

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 34:
Zarabianie na blogu kreatywnym*

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

Nazywam się Ariadna Wiczling. Ten podcast jest dla osób chcących zarabiać w internecie przez tworzenie swoich własnych produktów elektronicznych, w szczególności kursów online.

Dzisiaj moim gościem jest Kasia Mistaçoğlu, która bloguje systematycznie od kilku lat, prowadzi kreatywnego bloga lifestyle’owego worgshop.pl. Kasia utrzymuje się z bloga, bazując na sprzedaży własnych produktów, w tym przypadku są to kreatywne kursy online, które dotyczą dokumentowania wspomnień. Kasia jest niezależna od współprac, choć te również czasem przyjmuje, ale ma możliwość wolnego wyboru. I to ona decyduje, kiedy sprzedaje, i wręcz od niej zależy to, jak sprzedaje. Kasia jest też kursantką mojego kursu „Kurs online w 30 dni”. Jestem bardzo dumna z tego, jak sobie radzi ze swoim kreatywnym biznesem online. Posłuchaj, jak można świetnie dawać sobie radę, sprzedając kursy wspierające kreatywność, bo nie tylko sprzedaż tych o biznesie daje bardzo dobre zyski. Zapraszam.

Cześć, Kasia.

Cześć, Ariadno.

Dziękuję ci bardzo, że zgodziłaś się na rozmowę. Jesteś już bardzo popularną blogerką i jedną z tych osób, które nie dość, że prowadzą bloga na temat kreatywności, który wydaje się, że nie jest taką absolutną i konieczną potrzebą, to jeszcze na dodatek zdecydowałaś się zrobić to trochę inaczej, a mianowicie utworzyć swoje własne produkty. Z przyjemnością obserwuję Twój rozwój i chciałam zapytać Cię, jaka była Twoja droga do takiego popularnego bloga.

Worgshop jako blog istnieje od 2011 r. Jego początki są trochę zamglone, bo ja już wcześniej, przed tamtym rokiem, eksperymentowałam z blogowaniem, miałam różne blogi, ale były one typowo scrapbookingowe, czyli o robieniu rzeczy z papieru, pamiątkowych obrazków, kartek. Cała tematyka moich poprzednich blogów skupiała się wokół scrapbookingu. Specyfika takich blogów polega na tym, że przypominają bardziej

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 34:
Zarabianie na blogu kreatywnym*

portfolio, galerę prac, papierowych wytworów niż miejsce, w którym dzielimy się treścią. W blogach scrapbookingowych wszystko obraca się tylko we własnym kręgu i bardzo ciężko dotrzeć do nowych osób. Wiadomo, że jakieś współprace są możliwe, ale jest to przede wszystkim barter, gdzie za dużo, dużo twojego czasu pracy – trzeba zrobić te prace, sfotografować, obrobić, wrzucić na stronę – dostajemy rzeczy do scrapbookingu. Zdarzają się jakieś płatne współprace. Miałam kilka wpisów gościnnych na blogach zagranicznych, ale to był ułamek. Zdałam sobie sprawę, że ilość czasu, jaką na to poświęcam – to było wtedy moje hobby – nie jest adekwatna do tego, co dostaję w zamian, i się nie opłaca.

Jak wspomniałam, tworzyłam swojego bloga już pod nazwą „workshop” od 2011 r., ale tak naprawdę momentem przełomowym był dla mnie 2015 r., kiedy postanowiliśmy wrócić z Turcji do Polski. Odeszłam ze swojej pracy na etacie, przygotowywałam nas do przeprowadzki i jednocześnie przeniosłam bloga z wordpress.com na swoją domenę, wykupiłam miejsce na serwerze i zaczęłam o nim myśleć bardziej konkretnie. Wszystko to wydarzyło się pod wpływem grupy Uli Phelep na Facebooku „Biznes, blogowanie i marketing dla kobiet”. Czytałam sobie, co i jak robią dziewczyny, i stwierdziłam, że nie ma sensu kręcić się w kółko i robić coś, co nie do końca działa. Więc przeniosłam bloga na swoje.

Miałam już na niego konkretny pomysł, plan, może nie była to strategia rozwoju bloga, ale wiedziałam, co chcę robić. To wszystko wydarzyło się wiosną 2015 r. Postanowiłam wtedy, że z bloga typowo scrapbookingowego, skierowanego tylko do osób interesujących się scrapbookingiem, zrobię sobie bloga lifestyle’owego. Pierwsze pół roku prowadzenia bloga było dla mnie wielkim testowaniem. Sprawdzanie tego, co działa, budowanie od nowa publiczności, osób, które czytały bloga, testowanie różnych formatów treści, kombinowanie z formą graficzną, z tym, jak będą robione miniaturki. Dałam sobie dobre pół roku na dopieszczenie zarówno części wizualnej bloga, jak i tej dotyczącej treści, żeby zobaczyć, które teksty spotykają się z zainteresowaniem czytelników, co mogłabym zmienić, czego powinno być mniej, czego więcej. Pod koniec zeszłego roku zrobiłam ankietę, która miała mi pomóc określić, na czym skupić się już w 2016 r., i pokazać, w którym kierunku mogę bloga dalej rozwijać, żeby on już nie był tylko hobby, ale żeby zaczął też przynosić jakiś mniejszy czy większy dochód.

Widać, że strona wizualna ma bardzo dużą rolę w Twoim blogu, robisz piękne zdjęcia. Powiedz, jak się tego nauczyłaś? Czy jesteś artystką? Zdaje się, że masz swoją własną kaligrafię?

Nie. Nie mam kaligrafii. Nie jestem artystką. Na pewno bym się tak nie nazwała. Ja w ogóle jestem niedoszłym animatorem społeczno-kulturowym, nigdy nie skończyłam tych studiów. Nie jestem artystką, nie mam żadnego wykształcenia w tym kierunku, ale sztuka i treści wizualne zawsze mnie intrygowały, interesowały, przyciągały do siebie. Bardzo długo interesowałam się teatrem, byłam w liceum z profilem teatralnym, więc zawsze ta kreatywna część mnie dawała o sobie znać. A zdjęciami zaraził mnie wtedy jeszcze nie-mąż, teraz już mąż, który robił ich całkiem sporo, gdy się poznaliśmy. To było osiem lat temu, więc jeszcze przed całym boomem z Instagramem i Pinterestem. Wtedy inspiracji do zdjęć, do fajnych kompozycji czy ujęć szukało się tak naprawdę dookoła siebie, np. w albumach. Nie było tego tak dużo w internecie. Robiliśmy mnóstwo zdjęć na wyjazdach. Robiliśmy też dla samych siebie takie małe wyzwania, np. szliśmy na miasto i mówiliśmy, że robimy tego dnia zdjęcia czarno-białe. Dzięki temu ćwiczyliśmy to fotograficzne oko. Później zaczęło mnie to inspirować coraz bardziej. Podpatrywałam, co i jak robią inni. Przeglądałam zdjęcia na Pintereście i nie tylko kolekcjonowałam tablice z ładnymi obrazkami, ale myślałam, w jaki sposób mogłabym to ugryźć po swojemu.

To na pewno teraz przydaje się przy prowadzeniu bloga. Wiem, że to jest pożyteczne, ale mam alergię na banki zdjęć, bo wydaje mi się, że trzeba do nich podchodzić z bardzo dużym dystansem, uważając na to, żeby to samo zdjęcie u Ciebie na blogu nie ilustrowało u kogoś innego wpisu o rozwoju czy o depresji, a u jeszcze innej osoby – czegoś innego. Bo jednak ludzie czytający blogi, zwłaszcza ci, którzy są wzrokowcami, bardzo identyfikują je z danym blogiem. Więc łatwo wpaść w pułapkę korzystania z popularnych zdjęć. Ciężko tak kreować swój wizerunek, swoje miejsce w sieci. Więc jednak, mimo że nie jestem artystką, zainteresowanie fotografią na pewno jakoś mi pomaga w budowaniu wizualnej strony bloga.

Co dla Ciebie było najtrudniejsze, gdy zakładałaś bloga? Rozumiem, że miałaś wtedy opanowane zdjęcia?

Zdjęcia – tak, ale tak naprawdę wszystkie kwestie techniczne... Ja wychowałam się

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 34:
Zarabianie na blogu kreatywnym*

na Blogspocie i darmowym WordPressie, więc gdy na początku ktoś mówił do mnie „domena”, „serwer”, to ja się zastanawiałam, co to jest, jak ja mam to połączyć. Później przenoszenie bloga na własny serwer to było coś strasznego, co mi się śniło po nocach. Więc te kwestie techniczne – na pewno za pierwszym razem, jeśli decydujesz się robić to sama – na pewno mogą spędzić sen z powiek. Na szczęście później już nabieramy wprawy. I to jest coś, czego można się nauczyć i co staje się coraz łatwiejsze.

Kolejną trudną rzeczą jest to, że jednak blogując, tworząc swoje produkty, musisz mieć bardzo dużo samodyscypliny, bo nie masz nikogo, kto stoi nad tobą i mówi: „Dzisiaj zrób to, jutro to”, żeby osiągnąć te zamierzone cele. W moim przypadku problemem nie był może brak samodyscypliny, ale to, że ona nie była do końca wyćwiczona i bardzo łatwo było mi zgubić swoją uwagę, zająć się innymi rzeczami, a potem budzić i przypomnieć, że miałam zrobić coś na jutro i jeszcze zrobić tego tyle, zdziwić się, kiedy ten czas uciekł. Więc to są takie rzeczy, które na początku były piętą achillesową, nadal czasem dają o sobie znać, ale teraz lepiej nad tym panuję.

W takim razie jak to robisz? Bo na Instagramie wrzucasz nieraz plany jak z żurnalu i wydaje mi się, że jesteś tak zorganizowana, że nawet wstyd mi lajkować.

Wydaje mi się, że mi też jest trochę łatwiej, bo tak naprawdę muszę w tym momencie organizować tylko samą siebie. Nie mamy dzieci, zwierząt, jakichś wielkich zobowiązań, więc jeśli zawalę jakiś termin przed samą sobą, to mogę zarwać noc. Konsekwencję niedociągnięć ponoszę tylko ja. I to też nie jest żadne odkrywanie Ameryki, ale bardzo lubię rozbijać te większe projekty na małe kroki. I wtedy nawet jeśli coś sobie odpuścisz danego dnia, to łatwiej jest mi to nadrobić. Nie mam takiego momentu, że np. budzę się w środę i patrzę, co mam do zrobienia, np. „ustawić stronę sprzedaży kursu”. Doskonale wiesz, że to nie jest zajęcie na 10 minut. Więc jak sobie taki większy projekt rozbiję na małe kroki i pracuję nad nim np. przez tydzień czy 10 dni, to jest mi to dużo łatwiej ogarnąć.

Jakich mediów społecznościowych używasz? Masz stronę na własnym serwerze i jesteś aktywna w mediach społecznościowych oraz z treściami wizualnymi.

Moje dwa ulubione media społecznościowe to na pewno Facebook i Instagram. Wydaje mi się, że teraz to jest taka klasyka, ale to u mnie sprawdza się najlepiej. Jak wspomniałaś,

to są idealne miejsca do dzielenia się tą częścią wizualną. A poza tym tam są już moi odbiorcy, więc tak naprawdę nie czuję wielkiej potrzeby korzystania z Twittera czy Snapchata, zwłaszcza teraz, przy nowych funkcjach Instagramu. Bo moi odbiorcy są już na Facebooku i Instagramie i tam jest mi najłatwiej się z nimi połączyć i komunikować. Jest jeszcze YouTube. Nie wiem, czy możemy go nazwać medium społecznościowym, ale już tam działałam, a w przyszłym roku chciałabym jeszcze więcej.

A Pinterest?

Nie aktywnie, nie w takim celu, żeby promować swojego bloga, raczej zbieram tam inspiracje dla siebie i to jest taka moja skarbnica pomysłów.

Sprzedajesz kursy online. Jak wpadłaś na ten pomysł? Czy to wynikało z ankiety, którą przeprowadziłaś pod koniec zeszłego roku, czy już wcześniej planowałaś sprzedawanie kursów? Czemu też nie wyczekiwałaś na jakieś oferty od agencji?

Ta ankieta to była tak naprawdę wisienka na torcie. Ona mi pokazała, które z treści stworzonych na blogu ewentualnie byłyby dobrym materiałem na kurs. Bo jak wspominałam, ja przez pierwsze pół roku bardzo eksperymentowałam sobie z tą treścią, to był blog lifestyle'owy, skupiający się dookoła moich zainteresowań, ale skoro było ich sporo, to chciałam zobaczyć, które z nich spotkają się również z zainteresowaniem czytelników. I zaczęłam przemyślać właśnie to dokumentowanie wspomnień, robienie albumów na swojego bloga. Zauważyłam, że to generuje jakieś pytania. To tworzenie albumów scrapbookingowych, product life nie było w Polsce rok temu jeszcze tak popularne jak teraz. Ludzie zaczęli się tym interesować. Dla mnie to było takie światełko, że może warto ten temat pociągnąć. I w ankiecie tak naprawdę się tylko potwierdziło. Wiele osób wspominało, że właśnie w 2016 r. chcieliby więcej takich treści na blogu, że ich to interesuje i ciężko jest im znaleźć źródła tych informacji w Polsce.

Tak naprawdę pomysł, żeby stworzyć kurs online z dokumentowania wspomnień, pojawił się rok temu. Ja w zeszłym roku, pomiędzy świętami i Nowym Rokiem, brałam udział w sesjach coachingowych z Ewelina Mierzwińską. Szukałyśmy pomysłu na to, jak oprzeć pomysł na biznes na blogu, ale w taki sposób, żeby to było zależne ode mnie i nie musieć wyczekiwać na propozycje od agencji, szanse współpracy od firm, bo o ile takie współprace jako blogerka lubię i są one dla mnie interesujące, jestem na nie otwarta,

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 34:
Zarabianie na blogu kreatywnym*

o tyle nie chciałabym, żeby były fundamentem mojego blogowania. To może być jakiś element ekstra, coś dodatkowego. I właśnie szukając pomysłu na biznes i analizując ankietę, doszliśmy do wniosku, że zrobienie kursu o dokumentowaniu wspomnień byłoby fajnym pomysłem, bo nie wymagało to na starcie jakichś wielkich inwestycji.

Już wtedy byłam uczestniczką Twojego kursu, Ariadno, o kursach online. I te wszystkie elementy zaczęły się składać w jedną całość. Obejrzałam sobie ten kurs od A do Z i doszłam do wniosku, że mogę to zrobić i że z tymi wskazówkami oraz poradami nie będzie to takie obezwładniające od strony technologicznej, że mam powiedziane, jak to zrobić, wiem, czego mogę się nauczyć, bo jednak dokumentowaniem wspomnień zajmuję się od wielu lat. Zrobiłam szybkie badanie rynku nastawione na sprzedaż tego kursu. I gdy wyglądało na to, że pomysł ma tak naprawdę szansę wypalić, zaczęłam bardziej merytoryczne przygotowania do kursu, np. co znajdzie się w modułach, czego oczekują osoby zainteresowane tematem na tyle, żeby wypełnić ankietę. W międzyczasie też starałam się uczyć troszkę więcej o sprzedaży, np. jak tworzyć z głową swoją listę e-mail, i o takich bardziej sprzedażowo-promocyjnych aspektach posiadania własnego produktu niż merytorycznych i technicznych.

Jak już wiedziałas, że będziesz robić kurs online, zrobiłaś jeszcze jedną ankietę, czyli badanie rynku nakierowane na sprzedaż.

Dokładnie. Czyli pierwsza ankietą była zimą zeszłego roku, która wyznaczała mi kierunki rozwoju bloga i zainteresowań moich czytelników. I gdy z niej wybrałam już dokumentowanie wspomnień jako załączek swojego przyszłego produktu, to zrobiłam jeszcze taką ankietę, do jakiej Ty też zachęcałaś w swoim kursie, już z konkretnymi pytaniami do konkretnych, zainteresowanych osób.

Jak sprzedajesz ten kurs, tzn. jak pokazujesz jego wartość, skoro to nie jest potrzeba konieczna, on nie daje zwiększenia zarobków, wymiernych korzyści, tylko zaspokaja wyższe potrzeby, jak potrzebę kreatywności? Jak to komunikujesz? Wśród moich słuchaczy są osoby, które robią podobne rzeczy, i wiem, że nie jest łatwo to sprzedać.

Wiem, że kursy takie jak moje – o dokumentowaniu wspomnień, o hobby, o kreatywnych formach spędzania wolnego czasu – to jest dla klientów towar luksusowy. Nie pozwalamy

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 34:
Zarabianie na blogu kreatywnym*

sobie na udział w czymś takim, jeśli inne sprawy w życiu mamy nie do końca ogarnięte. Ja się z tym doskonale zgadzam. Nigdy bym nie namawiała kogoś do wzięcia udziału w kursie o robieniu pięknych albumów, jeżeli ta osoba nie ogarnia swoich wydatków, nie nadąża z obowiązkami, nie ma na nic czasu. Bo nie chodzi o to, by wciskać te kursy. Ja podchodzę do swoich kursów jak do towaru troszkę luksusowego. Pracując w Turcji, zajmowałam się trochę modą i uczyłam się o sprzedaży luksusowych dóbr. I marki modowe, szczególnie te z wyższej półki, tak naprawdę nie sprzedają nam samych ubrań, szminek czy perfum, tylko jakieś doświadczenia i emocje, całą otoczkę tego glamour i fajnego życia.

Wydaje mi się, że podobnie działa to z kursami takimi jak moje. Oczywiście jest tu dużo konkretów, wiedzy, nastawienia na efekty, na to, żeby dziewczyny, które biorą udział w kursie, robiły swoje albumy, więcej zdjęć, prowadziły jakieś zapiski z codzienności. Dużo osób chce też mieć taki styl życia, w którym będzie miejsce na więcej kreatywności, robienie zdjęć, rozwijanie swojego hobby, zainteresowań, spróbowanie czegoś nowego. Ja wiem, że osoby, które czytają bloga, mają takie potrzeby. Dzięki temu, że przez bloga udało mi się tę moją grupę odbiorców dość dobrze poznać, jest mi dużo łatwiej się z nimi komunikować. Bo ja, planując kurs, doskonale wiem, co ma się tam znaleźć, ale czytając też komentarze, maile, jakieś wypowiedzi na Facebooku, wyłapując wszystkie takie małe znaki, wiem, z czym moi potencjalni klienci mają problem, czego się obawiają, dlaczego mogą myśleć, że taki kurs nie jest dla nich. Wiem, na co reagują pozytywnie, a na co negatywnie. I dzięki temu mogę również z nimi w odpowiedni sposób komunikować się, promując i sprzedając kurs. Dlatego pod koniec listopada zakończyłam akcję sprzedażową kursu o grudniownikach, ale ja nie sprzedawałam kursu o robieniu grudniowników. Dla wielu osób to słowo to czarna magia. Ja sprzedawałam kurs, który pozwoli ci w grudniu naprawdę poczuć klimat świąt, bardziej docenić czas spędzany z najbliższymi, który zainspiruje do robienia większej liczby zdjęć, pokaże, jak zebrać je w jednym albumie, zamiast trzymać na dysku zewnętrznym, w komputerze czy w telefonie. Dzięki takiej możliwości komunikacji, tego, co robię, ludzie naprawdę czują różnicę. I wydaje mi się, że te kursy sprzedają się po pierwsze właśnie dzięki temu.

A po drugie, jeśli to jest kurs o kreatywności, to cała otoczką, forma wizualna jest megaważna. Musi być on ładny, spójny, estetyczny. Fajnie, jeśli wszystkie kursy by takie

były, ale ja nie uczę technicznych spraw, jak postawić stronę internetową, tylko zapraszam ludzi do tego kreatywnego świata. I to musi być dla nich piękne doświadczenie, jak z takim towarem luksusowym. Oprócz tego staram się docierać do osób, które mają te podstawowe potrzeby zaspokojone i mogą sobie pozwolić na mój produkt, więc znowu przydaje się taka bardziej konkretna znajomość tych czytelników, wyciąganie bardziej demograficznych danych z Google Analytics oraz targetowanie reklam do osób, które wiem, że są w stanie finansowo na taki kurs sobie pozwolić.

Masz kilka kursów. Tworzysz je razem z wideo, czy to są tylko materiały typu PDF? Jak wygląda treść dostarczanych materiałów?

Do tej pory były to kursy tylko oparte na PDF-ach i wysyłce mailowej. Plus do każdego kursu miałam też grupę na Facebooku, w której kurs to była połowa, a w grupie działa się druga połowa treści, bo tam zawsze były takie treści dodatkowe, ekskluzywne, i ta grupa była zawsze dostępna dla wszystkich osób zapisanych na kurs.

A jakie dodatkowe treści w tej grupie dawałaś?

Mieliśmy np. takie wyzwanie, żeby zmotywować uczestników przy kursie o dokumentowaniu wspomnień do skupienia się i robienia zdjęć, poprawienia tego, jak te zdjęcia wyglądają. Przez tydzień mieliśmy wyzwanie tematyczne, by codziennie zrobić jakieś zdjęcie, oczywiście dziewczyny wrzucały swoje. Tam była lista tematów, np. „moje tu i teraz”. I była też lista tematów bardziej technicznych, czyli zasada trójpodziału albo kompozycja zrobiona z lotu ptaka. I naprawdę widać było zmiany. Bo wtedy ten kurs nie był tylko tak pasywnie przerabiany, przeczytany, jakoś odnotowany, ale rzeczywiście uczestnicy działali. Poza tym mamy też zawsze na końcu każdego modułu takie tematyczne posty na Facebooku na pytania i odpowiedzi, więc codziennie w tej grupie dzieje się coś takiego, żeby ją zaktywizować i zmotywować osoby do aktywnego przeżycia tego czasu, w którym trwa kurs.

Sprzedajesz kurs w takich akcjach sprzedażowych. Przez jakiś czas kurs jest dostępny, przez jakiś niedostępny. Jak to oceniasz?

Od marca aż do tej pory sprzedawałam swoje kursy cztery razy. I jeden z nich, główny, takie kompendium wiedzy o dokumentowaniu wspomnień, pojawił się w sprzedaży

na wiosnę i jesień. A do tego jeszcze doszedł kurs wakacyjny i teraz przed świętami miałyśmy grudniownikowy. I właśnie prowadziłam te akcje sprzedażowe, które sprawdzały się dobrze. Wydaje mi się, że przy takich bardziej tematycznych kursach, związanych z porą roku, sprawdzały się super. Zastanawiam się, czy nie wprowadzić głównego kursu do sprzedaży na stałe od nowego roku. Bo jednak jest to taki produkt, który można kupić poprzez kliknięcie w każdej chwili. Dostaję także dużo zapytań w stylu: „Czy mogę kupić kurs teraz? Wiem, że on nie jest w sprzedaży, ale bardzo bym chciała”. Więc zastanawiam się nad wprowadzeniem go do sprzedaży na stałe.

Jak dużo czasu zajmuje Ci opracowanie jednego kursu? Mówisz, że to są materiały PDF. Czy dużo czasu poświęcasz na to, żeby napisać sam kurs?

Nie utrzymuję się tylko ze sprzedaży kursów, bo w tym momencie nie byłoby to dla mnie wykonalne. Pracuję równolegle nad blogiem, nad innymi zleceniami i nad kursem, więc przygotowanie kursu zajmuje ok. dwóch, dwóch i pół miesiąca.

Ile zarabiasz na kursach? Jak to cenowo wygląda? Jak to u Ciebie wychodzi, jeśli myślimy już o ewentualnym utrzymywaniu się z kursów?

Moje kursy kosztują od 97 zł, 99 zł, czyli niecałych 100 zł, do 129 zł. I tak naprawdę od marca tego roku – bo swój pierwszy kurs zaczęłam sprzedawać 2 marca – udało mi się w tym momencie sprzedać kursy za 30 tys. zł. Oczywiście od tego trzeba odliczyć podatek, wszystkie koszty prowadzenia działalności gospodarczej. Wtedy ta ostateczna suma nie jest już taka szalenie wysoka. I tak naprawdę, jeśli to wszystko przekalkuluję, wychodzi mi miesięcznie z tego taki średni etat. Więc nie jest to opcja na jedyne źródło dochodów, ale z drugiej strony jest dla mnie najbardziej pewna. Bo ja wiem, że tutaj najwięcej ode mnie zależy. I nie muszę szukać klientów, polegać na innych zleceniach, czekać na te wymarzone maile od agencji z ofertami współpracy, tylko ja decyduję, jak to wszystko się rozłoży w czasie i ile mogę go na to poświęcić. Więc to jest na pewno fajne i chciałabym właśnie w tym kierunku się rozwijać. Z tym że, jak wspominałam, planuję mieć też część produktów, które będą w sprzedaży na stałe w sklepie.

Czyli chciałabyś z tego zrobić taki model, który pozwoliłby Ci się utrzymywać całkowicie z kursów?

Chciałabym utrzymywać się całkowicie z kursów, ale też nie chcę mówić czegoś takiego, że to jest jedyna rzecz tak naprawdę, na której się skupię, ponieważ jak wcześniej wspominałam, blogując, uwielbiam współpracować z firmami i nie mam z tym problemu. Ale chciałabym być w sytuacji, w której mogę te współprace dobierać, dopasowywać tak, aby były jak najbardziej wartościowe dla czytelników, więc chciałabym, żeby kursy były fundamentem tego, co robię. I do tego mogę robić jakieś ekstra, dodatkowe warsztaty stacjonarne od czasu do czasu albo konsultacje czy właśnie współprace z jakimiś kreatywnymi firmami, które mają na to też fajne pomysły, a kurs będzie taką bazą, dzięki której będę się finansowo czuła bezpiecznie i stabilnie.

Słyszałam kiedyś, jak Jeff Walker mówił coś takiego, że w momencie kiedy możesz wypuścić jakiś produkt, to jest trochę tak, jakby mieć kartę do bankomatu, i jeżeli zdecydujesz, że chcesz wypłacić pieniądze, to wypuszczasz kurs.

Dokładnie, coś w tym jest.

Kasia, zgromadziłaś wokół siebie dużą publiczność, więc to bardzo ułatwia możliwość wypłacania z bankomatu. Masz zaufanie wśród osób, które Cię śledzą. Powiedz mi, jakie miałybyś wskazówki dla kogoś, kto chciałby zbudować taką publiczność?

Wydaje mi się, że z budowaniem publiczności jest jak ze wszystkim. Oczywiście są takie jasne gwiazdy internetu, które napiszą jeden post i stanie się on nagle popularny, widzimy go wszędzie, te osoby mają wielką publiczność. Ale pytanie: na jak długo ta publiczność zostanie? I wydaje mi się, że mimo wszystko to są wyjątki. A tak naprawdę każdy z nas taką systematyczną pracą i dokładaniem cegiełki do cegiełki może zbudować swoją publiczność, tylko trzeba brać sprawy w swoje ręce i określić sobie plan działania. Nawet jeśli to jest minimum z minimum, ale jeżeli będziemy go regularnie, systematycznie wprowadzać w życie, to on w końcu zaskoczy.

Mnie bardzo pomagały checklista. Ja ma u siebie w „Bullet Journalu” taką właśnie checklistę rzeczy blogowych, które chciałabym robić codziennie, co tydzień i raz w miesiącu. Ja tam mam coś takiego, że codziennie odpowiadam na komentarze u siebie na blogu. I fajnie byłoby odpowiedzieć na nie wszystkie, bo jednak zależy mi na tym, żeby ludzie widzieli, że ja to czytam, że to nie jest tak, że ktoś wysili się i zostawi komentarz, a ja

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 34:
Zarabianie na blogu kreatywnym*

mam to w nosie. Teraz już czasowo nie wyrabiam się, żeby odpowiedzieć codziennie na wszystkie, więc daję sobie 10 minut, kiedy rzeczywiście odpowiadam na komentarze.

Tak samo jest z komentowaniem w innych blogach, zwłaszcza kiedy zaczynamy, żeby nie spamować, nie zostawiać takich komentarzy: „Fajna notka, fajne zdjęcia, a ja mam bloga tutaj i tutaj”, tylko rzeczywiście dodać coś od siebie. Bo te, które zostawiamy u innych, to jest taka wizytówka i one świadczą o nas. Więc zarówno autor tekstu, który komentujemy, jak i czytelnicy jego bloga, jeśli zostawimy coś na temat, coś wartościowego, kulturalnego, na poziomie, mogą być tym zainteresowani i przejść do nas. Oczywiście nie namawiam do takiego interesownego komentowania na 10 blogach dziennie, tylko fajnie zostawić na tych, które śledzimy, lubimy i czytamy, pozytywny ślad po sobie.

Wydaje mi się też, że jeśli ktoś decyduje się na budowanie publiczności dla swojego bloga czy w przyszłości dla biznesu właśnie dookoła treści blogowych tworzonych w internecie, to ważne jest, żeby dać się poznać i nie być kolejną anonimową, idealną blogerką z drugiej strony ekranu, tylko pokazać troszkę swojej osobowości. Sprawić, że te osoby, z którymi może w przyszłości będziemy współpracować, zobaczą w nas człowieka. Bo w internecie wcale nie jest tak łatwo. Nie chodzi tu o wielki ekshibicjonizm i pokazywanie rzeczy, z którymi nie czujemy się komfortowo, ale jak przeglądam statystyki swojego bloga, to najchętniej komentowane posty, gdzie ludzie wdają się w jakąś dyskusję i angażują, to te, w których przemycam jakieś treści o sobie, o moich zainteresowaniach i doświadczeniach.

W listopadzie miałam na blogu taki post, w którym napisałam 21 faktów o mnie. I zarówno w jakichś spotkaniach na żywo, jak i w internecie było tak: „Ojej, ja też nie lubię gołębi”, „Ojej, ja też lubię to i tamto” – ludzie zaczynają się z tobą bardzo utożsamiać, znajdują jakieś wspólne cechy. Fajne jest to, że mimo bycia online, tego, że każdy siedzi przy swoim urządzeniu elektronicznym, możemy się tak synchronizować.

Ja zaczęłam na początku roku na blogu taką serię „tu i teraz”. To jest bardzo prosty post. Co miesiąc jest tworzony według tego samego szablonu, mam tam słowa kluczowe, np. „czuję się”, „czytam”, „słucham”, „chciałabym”, „czekam na”. I co miesiąc bardzo spontanicznie każde z tych słów rozwijam w kilku akapitach. Zauważyłam, że coraz więcej osób zaczyna tę serię wprowadzać u siebie, inspirować się tym. I to jest super, że

dziewczyny, które mają już naprawdę popularne, czasem też bardziej specjalistyczne blogi z dużą ilością tych magicznych, unikalnych użytkowników, mówią mi, że to jest takie fajne, że one wreszcie czują, że mogą napisać coś o sobie, podzielić się jakimiś przemyśleniami i że to też fajnie rezonuje z ich czytelnikami. Więc może to jest wszystko bardzo banalne, ale to budowanie zaufania i społeczności dookoła tego, co robimy, to jest systematyczne działanie i po prostu bycie sobą.

Co według Ciebie sprawiło, że odniosłaś sukces?

Ja mam problem z mówieniem, że odniosłam sukces. Jestem dumna z tego, co osiągnęłam. Ale to jeszcze na pewno nie jest dla mnie sukces-sukces. Czuję, że zaliczyłam kilka swoich mniejszych, większych kroczków. Może za rok jak porozmawiamy, to będzie sukces. Wydaje mi się, że jestem w tym momencie tu, gdzie jestem, na pewno dzięki systematycznej, regularnej pracy, bo blogowanie i tworzenie swoich własnych produktów na pewno jest pracą. To nie jest tak, że siedzimy z kawką, z laptopem i dzień upływa na słotaśnych fotach, tylko że w to wchodzi wiele etatów. Jak ja czasem czytam gdzieś w internecie, że „ona to ma fajnie, bo może blogować, nie ma etatu i innych zmartwień”, to tak sobie myślę, że nieraz to ja bym chciała mieć ten etat, żeby ktoś to za mnie wszystko ogarnął i mówił mi, co mam zrobić. Więc to na pewno jest praca i systematyczność.

A druga sprawa to ludzie, którymi się otaczamy. Bo ja wiem, że nie byłabym w tym miejscu, w którym jestem teraz, gdyby nie wiele osób, które po drodze świadomie bądź nieświadomie pomogły, podpowiedziały, zainspirowały. I to też jest megaważne. My nie żyjemy w próżni. I naprawdę nawet jeżeli stwierdzam, że pracuję z domu i w ogóle internet jest moim światem, to warto wychodzić z tej banieczki, by nawiązywać i pielęgnować kontakty z innymi. I też to trzeba robić zupełnie bezinteresownie. Czasem wystarczy, żeby być ciekawym drugiego człowieka, żeby porozmawiać i zostawić właśnie jakiś fajny komentarz, jeżeli masz jakieś pytanie, to zapytać. Na początku też się strasznie obawiałam, jak widziałam na jakiejś konferencji znane blogerki, i myślałam, że nawet nie podejść i nie odezwę się, bo ona to taka gwiazda internetu. Potem się okazuje, że jak już poznasz tych ludzi, to to jest taki sam człowiek jak Ty czy ja i można pogadać z nim na tysiąc tematów w ogóle niezwiązanych z internetem, napić się kawy i poplotkować. Ale w sytuacji, gdy potrzebujesz kogoś, kto nadaje na tych samych falach, kto może ma

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 34:
Zarabianie na blogu kreatywnym*

więcej doświadczenia, to fajnie jest mieć taką grupę osób, które można poprosić o radę, podpytać o coś, poprosić o wsparcie, nawet z tak banalną rzeczą jak: „jak ustawić newsletter”, „jak wycenić współpracę z firmą”. To jest świetne, żeby takie kontakty nawiązywać.

I na pewno ciężko teraz w internecie coś osiągnąć, jeżeli nie masz wewnętrznej potrzeby, żeby się uczyć. Bo ten świat jest tak dynamiczny i ciągle się zmienia, że to nie jest tak, że możemy się czegoś nauczyć raz i ciągnąć to przez 10 lat. Więc tu znowu przydaje się śledzić, uczyć, wprowadzać w życie i testować te rzeczy, których się nauczyliśmy, rozmawiać i po prostu działać. Bo nie wydaje mi się, że możemy wiele osiągnąć, nic nie robiąc, nic nie zmieniając.

Jakie masz wskazówki co do budowania relacji? Mówisz, że na początku boisz się podejść. To jak w końcu nawiązujesz znajomości z takimi osobami, które później są w stanie Ci pomóc?

Ja nie czuję się bardzo komfortowo na większych zgromadzeniach, gdzie jest dużo osób, w tłumach. Ja zaczynam najczęściej od komentowania. I jeżeli jest jakiś blog, który lubię, to staram się śledzić jego fanpage, zaglądać, komentować. Często jest tak, że jak poznasz jedną, dwie osoby z tego kręgu, który wydaje ci się nie do przebiccia, to potem to jakoś nabiera rozpędu. Na pewno zaczęłam od tego, że komentowałam. I też jest tak, że jeżeli czujesz, że możesz w czymś pomóc, to warto to zaoferować nawet komuś, kto jest dużo, dużo większy od ciebie. Ale też jeżeli masz jakiś problem albo pytanie, to warto się przełamywać i pytać, ale tak konkretnie i krótko, żeby nie zawracać komuś głowy. Nie zdarzyło się, żebym poprosiła kogoś o pomoc albo zapytała o jakieś techniczne sprawy i nie dostała odpowiedzi albo żeby ktoś mnie zignorował. Często jest tak, że ktoś ci powie konkretnie, co zrobić, czasem dostaniesz link do jakiegoś artykułu, gdzie można sobie doczytać resztę. Ale na pewno warto wychodzić z inicjatywą. Jeżeli nam zależy na tym, żeby budować kontakty, to trzeba coś robić w tym kierunku.

Kasia, na zakończenie: co byś zasugerowała komuś, kto dopiero zaczyna rozwijać swojego bloga? Czy warto mieć swoje produkty i taki model ze współpracami z agencjami, czy – tak jak Ty – mieszać jedno z drugim?

Wydaje mi się, że na pewno warto mieć swój produkt. Nikt nie mówi, że wszyscy musimy

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 34:
Zarabianie na blogu kreatywnym*

zarabiać na blogach i że to muszą być płatne produkty, bo można też świetnie sobie poradzić, budować tę społeczność z tym bezpłatnym, z jakimś wyzwaniem, z jakimś *free*, który dajemy ludziom na blogu. Warto eksperymentować i testować. Bo prawda jest taka, że jest mnóstwo blogów i osób, które wkładają dużo serca w to, co robią, a liczba tych agencji, współprac jest ograniczona. Często możemy zaobserwować, że na tych samych blogach są ciągle współprace, ponieważ te osoby są już przetestowane, sprawdzone i tym, którzy dopiero zaczynają blogowanie, może się strasznie ciężko przebić. Moim zdaniem, zamiast spinać się i na siłę próbować starać się o te współprace, lepiej zacząć od tworzenia czegoś dla siebie i dla swoich czytelników. Wydaje mi się, że jeżeli myślimy o współpracy z markami na przyszłość, to mając swój własny produkt, możliwe, że będziemy też dla tych agencji bardziej atrakcyjni. Ja wiem, że w tym momencie mój blog to nie jest tylko magiczne 25 tys. unikalnych użytkowników, bo jak na blog lifestyle'owy to wcale nie jest tak megawiele. Ale to jest blog, który ma zaangażowaną społeczność, na którym treści są przemyślane. I mam własne produkty, które, jak wspominałam, „nie gaszą pożarów”, czyli nie są produktami pierwszej potrzeby. Moja społeczność przywykła do tego, że ja coś im sprzedaję, dostaje ode mnie mnóstwo inspiracji, pomysłów, jakiejś energii, ale jest też przyzwyczajona do kupowania. Więc to jest dla mnie fajne i to może być też super dla agencji, która ewentualnie kiedyś w przyszłości chciałaby ze mną współpracować. Ja wiem, jak się z tą grupą ludzi komunikować, mam działającą listę e-mail, umiem sprzedawać swoje rzeczy, umiem je promować, wiem, jak wypromować odpowiednio post na Facebooku. I dzięki temu, jeśli tworzymy bloga bardziej strategicznie i z pomysłem, a nie opieramy go tylko na zbieraniu darmowych rzeczy i pisaniu recenzji tylko po to, żeby się tym agencjom pokazać, to wydaje mi się, że budujemy sobie taki fajny fundament, który może zaowocować tym, że możemy wybierać, czy iść ścieżką współprac, czy mieć swoje własne produkty. Ale mamy fundament i jakąś konkretną wiedzę, co przy każdej opcji jest wartościowe.

Dziękuję Ci bardzo, Kasiu, za ten wartościowy wywiad i za Twoje doświadczenie, którym się dzielisz. Życzę Ci dalszych sukcesów.

Dziękuję bardzo.

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 34:
Zarabianie na blogu kreatywnym*

Kasia podzieliła się z nami naprawdę fantastycznymi wskazówkami. I powiem Ci, jaka jest moja opinia na temat tego, co sprawiło, że Kasia tak sobie świetnie radzi. To będzie też takie małe podsumowanie tego, o czym mówiła w wywiadzie.

Po pierwsze – wydaje mi się, że to jest najważniejsza rzecz – Kasia świetnie zna swoich czytelników. Robiła ankiety, na bieżąco jest z nimi w kontakcie, udziela się w komentarzach, dostaje maile z zapytaniami, odpowiada na nie. Takie zaangażowanie naprawdę się opłaca. Dzięki temu wiesz, jakie problemy mają Twoi czytelnicy, co sądzą o tym, co piszesz, co robisz i wiesz, czego potrzebują od Ciebie więcej. Kasia również daje poznać siebie na swoim blogu, nie ukrywa się za niewyraźnymi zdjęciami z kapeluszami lub za jakimś pseudonimem. Ja wiem, że na początku nie jest to łatwe, że pokazanie się w internecie jest pewną formą ekshibicjonizmu, ale nie martw się, to przyjdzie z czasem. Pracuj nad sobą cały czas, aby się nie chować za tym strachem, powoli zaczynaj pokazywać swoje prawdziwe „ja”, ale bądź jak Kasia, czyli mów o sobie, o swoich marzeniach. Może tak jak Kasia ma swój cykl postów „tu i teraz”, to Ty mów, co Cię gryzie, ale nie marudź – nie to mam na myśli. Mów o tym, co Cię inspiruje, co Ci się podoba. Dzięki temu ludzie poznają Ciebie i będą w stanie nawiązać z Tobą naprawdę głęboką więź.

Kasia jest też świetnie zorganizowana. Jak słyszeliście, robi sobie checklisty na każdy dzień, ma plan, co powinna zrobić i ile minut to jej powinno zająć. Wcale nie spędza wiele czasu w mediach społecznościowych, ma priorytety na każdy dzień, tydzień i miesiąc. Po prostu Kasia nie marnuje czasu. Co za tym idzie, widać też, że Kasia naprawdę ciężko pracuje, jest bardzo zaangażowana w to, co robi. Nie jest tak, że praca nad blogiem czy biznesem online to jest tylko czytanie pozytywnych komentarzy i leżenie na plaży. Trzeba w to włożyć trochę pracy i serca. Im więcej, tym szybciej osiągniesz rezultaty, ale nawet jeżeli Ci się nie spieszy, to i tak musisz na to wszystko zapracować.

Bardzo ważną rzeczą, o której Kasia wspomniała, jest też to, jakimi ludźmi się otaczasz. Kasia nawiązywała kontakty z wieloma mniej lub bardziej znanymi osobami w blogosferze właśnie dzięki temu, że była obecna, była miła, komentowała na blogu czy w mediach społecznościowych. Na początku dała się poznać, będąc w domu, nawet nie musiała wychodzić na jakieś wielkie konferencje, a potem, kiedy już kogoś znała trochę online, mogła przejść do kolejnego etapu znajomości, czyli interakcji bardziej na żywo. Jeżeli

*Transkrypt podcastu PO NITCE ARIADNY, odcinek 34:
Zarabianie na blogu kreatywnym*

podchodzimy do kogoś na konferencji i ta osoba kojarzy nas z avatara, z komentarzy czy z Facebooka, to jest już zupełnie inaczej niż ktoś, kto podchodzi i jest taki zupełnie obcy. Nie mówię tylko o tym, że trzeba nawiązywać kontakty z influencerami, chociaż to też jest bardzo ważne – odsyłam do [27. odcinka podcastu „Jak nawiązywać kontakty z influencerami”](#). Ważne jest też, żeby nawiązywać kontakty z osobami, które są na mniej więcej tym samym poziomie czy etapie rozwoju swojego biznesu online co my i dzięki temu będziemy mieć wsparcie, możliwość wymieniać się informacjami i dążenia razem do celu.

Bardzo ważną cechą Kasi jest też to, że ona cały czas się uczy, szuka nowych metod promocji, reklamy, sprzedaży. Trzeba być otwartym na wiedzę i dzięki temu będziemy mieć pojęcie, co zadziała lub być może zadziała i w co naprawdę warto zainwestować swój czas, jakie metody promocji wybrać itd. To jest coś, czego my sami niekoniecznie się domyśliliśmy. Warto studiować wiedzę, która jest dostępna w internecie, czy to w kursach online, czy też nawet w artykułach i darmowych treściach, np. podcastach.

Wszystkie linki, o których mówimy – link do bloga Kasi i do odcinka podcastu o influencerach – będą w notatkach do tego odcinka podcastu na stronie [ponitceariadny.pl/34](#). A jeżeli pociąga Cię świat robienia kursów online i chcesz dowiedzieć się, jak zrobić mailowy kurs online, taki jak zrobiła Kasia, to zapraszam Cię do zapisania się na listę osób oczekujących na mój kurs „Kurs online w 30 dni”, którego sprzedaż zacznie się już na przełomie stycznia i lutego. Więcej informacji na stronie [ponitceariadny.pl/kurs](#). Pozdrawiam Cię serdecznie 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”.