

Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 24: Nie rezygnuj mimo trudnych początków

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

Cześć! Witaj w kolejnym odcinku podcastu „Po nitce Ariadny”.

Ja nazywam się Ariadna Wiczling. Jeżeli słuchasz tej audycji, to prawdopodobnie jesteś osobą, która, tak jak ja, chce pracować, gdzie chce, kiedy chce, w moim przypadku: z domu, i sama gospodarować swoim czasem, który przeznaczasz na pracę, a tym, który przeznaczasz na inne przyjemności. I dlatego mam dla Ciebie świetnego gościa, którym jest Monika Baczevska-Alexandropoulou.

Monika ok. rok temu chciała zamknąć swój biznes, który polegał na tym, że sprzedawała przez internet produkty do tworzenia przyjęć. I ten biznes na początku nie udawał jej się tak, jak sobie tego życzyła. Myślała o tym, żeby zrezygnować, ale bardzo zależało jej, aby stworzyć taki biznes, który pozwoli jej pracować w domu. I dzisiaj z dużym sukcesem sprzedaje przepiękne, minimalistyczne plannery i kalendarze do planowania swojego dnia. Jak to się stało, że się nie poddała i rozkręciła swój biznes, sprzedając fizyczny produkt, własnego projektu, w internecie? Posłuchaj.

Ariadna Wiczling: Cześć, Monika!

Monika Baczevska-Alexandropoulou: Cześć, Ariadna!

Ariadna: Monika, zaprosiłam cię dzisiaj do mojego podcastu, bo chciałabym, żebyś podzieliła się z nami swoją historią i tym, jak to się stało, że zaczęłaś produkować swój własny planner. Jak to się stało, że z mamy, która szukała jakiegoś pomysłu, zaczęłaś działać on-line i robisz to z takim sukcesem?

Monika: Długa historia. Zacznę od tego, że oczywiście na początku bardzo dużo pracowałam, a rodzaj mojej pracy powodował, że pracowałam prawie wszystkie weekendy, przez większą część roku. W momencie, kiedy urodziły się moje córki, zmieniło się moje życie. Myślę, że to dotyczy każdej kobiety – zajęłam się wychowaniem moich dziewczynek. Mam dwie córeczki, mieszkam w Grecji, oczywiście to utrudniło sytuację, bo nie miałam blisko mamy, więc zostałam w domu przez prawie 6 lat.

Zostawiłam swoją pracę, która była bardzo kreatywna i twórcza.

W ogóle moje życie wtedy wiązało się tylko i wyłącznie z tym rodzajem zawodu:

dekoracje, event planning itp. Robiłam bardzo piękne imprezy i mówię: „Boże, co ja teraz zrobię? Czy ja będę tylko siedzieć w domu?”. Wiem, że poświęciłam czas, wychowuję dziewczynki, jest super, ale w pewnym momencie zaczęło mi czegoś brakować.

I przemyślałam sprawę, co mogłabym zrobić, by podzielić rolę mamy z wizją swojej kariery czy po prostu z pracą, która by też mnie satysfakcjonowała. Nie widziałam powrotu do tego, co robiłam wcześniej, bo nie widywałabym rodziny.

Wpadłam na pomysł biznesu on-line – od razu przyznaję: bez żadnego badania rynku, bez specjalnej wyobraźni, o co w ogóle chodzi w biznesie on-line. Po prostu zbiegły się na to różne sytuacje. Przez co najmniej 2 lata chodził mi po głowie blog – to, że otworzę stronę internetową, na której będę prezentowała to, co umiem: organizacja, a właściwie dekoracja przyjęć. Tyle tylko, że zamieniłam duże weselne imprezy, chrzciny na małe przyjęcia domowe, rodzinne, bardziej kameralne, przy fajnej atmosferze, bardziej chyba skierowane na moje dzieci. Czyli mam nadzieję, że jest szansa, że zainspiruję mnóstwo kobiet.

Mieszkam w innym kraju, są tu też inne warunki klimatyczne, jest trochę innych rzeczy – chciałam to pokazać. Nie określiłam swojego kierunku: „OK, tworzę fajnego bloga, skupię się na dobrej fotografii”, bo na początku – nie ukrywam – wszystkie zdjęcia były z mojego telefonu, które niestety nie są najfajniejsze jakościowo. Zaopatrzyłam się po jakimś czasie w dobry aparat, który pomógł mi w prezentacji tego, co robię, bo dobre zdjęcie oddaje tę atmosferę lepiej. I miałam taką wizję, że to właśnie blogowanie będzie tym, co chcę robić, i wykreuje mi jakąś drogę biznesu, bym w końcu jako blogerka zacząć zarabiać. Jeszcze nie wiedziałam na czym. Powiem szczerze, że tak się nie stało. Zaczęłam blogować, ale nie miałam tyle czasu, żeby faktycznie być aktywną co drugi dzień. Wrzucałam posty raz w tygodniu – to było za mało – ten blog nie był na tyle żywy.

Miałam też ułatwienie: moja przyjaciółka zna osobę, która silnie działa w social media w Polsce i gdzieś mnie zaprezentowała, co ułatwiło mi dojście do pierwszych osób, które dowiedziały się o mnie, zaczęły śledzić, lajkować na moim fanpage’u. To oczywiście obudziło moją wyobraźnię, że mam ułatwienie bez specjalnego marketingu. Skoro

te dziewczyny faktycznie mnie lubią, wchodzą na moją stronę, do moich postów, czytają, oglądają, im się to podoba, to może stworzę im jakąś ofertę on-line do przyjęć domowych, które sama robię.

I postanowiłam otworzyć sklep internetowy. Na początku w tym sklepie – zresztą do tej pory mam tam sporą gamę party produktów, czyli dekoracyjnych rzeczy na przyjęcia – skupiłam się na bardzo ładnych przedmiotach, które pomagają w stworzeniu małej, fajnej, domowej imprezy, np. urodzin dziecka, oraz na tzw. candy barach, które są moim ulubionym punktem na przyjęciu dziecka, czyli na tym, żeby stworzyć piękny, słodki bufet i go udekorować szybko kilkoma gadżetami, nadać mu jakiś charakter. Przyznam szczerze, że efekt był taki, że wydałam jakąś kwotę na produkty, które średnio się sprzedawały, a czasami prawie wcale.

Ariadna: Czyli nie spytałaś najpierw tych osób, czy one są zainteresowane?

Monika: Myślałam, że jak podoba się tym osobom to, co prezentuję na swojej stronie – kreowanie przyjęcia – to wystarczy. Absolutnie nie miałam takiej wizji, że może się zapytam: „Dziewczyny, macie ochotę na zakup takich rzeczy?”, „Jak organizujecie imprezy?”, „Czy w ogóle organizujecie imprezy, czy po prostu lubicie, jak ktoś to robi?”.

Ariadna: Pamiętam, jak rozmawialiśmy, że ludziom podobało się bardzo to, co robiłaś, i oni chcieliby chętnie, żebyś im coś takiego zrobiła, co z różnych powodów było niemożliwe. Nie pomyślałaś o tym, że inni mogą nie chcieć lub też nawet nie móc tak tego skomponować tak, jak ty potrafisz zrobić?

Monika: To był mój błąd. Może w euforii, że robię coś i to się podoba, czyli mogę wrócić na rynek i zaprezentować to, co już umiem bardzo dobrze, i to się podoba, ale założyłam, że to jest moje badanie rynku i że to się powiodło, i sukces. Powiem szczerze, że tak się nie stało. Nie pytałam, nie robiłam ankiet, nie wysyłałam zapytań. Mam do tej pory produkty, które zakupiłam trzy lata temu. One się sprzedają w małych ilościach, ale to naprawdę nie starcza na chleb, to jest niewystarczające.

Ariadna: Więc jesteś w tym momencie, kiedy widzisz, że już nie wychodzi.

Monika: Blog nie zarabia, reklam czy innych rzeczy nie ma, sklep nie zarabia. Rozwija się za to strona w sensie, że przybywają osoby chętne do śledzenia mnie i obserwowania,

i ja jestem bardzo szczęśliwa, ale wszystko to zamyka się w tym kręgu hobby. Nie wiedziałam, jak to zamienić na biznes. To oczywiście pochłania ogromne ilości czasu. W międzyczasie dorabiałam sobie: dużo rzeczy projektowałam na imprezy, projektowałam party kolekcje. Sytuacja zaczęła się trochę zmieniać, bo już nawet rodzina mówiła: „OK, spróbowałaś, minęło tyle czasu, blog się podoba, ale to chyba nie ma największego sensu”.

Ariadna: Była duża liczba fanów, obserwatorów i czytelników, co jeszcze nie znaczyło, że jest jakiś biznes.

Monika: To nie miało żadnego znaczenia. Fajnie, że ktoś mnie poznał, bo to bardzo pomaga, ale nic nie zmienia. Tak naprawdę nie wiedziałam, kto jest po tej drugiej stronie. I bardzo ważną rzeczą jest chyba to, że ja się tak zastanawiałam: „Mam tyle fanek, widzę w *analytics*, że większość kobiet jest na moim Fanpage’u, nie za bardzo wiem, w jakim są wieku, co one chcą”. I zaczęłam się zastanawiać: „To, co pokazuję, im się podoba, ale to nie jest do końca produkt, którego szukają. Co one chciałyby ode mnie?”. Mam krąg ludzi, który gdzieś tam się ze mną zbliżył, już mnie poznał, już zna mój styl. Wiem, że mnie już poznały, to co one by chciały, co ja bym mogła im zaproponować, co bym mogła pokazać, co by się spodobało i może przełożyło się na zarobki, na utrzymanie tego sklepu? Bo cały czas miałam wyobrażenie, że dla mnie, jako mamy i mieszkającej gdzie indziej, ten internetowy biznes to jest właśnie to, co powinnam robić.

I w pewnym momencie sytuacja była taka, że już byłam zrezygnowana. Stwierdziłam, że chyba jednak zamknę tę stronę i wrócę do imprez. Ustalę z moją poprzednią firmą, kiedy mogę pracować, kiedy nie, bo faktycznie mogę wrócić w każdej chwili. Mówię: „No dobra, taka jest sytuacja, a nie inna. Tu nie za bardzo znajduję swoją drogę jako Monika, jako mama tych moich dziewczynek, bo muszę się dzielić czasem, nie mam go wystarczająco dużo, żeby to utrzymać i dalej robić”. I nie wiem czemu, wpadłam na pomysł. W międzyczasie projektowałam dla siebie planner. Skończyłam go już miesiąc przed tą decyzją. On oczywiście nie był wyprodukowany, był w fazie projektu zamkniętego. I ten planner wydrukowałam u siebie w domu, zbindowałam u kolegi i zaczęłam na nim pracować. I to wydarzyło się miesiąc wstecz.

Ariadna: A ten planner zaprojektowałaś dla siebie? Czy myślałaś o tym, żeby

go sprzedawać?

Monika: Nie. Zaprojektowałam to dla siebie, już miałam to na biurku, już z nim pracowałam. Jestem generalnie osobą, która pracuje z plannerem przez całe życie. I bardzo poszukuję idealnych plannerów, które pomogą mi w organizacji życia codziennego. I ponieważ pracowałam na wielu plannerach, nie znalazłam takiego idealnego, który by zawierał wszystko w środku. Prawie rok czasu projektowałam po nocach Simple Planner, który już jest produktem.

Ariadna: To taki projekt z pasji?

Monika: Tak, totalnie z pasji, na bazie moich doświadczeń w pracy i w domu. Prosty, piękna oprawa, bo uwielbiam piękno, minimalizm: chcę, żeby tam było wszystko, ale nie za dużo. Tak wyśrodkowany, by wszystko można zaplanować, ale nie ma przesady, nie ma tego za dużo, bo wydaje mi się, że nie mamy na to czasu – on i tak jest bardzo szczegółowy. Każda z kobiet może coś tam znaleźć dla siebie i zorganizować się. Miałam już ten planner wydrukowany i zbindowany w domu na biurku, i mówię: „A może – ponieważ też jestem kobietą, wiem, że śledzą mnie kobiety, na pewno większość z nich jest też w takiej sytuacji jak ja: gdzieś pomiędzy domem a pracą i karierą – zaprezentuję mój planner, zrobię ostatni post na blogu”. I to był post, który zrobiłam jakiś czas temu, i zaprezentowałam tam właśnie mój domowy planner. Opisałam go szczegółowo, co w nim jest, i pokazałam dziewczynom. Poprosiłam dziewczyny, żeby go sobie ściągnęły i wydrukowały w PDF-ach. Udostępniłam moje projekty na blogu za darmo. Mówię: „Myślę, że to jest fajny pomysł, żeby to miło zakończyć [śmiech], że one są takie fajne, tyle czasu ze mną, to czemu nie, podzielę się moim plannerem, bo to było coś, co bardzo ułatwiło mi wiele rzeczy”.

Ariadna: Czy ten ostatni post, który zrobiłaś, później okazał się badaniem rynku? Czy to było zrobione świadomie pod względem badania na przyszły produkt, czy zrobiłaś to tak po prostu, chcąc się podzielić?

Monika: Nie. To nie było badanie rynku. Zrobiłam ten post, bo chciałam podzielić się moim plannerem, czymś, co naprawdę pomaga kobiecie w organizacji czasu. Nie wiedziałam, jaka będzie reakcja. Dopiero teraz to rozumiem: że tak naprawdę to było badanie rynku, bo reakcja była ogromna, byłam strasznie zaskoczona. Zrobiłam post

i nagle zaczęłam dostawać wiadomości: „Pani Moniko, jaki fajny ten planner!”, „Pani Moniko, a co to jest, jak my możemy to wydrukować?”, „Pani Moniko, a gdzie można to kupić?”. Mówię: „Co tu się dzieje?”. Zaczęłam z innym pomysłem i nagle okazało się, że coś stworzyłam sama, i się podoba, i to było dla mnie niesamowite. Byłam w totalnym szoku, w ogóle nie wiedziałam, co mam z tym fantem zrobić. Mówię: „No dobra, podoba się”, ale już trochę byłam zrezygnowana, może to tylko był taki oddźwięk mailowy, w odpowiedziach na Facebooku, że to jest tylko może...

Ariadna: Może te osoby są tylko miłe.

Monika: Tak. Może one są tylko miłe. Ale faktycznie mój technik, który tę stronę mi otwierał, mówi: „Bardzo dużo osób pobrało te PDF-y, chyba jest zainteresowanie tym plannerem”. To też był taki sygnał, że jednak dziewczyny zaczęły drukować sobie te strony i potem zaczęły się pytać, czy one mogłyby kupić taką książkę – gotowy planner. Szczerze powiem, że chwilę się nad tym zastanawiałam, to nie było tak, że od razu: „Super, znalazłam coś”. Minęło kilka dni i ciągle miałam zapytania. Było naprawdę tak duże zainteresowanie, że stwierdziłam: „Warto zaryzykować. Mam jeszcze sklep on-line, mam stronę, mam fanpage, dziewczyny mnie już znają”. Pomyślałam, że te osoby, które do mnie napisały i stwierdziły, że chcą kupić planner, to faktycznie go kupią.

Pytanie teraz: „Skąd fundusze, żeby wyprodukować ten produkt, kto mi go wyprodukuje, gdzie ja go zrobię?”. Zaczęłam szukać oferty w internecie – nie ukrywam, że mam też sporo ofert z drukarni greckich – te sumy były po prostu tak wysokie, że mówię: „Nie, to jest bez sensu, tego nikt nie kupi”. Po długich poszukiwaniach znalazłam małe wydawnictwo w Polsce, które sprostało moim wymaganiom. Na początku pierwszy planner, który sprzedawałam, nie podobał mi się [śmiech]. Okładka była zbyt błyszcząca, w środku nie było do końca tak poukładane, jak bym chciała. I modliłam się tylko, żeby nikt... Mówię: „Dziewczyny kupią ten planner, ale mają 14 dni, kiedy ten planner odeślą”. A ja musiałam podjąć decyzję i wydrukować sporą ilość. Bo nie ukrywam, dla małej ilości są strasznie wysokie ceny, więc zawsze rozmawiamy od 500 sztuk w górę, bo jeśli ktoś jest zainteresowany drukiem czegoś, to musi rozmawiać o lepszej cenie.

Produkt jest produkowany w Polsce, na pewno jest droższy niż ten, który produkuje się

w Chinach w bardzo dużych ilościach. Robię, co mogę, żeby planner wyglądał naprawdę pięknie i był wart tych pieniędzy. Jest na dobrym papierze. Zadałam o to, żeby nowe produkty, które pojawią się pod koniec sierpnia – czyli kalendarz na rok 2017 – miały narożniki, bo tego nam zabrakło w zeszłym roku. Cały czas uczę się na błędach. Gdy zrobiłam pierwszą produkcję, byłam z niej średnio zadowolona.

Ariadna: W jakim modelu sprzedałaś ten kalendarz? Bo te osoby chciały od ciebie kupić i co wtedy zrobiłaś?

Monika: Właśnie, to jest bardzo ważne. Szczerze mówiąc, nie miałam funduszy na tę pierwszą produkcję. I to jest też ważne, mogę Wam się przyznać, że myślałam długo: „W ogóle się nie znam, jak ja mam to rozwiązać? One to chcą, a już w rodzinie była taka sytuacja, że nie bardzo chciał mi ktoś pomóc inwestować w moje nowe pomysły”.

Ariadna: Wcześniej bardzo cię wspierali, ale...

Monika: Ale to już był taki moment, że: „Znowu coś wymyśliła. W ogóle nie wiesz, co to jest, nie dostaniesz ani grosza”. Ja też bałam się ruszać oszczędności rodzinne, bo faktycznie ten pierwszy pomysł nie wypalił i strata była dosyć spora.

Ariadna: Co zrobiłaś?

Monika: Postanowiłam. Posłuchałam mojej znajomej – mam taką fajną znajomą, która zajmuje się m.in. marketingiem. I ona mówi: „Monika, jak to się tak podoba i to naprawdę jest fajne, to czemu nie robisz przedsprzedaży?”. I jak znalazłam drukarnię, ustaliłam pewne warunki i już wiedziałam, o jakich terminach mówimy, to postanowiłam, że nic nie zamawiam, spróbuję zrobić przedsprzedaż. Faktycznie, wtedy będę miała jakiś dowód na to, czy planner faktycznie się sprzeda, czy tylko były miłe opinie i na tym się skończyło.

Przyznam szczerze, że przedsprzedaż się udała. Naprawdę, sprzedałam wtedy ok. 400 sztuk na dzień dobry, to był dla mnie szok. Uzbierałam pieniądze na zaliczki i na późniejsze raty. Tę pierwszą produkcję zaczęłam bez kapitału, tylko z tych pieniędzy, które uzbierałam z przedsprzedaży. Oczywiście to nie starczyło na całość, ale potem sprzedaż się kontynuowała, a wiadomo, że można się dogadać później, zależy, na kogo się trafi.

Ja mam taką fajną drukarnię, której właścicielka też mnie śledzi na Fanpage'u – już od początku jest moją fanką [śmiech]! To był w ogóle fuks i wszystko na raz fajnie się toczy. Powoli, powoli rozwijam, zmieniam, ulepszam, stawiam na prostotę, minimalizm, piękno, klasykę i troszkę na taki styl sezonowy, bo kalendarze mamy klasyczne – w tym roku będą okładki klasyczne – ale będą też dwie, trochę bardziej funky, dla „fashionelek”.

Ariadna: Czyli teraz nie tylko masz planner, ale też kalendarz?

Monika: Tak. Najpierw powstał planner. To jest taki organizator, w którym daty uzupełniamy same. On jest dosyć szczegółowy, jest tylko na pół roku, bo i tak ta książka ma już 320 stron. Tam są zestawienia tygodniowe, jeżeli ktoś chce korzystać z nich, i potem plan każdego dnia: poniedziałek, wtorek, środa do weekendu, i oczywiście zestawienia miesięczne, są dodatkowe fajne rzeczy. To jest troszeczkę inny produkt – nie da wszystkich. Nie wszystkie kobiety mają czas uzupełniać daty. Stąd posypały się następne pytania: „Taki piękny ten planner, ale nie ma kalendarza”.

Powiem szczerze, że to wszystko skupiło się w jeden okres. Tak naprawdę ten mój pierwszy kalendarz zrobiłam na podstawie plannera, więc ten plan dnia ma praktycznie taki sam, oczywiście w środku są daty. Projekt tego kalendarza skończyłam rok temu w sierpniu. Zanim zrobiliśmy produkcję, to kalendarz doszedł do mnie w grudniu, więc byłam przerażona, myślałam, że mi się w ogóle nie uda go sprzedać, bo w natłoku wiadomości zrobiłam ten projekt, ale już tak naprawdę byłam spóźniona. W tym roku kalendarze są bardziej dopracowane i obiecali mi, że na koniec sierpnia już je dostanę. Zrobiłam ten kalendarz, bo była taka potrzeba, i faktycznie udało mi się go sprzedać. Oczywiście sporą część sprzedałam już w lepszej cenie, dlatego że naprawdę późno do mnie przyszedł. W ogóle nie założyłam, że zarobię cokolwiek na tym kalendarzu, tylko chciałam po prostu zobaczyć, czy ta forma też się spodoba. Trochę zaryzykowałam, ale cieszę się, bo w tym roku wiedziałam, co robić z tym kalendarzem i jak go przygotować.

Ariadna: Powiedz nam w takim razie, co po sukcesie w sprzedaży swojego plannera i kalendarza, promocji i produkcji własnego produktu mogłabyś poradzić osobom, które chciałyby mieć taki biznes on-line, który jest niezależny od tego, gdzie mieszkają i co robią, czy zajmują się dziećmi, czy też nie. Co mogłabyś poradzić, jak zacząć i jak

znaleźć ten produkt, który będzie się sprzedawał, który pozwoli nam prowadzić takie życie, jakie chcemy?

Monika: To jest taka wiadomość ode mnie do każdej kobiety: wydaje mi się, że większość z nas tak naprawdę nie wie na początku nic o biznesie. Zaczyna tak jak ja: jest pomysł, jestem w domu, muszę coś zrobić, bo mam taką wewnętrzną potrzebę. Uważam, że powinniśmy się skupić na tym, co naprawdę najlepiej umiemy, potrafimy zrobić lub w czym jesteśmy dobre, w czym mamy doświadczenie. Gdzieś już coś robiłyśmy, wychodziło nam dobrze, może trzeba to pokazać, może to będzie jakiś serwis, produkt, lekcje czegoś, książka, informator, nie wiem co... Jedna osoba umie pisać. Mnie nie wydaje się, że mogę się odnaleźć w blogu, bo uważam, że średnio piszę – to nie jest moja mocna strona: jest nią projektowanie i część graficzna. Cieszę się, że się na tym skupiałam i odkryłam w pierwszym poście o plannerze, że to jest moja mocna strona.

Zacznij od własnej strony, od fanpage'u. Pierwsze posty już pokażą, jakie jest zainteresowanie. Dobrze jest złapać kontakt z czytelnikami: co uważasz, co ci się podoba, co nie podoba. Wydaje mi się, że trzeba się skupić na tym, co się naprawdę potrafi i co się kocha robić, na swoich własnych pasjach, bo one najlepiej wychodzą.

Nad stworzeniem własnego produktu pracowałam rok czasu. To nie było na zasadzie: dzisiaj szybko zrobię, jutro sprzedam. To nie jest tak. Ja w ogóle nie wiedziałam, że mogę na tym zarobić, ale tak dopracowałam mój projekt, że po tej pracy chciałam go pokazać. Chciałam się podzielić tymi pierwszymi, graficznymi szablonami, usłyszeć opinie. Tak się cieszę, niezmiernie Wam dziękuję, że dostałam te opinie, to było cudowne uczucie. Ale cała ta sytuacja spowodowała, że zaczęłam myśleć o tym, że mogę stworzyć z tego produkt, skoro to się podoba. I tu mi się otworzyła nowa droga myślenia, której w ogóle nie miałam na początku, ale to, co robię, to jest to, co lubię robić, i to, co chyba umiem robić dobrze [śmiech].

Ariadna: Na początku próbowałam stworzyć sobie klientów do tych produktów, które ty chciałaś sprzedawać, a później stworzyłaś produkt dla osób, które już ciebie śledziły, już były w twojej publiczności.

Monika: Tak. Na początku była to tylko taka wizja podzielenia się tym, co lubię i umiem robić. To były moje pierwsze prezentacje imprez. Tu się stworzył pomysł – bez

specjalnych zapytań i badania – na sklep on-line z produktami na przyjęcia. I dopiero, po totalnym braku sukcesu, zaczęłam myśleć, że coś robię źle, coś jest nie tak. Jedna strona – fanpage – pokazywała mi, że to, co robię, jest fajne, a druga strona – biznesowa, która miała przynieść dochody – mówiła mi coś innego. Zaczęłam po prostu szukać. „No dobra, to robię dobrze, ale to może chciałby ktoś kupić, jeżeli ja bym osobiście pojechała i to zrobiła, bo najczęściej tak się działo w mojej pracy. Co mogę innego pokazać, co zrobiłam i co lubię robić i co mogłoby się przekształcić i sprzedać on-line?”. I nie miałam pomysłu na jakiś serwis.

Kiedyś robiłam naprawdę piękne imprezy, ale wiem, że to się kończy tym, że wszyscy chcą, żebym pojechała i zrobiła tę imprezę sama, żebym udekorowała ten stół i zrobiła ten słodki bufet, przygotowała te wszystkie dekoracje itd. Ja jestem tylko jedna i teraz, kiedy mam do czynienia z całą Polską on-line, to fizycznie byłoby niemożliwe. Tak że ja sobie to wszystko źle poukładałam. Cieszę się, że wpadłam na ten pomysł, żeby pokazać jeszcze coś innego, co stworzyłam, co też jest moją pasją, moim hobby, a z czym żyję przez wiele lat od początku mojej kariery. To chyba tyle. Skup się na tym, co umiesz najbardziej, co kochasz – to jest najważniejsze.

Ariadna: I znajdź klientów, którzy będą chcieli.

Monika: To też jest problem [śmiech]. Na tym też trzeba się skupić, warto się dowiedzieć chociaż trochę. Jak słuchałam twojego podcastu pt. *Badanie rynku*, to faktycznie czasami wystarczy 5–6 zapytań do różnych osób. Warto się dowiedzieć, czy faktycznie jest zainteresowanie na to, co prezentujemy lub tworzymy. A czasami niestety hobby pozostaje hobby.

Ariadna: Nie ma w tym nic złego.

Monika: Wcale! Ja zamieniłam moje dekoracje i miłość do tworzenia przyjęć – to już jest hobby [śmiech]. A to, co było moim hobby, stało się moją pracą, to jest naprawdę cudowne. Wszystkim Wam życzę tego.

Ariadna: Bardzo ci dziękuję za wywiad.

Monika: Dziękuję bardzo.

Mnie w Monice najbardziej ujęło to, jaka jest skromna i jak sama jeszcze nie może uwierzyć, jaki sukces osiągnęła. Monika mówiła m.in. o strachu, jaki miała po tym, jak wysłała pierwszą partię swoich plannerów. Bała się, że klienci zaczną je masowo zwracać. Taki strach jest zupełnie normalny, być może Ty też już go doświadczyłaś, bo ja doświadczyłam go, kiedy wypuściłam swój pierwszy kurs. U Moniki okazało się, że na 1000 sprzedanych plannerów z pierwszej partii tylko 3 sztuki zostały zwrócone. To jest po prostu niesamowity sukces.

Monika dała jeszcze taką radę, że jeżeli chciałabyś sprzedawać produkty fizyczne, gdzie inwestujesz niemałą sumę pieniędzy, to dobrze mieć podpisane umowy, przygotowane przez prawnika, bo prawdopodobnie coś pójdzie nie tak i lepiej być na to gotowym. Chcę też zwrócić uwagę na to, że Monika, kiedy sprzedawała tę pierwszą partię, nie wyłożyła na to swoich pieniędzy, tylko po tym, jak sprawdziła, czy planner to jest produkt, który będzie sprzedawany, który będzie chciał być przede wszystkim kupowany, zrobiła przedsprzedaż. Pieniądze, które zebrała, starczyły jej na część zaliczki, której potrzebowała na to, aby wydrukować pierwszą partię.

Chciałabym, abyś zapamiętała, żeby się nie poddawać. Gdy dążysz do swego marzenia i na początku nie wszystko idzie po Twojej myśli – bo prawdopodobnie taki scenariusz Cię spotka – jeżeli chcesz mieć biznes on-line, to ja naprawdę wierzę, że Ci się to uda. Monika, choć miała dosłownie dziesiątki tysięcy fanów, nie była zadowolona ze sprzedaży swoich produktów do organizacji przyjęć. Okazało się, że publiczność, którą zgromadziła, nie chciała od niej tych produktów. Dziewczyny, które ją śledziły, wolały, żeby Monika zrobiła dekoracje dla nich, przygotowała przyjęcie, co oczywiście nie było możliwe przez internet, a Monika po prostu chciała mieć biznes przez internet. Dopiero gdy pokazała im projekt plannera, okazało się, że to jest to. Coś, co stworzyła, żeby zaspokoić własną potrzebę, okazało się wielkim hitem.

Post, który napisała, to był rodzaj badania rynku, którego niestety wcześniej nie zrobiła. Tak że gdy znajdziesz się w sytuacji, że sprzedaż nie idzie tak, jak byś chciała – po prostu zbadaj rynek, sprawdź, czy Twoi czytelnicy czy fani chcą tego, co sprzedajesz. A jeśli nie, to daj im to, czego chcą i co Ty chcesz im dać, bo to też jest bardzo ważne. Oba

Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 24: Nie rezygnuj mimo trudnych początków

te warunki muszą być spełnione, żebyś miała fajny biznes. O tym, jak zbadać rynek, mówiłam w [20. odcinku mojego podcastu](#).

Mam Simple Planner od niedawna. Przygotowując się do tego odcinka podcastu, chciałam usłyszeć czyjąś opinię na jego temat i widziałam, że Marta Kaim, autorka książki *Jesteś ważna*, na swoim Instagramie wrzuca zdjęcia i mówiła o tym, jak lubi Simple Planner. Po prostu tak od serca jej się bardzo podobał i napisała taki post. Zapytałam jej, dlaczego akurat podoba jej się Simple Planner i oto, co mi napisała: „Uwielbiam prostotę i minimalizm. Nie korzystam z żadnych dodatkowych narzędzi do planowania poza kalendarzem Google i kalendarzem papierowym. Poza tym lubię ładne rzeczy. No i właśnie prostotą, pięknem urzekł mnie planner. Jest bardzo czytelny, nie ma w nim 1000 niepotrzebnych rubryk, tylko miejsce na to, co ważne. Do tego odrobina motywacji w postaci cytatów. Dla mnie produkt idealny”.

Myślę, że każdy chciałby dostać taką opinię o swoim produkcie. Monika jest zwolenniczką tradycyjnej metody organizacji czasu, czyli zapisywania wszystkiego ręcznie, zresztą badania naukowe wskazują na to, że to, co jest zapisane naszą własną ręką, jest trwalej zapisywane w naszym mózgu i mózg łatwiej to może przetwarzać. Ja sama stosuję taką mieszaną metodę, bo używam kalendarzy, notatników, karteczek, które się gubią, i teraz właśnie zaczynam używać Simple Planner. Natomiast do komunikacji zadań z innymi używam Nozbe.

Nozbe to jest taka aplikacja, której możesz używać zarówno na komputerze, jak i na telefonie. Możesz wysyłać z poczty zadania do Nozbe, co dla mnie jest bardzo wygodne, ale każdy oczywiście znajduje metodę najlepszą dla siebie. Ja po prostu wybrałam metodę, która jest mieszaną. Absolutnie nie zrezygnowałabym z metody pisania, bo po prostu to lubię. Zachęcam Cię do zajrzenia na stronę Moniki: lovesimple.pl, abyś mogła obejrzeć zdjęcia plannera, ewentualnie pobrać próbki. Ten planner jest po prostu do schrupania. Ja się zakochałam w nim od razu i po prostu musiałam go mieć. Bardzo mnie motywuje do zaglądania i do zapisywania. Mam nadzieję, że Tobie również się spodoba.

Linki do wszystkich ciekawostek i źródeł wiedzy będą w notatkach do tego odcinka podcastu na stronie: ponitceariadny.pl/24.

Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 24: Nie rezygnuj mimo trudnych początków

Na zakończenie chciałam jeszcze wspomnieć o wyzwaniu, które niedawno zorganizowałam z kilkoma innymi podcasterami, wyzwanie nazywało się: [„W ruchu słucham podcastów”](#). Jego uczestnicy na Facebooku mieli codziennie przez 7 dni wrzucać zdjęcia, niekoniecznie selfie, i polecić innym fajny jakikolwiek odcinek podcastu do posłuchania. Wyzwanie okazało się wielkim sukcesem. Było mnóstwo entuzjazmu, wiele osób zaczęło słuchać podcastów, zaczęło się dzielić informacjami o podcastach ze swoimi znajomymi.

Ty wśród swoich znajomych też masz osoby, które nie wiedzą, co to są podcasty. Mam nadzieję, że im o nich powiesz. W grupie jest w tej chwili prawie 1100 osób i jest ona cały czas bardzo aktywna. Jeżeli chcesz się dowiedzieć, jak słuchać podcastów wygodnie, nie tylko przed monitorem, gdzieś przykuta do biurka, np. może w czasie gotowania, w czasie spacerów, odprowadzania dzieci do przedszkola czy sprzątania, wykonywania jakichś nudnych czynności lub w ruchu w czasie biegania czy spacerów przez aplikację w telefonie albo chcesz wiedzieć, jak ich słuchać w czasie jazdy samochodem – mój hit ostatnio; na rowerze – też mamy w naszej grupie odpowiednie filmiki, które to pokazują – [zachęcam Cię, wejdź do tej grupy](#). W grupie cały czas polecamy sobie dobre odcinki podcastów o niemal każdej tematyce. Dziękuję Ci serdecznie za wysłuchanie 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 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”.