

RnZ 19: Jak sprzedać sklep internetowy – Beata Sobczyk | mamagama.pl

Cześć! Nazywam się Grzegorz Frątczak, a to jest podcast “Rozmowy na Zapleczu”, w którym wraz z właścicielami sklepów internetowych i e-commerce managerami zgłębiam tajniki prowadzenia biznesu w sieci. Szczerze, bez pudrowania rzeczywistości i po ludzku, bo to ludzie sprzedają, ludzie kupują i ludzie pracują, żeby to wszystko sprawnie działało. Zapraszam!

Dziś ponownie rozmowa z Beatą Sobczyk, osobą, która przez 10 lat prowadziła sklep internetowy Mamagama.pl.

Dziś rozmawiamy o tym, jak sprzedała swój sklep, o całej drodze, którą przebyła. O drodze, która zajęła jej półtora roku poszukiwania kupującego. Będzie o tym, która metoda poszukiwania kupującego okazała się skuteczna, a której Beata się po prostu obawiała i dopiero po roku zaczęła to realizować, bo poprzednia metoda okazała się nieskuteczna.

Będzie też o tym, czego oczekują kupujący i o emocjach, które towarzyszyły jej podczas całego procesu i o tym, że na koniec otrzymała 18-miesięczną pensję ze sklepu, jako wynagrodzenie za sprzedaż. Dużo, mało? Zostawiam to Wam do oceny, natomiast warto posłuchać, z czym ten cały proces się wiąże.

Zapraszam, ale zanim zacznę, to pamiętaj, że bez Twoich uwag i komentarzy nie będę wiedział, co poprawiać, nie będę wiedział kogo zapraszać, nie będę wiedział, jakie tematy Cię interesują, więc zapraszam do komentowania i pisania. Zapraszam do komentowania i pisania, a także zapraszam do polecenia podcastu innym swoim znajomym, by nasza pozytywna społeczność się zwiększała. Zapraszam do słuchania!

Grzegorz Frątczak: Witam wszystkich! Dziś ponownie u nas Beata Sobczyk.

Beata Sobczyk: Cześć Grzegorz!

GF: Ostatnio rozmawialiśmy o tym, jak tworzyć niesamowity kanał na YouTube, ile to wymaga czasu, ile daje to frajdy i zabawy, a dzisiaj porozmawiamy o tym, “Jak sprzedałam sklep internetowy Mamagama i dlaczego to zrobiłam”.

BS: Spróbujmy!

GF: Widzę, że Beata ma dobry humor, to dobrze! Co się wydarzyło w Twoim życiu, że postanowiłaś sprzedać swój sklep pomimo Youtubowego sukcesu?

BS: Myślę, że w takich sytuacjach odpowiedź nigdy nie jest jednoznaczna i oczywista. Nawarstwiło się na to bardzo wiele rzeczy i czynników. Moje zmęczenie materiałem było bardzo duże, które wynikało z wcześniejszych decyzji, które wcześniej podejmowałam. Miałam tak zakodowane, że wszystko robię sama, oprócz firmy księgowej, bo bez nich nie

przeżyłabym nawet miesiąca.

Formuła prowadzenia w ten sposób firmy się wyczerpywała. Firma rosła, jak zaczynałam oglądać coraz to większe liczby na koncie, coraz większe liczby w statystykach i zaczęłam się trochę tego bać, tej odpowiedzialności, że to wszystko jest tylko na mnie, a z drugiej strony byłam tak bardzo przyzwyczajona do tej samodzielności, że nie bardzo wyobrażałam sobie, że teraz wejdę w spółkę i zacznę się wszystkim dzielić, czyli pomysłami i obowiązkami. Byłam bardzo decyzyjna, decyzje podejmowałam tylko ja.

Myszę, że doszłam do ściany i wiedziałam, że coś się musi wydarzyć, że coś się musi zmienić i przez jakiś czas, trochę wśród znajomych zastanawiałam się, czy znajdę jakiegoś partnera w interesie, ale nie znalazłam. To znaczy, sama nie dałam sobie szansy, żeby z kimś na ten temat porozmawiać, bo już na tym etapie wiedziałam, że to się nie uda i wtedy podjęłam decyzję, żeby sprzedać sklep.

GF: Miałaś w sumie 10 lat ten sklep, ludzie zmieniają częściej pracę i Ciebie też to dopadło, że to nie jest to, że nie bardzo widzisz już siebie rozwijającą ten sklep, że to nie jest to, co byś chciała, jeśli dobrze rozumiem?

BS: Tak, tu zadziałały dwa czynniki, czyli z jednej strony byłam zmęczona tą formułą prowadzenia biznesu, którą sama obrałam i nie bardzo potrafiłam z niej wyjść, i ją zmienić, a z drugiej strony, bardzo ważny był dla mnie aspekt emocjonalny. Tworzyłam ten sklep, będąc w drugiej ciąży.

Większość produktów wynalazłam sama za granicą i z tych produktów naprawdę bardzo się cieszyłam. Energię do prowadzenia tej firmy czerpałam z radości z tych rzeczy. Jak porozmawiasz sobie z właścicielami różnych sklepów, co zresztą robisz na co dzień, to pewnie widzisz, że niektórzy sprzedają to, co lubią sprzedawać, a niektórym jest totalnie bez różnicy, co sprzedają, bo po prostu lubią sprzedawać. Ja byłam w tej pierwszej grupie. Byłam w tej grupie, która lubiła swoje produkty.

Skończyłam 40 lat, moje dzieci są nastolatkami i te produkty niemowlęce trochę przestały być mi bliskie, przy czym widzę w swoim otoczeniu starsze osoby, z jeszcze starszymi dziećmi, których nadal te produkty kręcą, a mnie one przestały kręcić i dla mnie to był bardzo duży problem w dalszym prowadzeniu firmy.

GF: Każdy ma swoje powody. Droga jest nam nieznana i jeśli nie zrobimy pierwszego kroku, to nie wiemy, gdzie to nas zaprowadzi i też według mnie nie wszyscy są stworzeni do prowadzenia biznesu, pomimo tego, że jest gdzieś tam mit, żeby zostać przedsiębiorcą, to będzie łatwy chleb, będziesz wolny, swobodny itd. Zapominamy o tych wszystkich minusach, które są po drodze i czy ten biznes prowadzi nas tam, gdzie byśmy chcieli. Tutaj chodzi też o model biznesowy, czy nas prowadzi tam, gdzie byśmy chcieli, prawda?

BS: Oczywiście, że tak. Jeśli inaczej ubrałabym w słowa to, co powiedziałam wcześniej, to myślę, że u mnie ten mit przedsiębiorczości, był mitem. Po tych kilku latach nie miałam już przekonania, że to jest rzeczywiście coś, w czym nie mam sufitu. Miałam takie wrażenie, że mam już swój sufit, bo ta firma zaczęła mieć już takie obroty, że ja już nie chciałam oglądać tych liczb, bo ja nie chcę przerzucać takich pieniędzy i płacić takich faktur.

GF: Beata, tym bardziej podziwiam, że miałaś odwagę podjąć taką decyzję i sprzedać firmę, a nie męczyć się, bo zaczęłam, to muszę skończyć, czy cokolwiek innego, bo koszty emocjonalne, czy zdrowotne są duże.

Sam cztery lata temu zmieniłem branżę, bycia coachem, trenerem, bo ja siebie tam nie widziałem. Stwierdziłem, że to, co proponuje mi rynek i to, co proponuje konkurencja, pewnego rodzaju model biznesowy i to, jak trzeba działać, to nie jest dla mnie. Widzę, że każda branża, każda nisza ma kilka modeli, które powodują, że się osiąga sukces i jeśli się w to nie wejdzie, to ciągniemy brzuchem po dnie, a jeśli wejdziemy w ten model, to zazwyczaj jest bardzo dobrze, natomiast nie wszystkim ten model biznesowy musi pasować.

W Convertis wszedłem dlatego, że może być zdalny, mogę pracować z dowolnego miejsca na świecie, chociaż dawno nie wyjeżdżałem poza Polskę, a z drugiej strony ma taką formułę, że nie muszę szukać za każdym razem nowego klienta, tylko bardziej interesowało mnie to, żeby dbać o klienta, żeby on jak już z nami jest, to będzie, jak to mówię "forever" i taka formuła biznesu bardzo mi się podobała. Spalałem się, jak byłem coachem, trenerem za każdym razem szukaniem nowych klientów, to mnie bardzo dużo kosztowało zdrowia i psychicznie. Wiem, jak jest ciężko, więc tym bardziej Beata chapeau bas i gratuluję.

BS: Bardzo Ci dziękuję. To nie był łatwy proces i to nie była łatwa decyzja, ale podjęcie jej bardzo mi pomogło otrząsnąć się z rzeczywistości i wejść w ten proces, który trwał długo.

GF: Dzisiaj zaprosiłem Beatę, żeby podzieliła się swoim doświadczeniem, bo być może niektórzy z Was zastanawiają się, czy sprzedać swój sklep, czy może kupić taki sklep i myślę, że historia Beaty może się Wam przydać, jak do tego podejść, na co uważać itd. Powiedz mi Beata, od czego zaczęłaś, jak długo trwał ten proces?

BS: Od decyzji do ostatniego mojego dnia w firmie minęło półtora roku.

GF: I to jest bardzo ważne! To nie jest szybki proces, żeby sprzedać firmę.

BS: Tak, przy czym do decyzji dojrzywałam ze dwa miesiące. Borykałam się z własnymi myślami i w momencie, kiedy podjęłam już decyzję, totalnie nie wiedziałam, od czego zacząć. Zaczęłam szukać po znajomych kogoś, kto mógłby mnie jakoś pokierować, bo to był dla mnie totalnie nieznaną gruntem.

Trafiłam na człowieka, który był mi bardzo życzliwy, który zajmuje się gigantycznymi transakcjami, a jego pierwsze wskazówki, jak poukładać myśli, na jakie pytania sobie odpowiedzieć, czy tak naprawdę chcę sprzedać, czy tak naprawdę wolałabym mieć inwestora, jak przygotować ofertę, bardzo mi pomogły.

Druga rzecz, która była trudna, to była moja intuicja, która się później potwierdziła, czyli byłam za małym sklepem, żeby zainteresował się mną ktoś duży, a za dużym, może to stereotyp, ale dużo jest takich sklepów dla dzieci - żona siedzi w domu z małymi dziećmi i myśli sobie, że coś by porobiła, oprócz tego, że się zajmuje dziećmi, więc mąż mówi, "załóż sklep w internecie, będziemy trzymali towar pod łóżkiem i damy radę, a Ty nad ranem

spakujesz paczki między karmieniami”. Ja byłam zdecydowanie za dużym sklepem na taką transakcję. To decydowało o tym, że trudno było mi znaleźć idealnego klienta. Dużo czasu zajmowało mi, żeby przemyśleć, gdzie powinnam go szukać.

GF: Bo z tego, co mówiłaś, to była konkretna sześciocyfrowa cyfra przy sprzedaży, prawda?

BS: Tak, bo później dochodzi element wyceny.

GF: Tak.

BS: Jak chcesz wycenić i na bazie czego. Tych modeli wyceny przedsiębiorstwa są pewnie dziesiątki. Oczywiście, że trochę jest tak, że dobierasz go pod swoje mocne punkty, bo jedni bazują na prognozie przychodu, drudzy na wzroście, trzeci na jeszcze czymś innym. Myślę, że jak ja to powiem, może to nawet niewiarygodnie zabrzmieć, ale naprawdę bardzo mi zależało, żeby ta transakcja była z mojego punktu widzenia w pełni uczciwa i transparentna. Spotkałam się kilka razy z ludźmi, którzy na wstępnym etapie byli bardzo zainteresowani. Nie wiadomo, co by było, jakbyśmy przeszli dalej do rozmów, ale byli bardzo zainteresowani przejęciem mojej firmy, natomiast warunki i nie mówię tu o warunkach finansowych, tylko o warunkach około przejęcia, tylko co dalej, w jakiej roli chcieliby zatrudnić moją osobę, czyli byłam warunkiem. Oni mówili: “Dobra, my kupimy Twój sklep, ale pod warunkiem, że Ty zostaniesz razem z nami, na takiej i takiej pozycji”. Mnie te transakcje nie odpowiadały. Ja mówiłam: “Sorry, ale nie mamy o czym dalej rozmawiać, nie czułabym się dobrze w Twojej firmie, jako pracownik”.

Dużo rzeczy, jak zawsze ma wpływ na finał. Z tego właśnie powodu, jak zaczęłam myśleć, kto powinien kupić mój sklep, to wyszło mi, że najlepiej, jakby kupił go jakiś inny sklep, o podobnym rozmiarze, który ma dopracowaną całą logikę i operację i oni powiększą sobie cały wolumen.

GF: Bo wtedy mogą dostać wyższe rabaty itd.

BS: Tak i na tej podstawie zrobiłam wycenę, ona się pewnie jakoś profesjonalnie nazywa, ale ja w tej chwili na pewno nie przypomnę nazwy tego modelu wyceny, ale było to bardzo przejrzyste, rozpisane w Excelu na zasadzie optymalizacji kosztów, czyli koszty, które ponosi firma i koszty, które musisz zoptymalizować po przejęciu drugiej firmy, bo duża część kosztów wtedy znika.

GF: Tak.

BS: Tu byłam też trochę niekonsekwentna, bo z jednej strony wydawało mi się, że idealnie by było, gdyby kupił mnie drugi sklep, a z drugiej strony nie chciałam mówić sklepom, które znałam, że jestem na sprzedaż.

GF: Taki węzeł Gordyjski, jak go rozwiązać?

BS: Tak, jest np. taka platforma, która wygląda mało zachęcająco, ale chyba jest jedyną tak dużą platformą sprzedaży biznesów w Polsce.

GF: A jak się nazywa?

BS: Nie pamiętam, jak wpisuje się w wyszukiwarce "Sprzedam sklep", to od razu oni wyskakują.

GF: "Bizensoferty.pl" - robimy reklamę!

BS: Znalazłam tam sklep dużo mniejszy od mojego, ale który znałam z kontaktów biznesowych, nie zbyt dobrze, ale miałam okazję poznać się z właścicielką i po prostu do niej zadzwoniłam, powiedzieć jej, że jestem w podobnej sytuacji i zapytać się jej, czy ta platforma działa.

Ona powiedziała, że w jej przypadku nie bardzo, więc zadzwoniłam do drugiego sklepu, którego już tak nie znałam. Powiedziałam, że nazywam się tak i tak, mam taki i taki sklep i czy możecie i coś powiedzieć, jak Wam idzie? Oni podzielili się ze mną życzliwie doświadczeniem- oni sprzedali swój biznes, ale ich oferta wisiała tam ponad pół roku. Właścicielka tego sklepu potwierdziła moje obawy, czyli że dominuje tam pewien budżet klienta, który totalnie nie pokrywał się z budżetem, którego ja oczekiwałam za mój sklep.

GF: Czyli taki początkujący biznesmen?

BS: Tak, przy czym na tym portalu podobno dochodzi do ogromnych transakcji, ale ja szczegółów nie znam, znam tylko takie opinie. Zaczęłam się zastanawiać, z resztą do Ciebie też zadzwoniłam i zapytałam, czy masz jakiś pomysł, ale nadal w swojej branży.

Wśród swoich kontaktów biznesowych, wiesz, ja zakładałam swój sklep 10 lat temu, kiedy ten rynek był dużo mniejszy i miałam kilka firm, z którymi miałam bardzo dobre relacje, mimo że byliśmy konkurencją. Nadal im nic nie mówiłam, bo wydawało mi się, że oni wtedy się ode mnie odwrócą. To było absurdalne, jeżeli masz z kimś dobrą relację, to człowiek nie odwróci się od Ciebie w takiej sytuacji, przynajmniej nie powinien. Nie wiem, dlaczego się tego obawiałam, że to popsuje biznes, więc długo to trzymałam w tajemnicy, aż w końcu obdzwoiłam kilka takich konkurencyjnych sklepów.

GF: Czyli jak nie było efektów, stwierdziłaś, że już nic nie możesz stracić, tak?

BS: Dokładnie tak. Jeżeli dzisiaj sprzedawałbym jakiś biznes, to od tego bym zaczęła, bo w tych rozmowach było najwięcej mięsa.

GF: Co to znaczy "mięsa"?

BS: Tam ludzie wiedzieli od razu, o co pytać, mieli konkretne oczekiwania, konkretną wizję tego i była tylko kwestia tego, czy spotkamy się w tej wizji, czy nie. Potencjalna konwersja była dużo bardziej prawdopodobna. Z dziesięciu poprzednich kontaktów nie wynikało nic konkretniejszego, a tutaj z pięciu wyniknęły trzy zaawansowane rozmowy. Jak mi się wydawało, że już "witam się z gąską", że jesteśmy już w domu, wszystko mamy omówione i za chwilę wszystko będzie pozamiatane, ci ludzie się rozmyślili.

GF: Wszyscy?

BS: Dwa sklepy, z którymi rozmawiałam o konkretnych krokach.

GF: Ooo...

BS: Z różnych powodów i ja nie brałam tego do siebie, że to ja coś źle zrobiłam. Oni to sobie inaczej policzyli, trochę zmieniła im się sytuacja, cokolwiek innego się wydarzyło. To nie było tak, że oni powiedzieli: "Nie, z nią to jednak nie", tylko to po ich stronie wydarzyło się coś takiego, że musieli się wycofać z rozmów. Dzisiaj mówię o tym spokojnie, wtedy było to dla mnie bardzo trudne.

GF: Już gąska była na obiedzie, a tutaj nic się nie wydarzyło...

BS: Ja byłam już po kilku długich miesiącach rozmów, szukania. To jest też trochę tak, że jak już szukasz kupca, to trochę mniej serca już wkładasz w ten sklep, w tę firmę, bo nie masz w sobie tego ognia, żeby go rozwijać, bo Ty de facto chcesz go zamknąć, więc to był dla mnie trudny czas.

GF: I...

BS: I zostałam z przekonaniem, że to już nie jest moja firma, więc wtedy dałam sobie czas i zdałam sobie sprawę, że jeśli nie znajdę kupca, to ja zamknę tę firmę.

GF: Nie lepiej by było oddać ją, np. mi?

BS: Nie chciałeś, nic nie mówiłeś.

GF: Jakbym wiedział, że dają za darmo, to bym wziął.

BS: Miałam taki otwarty wątek sprzedażowy i z jednej strony trochę już w niego nie wierzyłam, ale z drugiej strony, dopóki był na tapecie, to głupio było zamknąć firmę w trakcie rozmów, więc ta firma trochę przetrwała i wtedy nadeszła klęska urodzaju, czyli dwóch klientów naraz. Były to bardzo różne osoby. Jedna z nich, to był mój dostawca, z którym miałam bardzo długą relację.

Zadzwoiłam do Kamili, ona wiedziała, że ja próbuję sprzedać firmę i to od wielu miesięcy, ale nie było między nami jakoś tematu. Zadzwoiłam do niej, żeby pozamykać nasze sprawy i ona powiedziała: "Wiesz co, ja się jednak trochę zastanowię". Uznała, że to jest dla niej dobry ruch i mam nadzieję, że wierzy w to nadal.

GF: Czyli gratulujemy Kamilo zakupu od Beaty. Niestety ja straciłem, nie dostanę sklepu za darmo. Takie życie.

BS: Nie, za darmo nikt by nie dostał.

GF: Wolałabyś zamknąć, tak?

BS: Tak, takich cudów nie ma.

GF: To za symboliczną kwotę?

BS: Dzisiaj już nie jestem w stanie tego rozważyć.

GF: Liczy się moment negocjacji drodzy słuchacze, drodzy klienci.

BS: W każdym razie przyszła Kamila. To była przemiła transakcja, oparta na ogromnym zaufaniu w obie strony, bo my się wiele lat znałyśmy. Nie znałyśmy się bardzo blisko, ale sprawy zawodowe miałyśmy zawsze wyprowadzone na czysto, więc to była transakcja oparta na bardzo dużym zaufaniu, uśmiechu i serdeczności. Naprawdę życzylabym każdemu, żeby sprzedawał swoją firmę w takich okolicznościach i w taki sposób.

GF: W takim razie pogratulować, wytrwałości. Jak widzicie dużo nerwów, stresu i innych emocji kosztowało to Beatę. Kilka przewrotów w żołądku pewnie było po drodze.

BS: Oj myślę, że nawet kilkanaście.

GF: Mówiłaś, że było dwóch chętnych, a ten drugi na samym końcu skąd był, skąd się dowiedział o Was?

BS: Zgłosiłam się do tej osoby, bo ona zdradziła się, że planuje otworzyć sklep i ja jej zaproponowałam, że zamiast otwierać nowy, żeby kupiła mój.

GF: No tak.

BS: I otworzyła swój.

GF: Otworzyła swój, w takim razie trzymamy kciuki za tą osobę. Kiedyś słyszałem taką opinię, odnośnie branży usługowej, że bardzo trudno i długo jest budować biznes, który rocznie ma 400 tysięcy obrotów. Chodzi o to, że musisz znaleźć swojego docelowego klienta, znaleźć sposób, jak mu sprzedawać, znaleźć sposoby marketingowe, jak poukładać procesy. To bardzo długo trwa i jest to bardzo trudny proces, natomiast dużo łatwiej jest przejść z 400 tysięcy, do 4 milionów rocznie. Przy 400 tysiącach masz już proof of concept, czyli masz udowodniony model biznesowy i teraz musisz tylko skalować. Tak jakby te problemy, które wyskakują po drodze, są łatwiejsze. Mówię tu akurat o branży usługowej. Myślę, że w takiej branży jak sklepy, też jest ciężko. Jeśli nie ma się doświadczenia, te pierwsze 1-3 lata są trudne, żeby to rozruszać, a jak startuje się od zera, żeby zbudować to wszystko, to trwa to i trwa. Myślę, że Kamili trafiło się po prostu idealnie. Pewnie skakała z radości. Może kiedyś zaproszę Kamilę, poznamy drugą stronę.

BS: To najpierw muszę z nią ustalić, że wszystko w porządku.

GF: Damy jej przesłuchać ten podcast.

BS: Nie mam dostępu, nie śledzę, jak im idzie, myślę jednak, że oni potraktowali to, jako inwestycję długoterminową, a nie, że z dnia na dzień będą spadać im gwiazdki z nieba w tym sklepie, ale oni weszli z kompetencjami, których mi brakowało. Tak, jak ta mama z małym dzieckiem, która myśli, że przy stole w kuchni z towarem pod łóżkiem w sypialni otworzy

sklep. Ona go pewnie otworzy, być może nawet ktoś tam to kupi i pewnie jedna na tysiąc mam rozwinie ten sklep do ogromnych rozmiarów, ale jednak każdy biznes styka się z tym. Nie jesteś w stanie być specem od wszystkiego. Musisz rozwijać biznes bardzo wielowątkowo. W momencie, kiedy brakuje Ci kompetencji w konkretnych dziedzinach, to jest to trudne. Kamila akurat idealnie weszła z kompetencjami, których mi brakowało.

GF: Co w tym procesie było ważne, żeby przekonać do siebie kupującego? Co musiałaś im pokazać, mówić, żeby oni chcieli w ogóle z Tobą rozmawiać?

BS: Jeżeli miałabym podsumować wszystkie rozmowy z kilkunastoma osobami, które przeprowadziłam, były osoby, które najbardziej chciały mnie. Ten biznes był jakimś dodatkiem, one chciały mnie, moją energię, moją umiejętność robienia filmów na YouTube.

Przygarnąć do swojego biznesu. Były osoby, które chciały przygarnąć moją wiedzę o rynku produktów dziecięcych. Były osoby, które chciały wejść w biznes i dla nich najważniejsze były wyniki i prognozy. Wszystko zależało od potencjalnego klienta. Nie ma jednej, złotej recepty. Myślisz sobie, sprzedam firmę i budujesz jakąś ofertę, chcesz uwydatnić, podkreślić największe zalety i swój potencjał z własnej perspektywy, a kolejne rozmowy pokazały, że dla różnych ludzi, zupełnie różne rzeczy są ważne.

GF: Tak, bo każdy jest w innym miejscu.

BS: Tak, każdy ma inny plan biznesowy, każdy ma swoją firmę.

GF: A jeśli chodzi o wycenę, to jak ci potencjalni klienci liczyli wycenę dla Twojego sklepu? Ty miałaś swój pomysł na to i możesz tutaj zdradzić albo nie, ale jaki oni mieli pomysł na wycenę Twojego sklepu?

BS: To też zależy od klienta.

GF: Bywają różni...

BS: Doszłam do takiego momentu, w którym była granica, poniżej której nie chciałam zejść, ale mocno zesłam z tej górnej, o której myślałam na samym początku.

GF: Co znaczy "mocno"?

BS: Z tej wychodzącej z Excela, z 60%, ale to były moje świadome decyzje i nie czuję się przez nikogo wykorzystana.

GF: W którym czasie zmieniałaś tę wycenę?

BS: Przy zmianie profilu klienta. Ja na początku trochę liczyłam na to, że jakieś większe przedsiębiorstwo wcieli mnie w swoje struktury i będzie to jakoś dalej funkcjonowało. O nich myślałam inaczej, a później, jak już wiedziałam, że to powinien kupić sklep podobny do mojego, to wtedy tę cenę obniżyłam. Weszłam trochę w buty tych ludzi, zastanowiłam się, ile oni są w stanie zapłacić, zakładając, że mają przychody, pięć, dziesięć krotnie większe od moich, ile oni będą w stanie zaryzykować. To było bardzo subiektywne, ale tak o tym myślałam.

GF: Pomyliłaś się, czy nie?

BS: Nie. Prowadziłam rozmowy z takim jednym sklepem, który nie chciał wchodzić w taką ścieżkę rozwoju swojego sklepu, ale powiedzieli, że to jest dobra cena za mój biznes, więc to naprawdę była uczciwa transakcja.

GF: Czy oni oceniali wycenę Twojego sklepu bardziej, jako procent od zysku rocznego, czy jako procent obrotu.

BS: Z nimi rozmawiałam o optymalizacji kosztów.

GF: Aha okej, bo jeszcze jest optymalizacja kosztów, czyli mogę sprzedać, będziesz miał dodatkowy sklep, ale będziesz miał dużo większy zysk, niż ja miałam, bo Ty masz mniejsze koszty.

BS: Tak, to był model, na którym ja się opierałam.

GF: Ale w końcu nie wyszedł.

BS: Kamila też to widziała.

GF: Okej.

BS: I w dużej mierze na bazie tego podejmowała decyzję.

GF: Ona miała już jakiś inny sklep?

BS: Kamila wspólnie z mężem ma kilka innych firm, więc myślę, że u nich ta optymalizacja przebiegała na różnych płaszczyznach. Możemy teoretyzować sobie do granic, a i tak ostateczność zawsze weryfikuje rynek, klient, osoba, rozmowa i cała ta otoczka.

GF: Żeby słuchacze wiedzieli, zadam bardzo brutalne pytanie. Kwoty pewnie nie zdradzisz, bo tajemnica NDA, ale zadam takie sprytne pytanie, ile wypłat dostałaś jako wynagrodzenie?

BS: Pewnie tak jakoś między półtora, a dwa lata.

GF: Czyli teraz jedziemy na wakacje itd. To pokazuje, że wycena, którą Ty chciałaś, to była czterokrotność, a tutaj mamy półtora roku. Drogi słuchaczu, jeżeli masz sklep i chcesz go sprzedać, to ile masz zysku?

BS: Ja tutaj mówię, że ta transakcja była bardzo transparentna dla obu stron, a to, co Ty mówisz, myślę, że jeśli słucha nas ktoś, kto myśli sobie: "Może ja też bym sprzedał swój sklep?" To nie jest do końca transparentne. Ja mogę powiedzieć, że to było 18 moich pensji, przy czym miałam miesiące, kiedy nic sobie nie wypłacałam, a miałam miesiące, kiedy sobie nadrabiałam. Ja nie mogę podać kwoty, ale myślę, że każda próba wirtualnego przybliżenia tej kwoty będzie myląca i wyprowadzająca w pole.

GF: A ja myślę, że to jest dobra perspektywa. Wycena takiej spółki, czy to w zysku, czy to w procentach obrotowych jest dobre i trochę oddaje rzeczywistość. Oczywiście można zapytać 10 różnych sklepów, które się sprzedało i wyciągnąć średnią. Znam osoby, które zajmują się sprzedażą firm i myślę, że jak ktoś chce, to znajdzie takie osoby, które mogą mu doradzić, za ile taki sklep można sprzedać, za ile można kupić i jak wygląda proces. Myślę, że ta kwota jest tylko wisienką na torcie, bo ważniejsze jest to, co opowiadasz o całym tym procesie. Ja wyciągam z tego, że to jest długi proces, męczący psychicznie i pobierający bardzo dużo energii.

BS: Tak, nie jest łatwy. To, co powiedziałaś, to jest prawda. Są ludzie, którzy się w tym specjalizują, tylko ważne jest, żeby znaleźć ludzi, którzy zajmują się biznesem w Twojej skali. Mnie znajomi pokierowali do swoich znajomych, którzy byli mi bardzo życzliwi, ale skala mojej firmy tak ginęła w skalach firm, którymi oni się zajmują, że oni nie byli w stanie mi nic doradzić.

GF: Właśnie, to też jest istotne.

BS: Trzeba pytać, rozmawiać i się w końcu uda.

GF: Beata, to powiedz mi z perspektywy tego półtora roku, warto było to zrobić?

BS: Dla mnie tak. Podjęłam decyzję, że to jest ten moment, kiedy ja to powinnam zrobić i nie żałuję tego. Mam bardzo dużą radość z tego, że ta firma trafiła w takie fajne, dobre, życzliwe ręce. Gdyby trafiła w ręce ludzi, z którymi mi nie po drodze, może by mi było momentami ciężiej, bo to było takie moje trzecie dziecko, ale jeżeli chodzi o mnie samą, to jest mi bardzo dobrze.

GF: Ok, a polecasz jakieś kursy, książki odnośnie sprzedaży, czy to byli po prostu tylko znajomi?

BS: Mój mąż był doskonałym konsultantem, plus znajomi. Nie czytałam na ten temat. Znalazłam sobie parę artykułów w Google, ale to nic takiego wybitnego, żeby było warte polecenia.

GF: Dobra Beata, to powiedz mi, czego mogę Ci życzyć w następnym roku?

BS: Doprowadzenia do realizacji nowych planów zawodowych!

GF: A już znasz?

BS: Powoli się krystalizują.

GF: Zdradzisz, czy to jeszcze nie ten etap?

BS: Nie, bo jest ryzyko, że one się jeszcze zmienią o 360 stopni.

GF: To ja trzymam kciuki i życzę powodzenia.

BS: Bardzo Ci dziękuję!

GF: Ja nauczyłem się w życiu, że warto o tych planach rozmawiać głośno, bo bardzo dużo informacji zwrotnej dostaje się od wszystkich znajomych, być może ten podcast nie jest najlepszy, natomiast warto o tym mówić. Wielokrotnie przekonałem się, że kiedy milczałem, to zazwyczaj gorzej mi to wychodziło. Widzę też po znajomych, że o tych planach biznesowych trzeba dyskutować i nie bać się, że ktoś to ściągnie i ukradnie, bo my jesteśmy niepowtarzalni. Tak, jak niepowtarzalnie Beata prowadziła kanał Youtubowy, o czym opowiadaliśmy w poprzednim 18 odcinku podcastu.

BS: I tego się trzymajmy, naszej niepowtarzalności.

GF: Beata, jeszcze raz bardzo dziękuję Ci za rozmowę, gratuluję Ci sprzedaży.

BS: Bardzo dziękuję.

GF: I jakbyście kiedyś potrzebowali, Beata Sobczyk, kiedyś współtworzyła "Mamagama", a gdzie teraz można Cię znaleźć, jakby ktoś chciał zadać Ci jakieś pytanie, to może?

BS: Ja cały czas mam swojego maila z Mamagama.

GF: Dobrze.

BS: Ale mnie łatwo znaleźć na YouTube i na Facebooku, poza tym, zawsze w Mamagama dadzą do mnie telefon.

GF: No właśnie, a sprzedawałaś też razem z Mamagama kanał na YouTube z prawami autorskimi itd.?

BS: Nie, kanał został mój.

GF: O! To jest ciekawy wątek, którego nie poruszyliśmy!

BS: Tak, kanał został mój, przy czym jeszcze jakoś współpracujemy w temacie filmów z nowymi właścicielami sklepu, ale kanał został mój. Tam jest dwieście parę odcinków z moją buzią, z moimi dziećmi, bardzo wiele odcinków z moim mieszkaniem i nie chciałam tego oddawać.

GF: Czyli w wycenie nie było kanału YouTube, tak?

BS: Nie.

GF: To bardzo istotne, czyli sprzedawałaś samą stronę internetową bez kanału YouTube.

BS: Tak.

GF: Ale masz jakąś umowę, że nie możesz tych filmów skasować przez jakiś okres czasu itd.?

BS: Tak, to znaczy dla mnie to było oczywiste, że nigdy nie zmienię tych linków, które linkują do Mamagama. Mimo że minęło już kilka miesięcy, to jeszcze nie mam jasności, czy będę kontynuowała ten kanał, a jeżeli będę, to w jakiej formie, ale to, co jest, zostaje na pewno, jako wyróżnik Mamagama i te filmy są ich.

GF: Kiedy sprzedałaś sklep?

BS: W styczniu.

GF: W styczniu, a ja widzę tutaj filmy sprzed trzech tygodni.

BS: Tak, bo my współpracowaliśmy. Ja robiłam filmy na zlecenie nowych właścicieli Mamagama.

GF: Aha i rozumiem, że oni płacili Ci wynagrodzenie?

BS: Tak.

GF: Widzicie drodzy słuchacze? Sklep został sprzedany, a kanał YouTube z 11 tysiącami subskrypcji, z prawie 4 milionami wyświetleń jest w ręku Beaty.

BS: Już nie Mamygamy.

GF: Już nie Mamygamy, która zobowiązała się do niezmienniania tych linków i niekasowania tych filmów.

BS: Tak.

GF: Ale po prostu chce mieć pieczę nad swoim wizerunkiem i nad tym, co stworzyła.

BS: Dokładnie tak.

GF: Drodzy słuchacze, tu pewnie jest kolejna sprawa, czyli umowa sprzedaży?

BS: Dokładnie.

GF: To jest oddzielny odcinek i nie będziemy o tym rozmawiać, bo pewnie musieliby też wejść tu prawnicy.

BS: Zgadza się i to nie jeden prawnik.

GF: Ale nie jeden Twój, czy nie jeden ich?

BS: Po równo było, po obu stronach.

GF: Prawnicy też zarobili, nie mogło być inaczej. Ile trwało dogadywanie szczegółów w umowie?

BS: Z Kamilą? Jejku dwa dni!

GF: Szybko!

BS: Dlatego powiedziałam Ci, że każdemu życzę takiego kontrahenta.

GF: A prawnicy tego nie popsuli?

BS: Nie, trochę się starali, ale jak już była po ich stronie decyzja, to była szybka piłka. Znałyśmy się z Kamilą 8 lat, więc kim bym musiała być, żeby wywinąć jej jakiś numer na tym etapie, rozumiesz?

GF: Wie, gdzie mieszkasz!

BS: To w ogóle nie wchodziło w grę. Ja zresztą też wiem, gdzie ona mieszka, bo podpisywałyśmy umowę u niej w domu. Tutaj ten aspekt zaufania i przekonania, że obie strony chcą dobrze i obie strony chcą być uczciwe, transparentne, życzliwe i zabezpieczone prawnie był kluczowy.

GF: Tak, ja myślę, że to, że tak dobrze się znałyście i mogłyście sobie zaufać, to miało bardzo duże znaczenie, bo dużo ludzi gra taką postać, jednak nie zawsze to wychodzi. Beata, jeszcze raz dzięki za rozmowę!

BS: Dziękuję Ci bardzo!

GF: Dziękuję za poświęcony czas i do usłyszenia.

BS: Dzięki wielkie, było mi bardzo miło! To był już mój drugi podcast w życiu.

GF: Gratuluję!

BS: Dzięki!

GF: Jak to się mówi "pierwsze koty za płoty". Na razie!

BS: Cześć, do usłyszenia!

GF: I to już koniec, osobiście nie przypuszczałem, że sprzedaż sklepu internetowego, to takie wymagające determinacji i samozaparciu zadanie, by to zrealizować, a emocje, które przy okazji się pojawiają ogromne. Ja jestem pełen podziwu dla Beaty, a Ty, co o tym myślisz. Daj znać, napisz, skomentuj.

Pozdrawiam i do usłyszenia!