

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 40:
Mądra droga z etatu do własnego biznesu online*

Witaj w podcaście „Po nitce Ariadny”, który pomaga kobietom takim jak Ty przejść przez labirynt zawłołości biznesu on-line.

Nazywam się Ariadna Wiczling. Witam Cię w 40. odcinku podcastu. Kieruję go głównie do kobiet, które chcą mieć uczciwy dochód pasywny w internecie, tworząc swoje własne produkty elektroniczne, w szczególności kursy on-line. Moje słuchaczki 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.

Dzisiaj moim gościem jest mama, która od pewnego czasu oficjalnie ma swój biznes on-line, do którego przeszła w łagodny sposób z etatu w administracji francuskiej – bo ona mieszka we Francji. Ula na swojej stronie [Urszula Marketing](#) pomaga dziesiątkom tysięcy osób z ich problemami marketingowymi i blogowymi. Skupia się na pomocy profesjonalnym blogerom, czyli takim, którzy poprzez swoją obecność on-line, swoje usługi i produkty elektroniczne chcą zarabiać w internecie. Ula mówi głównie o blogach, natomiast taki model biznesu on-line nie wyklucza również podcastów, które w Polsce mają się coraz lepiej.

W tym odcinku powiemy o tym, jak mądrze ułożyć sobie plan przejścia z etatu do biznesu on-line, jak zbadać rynek, skąd wiedzieć, że ktoś kupi nasze produkty, zanim rzucimy się na głęboką wodę i przestaniemy mieć dochody z dotychczasowej pracy na etacie. Powiemy o tym, kiedy wypuścić swój pierwszy produkt, jakie są najczęściej popełniane błędy – Ula szczerze dzieli się nimi, więc warto posłuchać. Poruszymy również temat wad biznesu on-line, bo to jest coś, o czym nie zawsze jest mowa, wszyscy raczej wychwalają wspaniałość jego posiadania i zarabiania w ten sposób, natomiast ma on też swoje wady i o nich powiemy.

Linki do wszystkich ciekawostek, blogów, podcastów, o których mówimy, znajdą się w notatkach do tego odcinka podcastu pod adresem [ponitceariadny.pl/40](#), więc jeśli jesteś gdzieś w ruchu, prowadzisz samochód, sprzątasz, spacerujesz, to nie przejmuj się robieniem notatek, bo to wszystko znajdziesz na stronie. Zapraszam do wysłuchania wywiadu.

Cześć, Ula!

Cześć, Ariadna!

Ula, masz bardzo inspirującą historię dotyczącą Twojego przejścia z pracy etatowej na swój własny biznes on-line. Czy mogłabyś podzielić się tą historią? Jak to wyglądało, ile czasu to trwało? Kiedy pojawił się taki pomysł, kiedy zaczęłaś go realizować i jak to robiłaś?

Zaczęło się od tego, że 15 lat temu, w 2002 r., pojechałam do Francji do przystojnego Francuza, który jest aktualnie moim mężem. Marzyłam o jakiejś świetnej pracy, najlepiej w międzynarodowym środowisku, ze studentami. Do tego dążyłam. Zaczęłam pracę na Uniwersytecie w Nantes i zdałam tam egzaminy na funkcjonariusza państwowego. W tamtym czasie to było dla mnie wielkie marzenie. Pracowałam tam w serwisie międzynarodowym jako tzw. pani od Erasmusa. Na początku uwielbiałam tę pracę. Ale niestety administracja publiczna to dużo blokad, projektów, które nie są akceptowane, nie przechodzą, a ja bardzo lubię rozwijać różne rzeczy. I w pewnym momencie zaczęłam się zastanawiać nad czymś własnym, ale nie wiedziałam jeszcze, co to miałyby być, nie sprecyzowałam tego dokładnie.

Dopiero w 2010 r. po urodzeniu mojego synka, u którego wykryto autyzm, spojrzałam inaczej na całe moje życie, otoczenie, na to, co chcę, czego nie chcę, otworzyło mi to bardzo mocno oczy. Postanowiłam poważnie skonkretyzować to, co chcę dalej robić. Bardzo dużo osób interesowało się tym, jak bloguję, ponieważ miałam blog lifestylowy Sen Mai, który był bardzo popularny w tamtym czasie. Pytano mnie, jak to robić, jak promować swoją stronę. Więc założyłam wówczas inny blog, który nazywa się teraz Urszula Marketing, a wcześniej Urszula Phelep Kreatywny Marketing, gdzie publikowałam odpowiedzi na pytania tych ludzi. Rozwijałam to, testowałam, eksperymentowałam z treścią. Powoli zaczęłam też myśleć o tym, żeby robić jakieś własne produkty elektroniczne. Zaczęłam od kursów blogowych, które w ogóle się nie sprzedawały. Kupowało je pięć, sześć osób. W 2016 r. założyłam swoją własną firmę i całkowicie odeszłam z etatu.

Gratuluję Ci bardzo. Wiem, że było to dla Ciebie bardzo duże przeżycie.

Obserwowałam Cię cały czas w mediach społecznościowych. Informowałeś o tym, za

ile dni odchodzisz z etatu. Czy wydaje Ci się, że lepiej jest powoli przechodzić z etatu na biznes, czy zrezygnować z pracy z dnia na dzień i dopiero potem próbować wymyślić coś on-line?

Według mnie – myślę, że wiele osób, które już to przeżyły, też to potwierdzi – należy to odpowiednio zaplanować i stopniowo przechodzić z etatu na biznes. Jeżeli czytam w mediach społecznościowych, że jakaś kobieta rzuciła właśnie wczoraj czy przedwczoraj etat i teraz, co ona ma robić, to wtedy mówię: „Wracaj z powrotem do pracy”. Ponieważ wg mnie trzeba mieć jakiś plan i stopniowo odchodzić, żeby później nie znaleźć się w finansowym bagnie. Kiedy rzucamy się na główkę z pomysłem na swój biznes, rzucając wszystko, paląc za sobą mosty, to niestety znajdujemy się bez pieniędzy, biznesu, produktu, klientów i nie mamy, jak z tego żyć, zwłaszcza gdy mamy już dzieci, rodzinę. Mimo że nasz mąż może zarabiać wystarczająco, to dobrze jednak nie kłaść wszystkiego na jego barkach. Więc uważam, że dobrze odchodzić stopniowo z pracy, przygotować się na to, a w ogóle najlepiej dać sobie na to 12 miesięcy. Wydaje się to długo, ponieważ mamy dosyć etatu, pracy dla kogoś, chcemy już tylko być na swoim, swoje rzeczy tworzyć, więc przygotujmy sobie plan i mówmy: „To jest mój ostatni rok, będę przez ten czas odkładać pieniądze i 31 grudnia odchodzę na stałe z mojej pracy”.

A mówiąc o finansach i finansowym bagnie, jak zapobiec znalezieniu się w takiej trudnej sytuacji?

Jeżeli chodzi o plan finansowy, to z mojego własnego doświadczenia wynika, że niedobrze zrobiłam, ponieważ na początku ustaliłam sobie, że przez rok będę odkładać pieniądze, żeby spokojnie mieć na utrzymanie na dłużej niż 12 miesięcy. Ale za bardzo się pospieszyłam, nie odłożyłam wystarczającej ilości gotówki, bo tylko na cztery czy pięć miesięcy. Odeszłam z pracy, a niestety później finansowo było trochę ciężko. Więc lepiej jednak dłużej odkładać te pieniądze. Przeznaczyć po prostu każdego miesiąca określoną sumę. Najlepiej zacząć oszczędzać na innych rzeczach – odsyłam na blogi o oszczędzaniu pieniędzy, jak to najlepiej zrobić – nie chodzić po restauracjach, a jedzenie przygotowywać samemu. Nie spotykać się aż tak często jak wcześniej na kawach, na jakichś wyjściach.

Jakie działania zalecałabyś podjąć takim osobom, które mają pomysł na biznes on-

line? Od czego zaczęłabyś, gdybyś teraz miała to zrobić jeszcze raz?

Na pewno zaczęłabym od stworzenia sobie planu, co mam robić, jeżeli chodzi o mój biznes. U mnie rozwijało się to stopniowo. Tak naprawdę mój biznes powstawał od 2011 r., czyli zajęło mi to pięć lat. Więc to nie było tak, że parę miesięcy i zrobione. Uważam, że najpierw trzeba określić, co chce się robić, dla kogo i dlaczego. Później zrobić plan oszczędnościowy, by nie znaleźć się w ciężkiej sytuacji finansowej po odejściu z pracy, i zacząć oszczędzać. To są główne podstawowe punkty. Przede wszystkim: biznesplan. To nie jest nic strasznego. Nie trzeba robić dwustustronicowego planu – jeżeli oczywiście nie zabiega się o jakiś kredyt lub pomoc finansową. Ale taki bardziej dla siebie, poglądowy, dzięki czemu będziemy wiedzieli, co robić, ile to zajmie czasu, ile potrzeba na to pieniędzy, aby rozwijać biznes.

W takim razie powiedz, jak rozwijałaś biznes, zanim rzeczywiście oficjalnie go otworzyłaś i rzuciłaś etat? Jak to się stało, że zgromadziłaś wokół siebie tak dużo ludzi i zaczęłaś ich uczyć?

Wszystko zaczęło się od blogowania, zebrała się wtedy wokół mnie jakaś grupa osób. Jak przeszłam bardziej na biznes marketing, to nadal trwała przy mnie pewna grupa ludzi, która za mną podążała. To na pewno mi pomogło. Ale ja szłam bardzo powoli. Gdybym teraz miała coś zmienić, to z pewnością wzięłabym jakiegoś mentora, kogoś, kto by mi pomógł, jeżeli chodzi o wybór tego, co chcę robić, jak chcę robić i dla kogo. Ponieważ pięć lat to jednak długi czas, w trakcie którego dużo rzeczy testowałam, zakończyłam z powodzeniem lub upadło to w trakcie mojej drogi do tego biznesu. Więc nie żałuję, ale wolałabym jednak od początku wziąć kogoś, kto by mi powiedział, jak to ma wyglądać, przedstawił ten plan, pomógł w różnych wyborach.

Czyli blogowałaś, gromadziłaś wokół siebie jakąś publiczność, która przechodziła do kolejnych etapów Twojego życia zawodowego w biznesie. Jak w ogóle zorientowałaś się, że jest coś, co te osoby chciałyby kupić od Ciebie? Jak zbadałaś rynek, skąd wiedziałaś, że to są nie tylko osoby, które Cię lubią, ale byłyby też w stanie zapłacić za Twoją wiedzę i doświadczenie?

Na początku wszystko robiłam źle. Ponieważ wydawało mi się, że wiem lepiej, co te osoby chciałyby ode mnie kupić. I dlatego nikt ode mnie wtedy nie kupował moich

produktów. Ale dużo tego testowałam. Miałam kurs blogowy, który za bardzo się nie sprzedawał. I dopiero po nim wywnioskowałam, że może nie chodzi o to, że ludzie nie mają pieniędzy, tylko że to nie jest odpowiedni kurs dla nich. Zaczęłam myśleć bardziej strategicznie, czytać więcej na ten temat. Pytać ludzi, chodzić w różne miejsca. Wtedy nie było jeszcze grup na Facebooku tak bardzo rozbudowanych jak teraz, więc sprawdzałam na różnych fanpage'ach, przeglądałam pytania ludzi w komentarzach na moim blogu. I na tej podstawie stworzyłam mój kurs na temat Facebooka i zaangażowania na nim. I on bardzo dobrze się sprzedał. Więc jednak warto zrobić badanie, popatrzeć, czego ludzie szukają, jakie pytania zadają, spędzić na tym trochę czasu, niż stwierdzić samemu, co ludzie chcą kupić.

Wiem, bo też zrobiłam ten błąd, dlatego ciągle mówię o badaniu rynku. Jak myślisz, jak długo trzeba czekać przed wypuszczeniem pierwszego płatnego produktu? Bo osoby, które chcą zacząć coś robić on-line, często mnie pytają, ile muszą mieć fanów na fanpage'u, żeby zacząć coś sprzedawać? Kiedy można zacząć coś sprzedawać, mieć nadzieję, że to, co otwieramy, przyniesie zyski? Dodam tylko, że nie można robić zorganizowanej sprzedaży, jeśli nie ma się własnej firmy, więc jest to trochę utrudnione pod tym względem.

Ja miałam to szczęście, że mogłam to robić. We Francji można testować do pewnej określonej sumy pieniężnej, robić nieregularne testy sprzedaży. Wiem, że w Polsce prawo jest ostrzejsze pod tym względem.

Szczególnie jeśli chodzi o kursy on-line, bo można robić jakieś sporadyczne konsultacje, natomiast sprzedaż samych kursów odbywa się tylko przez firmę.

Uważam, że nie sprzedaje się swojego produktu na samym początku, jeżeli nie ma się jeszcze swojej publiki lub nie zna się jej. Najpierw trzeba poznać tych ludzi, zobaczyć, co ich kręci, czego potrzebują, jakie zadają pytania. Najpierw należy dać polubić się tym ludziom, poznać, stworzyć zaufanie. Po angielsku mówi się *like and trust*, czyli daj się poznać, polubić, wtedy ludzie nabiorą zaufania i będą od Ciebie kupować. Jeżeli wyskakujesz tak nagle na rynku on-line czy jakimkolwiek ni z gruchy, ni z pietruchy, to nikt Ciebie nie zna, ludzie nie mają do Ciebie zaufania. Możesz mieć świetny produkt, ale ludzie Ciebie nie znają, więc mało kto go kupi. Więc daj się najpierw poznać, ale też

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 40:
Mądra droga z etatu do własnego biznesu online*

poznaj osoby, które tworzą Twoją publikę. Dowiedz się, co one lubią, czego szukają, pragną, czego chcą w życiu, wtedy powoli wypuszczaj swój produkt. Zaczynij od czegoś małego, żeby sprawdzić, czy to jest odpowiednie, czy ludzie tego chcą, później możesz przejść do większych rzeczy.

Nie mogę dać tu określonych cyfr, że jeżeli zdobędziesz 1000 fanów na Facebooku, to wtedy zaczniesz sprzedawać swój produkt, bo to nie o to chodzi. Możesz mieć 500 fanów na Facebooku, 500 na liście mailingowej, ale oni są zaangażowani, czyli piszą z Tobą, czy to na Twoim fanpage'u, czy na Twoich mediach społecznościowych. Czytają Twoje maile, otwierają je, czyli to jest to zaangażowanie. I ci ludzie naprawdę są z Tobą, bardzo Ciebie lubią, szanują, mają do Ciebie zaufanie. Nawet z taką małą liczbą osób na liście mailingowej pewnie możesz już zacząć sprzedawać swój produkt. Bywa, że nawet 10 tys. ludzi nie zagwarantuje dobrej sprzedaży, jeśli w ogóle nie ma z ich strony zaangażowania, np. nie otwierają Twoich maili. Jeśli mimo wszystko zaczniesz sprzedawać swój produkt, to może się okazać, że kupi go taka sama liczba osób jak mała liczba fanów. Więc tak naprawdę liczba się nie liczy tak bardzo.

W takim razie założmy, że mamy plan, układamy go sobie na rok. Ktoś chce przejść z etatu. Jeśli nie jest w żaden sposób znany, to powinien przeznaczyć ten czas na budowanie marki, zaufania, ewentualnie listy. Bo żeby stworzyć listę, wcale nie trzeba mieć firmy. Aby zarejestrować listę do GODO, też nie trzeba mieć firmy. To jest czasami mylnie rozumiane. Czyli zbieramy adresy, budujemy ewentualnie fanpage, posiadamy swoją stronę, nawet skromną.

Tak, to jest ten czas, kiedy można naprawdę budować swoją ekspertyzę, obecność w internecie. Dwanaście miesięcy to naprawdę bardzo dużo czasu, jeżeli robi się to regularnie, konkretnie, czyli na temat. Więc naprawdę w ciągu roku można bardzo wiele zdziałać. Na spokojnie, ponieważ jak mówiłaś, nie trzeba jeszcze otwierać swojej działalności, bo jest się na etacie i ma się te pieniądze. I na spokojnie można budować tę swoją obecność, robić ekspertyzę, nawet markę w internecie na różne sposoby, np. poprzez bloga, podcast, webinary. Niektórzy uważają, że koniecznie trzeba mieć blog, pytają mnie: „Czy muszę mieć blog, bo nie lubię pisać?”. Nie, to nie jest obowiązkowe, ale trzeba gdzieś regularnie tworzyć jakiś контент, by dać się poznać ludziom i budować swoją pozycję na rynku on-line.

Długo nie pracowałam na etacie, zdecydowanie dłużej jestem albo mamą w domu, albo ze swoim biznesem, natomiast chciałam poznać Twoje zdanie. Jakie widzisz wady i zalety prowadzenia własnego biznesu w porównaniu z byciem na etacie? Chodzi o to, by lepiej pomóc takim osobom zdecydować, czy na pewno chcą mieć swój biznes, czy też nie jest on jednak dla nich opcją. Bo wierzę, że nie jest dla każdego.

Jak wrzucam hasło przechodzenia na własny biznes, to są osoby, które mówią: „Ja lubię mój etat, czemu muszę przechodzić?”. Ja mówię: „Nie, nie, to nie jest obowiązek”. Po prostu zwracam się do tych ludzi, którzy chcą to zrobić, mają to w planach, ponieważ wiem, że jest naprawdę wiele osób, które uwielbiają swoją pracę na etacie, pracę dla kogoś. I OK, to jest normalne. Ja oczywiście nie burzę się tutaj przeciwko temu, ponieważ każdy lubi co innego, każdy robi co innego. Każdy ma inne motywacje, odczucia w związku ze swoją pracą. Ale są takie osoby, które źle się czują na etacie, kiedy ktoś każe im coś zrobić, które mają jakieś plany, projekty, nie mogą ich rozwijać, ponieważ firma idzie w innym kierunku i to szef decyduje, co robić. Są to osoby, które chcą iść własną drogą, których nie kręci już ta praca.

Jak wspominałam, na początku uwielbiałam swoją pracę, ale w pewnym momencie zauważyłam, że to kręci się w kółko, ciągle to samo. Jedni studenci wyjeżdżali, inni przyjeżdżali. I miałam już tego dość, chciałam coś nowego. Oczywiście można awansować, ale ja chciałam mieć również wolność czasową, zwłaszcza dla mojego synka. Oczy otworzyło mi to, że musiałam chodzić z nim do bardzo wielu specjalistów przez pierwsze półtora roku jego życia, więc byłam zmuszona brać wolne w pracy. A mojej szefowej to się bardzo nie podobało, więc było sporo różnych niemiłych sytuacji. Wtedy sobie pomyślałam, że jakbym miała własną firmę, własny biznes, tobym mogła robić sobie, co chcę ze swoim czasem, decydować, kiedy wziąć wolne, żeby iść do specjalisty, a kiedy nie – to jest pewnego rodzaju wolność. Daje ją także biznes on-line, czyli praca w internecie z jakiegokolwiek miejsca na ziemi. To jest również wolność przestrzeni: mogę, kiedy chcę, pojechać sobie gdzieś, biorę tylko laptopa pod pachę i pracuję z jakiegokolwiek miejsca na ziemi. Czyli przede wszystkim wolność. Ale tak jak mówię, są osoby, które lubią pracować dla kogoś, mieć taki kadr, wytyczne, granice stworzone bezpośrednio przez innych.

Jakie widzisz wady biznesu on-line?

Jest ich trochę. Nie powiem, że jest tak różowo i wszędzie biegają koziorożce. Po tym półtora roku mojej pracy we własnym biznesie – chociaż tworzyłam go od 2011 r., to oficjalnie działa od 2016 r. – stwierdzam, że jest o wiele więcej ciężkich momentów niż takich superświetnych i radosnych, ponieważ jest to praca. Trzeba tu działać, coś tworzyć, być regularnym. To nie jest tylko siedzenie z kawą w domu, oglądanie seriali, ponieważ niektórzy tak myślą. To jest również normalna praca, w której wiele rzeczy nie działa tak, jak trzeba, coś nie idzie po naszej myśli. Ponieważ sami podejmujemy decyzje, to ponosimy ich konsekwencje. Dlatego jak już kreuje się swoją firmę, swój biznes, to trzeba pomyśleć, by to było coś, co naprawdę nam się podoba, co uwielbiamy, co jest naszą pasją, bo wtedy takie ciężkie momenty będą łatwiejsze do przetrwania.

Na początku, przy przechodzeniu z etatu do biznesu, ja wszystko widziałam na różowo. Pomyślałam, że przejdę na własny biznes, to będzie wspaniale, cudownie, będę spokojna i w końcu będę robiła to, co lubię. Wręcz przeciwnie, robi się bardzo wiele rzeczy, których się nie lubi. Dalej są różne administracyjne sprawy, księgowość, których ja nie znoszę. Niektórzy np. nie znoszą odpowiadania na maile, ale to są rzeczy, które codziennie wykonuje się w takim biznesie – nie jest to coś wspaniałego, cudownego w stu procentach. Zawsze będą te ciężkie chwile, np. niektóre kursy się nie sprzedają czy brak pieniędzy przez określony czas, hejterzy, czyli ludzie, którzy piszą niemiłe komentarze. Ja uważam, że trzeba przejść przez coś takiego, bo inaczej człowiek niczego się nie nauczy, jak wszystko będzie wspaniale szło. Należy docenić to doświadczenie, iść dalej, wyżej, rozwijać się.

Ale mimo że są te nieciekawe momenty, to jest ta wolność. Ja bardzo cieszę się, że to zrobiłam, na pewno nie będę tego żałować. Nawet jeśli kiedyś musiałabym zamknąć firmę, to myślę, że otworzę inną. Jednak nie żałuję przejścia na swoje, ponieważ robię to, co chcę, jestem wolna czasowo, przestrzennie i zarabiam na tym pieniądze.

Mówiłaś o tym, że niektóre rzeczy nie są fajne i nie zawsze robimy to, co lubimy. Słyszałam cytaty znanego przedsiębiorcy, że jeżeli chcesz robić tylko te rzeczy, które lubisz, to znajdź sobie hobby. A jeżeli masz biznes lub chcesz go założyć, to musisz robić również te rzeczy, których nie lubisz. Później ewentualnie można coś komuś

zlecić, ale przeważnie na początku nie ma się tych finansów, nie wie się, co robić.

Jeżeli zaczynamy własny biznes i mamy te oszczędności na boku, ponieważ posłuchaliśmy Uli Phelep, jak o tym mówiła, nie wydawajmy ich tak po prostu na lewo i prawo. Bo ktoś powiedział, że jest jakaś świetna platforma, że trzeba koniecznie ją kupić i jej używać. To jak z błyszczącym przedmiotem, że coś zabłysszy, my lecimy i kupujemy. Ja tak robiłam. Wszystkiego nauczyłam się na błędach, popełniłam wszystkie, jakie można. Przez pewien moment czasu kupowałam różne rzeczy, bo ktoś powiedział: „Jaki świetny jest ten program, musisz go mieć”, „Robisz webinary, to musisz koniecznie kupić taką a taką platformę, która kosztuje 300–400 dol. rocznie”, co zwłaszcza na początku tworzenia biznesu jest ogromną sumą. A później okazało się, że mogłam robić darmowe webinary poprzez YouTube. Więc naprawdę trzeba uważać z tym, jak się wydaje i na co. Lepiej oszczędzić, lepiej zaczynać od dołu i powoli piąć się do góry. Czyli nie wydawać pieniędzy na takie rzeczy, nawet jeśli ktoś mówi, że koniecznie musisz. Nie, wcale nie musisz. Skupić się na jednym, a nie na wszystkim dookoła i powoli, powoli pnij się do góry. Naprawdę trzeba cierpliwości, co jest chyba najważniejszą rzeczą w biznesie, ponieważ i tak cierpliwie dojdzie się do tego celu, jeśli się tego bardzo chce, regularnie tworzy różne rzeczy, regularnie działa. Więc powoli, na spokojnie i oszczędnie.

Niedawno spotkałam się ze znajomymi, którzy zbudowali piękny dom. Pan domu zajmował się całym planowaniem. Zapytałam, ile to kosztowało. Powiedział kwotę, ale stwierdził, że można było zaoszczędzić już na początku, np. przy fundamentach. Jak dostali pieniądze z kredytu, to wydawało się, że ich jest tak dużo, że wszystko można kupić, niespecjalnie się oglądając. Tak się dzieje chyba z każdym większym zakupem.

Są takie rzeczy, które można robić w inny sposób, nie wydając pieniędzy albo mniej ich wydając. Jak wspominałam, nie musiałam kupować drogich platform, żeby robić webinary. Ale są platformy, które bywają naprawdę bardzo fajne i pożyteczne, ale też nie trzeba na początku od razu ich kupować. Zdarzyło mi się, że kupiłam jedną rzecz, która kosztowała 200 dol. Rocznie, i przez ponad rok w ogóle jej nie używałam, bo nie była mi wtedy potrzebna. Ale kupiłam ją tak po prostu, nagle, bo obejrzałam jakiś webinar, ktoś powiedział, że to świetne narzędzie. Pomyślałam sobie: „Boże, jaka supersprawa, muszę koniecznie mieć tę platformę”, mimo że nie miałam żadnych planów z tym związanych.

Kupiłam to i przez półtora roku nic z tym nie robiłam.

Powiedzmy jeszcze o kursach on-line. Myślę, że każdy przechodzi taki etap, że kupuje wszystkie kursy, jakie są wokół. Ale jest tak, że trzeba znaleźć złoty środek. My jesteśmy osobami, które sprzedają kursy, ale mimo wszystko chcemy, żeby ktoś, kto zaczyna, bardzo uważnie dobierał te kursy, które kupuje, i przede wszystkim skupił się na ich wdrożeniu. Ja tak miałam, że kupowałam kursy, a później okazywało się, że w ogóle przez nie nie przechodziłam.

Miałam podobnie. Ostatnio robiłam zakończenie roku księgowego, czyli w połowie roku, i odkryłam, że miałam kursy, do których nigdy nawet nie zjrzałam. Stwierdziłam, że fajny, może do niego wrócę. Zdarza się każdemu. Po pierwsze trzeba wiedzieć, jaki ma się ten plan. Można to nazwać biznesplanem, ale niech to będzie coś konkretnego, dobrze zrobionego. Nie musi to być 200 stron, może być kilka, ale naprawdę konkretnie: co chcę się robić, w jakim kierunku iść, jakich narzędzi używać. W jakiej formie będę tworzyć różne rzeczy, jak wideo, podcast, blog. I na tej podstawie pomyśleć, że może taki kurs o podcaście by się przydał, bo chciałam zacząć mój podcast. Więc wyznaczyć datę, np. za dwa miesiące, 1 września, zacznę swój podcast. I wtedy można kupić taki kurs, zacząć się kształcić, a nie kupować na prawo i lewo.

Jak znaleźć osoby, które będą zainteresowane produktami, które są dostępne w internecie, jak np. kursy albo jakieś inne elektroniczne produkty? Ktoś mający pracę na etacie niezwiązaną z internetem ma przejść on-line? To może zdawać się przerażające.

Najpierw trzeba budować swoją obecność on-line. Trzeba się pokazywać, tworzyć content, i robić to regularnie. Zacząć budować listę, ponieważ stanowi to fundament biznesu. Dać się poznać ludziom, polubić, żeby mieli do Ciebie później zaufanie. Z drugiej strony, jak sprzedawać swoje produkty on-line? Zrobić badanie rynku, poszperać, popatrzeć, o co ludzie najczęściej pytają w danym temacie. Można szukać tego w komentarzach, w grupach na Facebooku, na fanpage'ach, wszędzie, gdzie widzi się jakiś temat związany z tym, w czym działasz. Jak są pytania, to je spisuj. Jest taka metoda u wielu osób, które mówią, żeby wejść na Amazon i tam znaleźć książki w danym temacie, dziedzinie i zobaczyć, jakie są komentarze, co ludzie piszą. Sprawdzić też pytania pod

podcastami. Szukać wszędzie, szperać i wynajdywać te, które najczęściej się powtarzają, i na ich podstawie tworzyć przyszły produkt.

Z własnego doświadczenia wiem, że jeżeli myśli się, że produkt się sprzeda bez żadnych badań, to może szczęśliwym trafem to się udać, ale zazwyczaj kończy się to wpadką biznesową i taki produkt nie sprzedaje się. Ponieważ ludzie chcą czegoś innego niż Ty myślisz, że oni chcą. Dlatego to należy zbadać. Internetowy biznes ma to do siebie, że często nie widzimy się albo widzimy tylko swoje zdjęcia. Nie jest to taki kontakt jak na żywo. Ale mimo odległości, szklanego ekranu należy traktować ludzi jak osoby, które mają uczucia, emocje. Trzeba ich traktować tak, jak samemu chciałoby się być traktowanym. Zauważyłam, że wiele osób w internecie traktuje swoich potencjalnych lub stałych klientów jak numerki, cyferki, coś abstrakcyjnego. A trzeba pamiętać, że za tą cyferką, za tym zdjęciem na Facebooku kryje się prawdziwa osoba z krwi i kości z uczuciami i emocjami.

Ula, dziękuję Ci bardzo za ten wartościowy wywiad. Mam nadzieję, że uratowałyśmy parę dusz przed jakimś niebezpiecznym skokiem w głębię, w której mogłyby utonąć. Poprzez ten odcinek chcemy przestrzec przed zrobieniem głupoty.

Dziękuję bardzo, Ariadno.

Bardzo dobrze rozmawiało mi się z Ulą. Uwielbiam wszystkich moich gości. W podcaście są zawsze bardzo pomocni, chętnie dzielą się swoją wiedzą, co jest fantastyczne. Ula nie jest oczywiście wyjątkiem. Ja bardzo podziwiam całą jej drogę, która trwała tyle lat. Ula była naprawdę zdeterminowana, nawet były chwile, że nie wiedziała dokładnie, czego chce, jaki produkt będzie sprzedawać, ale nie poddawała się, bo wiedziała, że to jest to, co chce robić, i naprawdę była w tym wytrwała. Bardzo ją za to podziwiam. Nie wiem, czy sama wytrzymałabym tyle czasu bez takich podpowiedzi, jakie tu zostały udzielone. Więc posłuchaj, jakie wskazówki wyłuskałam z tego wywiadu. Mam nadzieję, że zastosujesz je w swoim życiu, jeżeli chcesz mieć biznes i jesteś na etacie.

Pierwszą wskazówką Uli jest to, żeby mieć na wszystko plan. To ma być plan, natomiast nie musi być to biznesplan, który ma jakieś superstruktury. Nie musisz brać kursu, jak

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 40:
Mądra droga z etatu do własnego biznesu online*

zrobić plan biznesowy. Możesz to zrobić, ale jak słyszałaś, nie zachęcamy do zbytniego kupowania kursów. Po prostu trzeba na początek zrobić takie minimum. Później możesz to rozszerzać. Kiedy zaczniesz mieć jakieś większe wpływy, jak już ten biznes zacznie się rozrastać, wtedy trzeba mieć już lepszy plan biznesowy. Na początku wystarczy taki zupełnie podstawowy, zwykły plan działania na ten rok, który, mam nadzieję, będziesz mieć, żeby swobodnie, powoli przejść z etatu na biznes on-line.

To nie musi być dosłownie 12 miesięcy, jak mówiła Ula. To może być kilka miesięcy, pół roku, może 9 miesięcy. Chodzi o to, aby zgromadzić zapasy finansowe, zbudować podłoże, które jest społecznością, wykonać badanie rynku. Więc pewien biznesplan jest potrzebny, ale na początku może on być zupełnie podstawowy. W notatkach zalinkuję do odcinka „Time for Business TV”, który jest właśnie o planie biznesowym. Tam możecie pogłębić sobie te treści. Natomiast tu powiem tylko tyle, że to musi być coś, co pozwoli Ci zaplanować to, jak będziesz zarabiać, co będziesz robić, jak zbudujesz społeczność, jakie treści należy publikować, jak dasz się poznać, żeby ludzie Cię zauważali.

Ula mówiła, żeby dać sobie czas, aby zaoszczędzić gotówkę. To jest naprawdę ważne, ponieważ musisz mieć pieniądze na prowadzenie biznesu, ale też na swoją pensję. Jeśli nie będziesz mieć na swoją pensję, to szybko zniechęcisz się do swojego biznesu. A jeżeli nie zgromadzisz odpowiedniej ilości oszczędności, to zostaniesz zmuszona przyjąć robotę niepasującą do Twojej wizji biznesu, bo zaczniesz to robić dla pieniędzy, co również obudzi frustrację i niechęć do biznesu. Więc naprawdę trzeba dobrze przemyśleć, co chcemy robić, zrobić odpowiednią poduszkę finansową i zacząć działać. Mam dwa świetne odcinki podcastu, które są na temat finansów. Jeden z nich to [odcinek 22 – wywiad z Michałem Szafrąńskim na temat finansów firmowych](#), drugi – [odcinek 23, wywiad z Mikiem Michalowiczem pt. „Profit First”](#). Te odcinki pomogą Ci lepiej zaplanować finanse w Twojej firmie.

Ula wspominała też o tym, aby testować. Testowała ona różne produkty, oferty, nawet różne nazwy, grupy docelowe. Później można to samo robić z gratisami, które dajesz do swojej listy, tematami kursów. Dosłownie wszystko można przetestować, a nic nie jest od razu doskonałe. Otwierając firmę, musisz też pamiętać o tym, żeby robić to zgodnie z przepisami. My tutaj wspomnieliśmy nieco o przepisach, ale zawsze zweryfikuj je zgodnie ze swoją sytuacją, skonsultuj się z prawnikiem. W związku z tym odsyłam Cię do

16. odcinka mojego podcastu, gdzie robiłam wywiad z prawnikiem Wojtkiem Wawrzakiem na temat prawa dla biznesu online.

Moja rozmówczyni mówiła też o tym, że nie liczy się rozmiar listy czy fanpage'a, czyli ciężko jest liczbowo powiedzieć, kiedy należy zacząć już sprzedawać. Nie ma czegoś takiego. Najważniejsze jest budowanie zaufania i to, jakim zaufaniem będziesz się cieszyć w momencie, kiedy zaczniesz sprzedawać. Ula podawała taki przykład, że możesz mieć kilkaset osób na liście czy na fanpage'u i będą to ludzie bardzo zaangażowani, którzy Ciebie lubią i cenią. Możesz sprzedać 40 kursów, a możesz mieć listę 10 tys. fanów i też sprzedać 40, bo są to osoby, które są niezaangażowane albo nawet nie wiedzą, kim jesteś, bo rzadko przesyłasz im e-maile. Jednym ze sposobów budowania zaufania w internecie jest tworzenie wartościowych treści. To są treści, które budują zaufanie i społeczność. Pokazują Ciebie jako eksperta, powodują wytworzenie takiej dobrej woli w Twojej społeczności. Tutaj też polecam mój podcast, mianowicie [odcinek 35 „Tworzenie wartościowych treści w internecie”](#), wywiad z [Andrzejem Tucholskim](#).

Ula mówiła również o tym, że gdyby teraz robiła to jeszcze raz, to wzięłaby sobie mentora, który pomógłby jej znaleźć właściwą drogę i strategię, może również grupę docelową, ofertę. Bo zajęło jej to jakieś pięć lat, uczyła się wszystkiego na błędach. To jest bardzo dobra metoda, natomiast trwa dosyć długo. I można uczyć się na cudzych błędach, co jest przejawem geniuszu, i po prostu skorzystać z oferty kogoś, kto przeszedł przez to i może pomóc.

Rozmawialiśmy także o tym, jak na początku nie należy kupować zbyt dużo narzędzi i kursów. Więc na starcie nie możemy być zbyt romantyczne, ale raczej rozsądne, bo to jest biznes. Jak wspominałyśmy, nie zawsze robi się w nim tylko i wyłącznie to, co się lubi, ale dzięki niemu mamy wolność miejsca, wolność czasu pracy, więc to jest coś, co naprawdę jest marzeniem wielu, wielu osób.

Ula radziła nam też, aby nie myśleć, że z góry wiemy, czego chcą ludzie, tylko po prostu zbadać rynek, dowiedzieć się, popytać ludzi, poczytać komentarze, zaglądać na inne blogi, fanpage, grupy, czytać komentarze. To po to, żebyśmy wiedzieli, jaką ofertę wypuścić na rynek. Tutaj polecam dwa odcinki mojego podcastu: [odcinek 20., o badaniu rynku](#), i [19. – „Jak budować biznes on-line”](#). Do tego ostatniego mam też taką mapę, która

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 40:
Mądra droga z etatu do własnego biznesu online*

to pokazuje. Jest to schemat, gdzie znajdziesz te momenty, o których mówiliśmy, czyli o budowaniu społeczności, wypuszczaniu swojej pierwszej oferty itd.

Jeśli szukasz mentora, o którym mówiła Ula, z którym chciałabyś porozmawiać na temat swojej drogi w biznesie on-line w zdobywaniu dochodów, czy to na blogu, czy z kursów on-line, to zapraszamy Cię na konsultacje: albo z Ulą, albo ze mną. Nie oferujemy ich regularnie. Ja najwcześniej będę w stanie je dawać w sierpniu, Ula być może wcześniej, ale aby się o nich dowiedzieć, zapisz się na listę e-mail u Uli albo u mnie. Link będzie w notatkach do tego odcinka podcastu na stronie ponitceariadny.pl/40. Jeżeli masz ochotę na taką konsultację, to zapraszamy. Bo jeżeli osoba doświadczona spojrzy na Twoją sytuację, to wiele rzeczy może rozjaśnić. Zapraszam Cię więc na nasze strony. Ula ma fantastyczne i duże doświadczenie, więc jestem pewna, że będziecie bardzo z tego zadowolone.

Na koniec poproszę Cię, abyś podzieliła się informacją o tym odcinku z jedną osobą, której wiesz, że mogłaby pomóc przejść z etatu do swojego biznesu. Może znasz osoby, które wahają się, bo mówiłyśmy tutaj nie tylko o wszystkich różach i wspaniałych kolorach biznesu on-line, ale też o tym, jak to naprawdę wygląda. Bo obu nam zależy, aby nie namawiać nikogo do takiej ścieżki życiowej, która później będzie dla nich męką.

Pamiętaj również o zapisaniu się na moją listę mailingową na stronie ponitceariadny.pl. W zamian za adres e-mail dostaniesz ode mnie listę narzędzi potrzebnych do zrobienia kursu on-line. Osobom, które zapiszą się, regularnie wysyłam powiadomienie o kolejnych odcinkach podcastu oraz różne ciekawe informacje, w tym te o moim kursie, w którym uczę, jak zrobić kurs on-line polegający na wysyłce maili. Dziękuję Ci bardzo i do usłyszenia w kolejnym odcinku.

Dziękuję Ci za spędzenie ze mną czasu i wysłuchanie tego odcinka podcastu. Aby przeczytać notatki i posłuchać innych odcinków, wejdź na moją stronę: ponitceariadny.pl. Jeśli chcesz, aby również inne kobiety chcące rozwinąć swój biznes on-line 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”.