

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 39:
Buduj firmę robiąc to, co kochasz*

Witaj w podcaście „Po nitce Ariadny”, który pomaga kobietom takim jak Ty przejść przez labirynt zawiłości biznesu online.

Nazywam się Ariadna Wiczling. Witam Cię w 39. odcinku podcastu. Kieruję go głównie do kobiet, które chcą mieć uczciwy dochód pasywny w internecie, tworząc swoje produkty edukacyjne, czyli głównie kursy on-line, i chcą tak zoptymalizować swój biznes, żeby mieć dużo czasu na to, co jeszcze kochają robić, na swoje pasje, podróże lub spędzanie czasu z dziećmi w domu.

Dzisiejszym gościem mojego podcastu jest właściciel firmy, e-tata, Kamil Zbozień, którego firma RTCK – Rób To Co Kochasz – pomaga robić ludziom to, co kochają, poprzez odnalezienie siebie, naprawę siebie, swoich relacji i sytuacji życiowej. RTCK wspiera rozwój człowieka w oparciu o prawdę rozumianą przez nich jako zasady życia chrześcijańskiego. Produkują również audiobooki, które są nagraniami konferencji. Ja poznałam RTCK jako klientka i od kiedy kupiłam pierwszy zestaw płyt, to po prostu totalnie zakochałam się w tych treściach. Mogę powiedzieć, że wykupiłam już prawie cały sklep. To jest produkt, który polecam zupełnie bez jakichkolwiek gratyfikacji z ich strony.

Chcę Wam przybliżyć również historię firmy RTCK, jak to się wszystko zaczęło, bo to jest bardzo interesujące. W tym odcinku Kamil powie o tym, skąd w ogóle wziął pomysł na biznes, który jest niejako spoza mainstreamu, jaką miał niełatwą drogę, ponieważ zrezygnował z kariery finansisty i stał się właścicielem firmy. Przez pierwsze dwa lata biznesu nie było tak wesoło. Kamil podzieli się też różnymi wskazówkami dotyczącymi budowania biznesu, jak się nie poddać, zanim uzyskacie owoce Waszej pracy. I co zrobić, aby ułatwić sobie przeżycie tego okresu budowania firmy.

Linki do wszystkich ciekawostek, audiobooków, o których powiemy, będą w notatkach do tego odcinka podcastu na stronie ponitceariadny.pl/39.

Serdecznie zapraszam Cię do wysłuchania tego wywiadu!

Cześć, Kamil.

Cześć!

Witam Cię i dziękuję za przyjęcie zaproszenia do mojego podcastu.

Mnie również bardzo miło.

Powiedz, Kamil, skąd wzięłeś pomysł na taki rodzaj biznesu i działanie w takiej branży? Wiem, że kiedyś zajmowałeś się czymś zupełnie innym.

Zajmowałem się finansami. To była praca, którą sobie wymarzyłem. Miałem poczucie, że będę zajmował się tym do końca życia. Więc jak po dwóch latach tej działalności dopadła mnie mocna frustracja związana z relacjami czysto biznesowymi w tej branży, to byłem trochę podłamany. I żeby rozeznaczyć się, co robić później, zacząłem zadawać sobie pytania o moje pragnienia: co chciałbym robić, przekazywać innym? Początek biznesu wiązał się u mnie z jednej strony z pragnieniami, a z drugiej – z bardzo konkretnymi potrzebami, które zauważyłem w najbliższym środowisku. A dostrzegałem niesamowicie utalentowanych ludzi, którymi nikt się nie zajmował. Więc moja decyzja o działalności dotyczyła sfery muzycznej – wytwórni, która będzie promowała artystów i organizowała im koncerty. I za tym poszedłem.

Pamiętam, jak w branży finansowej wypisywaliśmy na pierwszej stronie kalendarza takie wielkie cele. One nigdy mi się nie realizowały, bo nigdy ich nie realizowałem. Pamiętam, że kiedyś wyryłem długopisem takie „MO-REcords”. To nie było ładnie wyklejone i nie było to na początku roku kalendarzowego. To był najbrzydszy cel, ale najbardziej prawdziwy. I w momencie największej frustracji, kiedy podejmowałem decyzję o podjęciu swojej działalności, co będę robił dalej, to było nią właśnie otworenie MO-REcords, czyli wytwórni muzycznej. Kiedyś tak się nazywaliśmy, wytworzyliśmy jeszcze inne marki, a dziś nazywamy się RTCK, czyli Rób To Co Kochasz, i mamy tam wewnętrzne obszary działalności. W pewnym momencie pojawiła się też propozycja od jednego z rozmówców, żeby zorganizować audiobooka, ale nie takiego sensu stricto, czyli czytaną książkę, tylko konferencję, która jest wygłoszona na dany temat. Żeby wydać to na rynek. Czyli początki bardzo związane były z pragnieniami serca.

Jak się zorientowałeś, że to jest to, co chcesz robić? Jak to się objawiło?

Bardzo realnie podchodzę do takiego wsparcia Stwórcy, więc z nim to bardzo mocno rozeznawałem, a konkretnie w Łagiewnikach, bo mieszkałem w Krakowie. Słyszałem, że

jest jakiś *Dzienniczek siostry Faustyny*, że Pan Jezus z nią rozmawiał itd. I jechałem tam zawsze wtedy, gdy miałem trudne chwile, żeby z nim porozmawiać. A on bardzo pomaga. Wiedziałem, że jak podejmę decyzję, to już nie ma odwrotu, więc potrzebowałem takiego mocnego potwierdzenia, a zawsze najmocniejsze daje mi Stwórca. Przeważnie jak zaczyna się coś nowego, to wiąże się to z niesamowitymi trudami, przeciwnościami. W tym wypadku też tak było.

Jak zostawiłem działalność finansową, to musiałem ze świetnych warunków z Krakowie przeprowadzić się do rodziców do Nowego Sącza. Musiałem przesiąść się z Volvo na półtora roku na rower. To był niesamowity trud. I gdyby ta decyzja nie była solidna, to poległbym i to szybko. Decyzję podjąłem dokładnie 31 lipca 2009 r. Pierwszą płytę muzyczną wydaliśmy niecały rok później, bo 5 maja 2010 r. Zarobiliśmy na niej może 400 zł przez cały rok. I ja to jeszcze finansowałem, bo działalności finansowej nie rzuciłem z dnia na dzień, tylko rozstawałem się z nią kilka lat. Jeszcze generowałem jakieś przychody, szczególnie w tym pierwszym roku, gdyż te z nowej działalności były zatrważające. Gdyby nie silne przekonanie, że to jest to, co chcę robić, musiałbym zrezygnować.

Co Ci dawało siłę, żeby trwać?

Przede wszystkim pragnienie, że naprawdę chcę to robić. Jeden z moich przyjaciół zadał mi pytanie: „Co by się musiało wydarzyć, żebym jak wstaję rano, czuł, że naprawdę żyję, że ta praca, którą wykonuję, ma sens? Że nawet jak na początku nie będzie z tego dochodów, to ja dalej będę chciał to robić?”. I to mocne pragnienie, że to jest sensowna rzecz, dodawało mi siły, że to nie jest tylko zachcianka. Ja naprawdę czuję, że jest potrzeba, aby dzielić się wartościowymi treściami. Muzyka, którą mieliśmy robić, miała nieść dobry, wartościowy przekaz. Jak rozpoczęliśmy działalność audiobooków związaną z rozwojem osobistym, to uznaliśmy, że są potrzebni tacy ludzie, którzy naprawdę dają dobre odpowiedzi – jak uczestniczyłem w szkoleniach w branży finansowej, to miałem poczucie, że tam jest więcej dymu niż wartości. Natomiast te warsztaty robią coś konkretnego w życiu. Jak poznałem tych mówców – nie brałem nawet pod uwagę, że będę ich kiedyś wydawał – to naprawdę czułem się przemieniony. Jako ich klient doświadczałem skuteczności tego działania. Więc starałem się później dobierać takich mówców, którzy nie sprzedają dymu, tylko faktyczne przekazują konkretną wartość. I że to

jest po prostu potrzebne.

Najwięcej siły zawsze dodaje mi Stwórca. Jednym z takich najbardziej kryzysowych momentów, jeśli chodzi o działalność muzyczną, koncertową, było wydanie płyty, która się nie sprzedawała. Nie koncertowaliśmy, bo artysta nie był rozpoznawalny. I zastanawiałem się, czy to ma sens, czy nie. Nawet nie stać nas było na biuro. Spotykaliśmy się w kawiarence w Nowym Sączu. Jej właściciel myślał, że jesteśmy z jakiejś wielkiej wytwórni, bo mówiliśmy, że tu MO-REcords przychodzi, a my po prostu nie mieliśmy biura. Kupowaliśmy tam herbatę, kawę, on myślał, że się relaksujemy. I kiedyś do tej kawiarenki przyszedł człowiek, który był w zarządzie jednej z największych na świecie agencji koncertowych – osoba, która współpracowała i z Rolling Stones, i z topowymi gwiazdami, z oddziałami na całym świecie. Właściciel tej kawiarenki powiedział, że mamy wytwórnię z Nowego Sącza, że „tutaj przyszedł pan, może byście się poznali”. My akurat wtedy weszliśmy do tej kawiarenki. I faktycznie się poznaliśmy. Ja za bardzo nie wiedziałem, jak z nim rozmawiać i o co pytać, bo byliśmy na zupełnym starcie. To było dla mnie potwierdzenie, że rzeczywistość nam sprzyja. Zaprzyjaźniliśmy się z tym człowiekiem, on nas zaczął trochę prowadzić. Za wiele z tego nie było, nie mieliśmy jakichś wielkich kontaktów czy kontraktów przez tę znajomość, ale za to wsparcie dużego autorytetu ze świata muzycznego show-biznesu. To było mi bardzo potrzebne i to mnie wsparło. Różne okoliczności sprawiały, że przetrwałem ten pierwszy najtrudniejszy rok. Drugi też był trudny, a od trzeciego, czyli 2011 r., tak naprawdę wszystko zaczęło się rozwijać.

Audiobooki są Waszym sztandarowym produktem, ale na początku miała być wytwórnia muzyczna. Czy do tej działalności robiliście jakieś badanie rynku? Na jakiej zasadzie dobierałeś produkty, które wypuszczaliście?

Najbardziej jesteśmy znani z audiobooków, chociaż jednym z naszych artystów muzycznych jest np. Arkadio, który robi się ostatnio bardzo rozpoznawalny. Był ambasadorem Światowych Dni Młodzieży. Koncertował do audytorium, gdzie było kilkaset tysięcy ludzi – to duże wydarzenie i sukces. Co ciekawe, w roku 2010 startowaliśmy z jego płytą, niestety efekty były marne. Niedługo później ta sama osoba koncertuje już dla kilkuset tysięcy ludzi.

Naszym pierwszym badaniem rynku jest badanie na nas samych: czy za produkt, który już powstał, ale którego jeszcze nie wypuściliśmy na rynek, będziemy w stanie się bić. Czyli czy jesteśmy sami do niego przekonani. I później wierzymy, że takich jak my jest więcej. Nasze produkty są kierowane na rynek masowy. My robimy tylko takie produkty, które pomagają ludziom być szczęśliwymi, pomagają robić im to, co kochają, w szerokim znaczeniu tego słowa. Bo rób to, co kochasz, nie oznacza tylko „odnajdź pasję, hobby, poświęć się temu”, tylko my rozumiemy przez to rozwijanie się w pełni, czyli we wszystkich takich kluczowych sferach: bycie bardziej sobą w relacji z samym sobą, w relacji z innymi, w rodzinie, ale też w finansach. Wiem, jak to jest ważne, bo każdego ta sfera dotyczy, nawet dzieci, które dostają kieszonkowe od rodziców. Niesamowicie istotne jest to, jak nauczymy dzieci gospodarowania pieniędzmi.

Więc staramy się dotykać każdego z kluczowych tematów, przez to ten nasz rynek robi się nie niszowy, ale masowy. Oczywiście wszystko staramy się podawać w duchu chrześcijańskim, bo z tego też jesteśmy znani. Wszystkie nasze produkty są oparte na chrześcijańskiej wizji świata i człowieka, ale to chyba nie sprawia, że to jest niszowy rynek. Jednym z naszych autorów jest ks. Jan Kaczkowski. Bardzo żałuję, że *Życie na pełnej petardzie* nie jest naszym produktem, bo idealnie wpisałoby się w RTCK. Książka ta sprzedała się w 500 tys. egzemplarzy w Polsce, a więc jest to rynek masowy. Książka Jan jest super, nasze audiobooki też.

Wydaje mi się, że rynek jest może nie tyle niszowy, ile mało mainstreamowy. I Wy też troszeczkę odmieniliście spojrzenie na takie właśnie chrześcijańskie treści. Jak się z nimi spotykałam, to wydały mi się odpowiednio przaśne, tradycyjne. Dodatkowo jakość jest super, nagranie ekstra, grafiki fantastyczne, działacie na Facebooku – właśnie tam przez reklamę Was znalazłam. Jest to inny sposób dotarcia niż przypadkiem w internecie lub jak ktoś poleci. A tutaj wychodzicie do ludzi.

To wzięło się stąd, że ja chcę, aby idea RTCK nie była tylko czczym gadaniem, tylko żeby to było też autentyczne. I aby tak było, to wszyscy, z którymi blisko współpracujemy, muszą także budować na swoich silnych stronach. Jak ktoś na tym buduje, to musi być dobry w tym, co robi. Nie da się inaczej. Jak ktoś realizuje swój talent w pracy, to po prostu staje się ekspertem. Na tej zasadzie dobieramy np. grafików. Ten, z którym współpracujemy, ma niesamowity talent. Jak zobaczyłem pierwszy raz jego stronę, a nie

wiedziałem, że to jego, to zareagowałem: „Wow, nie wiem, co musiałoby się stać, żeby było mnie stać na takiego człowieka, który robi takie strony”. Okazało się, że to był on, i nawiązaliśmy współpracę. To się czuje, czy coś kogoś faktycznie pasjonuje. Więc wszystkich tak dobieramy.

Jak mówisz o reklamie na Facebooku, to mamy właśnie takiego człowieka od e-commerce'u, który staje się jednym z ciekawszych ludzi w tej branży. Korzysta z międzynarodowych kursów, cały czas się szkoli. Ewidentnie robi to, co kocha. I tak jest z każdym, np. nasza redaktor naczelna czy osoba, która pozyskuje autorów – widać, że to są ludzie, którzy żyją tym, co robią. To wszystko sprawia, że nasza działalność jest odbierana jako wysokiej jakości. Ale takie jest też nasze założenie, żeby dojrzeć do doskonałości. Chociaż wychodzi też wiele błędów. Wydaje mi się, że tą naszą siłą jest wewnętrzne nastawienie, żeby ludzie u nas też robili to, co kochają, aby budowali na swoich silnych stronach.

Powiedz, jak na początku docieraliście do klientów?

Na początku były relacje, które budowały się powoli. Uważam, że relacje w biznesie to jest jeden z najważniejszych elementów. Można mieć kilka takich kluczowych i one będą o wiele bardziej skuteczne niż kilkaset kontaktów. Kilka z nich zbudowałem sam. Jadąc na rekolekcje dla przedsiębiorców, poznałem się z człowiekiem, który okazał się właścicielem jednej z największych księgarń. Zbudowaliśmy relację, gdy ja jeszcze nie wydawałem audiobooków. Ale zanim jeszcze wydaliśmy pierwszego, już wtedy wiedziałem, że jestem w stanie to zrobić, bo mam relacje. I te relacje się poszerzały. Bo to zależy, o jakich klientach mówimy, my akurat mamy hurtownie, księgarnie, detalicznych odbiorców. Bardzo staramy się promować też swoją stronę, ale to przyszło z czasem. Na początku miałem takie nastawienie, że jak będziemy dawać wartość, to klienci będą się pojawiać. Dlaczego też oszedłem z finansów, ponieważ nikt nie polecał produktów, które sprzedawałem, nikt. Dla mnie to był dramat. Nie wiedziałem dlaczego. Taki świetny produkt. A teraz wszyscy polecają nasze produkty. Nawet Ty je polecałaś, a nie znaliśmy się wtedy. I to jest dla mnie takie potwierdzenie, że produkt też się sam broni. Sam produkt jest niesamowicie ważnym elementem marketingu sprzedaży.

Powiedziałaś, że na początku polegałeś na relacjach. Mógłbyś dać kilka wskazówek

komuś, kto dopiero zaczyna i chce zbudować sobie relację w swojej branży?

Nie wiem.

Masz naturalny talent.

Z jednej strony tak, ale z drugiej raczej jestem zamkniętą osobą. Zawsze wydawało mi się, że to jest moja słabość. Że raczej nie jestem taki, że świetnie nawiązuję relacje, jak są jakieś spotkania networkingowe. Nie jestem taki, że podchodzę do wielu osób i zagaduję. Natomiast zawsze jak rozmawiam, to staram się być sobą i być szczerym. Moja standardowa metoda to „na uśmiechniętego”, jak ja to nazywam. Nie zagaduję sztucznie, bo to nie moja natura. Ale ta szczerość, to bycie sobą, zaangażowanie w to, co się robi, które bierze się z pragnień, że to, co robimy, ma sens. Bo jeżeli ma sens, to jesteśmy przekonani. I wtedy to przekonanie promieniuje na innych ludzi. Ale ta autentyczność to jest taki główny wyróżnik.

Dodatkowo pewność siebie też jest ważna. Mnie się kiedyś wydawało, że osoba pewna siebie to jest taka, która musi być przebojowa. A skoro nie byłem taki, to nie mogę być pewny siebie albo muszę się jakoś sztucznie tego uczyć. Natomiast ta pewność siebie jest zakorzeniona w sensie tego, co robimy. Jak wiemy, że to, co robimy, ma sens, to łatwiej nam być pewnymi tego, co robimy, naszych produktów, biznesu, z którym startujemy.

Czy jak wiedziałeś, że jakiś mówca będzie na tych rekolekcjach, spotkaniach, konferencjach, to jechałeś na nie, by nawiązać z nim relację?

Nigdy tak nie robiłem. Ale jest u nas Marcin Kochanek, który tak robi. I to jest jego mocna strona, nie moja. Jak jestem na konferencjach, to raczej siedzę cicho, słucham, nie wychylam się, ale też to bardzo lubię.

Ale jakoś znaleźliście i skłoniliście gwiazdy z tej branży do uczestniczenia w Waszych konferencjach, nagrywania audiobooków. Jak to zrobiliście?

To już nie jest moja zasługa, ale ludzi, z którymi współpracuję. Chociaż z pierwszym mówcą znałem się osobiście. On mi to zaproponował, więc ta oferta przyszła z zewnątrz. Natomiast więcej żadnego kontaktu nie zdobyłem. Pewnie dlatego, że to nie jest moja

silna strona. Jak już jest jakaś relacja, to lubię się spotkać, poznawać z każdym z tych autorów, natomiast nie jest to moją silną stroną, żeby pojechać, tak jak np. Marcin. Przykładowo: Stan Fortuna to był niesamowity gość z Nowego Jorku. Marcin dowiedział się, że przylatuje do Polski, bo na swojej stronie podał informację, że pojawi się na Wawelu w Krakowie. Więc Marcin w tych dniach pojechał na Wawel i szukał go tam. Ale nie znalazł. To szukał go po Krakowie. W końcu go znalazł i zagadał. I to jest jego silna strona, on to uwielbia. W ogóle cała RTCK jest zbudowana na ludziach. Tak się mówi, że ojców sukcesu jest wielu. Ja jestem ojcem założycielem, ale nie jestem ojcem wszystkich sukcesów.

Ale to Ty założyłeś ten zespół.

Tak, a to jest znowu mój talent, że potrafię przyciągnąć do czegoś ludzi, do czego jestem przekonany.

Czy możesz dać nam wskazówki do działań bardziej promocyjnych?

Rzecz, o której sobie pomyślałem, to jest coś, co ostatnio staje się popularne, a ja to od zawsze praktykowałem. Nie wiedziałem, że to już zyskało miano metody. Mówię o storytellingu. Opowiadanie historii jest czymś, co, wg mnie, może być wyróżnikiem. Rynek to zaczyna dostrzegać. Wydaje mi się, że to też jest związane z taką autentycznością. Staram się to osobiście praktykować. Ja tylko opowiadam historię. Jak zapraszam ludzi do biznesu, jak piszę newsletter, to opowiadam historię. Ja tylko opowiadam historię i później muszę się tłumaczyć z tego, co opowiedziałem. Co do takich rzeczy technicznych, to właśnie mamy Michała, który jest w tym ekspertem, i pewnie on dałby więcej rad. Prowadzi bloga michalszczepanek.pl. On dzieli się tą wiedzą. Teraz ma kurs, jak zrobić swoją pierwszą skuteczną reklamę na Facebooku.

Dziękuję Ci w takim razie za opowiedzenie historii o RTCK i za tych kilka wskazówek biznesowych. Do zobaczenia na stronie RTCK!

Dziękuję bardzo. Zapraszam, bo mamy teraz świetną akcję z audiobookiem na start, jeżeli któryś ze słuchaczy chciałby tam wejść. Dopiero wdrożyliśmy tę stronę, więc proszę o wyrozumiałość, gdyby coś nie działało. Można pobrać jeden z audiobooków, z wyłączeniem premier z ostatniego kwartału.

W notatkach do tego odcinka podcastu odniesiemy się do tego. Dziękuję jeszcze raz, Kamilu.

Dziękuję również, to była duża przyjemność porozmawiać.

Bardzo miło rozmawiało mi się z Kamilem. Mam nadzieję, że coś z tego wyniosłaś dla siebie. W wywiadzie Kamil podzielił się tym, że stworzył biznes, widząc potrzebę, żeby założyć wytwórnię, i zrobił to. Nie było jakiegoś wielkiego badania rynku. Widział, że on, jego znajomi i ludzie, którymi się otaczał, mają taką potrzebę. Wyszedł też z założenia, że inni będą czegoś takiego potrzebować. To nie zawsze jest dobry plan, ale warto spróbować. Nie chcę, by zabrzmiało to pesymistycznie, ale zalecam zrobienie badań rynku, aby się potem nie rozczarować. Natomiast dopóki ma się przesłanki do tego, że biznes może wypalić, to trzeba spróbować, bo inaczej nigdy się tego nie dowiemy.

Bardzo ważną rzeczą, na którą warto zwrócić uwagę, jest to, że Kamil nie zrezygnował całkowicie z pracy w momencie, gdy założył wytwórnię. To mu zapewniało źródło dochodu, dzięki czemu miał pewien komfort pracy nad rozwojem firmy, nie był w wielkim stresie. Musiał zrezygnować też z pewnych luksusów, ale nie było tak, że miał nóż na gardle i biznes musiał natychmiast zacząć przynosić dochody. Bo zwykle nie przynosi tak szybko dochodów, trzeba mu po prostu dać pewien czas na rozkwit.

Jak słyszałaś, Kamil ma silną pasję i takie poczucie pewności, że to, nad czym pracuje, ma sens i jest potrzebne. On czuje, że ma do tego powołanie. Firma Kamila ma już kilka lat, a on cały czas jest w to bardzo zaangażowany, czuje, że to jest to, co kocha robić. Więc naprawdę można pozazdrościć takim osobom, ale wierzę, że każdy z nas może odkryć dla siebie swoją wymarzoną pracę. Nie dla każdego będzie to biznes. Natomiast znaleźć sobie takie miejsce, w którym będzie się spełniał.

Kamil udzielił kilku wskazówek. Jedną z nich było to, że warto budować relacje w swojej branży. Kamil miał szczęście, że poznał dużo takich osób. Bywał w miejscach, gdzie mógł ich spotkać. Ale szczęściu też trzeba pomagać. Gdyby nie mówili wokoło, że są firmą fonograficzną, to nikt by ich w ten sposób nie przedstawił kolejnym ludziom. Więc ważne jest mówienie o tym, co się robi.

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 39:
Buduj firmę robiąc to, co kochasz*

Można również znaleźć mentora, nawiązać relacje, znajomości w swojej branży, ale mieć też takiego, z którym niekoniecznie spotykamy się na mieście. Może być to mentor online, z którym spotykacie się na Skypie, ale też ktoś, kogo obserwujecie, jego działania Was inspirują, sugerujecie się jego doświadczeniami i na tej podstawie podejmujecie własne decyzje w swoim biznesie.

Kamil mówił również, jak ważny jest uśmiech, szczerłość i autentyczność w budowaniu znajomości. I to jego przekonanie do własnego pomysłu, taka wielka pasja, którą czuć i słyszać, to jest to, czym zaraża innych ludzi, m.in. swoich pracowników. Więc warto otaczać się wartościowymi pracownikami o podobnych jak Ty wartościach, pasjach, ale mających cechy, których Ty nie masz. Czyli Kamil mówił, że nie jest zbyt śmiałą osobą, która podchodzi do innych. Więc ma kogoś, kto dla niego to robi i dla niego pracuje. To jest bardzo zmyślne. I jeżeli chodzi o taki dobór pracowników, to Kamil ma takich, którzy dzielą te wartości i pasje, które on ma. Nie jestem pewna, czy te osoby zgłosiły się z jego społeczności, natomiast jest to dobry sposób. Jeżeli masz już grono fanów, listę e-mail, to wśród tych osób dobrze jest dobierać sobie pomocników, asystentów, ponieważ to są osoby, które dobrze znają Twoją markę, które najprawdopodobniej dzielą Twoje wartości i będą naprawdę dobrymi i oddanymi pracownikami. No i praca z takimi osobami to będzie sama przyjemność.

Kamil mówił o tym, że na stronie rtck.pl jest w tej chwili promocja i po zapisaniu się na listę otrzymacie kod na bezpłatny audiobook na start. Kiedyś, jak wspominałam o RTCK na moim fanpage'u, to miałam pytania, co polecam, bo – jak wspominałam – przesłuchałam prawie wszystkie audiobooki, które były dostępne w sklepie. Więc chciałabym polecić ich kilka. Po pierwsze coś o kobiecości, o kobiecej roli życiowej, o powołaniu i relacjach od strony kobiety. Pierwszy taki audiobook to jest *Królowa czy niewolnica?* Beaty Kołodziej, *Projekt: Estera. Czym jest piękno kobiety?* oraz *Judyta* ojca Adama Szustaka. To bardzo ciekawe audiobooki. Niektórzy do mnie pisali, że je znają i lubią.

Jeżeli chodzi o coś, co pomoże w rozwiązywaniu trudnych sytuacji, naprawie relacji, to bardzo polecam twórczość ks. Marka Dziewieckiego. I jako pierwszy polecam *Emocje. Krzyk do zrozumienia* – ten audiobook pomógł mi ułożyć myślenie o swoich emocjach. Następnie *Komunikacja* – wiadomo, każdy z nas potrzebuje pomocy z komunikacją. *Kod miłosierdzia, czyli sekret udanych relacji* i *Bóg versus cierpienie* – te dwa audiobooki są

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 39:
Buduj firmę robiąc to, co kochasz*

do takich cięższych sytuacji, ale można je zaaplikować do tego, jak ma się nawet jakieś drobne konflikty z innymi.

Pozycje książkowe pomagające w dojrzwaniu – z tym że nie należy mylić tego z dojrzwaniem płciowym – tylko o szukaniu swojego prawdziwego powołania lub tego, co najbardziej kocha się robić i co się powinno robić – bo, moim zdaniem, nie wystarczy robić to, co się kocha, tylko trzeba jeszcze być w tym dobrym i musi być na to popyt – więc takie coś pomaga odkryć audiobook *Wielka ryba* ojca Adama Szustaka. Bardzo też lubię audiobooka ks. Piotra Pawlukiewicza pt. *Wstań*, który jest właśnie o dojrzwaniu w byciu chrześcijaninem.

Na zakończenie polecę coś dla mężczyzn, bo słuchają mnie też oni, wspaniali tatusiowie. Dostają nieraz od nich wiadomości. To są audiobooki, które pomagają odkryć swoją prawdziwą męskość i stać się lepszymi mężami i ojcami. Myślę, że mężczyzna najlepiej realizuje się wtedy, kiedy walczy o swoją rodzinę, żonę i jest ich wielkim obrońcą. I dwie pozycje pana Jacka Pulikowskiego. Jedna to jest *Jak zbudować dom tętniący życiem, stać się bohaterem dla swoich dzieci i sprawić, aby Ona oszalała ze szczęścia?*. I druga to nowość: *Cztery funkcje mężczyzny* – to jest o tym, jak być ojcem, jak być mężczyzną w dzisiejszych czasach. *Projekt: Jonasz. Czym jest siła mężczyzny?*, *Projekt: Elias. Czym jest męska tożsamość*, *Zamknij oczy* o. Adama Szustaka – te trzy pozycje w całości zostały polecane przez mojego męża, część przesłuchałam i zdecydowanie polecam.

Wszystkie linki do audiobooków, z których polecenia, jak mówiłam, nie mam nic, tylko wierzę, że pomogą, będą na stronie ponitceariadny.pl/39. Więc jeżeli jesteś gdzieś w ruchu, to zawsze możesz zajrzeć do notatek na stronie albo w aplikacji.

Na zakończenie proszę Cię, podziel się informacją o tym odcinku z jedną osobą, której myślisz, że mógłby pomóc rozwinąć swój biznes, który oparty jest na pasji, której takie wskazówki mogłyby się przydać. Podaj jej link do tego odcinka podcastu, czyli ponitceariadny.pl/39. Na stronie ponitceariadny.pl możesz się również zapisać na moją listę e-mail i w zamian za Twój e-mail dostaniesz ode mnie listę narzędzi, które są potrzebne do zrobienia kursu on-line. Regularnie wysyłam powiadomienia o kolejnych odcinkach podcastów, a także informacje o moim kursie, w którym uczę, jak zrobić kurs on-line.

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 39:
Buduj firmę robiąc to, co kochasz*

Niedługo będę też organizować darmowe wyzwanie, w którym pokażę, jak znaleźć pomysł na kurs on-line, który będzie się sprzedawał. Powiadomienia o tym wyzwaniu będą przesyłane na e-mail. Więc jeśli jesteś zainteresowana, zapisz się na listę e-mail i otrzymasz powiadomienie. A tymczasem dziękuję Ci bardzo, do usłyszenia w kolejnym odcinku.

Dziękuję Ci za spędzenie ze mną czasu i wysłuchanie tego odcinka podcastu. Aby poczytać notatki i posłuchać innych odcinków, wejdź na moją stronę: ponitceariadny.pl. Jeśli chcesz, aby również inne kobiety chcące rozwinąć swój biznes online odkryły ten podcast, zostaw mi recenzję w iTunes. I pamiętaj, jak mówił Henry Ford: „Jeśli sądzisz, że potrafisz – to masz rację. Jeśli sądzisz, że nie potrafisz – również masz rację”.