliście, to już zawsze będziecie to słyszeć, nie? Powiedz to.

PS: To teraz, gdybyśmy mieli młodego, dojrzałego e-commerciaka, który staje przed poważnym wyzwaniem i zastanawia się, co dalej robić i stwierdza, że to, co to będzie robienie e-commercu, taka złota rada, którą byś po tych dziesięciu latach sprzedał?

MM: Wiedza.

PS: Wiedza?

MM: Już.

PS: Wiedza, kropka.

MM: Nie dziękujcie.

PS: Ten blog będzie bardzo poczytny i dobrze spozycjonowany.

MM: Znaczący wiesz co, właśnie w blogu staram się wyznaczać kierunek i na przykład ciężko mi jest podzielić się całą wiedzą, bo ja kiedyś odkryłem, znaczący odkryłem, Will Smith ma bardzo fajny filmik na YouTube, key of life, jaki jest klucz do życia. I tam są dwa słowa, reading and running, tak? Czytanie i bieganie.

PS: Okej.

MM: Głupie, a po chwili, ej, to nie jest głupie, tak? Jeżeli cokolwiek chcesz w życiu osiągnąć, czy to będzie sklep internetowy, czy zostać gwiazdą YouTube'a, czy no nie wiem, znanym blogerem i tak dalej, to ktoś już przed Tobą to zrobił. Skoro ktoś to zrobił, bardzo jest duża szansa, że o tym napisał książkę. Zresztą masz biografię ludzi, którzy osiągnęli sukcesy i tam jest instrukcja obsługi krok po kroku, co masz zrobić, żeby osiągnąć dokładnie to, co zamierzasz, pod warunkiem, że naprawdę chcesz to osiągnąć, tak? To jest bardzo ważne. Jeżeli wyznaczysz sobie cel, to znajdź informację, znajdź wiedzę na ten temat, co musisz zrobić. Teraz running, dlaczego running? Bo bieganie uczy Cię, zwłaszcza długich dystansów, uczy Cię walki z samym sobą. Jak biegniesz długi dystans to po pewnym czasie Twój mózg zaczyna Cię sabotować i masz takiego diabełka i aniołka, tak? I ten diabełek zabija aniołka i zostają tylko dwa diabełki. I on mówi nie, jesteś zbyt słaby, po co biegniesz, usiądź, w ogóle zatrzymaj się, nie dobiegniesz, zobacz, dyszysz i tak dalej. Jeżeli uda Ci się z tym wewnętrznym dialogiem wygrać, to już jesteś do przodu. Jeżeli tego się nauczysz i przeniesiesz to chociażby na biznes, co też jest bardzo ważne, bo biznes jest straszną...

PS: Tak, diabełków dużo jest.

MM: Jest bardzo dużo diabełków. I ciężko jest trzymać się wyznaczonego celu, bo bardzo łatwo jest zbroczyć w każdej chwili. Jeżeli nauczysz się wytrwać w swoim celu, nauczysz się w swoim wewnętrznym dialogu powiedzieć fuck you i tak to zrobię, to to plus wiedza, to brakuje Ci jeszcze delikatnej ilości szczęścia. Bo to szczęście jest przydatne. Czasami wiesz, zobacz, że są biznesy, które wypalają już po jednym roku, a niektóre potrzebują bardzo wielu lat. Mój biznes potrzebował ponad dziesięciu lat. To jest wiesz, niesamowity maraton. Z tą wiedzą, którą mam teraz, jestem pewien, że CupSella dałoby radę spokojnie ogarnąć w trzy do pięciu lat, trzy lata rozruchu i kolejne dwa do obcinania już kuponów.

PS: Ale to wiesz teraz, bo już masz, poza wiedzą jest jeszcze to doświadczenie i to jest...

MM: Tak.

PS: To, co niestety przychodzi, niestety...

MM: A doświadczenie jest potwierdzeniem Twojej wiedzy, nie? Którą zdobyłeś, plus ze zdobyciem nowej wiedzy.

PS: Plus jednak troszkę, znaczy na pewno tak, ale zobacz, że doświadczenie możesz mieć super wiedzę związaną... przeczytasz tysiąc książek, obejrzyś tysiąc podcastów, videocastów i może się tak okazać, że część osób podąża bardzo podobną drogą albo może inaczej, dąży do bardzo podobnego celu, ale troszkę inną drogę wybiera i nagle okazuje się, że tak naprawdę nie masz, ufasz temu, który wydaje Ci się bardziej wiarygodny, nie? Ale nie masz właśnie tej mądrości wewnętrznej takiej, która przychodzi tylko z doświadczeniem, żeby stwierdzić, że ale to jestem ja. To, co na samym początku powiedziałeś, ja byłem, kim byłem, w sensie byłem sobą, więc ten marketing był prawdziwy.

MM: Tak, to jest bardzo poważne, tak.

PS: A teraz zobacz, ktoś stwierdzi, no jest taki Marcin, Marcin wpadł na świetny pomysł, że będzie robił coś takiego. Podobnie wyglądają filmiki pana... Boże, One Dolar...

MM: One Dolar [00:34:35].

PS: Tak.

MM: Tym się inspirowałem właśnie.

PS: Tak.

MM: Jak zobaczyłem to mówię, fuckin simple. Kolesi jest prawdziwy, kolesi jest komikiem, w ogóle wiesz, ej, wow. Niski budżet i w ogóle.

PS: No mamy przykład międzynarodowy, mamy przykład polski, robię to, tylko że, no ktoś może być kimś takim jak ja, który mówi spokojnie, no i ja jakkolwiek bym chciał...

MM: Widziałem takie próby i to było rzeczywiście złe.

PS: I to złe to jest mało powiedziane.

MM: Tak, już nie chciałem mówić, że żenujące, ale Ty to powiedziałaś, znaczy chciałeś to powiedzieć.

PS: Chciałem to powiedzieć, no więc myślę, że jeszcze ta odrobina tej mądrości życiowej, która z ilością siwych włosów tudzież wieku przychodzi albo właśnie trzeba wtedy czytać ludzi, prezes radzi.

MM: Tak. Wiesz co, właściwie ja przepraszam, że przerwę, ale w jednym filmiku, ale chyba jeszcze na starym kanale, nagrałem filmik pod tytułem kompas życiowy, co jest bardzo ważne, bo musisz odpowiedzieć sobie na zajebiście ważne pytanie, kim jesteś i co lubisz robić. To jest mega ważne, no bo to nie jest problem, żeby wyznaczyć sobie cel, na przykład ja, że będę najlepszym księgowym w Polsce, tak? Wyzaczyłem sobie taki cel, mimo że do tego predyspozycji nie mam, ale zdobędę na ten temat wiedzę, będę się starał i mi się to uda. Tylko że w momencie, kiedy to osiągnę, będę najbardziej nieszczęśliwym księgowym w Polsce.

PS: Albo jeszcze po drodze mniej więcej pięć razy.

MM: Tak.

PS: Ale będziesz miał diabełka, który Ci...

MM: No, więc najważniejsze jest wiedzieć, kim jesteś i iść zgodnie ze sobą, czyli jeżeli wybierasz, jeżeli chcesz iść w e-commerce, to jest, pasja jest bardzo ważna, więc fajnie, żebyś obrał kierunek biznesu zgodny z Twoim zainteresowaniem. Ja o tym też film nagrałem, trzydzieści pięć filmów i dwadzieścia pięć książek o tym napisałem, żeby wybierać rzeczy zgodnie ze swoim zainteresowaniem. Ja wywodzę się wiesz, z rynku, znaczy z rynku, ze świata hip hopu, ze świata skate'ów i mi się to niesamowicie spodobało wtedy, kiedy miałem szesnaście lat, obserwując cenę amerykańską, że skaci raz, że są sponsorowani przez firmę, czyli jest im płacone za to, że wykonują coś, co kochają, to już jest wow, ale z drugiej strony nie ma na to wpływu, kto ich sponsoruje, nie? I teraz mamy drugą część skaterów, którzy zaczęli zakładać firmy skate'owe, jedni produkowali deski, inni kółka, łożyska, koszulki, naklejki, wiesz. I teraz wokół tego powstała cała branża i teraz kolesie robią biznes na tym, co uwielbiają. Mój biznes, CupSell.pl, wywodzi się właśnie ewidentnie z pasji. Ja byłem grafficiarzem, ja malowałem graffiti za czasów, kiedy w Polsce nie było jeszcze skate shopów. I chcąc założyć fajną koszulkę bez znaczka Nike'a albo Adidasa, no nie było takiej możliwości. I wtedy odkryłem, że zrobienie personalizowanego nadruku jest technologicznie niemożliwe od jednej sztuki. Mówię, how it's fuckin possible. Latamy w kosmos, nie potrafimy zadrukować koszulki, jak? Były dwie technologie. Prasowanki, czyli na drukarce prasujesz, spieranko od razu. Albo sitodruk, czyli matryca, duży nakład, minimum sto sztuk i tak dalej. No dobra, ale chcę jedną sztukę tu i teraz. Nie było takiej możliwości. Ja wymyśliłem taki system, dlatego właśnie pędzelek, jako grafficiarz miałem umiejętności manualne, więc pierwsze koszulki sobie sam robiłem pędzelkiem, nadrukowywałem, to działało, to były farbki, które po wyschnięciu były gumowe i się nie spierały. Nie miały nic przeciwko generalnie. I to był właśnie, od tego zacząłem na samym, na studiach szukając swojej drogi biznesowej. Mówię ty, ja sobie robiłem te koszulki, potem robiłem znajomym koszulki, mnie to rajcowało, że ktoś nosi coś, co sam stworzyłeś. To jest właśnie tak jak na mieście zobaczyć swój wrzut, tak? Albo pociąg jadący z Twoim srebrem, coś genialnego, nie?

PS: To moje.

MM: To moje. I teraz to samo uczucie miałem, kiedy w Szczecinie notabene, w markecie z daleka widziałem, że ktoś nosi moją koszulkę i on o tym nie wie, że ja ją wiesz, nad nią spędziłem kilka godzin. To było takie rajcowne i właśnie ta pasja, którą miałem wtedy i to, że chciałem się tym podzielić z innymi, mówię ej, skoro ja mam w tym pasję, że ludzie noszą moje nadruki, ty, to ja może wiesz, ze swoją wiedzą dam tobie możliwość, żebyś ty też miał swój sklep z koszulkami, a może by tak dać wszystkim możliwość robienia sklepów z koszulkami, bo też a propos sklepu z koszulkami, kojarzysz, ile w Polsce jest sklepów ogólnie? E-commerców?

PS: Nie mam pojęcia.

MM: To Cię zaskoczę, bo to podejrzewam, że na czterdzieści milionów Polaków sklepów internetowych powinno być dużo, nie? Od trzydziestu pięciu do czterdziestu pięciu tysięcy, w zależności od badań. To jest cholernie mało. Dla porównania na CupSell.pl sklepów z koszulkami jest założone sto pięćdziesiąt tysięcy. Sto pięćdziesiąt tysięcy sklepów z koszulkami. To jest właśnie pokazanie skali. Wiesz, ale bariera wejścia w CupSellu jest zerowa praktycznie, no i większość sklepów niestety nie zarabia, bo to jest ta szara masa i to też jest fajne, żeby móc spróbować swoich e-commercowych, e-commercowej przygody zamiast inwestować w swój własny sklep i wiesz, produkcję i tak dalej, wejdź na CupSella, załóż sobie sklep, jeżeli umiesz sprzedawać na CupSellu, to dopiero wtedy inwestuj we własną działalność gospodarczą.

PS: Właśnie mnie zainspirowałeś jak będę testował pewnych ludzi jak będę do pracy przyjmował.

MM: Crowdsourcing?

PS: Wiesz co, nie, bo byłem kiedyś na chyba Marketing Festiwalu i ktoś opowiadał, że oni przyjmują do pracy człowieka i jak przyjmują do firmy, bardzo duża agencja, to mają swój sex shop i Twoje zadanie sprowadza się do tego, że przez pierwsze trzy miesiące musisz ten sex shop prowadzić. Kiepski, znaczy kiepski towar, trudny w sprzedaży.

MM: Specyficzny bardzo.

PS: Bardzo specyficzny. Natomiast, jeżeli nauczysz się odpowiednio SEM-u, robić SEM, Facebooki, wszystkie inne rzeczy, to znaczy, że cokolwiek Ty, z czymkolwiek nasz klient do Ciebie przyjdzie, Ty na pewno dasz sobie radę.

MM: Tak, taka praca agencyjna, nie?

PS: Tak, tak, no i tak sobie teraz pomyślałem kurde, to może jak ja przyjmuję kogoś do strategii, powinienem powiedzieć tak, to my tu mamy bardzo fajne naklejki Fresh Mailowe, to teraz przenosimy je na koszulki w CupSellu i teraz przez trzy miesiące okres próbny, pokaż jak...

MM: Tak, zrób tą sprzedaż. Spoko, to jest, no widzisz, świetne pole doświadczalne, nie? No bo to jest...

PS: Tak jak mówisz, próg wejścia niewielki, zero.

MM: Zero, no właśnie to jest kurde, ja miałem... wiesz, jaki był największy problem CupSella? Na samym początku, w momencie, kiedy robiłem konferencję i tłumaczyłem jak działa CupSell, wchodzisz, zakładasz konto, wrzucasz swój nadruk i umieszczasz grafikę, doliczasz swoją prowizję, klikasz, that's it, nie? Dobrze, i w pewnym momencie jakby dostałem pytanie, ile to kosztuje. Zero, to za prowadzenie sklepu nic nie trzeba. Aha, dobrze, to co, jakaś umowa na wyłączność jest? Ja mówię nie, żadnej umowy nie ma. Ale prawa autorskie zostają u was? Mówię nie, my jesteśmy tylko operatorem, ty masz. Aha, to gdzie jest haczyk? I to była największa obiekcja, z którą ja mogłem sobie poradzić, nie? Że ułożyłem tak genialny system, że ludzie podświadomie doszukiwali się, że tam na pewno, to jest niemożliwe, wszystko za darmo i wszystko działa?

PS: No, ale pamiętaj, że wiesz, to nie tylko, bo to nawet nie jest Polska mentalność, tylko jak coś jest za darmo, to ty jesteś produktem.

MM: Tak, no i dlatego trzeba dać jakiś minus, chyba specjalnie przemycać minusy, żeby ludzie się skupili aha, dobra, żeby sobie poradzili z tego typu obiekcjami, nie? No bo w CupSellu rzeczywiście zobacz, zakładasz próbny e-commerce, no jedynym minusem są podatki, które notabene odprowadzamy w imieniu użytkownika, czyli my załatwiamy wszystko, my zajmujemy się papierologią, umową. Jeżeli Ty wypłacasz pieniądze, to podpisujemy umowę z Tobą, rozliczamy się z Urzędem Skarbowym. Wszystko, wszyściuteńko. Natomiast...

PS: Dzieło? Tak z ciekawości, to są dzieła, zlecenia?

MM: Wiesz co, tam były umowy licencyjne, ponieważ to podchodzi pod...

PS: Czyli

MM: Dokładnie tak, o przekazywanie praw autorskich, na szczęście, bo to też prawo polskie jest bardzo wymagające, enigmatyczne i zmienne, co jest chyba najgorsze.

PS: Niestety.

MM: Tak.

PS: Zresztą ja, to już jakby na pewno inny odcinek, jak swego czasu rozmawiałem, może bez firmy, ale z kilkoma firmami, które prowadziły swoje SAS-y i nagle okazuje się, że bardzo chętnie przenoszą działalności do różnych dziwnych lokalizacji podatkowych, natomiast nie dlatego, żeby nie płacić swoich podatków, bo na koniec i tak to, co zostaje, transferują do Polski.

MM: Transferują.

PS: I tu rozliczają w swojej spółce z o.o. czy w czymkolwiek tam innym, tylko po to, żeby ze swoimi partnerami, afiliantami, móc się rozliczyć na zasadzie wylanie na konto PayPallowe.

MM: Tak.

PS: Albo po prostu...

MM: Tak po prostu, uproszczenie.

PS: Uproszczenia, a nie pisanie stu pięćdziesięciu tysięcy PIT-ów na koniec roku i jeszcze kilku innych.

MM: No właśnie to mnie trochę przeraża, nie? Bo to i teraz z informacji, które do nas docierają wiemy, że będzie coraz trudniej, poczynając od tego głupich, głupiego obowiązku o wyświetlaniu, że cookiesy, tak? Żeby potwierdzić. Teraz mamy RODO, dzień dobry, za chwilę będzie podatki od linków.

PS: Podatki od linków, privacy za chwilę.

MM: Tak, tak, no jest rzeź, nie? W sensie, staliśmy się ofiarą znowu własnego sukcesu jako Internet. Internet stał się zbyt popularny. Zainteresowały się Internetem duże firmy, duże kapitały, więc zaczyna się próba normalizacji czegoś, co tak naprawdę samo się moim zdaniem normalizowało, jeśli chodzi o Internet.

PS: Znaczący wiesz co, ja poszedłbym jeszcze dalej, zobacz, że tak jak popatrzyś w statystyki, one być może w Polsce trochę inaczej wyglądają, natomiast generalnie, jeżeli popatrzyś na cały globalny rynek, to się okazuje, że osiemdziesiąt procent całego kapitału wydawanego na reklamę w Internecie idzie Ci albo do szeroko rozumianej sieci Google'owskiej czy tam do alfabetu, albo do Facebooka. Koniec.

MM: Tak.

PS: I jest dwadzieścia procent reszty. I teraz chcąc zarobić, opodatkować, bo nazwijmy rzecz po imieniu, opodatkować czy Facebooka, czy Google'a, gdzie wiadomo, że mają bardzo dobrych prawników, bardzo dobrą strukturę holdingową.

MM: Tak, to jest najgorsze, nie?

PS: No to nagle wprowadza się prawo, właśnie nowelizację prawa autorskiego na poziomie Unii Europejskiej, no która de facto miała, przynajmniej tak mi się wydaje, w założeniu spowodować, że Google nie będzie czerpał od wydawców odpowiednich profitów. W rezultacie Google sobie na pewno z tym wszystkim poradzi, bo po prostu zgasi Ci linkowanie.

MM: Tak.

PS: I za chwilę powiesz ej, włączcie, we Francji już to było, a okaże się, że serwisy typu nie wiem wykop czy inne będą miały problem i one będą musiały kombinować i zarżniemy sobie coś, gdzie te dwadzieścia procent zamiast rosnać będzie zerowało się.

MM: Tak. No i też to troszeczkę koniec takiego demokratycznego Internetu, jaki znamy, nie? Czyli, że każdy może sobie stworzyć serwis. Ja teraz się boję, że... inaczej, bo pewnie za chwilę będę wchodził znowu w sklepy internetowe w Internecie, gdzieś tam z racji tego doświadczenia, ale już teraz widząc różnicę, ilości rzeczy do spełnienia, mówię Jezu, jaka to jest strasznie duża bariera wejścia. I teraz się okaże, że coś, co kiedyś było domeną ludzi biednych, którzy chcieli sobie dorobić, właśnie Allegro, pierwsze swoje sklepy internetowe, takich małych small biznesów, to bariera wejścia dla nich będzie tak duża, no że znowuż w Internecie będą już tylko duże firmy, giganci i długo, długo nic, nie? A ci mali ludzie będą musieli znowu pójść na bazar.

PS: To jest jedno.

MM: Bo już nawet szarej strefy w Internecie nie będzie, bo już jest taki kontroling, że wszystko musi przechodzić legalnie.

PS: Po pierwsze, jest olbrzymi kontroling. Po drugie, zobacz, że masz firmy albo mam wrażenie, działają prawne tudzież kancelarie, które za bardzo nie mogą się reklamować, natomiast zobacz, wspomnieliście o RODO, RODO od 2000 chyba jedenastego lub dwunastego roku wiadomo, że Unia Europejska nad tym pracuje, o tym jak RODO będzie wyglądało wiadomo było o co najmniej dwóch lat, to można było sobie spokojnie przeczytać. Natomiast my najczęściej pytań, jakie mieliśmy, jak gdzieś na konferencjach i o RODO wspominałem, to ludzie mówią, panie Pawle, a te dwadzieścia milionów i cztery procent obrotów, mówię dwadzieścia milionów to są dane sensytywne, to jest w ogóle wyjątek od wyjątku i bardzo małe prawdopodobieństwo, ale gdzieś zostało nakręcone, żeby mówić dwadzieścia milionów, cztery procent obrotów, nie wiem, zrobimy wdrożenie, dwadzieścia tysięcy zapłacicie za wdrożenie, potem konsultacja, szkolenie.

MM: Tak.

PS: I nagle robi się jakaś chora psychoza w społeczeństwie przedsiębiorczych ludzi, gdzie oni zamiast tak naprawdę mierzyć się z tym, że muszą pokonać tak wiele przeciwności, które się pojawią jak będą ten biznes robić.

MM: Tak, czyli ta niepotrzebna wiedza, ja to tak nazywam. To też mi się nie podobało, że na przykład moje stanowisko prezesa po kilku latach, znaczy powiedzmy tam 2016, 2014-2015, było już coraz mniej zabawne, że coraz więcej czasu musiałem się skupiać na prawach spółek handlowych, na przepisach różnego rodzaju, niż na rzeczywistym zajmowaniu się swoim biznesem. Ja mówię kurde, jakie to jest głupie, to ja wiesz, ja wolę być jednak tym małym twórcą niż dużym twórcą i im jesteś większy, tym gorzej. A te bariery wejścia, właśnie to, o czym wspomniałeś, no ilość zamętu informacyjnego, bo teraz z RODO to nie jest tylko problem, żebyś się nauczył RODO, ale żebyś jeszcze przefiltrował fake newsy na temat RODO i żebyś nie chłonał negatywnej wiedzy, tak? Bo zaczniesz szukać informacji jednych, drugich, wchodzisz w ciemną stronę Internetu, dostajesz informację na webrze, że nagle okazuje się, że masz raka krtani i tyle, nie? Bo tak.

PS: To miała być jedna rada.

MM: RODO.

PS: RODO, dokładnie.

MM: RODO, to jest moja rada. Nie, no...

PS: Prezes radzi. Prezes radzi.

MM: Prezes radzi.

PS: Prezesradzi.pl. Dobra, Marcin bardzo Ci dziękuję.

MM: No, było, ale było merytorycznie.

PS: Było bardzo merytorycznie. Bardzo Ci dziękuję za przyjęcie zaproszenia.

MM: Ja bardzo Ci dziękuję za to, że mogłem przyjechać do pięknego Krakowa.

PS: Dzięki bardzo.

PS: Dziękuję bardzo za wysłuchanie tej rozmowy do końca. Mam nadzieję, że była ona równie przyjemna i wartościowa dla Ciebie, jak i dla mnie. Wszelkie notatki, linki, o których mówiliśmy, znajdziesz oczywiście na stronie pawelsala.pl/eim-017. I cóż? Ponieważ mamy lipiec 2018 roku mam nadzieję, że zostało Ci jeszcze trochę wolnego czasu, urlopu i uda Ci się jeszcze trochę odpocząć w te wakacje. Następny odcinek podcastu będzie dostępny w połowie sierpnia, gdzie kontynuujemy kwestie związane z e-commerce. Moim gościem będzie Piotrek Kozłowski z shopper.pl. Dzięki jeszcze raz i do usłyszenia. Pozdrawiam, Paweł Sala.