

Rozmowy na Zapleczu #42 - Przyszłość PrestaShop i plany na 2022 rok - Krystian Podemski

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.

Cześć! Jak wiecie, szefuję Convertis i tam zajmujemy się PrestaShop. I przyszłość PrestaShop jest dla mnie bardzo istotna, bo to być albo nie być mojego biznesu. I dziś zaprosiłem ponownie Krystiana Podemskiego, ambasadora PrestaShop i tech ewangelistę na Polskę, by opowiedział o przyszłości PrestaShop i jaką wizję e-commerce ma ta firma.

Informacja ważna dla wszystkich, którzy chcą się związać z tym oprogramowaniem – czy to sklepy, czy to programiści – będziemy dzisiaj mówić, w którą stronę PrestaShop zmierza i dlaczego wypiera Magento? Kto przejął PrestaShop? O nowej wersji PrestaShop czyli ósemce, i kiedy ona będzie, i co się z nim wiąże. O tym, co PrestaShop proponuje programistom.

Jeśli jesteś zainteresowany, to zachęcam do posłuchania, ale zanim zacznę, to bardzo gorąco zachęcam Cię do zapisania się na nasz newsletter na stronie [Convertis.pl/newsletter](https://convertis.pl/newsletter). Dzięki temu żaden nowy odcinek podcastu Ci nie umknie, a dodatkowo dostaniesz najważniejsze newsy z prasy o e-commerce, i ze świata, i nie tylko. Zapraszam do newslettera, a teraz zapraszam do słuchania.

Grzegorz Frątczak: Cześć Krystianie!

Krystian Podemski: Cześć Grzegorzu!

GF: Witam Cię ponownie w podcaście. Jak wszyscy wiedzą, Convertis zajmuje się wdrażaniem PrestaShopu dla różnych sklepów i nie tylko. I znowu mamy przyjemność gościć Krystiana Podemskiego, który jest ambasadorem PrestaShop na Polskę i takim ewangelistą technicznym PrestaShop. Dobrze mówię?

KP: Tak. Ambasadorem faktycznie, natomiast teraz powiedziałbym, że jestem bardziej tech ewangelistą już bezpośrednio w obrębie firmy PrestaShop.

GF: O właśnie. I dzisiaj będziemy rozmawiać o tym, jaki pomysł na siebie ma PrestaShop i jaka świetlana lub nieświetlana przyszłość ją czeka. I zacznijmy od tego, że bodajże w grudniu padła informacja, że cała PrestaShop została kupiona przez włoską firmę, która ma zasięg ogólnoswiatowy. Możesz o tym krótko opowiedzieć słuchaczom?

KP: Zgadza się, PrestaShop została przejęta przez MBE i generalnie rzecz biorąc, jest to dobry znak dla społeczności PrestaShop, dla ludzi, którzy używają software PrestaShop, dla samej firmy – ponieważ pozwoli to na szybszy rozwój całej korporacji PrestaShop i generalnie ta synergia, połączenie firmy logistycznej z firmą, która produkuje software do e-commerce, ma duży sens. I na pewno, więcej informacji o tym, jakie plany mają obie firmy, ukaże się w oficjalnej komunikacji już niebawem. Natomiast, na tę chwilę, możecie więcej poczytać w oficjalnych notkach prasowych, które zostały wypuszczone już jakiś czas temu w zasadzie we wszystkich mediach, które są ważne dla e-commerce.

GF: No właśnie. Tutaj widzę, że Krystian nie może za dużo powiedzieć. Jak wiecie, różne są tajemnice. Nie będę go ciągnął bardziej za język. Natomiast, z tego co widziałem, to jest ogromna firma, która kupiła PrestaShop, i która chce poprzez synergii tworzyć różne rzeczy na cały (ja bym to powiedział) świat. No, ciekawy ruch, bo ostatnio został kupiony przecież – już nie ostatnio, ale parę lat temu – Magento przez Adobe, tutaj PrestaShop kupiona, więc myślę, że idziemy w profesjonalizację

PrestaShop. I, no właśnie, w który rynek PrestaShop będzie teraz celował – jeśli możesz nam zdradzić? Te najmniejsze sklepy czy może średnie, a może te największe?

KP: Dobre pytanie. Myślę, że naturalną fazą rozwoju dla PrestaShop jest to, żeby celować w tym momencie w półkę wyżej, jeżeli chodzi o sklepy, w stosunku do tego co było jeszcze kilka lat temu. My to nazywamy mid-market i taką dolną granicą, którą postawiliśmy, to jest ten milion euro obrotu rocznie. Natomiast wiemy dobrze, że na PrestaShop powstają o wiele większe sklepy i PrestaShop jest zdolna do obsługi większych sklepów, jednak naturalnym ruchem dla PrestaShop jest w tym momencie to, żeby pokryć zapotrzebowanie, które mają sprzedawcy, które mają deweloperzy działający w e-commerce i wszyscy inni, którzy na to e-commerce community się składają, żeby pokryć niejako braki czy niedomogi innych platform, które mają gdzieś tam swoje wewnętrzne problemy i zostawiają merchantów w potrzebie. Natomiast, to przejęcie, o którym mówiliśmy przed chwilą – pomoże. Już w tym momencie trwają różne prace, które mają oddzielić tę edycję, która będzie wydawana stricte przez firmę PrestaShop, od tej edycji, która będzie wydawana jako projekt open source i ważnym do podkreślenia faktem jest to, że projekt open source będzie nadal bazą działalności Presty. Czyli to nie będzie tak, że PrestaShop wyprze się tego projektu open source. On będzie bazą do tworzenia produktów Top Of It, czyli bazą będzie ten open source, a na bazie tego projektu open source powstaną inne produkty już wychodzące z firmy PrestaShop.

GF: Tak. Czyli nie stanie się to jak z Magento, którego Adobe się wyparło, w tej wersji open source, prawda?

KP: Dokładnie. Tam nie dzieje się dobrze, i celem wszystkich z PrestaShop, jest to, żeby nie doprowadzić do takiej sytuacji, żeby ta strategia, jeżeli chodzi o wsparcie open source, była jak najbardziej właściwa i stworzenie z PrestaShop pełnoprawnego projektu open source. Co ciągnie za sobą na przykład stworzenie fundacji, odpowiednie zarządzanie własnością projektów, wpuszczenie osób z community też role decyzyjne, jeśli chodzi o to dokąd projekt zmierza. Cały ten proces podziału PrestaShop na dwie edycje, czyli open source i powiedzmy roboczo – The Edition – czyli tę wersję, którą będzie można pobrać z prestashop.com. To jest dość skomplikowane przedsięwzięcie, natomiast już w tym roku – gdzieś na przełomie roku – powinna być wydana PrestaShop w wersji 8, która będzie podzielona już na dwa takie wydania. Czyli, jedną będziemy mogli pobrać taką „czystą”, która nie będzie miała

połączenia z żadnymi produktami firmy PrestaShop, i druga edycja będzie już połączona z różnymi usługami PrestaShop, na przykład Addons Marketplace czy będzie miała preinstalowane niektóre rozwiązania, jak na przykład PrestaShop Essentials i moduły do Facebooka, do marketingu w Google.

GF: Czyli, z tego co mówisz, i z tego co ja obserwuję na rynku, to te najmniejsze sklepy już nie będą używać Presty, bo to już będzie za drogie rozwiązanie, bo stawki programistów rosną nieustraszenie, a Presta staje się coraz bardziej skomplikowanym systemem. I tu pewnie przejmą ten rynek SAAS-y różnego rodzaju. A z drugiej strony, Presta wejdzie w ten rynek, gdzie do tej pory było Magento, czyli bardziej zaawansowane sklepy B2C, czy B2B. I my robimy właśnie dwa czy trzy sklepy B2B, które to właściwie zastanawiały się czy wejść w Magento czy w Prestę, ale budżet dwa, trzy razy mniejszy spowodował, że jednak ta Presta wygrała. I ten czynnik kosztowy na pewno ma znaczenie. Oczywiście Presta nie jest idealna do bardzo zaawansowanych, może nie bardzo, ale superultraaawansowanych sklepów na B2B, natomiast większość, z tego co widzę, daje radę i to działa. A jak Ty to widzisz Krystianie?

KP: Myślę, że PrestaShop nie odwróci się tak totalnie od mniejszych sklepów, bo jednak chociażby obecność addons marketplace i powstawanie takich produktów jak PrestaShop Essentials, pomaga marchandom z mniejszym budżetem, w rozpoczęciu swoich przygód z PrestaShop. Natomiast naturalną kolejną rzeczą jest to, że jeżeli PrestaShop jako programowanie ewoluuje, pozwala na więcej rzeczy, jeżeli chodzi o aspekty techniczne, technologiczne, do ekosystemu wkraczają większe agencje, lepsi deweloperzy, to stawki wzrosną, będą powstawać większe projekty, więksi marchandzi, większe firmy zainteresują się Prest Shop, ale tak jak mówię, nadal będzie tutaj miejsce, żeby rywalizować z innymi, z mniejszymi platformami czy chociażby SAAS-ami, tym że ten projekt PrestaShop open source'owy i modularność tego oprogramowania, pozwala ten sklep internetowy traktować jako bazę, do której możemy doczepiać kolejne elementy, instalować kolejne moduły i tak dalej. Tak że pewnie nadal popularne będzie, że zatrudnimy freelancera, poprosimy go o instalację kilku modułów, podmianę logo, zainstalowanie szablonu i tak dalej. To nadal będzie możliwe. Natomiast na pewno PrestaShop, jeżeli chodzi o agencje i ten ekosystem

profesjonalny, na wyższym poziomie, wkroczy w nowy segment stawek, jeżeli chodzi o płace dla deweloperów, koszty projektu i tak dalej.

GF: Oby deweloperzy tego słuchali i zachęcili się, bo rzeczywiście jest kłopot z deweloperami, ale to zostawmy sobie na deser. Mówiłeś, że PrestaShop 8, czyli 1.7.8 wyjdzie koło lata tak oficjalnie. Powiedz mi, jakie nowości PrestaShop 8 niesie za sobą. Oprócz podziału na te dwie rzeczy, na ten community i edition. Co tam jeszcze jest?

KP: Tutaj, Grzegorz, małe sprostowanie – wersja 1.7.8 jest w tym momencie, następną wersją będzie 8, bo zmieniamy nazewnictwo. Już nie będzie tej jedyneczki, która była myląca na początku. Nie będzie wersji drugiej, tylko przechodzimy już na sender, który określa, że pierwsza cyfra mówi nam o głównej wersji, druga o jakimś wydaniu ze zmianami troszeczkę większymi i trzecia spadge versions, które łatają jakieś błędy.

GF: Ale fuck up z mojej strony. Jakoś sobie ubzdurałem, że gdzieś widziałem na prezentacji, że 1.7.8 to jest 8, a to jest... Okej, to mi się to pomerdało.

KP: Tak. Faktycznie, pokazywaliśmy takie różne grafiki, które mówią o tym dlaczego taka decyzja. Natomiast tak – na przełomie roku wyjdzie PrestaShop 8 i ona tak, jak zauważyłeś koncentruje się na podziale...

GF: Na przełomie roku? W połowie roku?

KP: Tak, myślę że to będzie lato. Czy to będzie dokładnie lipiec, czy sierpień – ciężko w tej chwili dać mi gwarancję. Wiemy, że branża IT rządzi się swoimi prawami, natomiast cel jest taki, żeby to było lato, żeby PrestaShop 8 wyszła gdzieś w połowie roku. I tak, po pierwsze – najważniejsze, to oczywiście split, czyli wyczyszczenie tej wersji open source'owej z rzeczy związanych z firmą – o tym już powiedzieliśmy. Poza tym duże zmiany, jeżeli chodzi o technologię, chociażby będzie podniesiona wersja Symphony z wersji 3.4 do 4.4.

GF: Milutko!

KP: Tak, milutko. Na pewno deweloperzy się ucieszą. To co może być również dobrą informacją dla zarówno merchantów, jak i deweloperów, to to, że PrestaShop będzie wspierać już PHP 8 i prawdopodobnie PHP 8.1, co pozwoli dogonić nam te wydania PHP, które teraz

również są bardziej dynamiczne, bo co roku mamy nową wersję. Poza tym, dużą zmianą będzie migracja katalogu, czyli będziemy mieli nowe zarządzanie listą produktów oraz będziemy mieli nowe zarządzanie produktami samymi w PrestaShop. Ponieważ cała ta karta edycji produktu będzie kompletnie przebudowana, już na nową technologię wraz z różnymi zmianami, które powstały na zasadzie takiej, że nasz team produktowy przeprowadzał wywiady z merchantami różnej wielkości, różnej skali, z różnymi problemami i na bazie tych wywiadów powstał nowy szkic – projekt karty edycji produktu, która będzie miała premierę w PrestaShop 8. Tam będą różne zmiany: ulepszone zarządzanie kombinacjami, ulepszone zarządzanie, jeżeli ktoś używa multistore, łatwiejsze zarządzanie zdjęciami i tak dalej. Tak że, to na pewno duża zmiana, która powinna bardzo ucieszyć osoby pracujące z PrestaShop na co dzień.

GF: A łatwe będzie przejście z 1.7.8 na 8?

KP: Tak. Na pewno powinno być o wiele łatwiej niż było to w czasach migracji z 1.6 do 1.7, a to z kilku względów. Po pierwsze – front sklepu pozostanie nietknięty w tym momencie. Są plany na to, w zasadzie już powstaje nowy szablon dla PrestaShop, ale obraliśmy taką taktykę, wiedząc to przejście z 1.6 do 1.7 było skomplikowane, że chcemy wprowadzić jak najmniej tych zmian, które są niekompatybilne wstecz. Wiemy też, że drive w domenie frontu, jest jednym z elementów, które pochłania największą ilość budżetu w wielu wdrożeniach. Cel jest taki, żeby ten front był kompatybilny wstecz. Sama struktura bazy danych będzie możliwa do przeniesienia, jeżeli chodzi o konta klientów i tak dalej, ponieważ samą aktualizację obsługi oficjalny moduł dostarczany przez PrestaShop, nad którym również pracuje zespół, po to, żeby był bardziej stabilny i żeby te aktualizacje były bezpieczniejsze. Tak że, docelowo ta migracja z wersji 1.7.8 do wersji 8. będzie bezproblemowa. Natomiast, tutaj liczymy też na deweloperów tworzących moduły, ponieważ oni będą musieli dokonać w niektórych modułach, w niektórych swoich produktach, różnych zmian w kodzie, żeby ich rozwiązania były kompatybilne z PrestaShop 8. I tego nie unikniemy, bo celujemy też w nową wersję PHP, celujemy, żeby Symfony 4.4 było w wersji 8. – w zasadzie już to jest spełnione. Musieliśmy zrobić zmiany bezpośrednio w silniku PrestaShop, które po prostu nie są kompatybilne wstecz. Tak że, jeżeli powstały jakieś produkty, na przykład dotyczące kombinacji atrybutów, to być może jest duże

prawdopodobieństwo, że tacy deweloperzy będą musieli pochylić się nad swoimi produktami i dostosować je do wersji 8. Ale to jest też taki naturalny fakt tego, że to jest główna wersja, główne wydanie. Czyli to jest duża wersja, duże zmiany i nie wszystko będzie działać idealnie po przenosinach.

GF: Czyli, drodzy słuchacze, jeśli posiadacie sklep na PrestaShop, to niech Was ręka Boska broni przed robieniem tego samodzielnie i w piątek wieczór, bo wtedy zapowiada się nieprzespana noc i zmarnowany weekend. Nie ruszać! Nie dotykać tego przycisku, gdzie jest napisane: „Aktualizacja do 8”, bo ciężko będzie. Ciężko. Tak?

KP: Tak, tak. Tutaj zdecydowanie taktyka, jaką polecałbym obrać, to na pewno kopia zapasowa gdzieś obok, na jakiejś wersji roboczej – tam możemy zaktualizować moduły, szablony. Wtedy zająć się updatem do wersji 8., zobaczyć, jak to działa. Jeżeli będzie wszystko okej, to można ten proces powtórzyć na wersji produkcyjnej, po uprzednim backupie – znowu. Natomiast, na pewno w tym momencie, kiedy wyjdzie wersja 8., takie agencje, jak Twoja Grzegorz, będą miały pełne ręce roboty, żeby pomóc merchantom właśnie zaktualizować swoje sklepy.

GF: A ja im powiem: „Poczekajcie jeszcze dwa, trzy miesiące, niech te duże błędy, które wyjdą od razu, niech je przetestują inni, a my śpimy spokojnie”. Tak jak z Windowsem – właśnie wyszedł 11. Nie wiem, kto już zainstalował. Ja jeszcze z pół roku się wstrzymam, zanim przejdę, bo różnie może być, a praca – trochę jak zająć – może uciec, więc powstrzymajmy się przed szybkimi ruchami. Tam naprawdę, z punktu widzenia biznesowego nie będzie rzeczy, które uratują Wasz biznes przed spadkiem obrotów, czy spadkiem zysków. To będzie bardziej rozwojowe, coś co może Wam pomóc, coś co może pomóc przyspieszyć sklep. Tak, jak Krystian mówił – inna struktura budowy karty produktu i katalogu produktów. Myślę że, to jest też po to robione, żeby to szybciej działało i sprawniej przy dużo większym ruchu, bardziej skomplikowanym katalogu produktów. Tak? Dobrze mówię?

KP: Tak. Jednym już z takich częstszych zarzutów, w stosunku do PrestaShop, był wolno działający mechanizm kombinacji produktów, który został bardzo usprawniony w wersji 8. Teraz te kombinacje, nawet jeżeli jest ich dużo, one nie są ładowane od razu. Powstało dużo

mechanizmów, które pozwalają na masową edycję tych kombinacji, zarządzanie cenami specyficznymi jest odrobinę bardziej wygodne, zdjęciami. Tak że, cały proces zarządzania katalogiem powinien być po prostu szybszy. A dla tych merchantów, którzy mają multistore, czyli na przykład sprzedaż hurtową i B2C w jednym panelu – tam zmian jest bardzo dużo. I sama edycja i przejrzystość tego, w kontekście jakiego sklepu edytujemy produkty, jakie zmiany będą zawarte po tym jak zapiszemy karty produktu, to tam powstało bardzo dużo fajnych rozwiązań, które mają UX-owo to fajnie poukładać, żeby obsługa sklepu na każdym kroku wiedziała, co się stanie po zapisaniu zmian, aby była większa kontrola tymi danymi, które wprowadzamy do systemu.

GF: Więc z niecierpliwością czekamy wszyscy na tę wersję 8. A teraz chciałem wrócić do tematu, który wyciągnęłaś. Bo jednym z wyzwań PrestaShop jest brak programistów, którzy są niechętni, bo się gdzieś tam boją, bo PrestaShop ma dużo mitów o sobie. To się bardzo mocno zmienia na przestrzeni ostatnich lat. Dużo więcej jest stricte samego Symfony, czystego takiego języka i tutaj ta zmiana – 8 też to ma jeszcze poprawić, usprawnić przejście na to Symfony 4.4. Więc to na pewno przyciągnie nowych ludzi, którzy powiedzą: „Okej, fajna technologia, będziemy działać”, ale trzeba ich zachęcić i wykształcić. Jakie macie plany na to?

KP: Tak, za cel postawiliśmy sobie, żeby poprawić developer experience, czyli poprawić wrażenia pracy z PrestaShop dla deweloperów. Jeżeli jako agencja zatrudniasz nowego dewelopera, żeby ten deweloper łatwiej odnalazł się w systemie, w kodzie, w dokumentacji, żeby pracowało mu się przyjemniej. I żeby poprawić developer experience – co jest oczywiście procesem ciągłym, coś jak poprawa user experience – musimy skoncentrować się na wielu rzeczach. Czyli poprawa dokumentacji – i nad tym pracujemy już teraz. Po pierwsze – mamy dedykowaną wersję dokumentacji dla wersji 8. PrestaShop, co już powinno pomóc deweloperom zobaczyć różnice pomiędzy obiema wersjami. Mamy również w planach większą aktualizację tej dokumentacji, o to jakie możliwości ma silnik jeszcze w tych starszych jego miejscach, ponieważ w tym momencie mamy taką zasadę, że jeżeli dochodzą nowe funkcjonalności dla deweloperów, to każda z nich zaraz po tym jak wstanie i zostanie zaakceptowana i trafi do silnika, musi zostać wdrożona do dokumentacji. Tak że, jeżeli mamy nową funkcjonalność, to ona musi być dodana do dokumentacji. Natomiast jest problem z

elementami systemu, które powstały – powiedzmy – 10 lat temu. Są one znane starym wyjadaczom, którzy kiedyś pracowali w PrestaShop lub pracują z PrestaShop bardzo długi czas, natomiast nie są odpowiednio udokumentowane. Za cel postawiliśmy sobie – po pierwsze – ulepszyć dokumentację. Po drugie – powstała inicjatywa PrestaShop Academy. I będzie to serwis, gdzie będzie można kupić trening składający się na przykład dwudziestu 20, 30 modułów, który pokaże, jak działać z modułami, jak wdrażać front PrestaShop. Będą również treningi dla merchantów, będą treningi około e-commerce, jak na przykład reklamy Facebook czy reklamę Google. Tak że, powstaje taka inicjatywa, która ma na celu doksztalcenie tego community PrestaShop i poprawę tego deweloper experience dla deweloperów, którzy dopiero zaczynają przygodę z tym systemem, ponieważ będą tam treningi różnego poziomu. Będzie trening dla kompletnie początkujących, będzie również trening dla zaawansowanych. Będą również mniejsze treningi, które skupią się na jakichś określonych funkcjonalnościach platformy. To na pewno duże przedsięwzięcie, które powinno pomóc nowym deweloperom wdrożyć się do systemu. Poza tym oczywiście chcemy zaktywizować community deweloperów w Polsce i w innych krajach. W tym momencie nie ma żadnych eventów dla deweloperów. Planujemy, żeby oprócz PrestaShop Day, również jeden czy dwa w tym roku Eventy pojawiły się stricte dla deweloperów. Czyli taka telekonferencja techniczna, na którą zaprosimy agencje partnerskie i osoby ze świata PrestaShop, po to, żeby przedstawiały jakąś prezentację na temat technikaliów PrestaShop. Będzie okazja do networkingu. Będzie okazja pokazać deweloperom, jakie możliwości daje im PrestaShop, i że warto inwestować swój czas w tę platformę.

GF: To jest obiecujące – tak to powiem – obiecujące. Ja widzę tę zmianę w podejściu PrestaShop, bo do tej pory w sumie nie było przedstawiciela na Polskę a teraz mamy i Krystiana, i Mateusza, i Krystian mówił, że jeszcze jedna osoba będzie – nie będę zdradzał kto, bo to może tajemnica i nie powinienem mówić. Ale rzeczywiście, te plany Presty są duże i to jest obiecujące dla wszystkich nas. Bo i deweloperzy się znajdują, bo to jest kłopot gdzieś tam zawsze. Po drugie – większe firmy będą mogły zaufać stabilności PrestaShop, która budowana jest już od 13 lat. Od 2008 roku, bodajże. To co jeszcze PrestaShop nam szykuje w nadchodzącym roku? A może dekadzie? Może macie już plany na dekadę? Czy jeszcze nie?

KP: Wiesz co, faktycznie w firmie krążą prezentacje PrestaShop 2025. Są długoterminowe plany, natomiast wolałbym jednak komunikować o tym, co faktycznie mamy w planach i co faktycznie będzie dane nam zobaczyć w tym roku. Mogę powiedzieć, że faktycznie ten developer experience jest ważny dla projektu open source, dla PrestaShop jako software. Dla firmy na pewno ważnym jest, żeby nadal aktywnie nadal działać jako polski team. Żeby jeszcze bardziej aktywnie działać. Będziemy na Targach e-handlu. Będziemy na e-trade Show, gdzie będziemy mieli stoiska, będziemy pewnie też występować, odpowiadać o PrestaShop. Tak że generalnie, naszym celem – moim, Mateusza i dodatkowych osób, które być może pojawią się w naszym teamie (na pewno pojawią się w naszym teamie, ale o tym o tym oficjalnie będzie później) – będzie to, żeby pokazać większe zaangażowanie polską społecznością. Pokazać, że PrestaShop faktycznie traktuje Polskę jako bardzo ważny rynek dla firmy. Ponieważ, jak wiemy, jest otwarty rynek, mamy ponad 25 tys. aktywnych sklepów i potrzeba było – tak jak mówisz – nie mieliśmy takich osób jak Mateusz czy ja wcześniej i być może komunikacja z community nie była na tak wysokim poziomie, na jakim powinna być, natomiast to wszystko idzie naprawdę w bardzo fajną stronę i w bardzo dobrym kierunku, i będziemy robić, co w naszej mocy, żeby i agencje partnerskie, nasi partnerzy biznesowi, całe community zjednoczone wokół PrestaShop w Polsce, żeby widziało owoce naszej pracy.

GF: No właśnie. Czyli na tych prezentacjach będą pokazane te największe i najlepsze wdrożenia, gdzie pokażecie na co stać Prestę i co można z nią zrobić?

KP: Na eventach dla deweloperów będą techniczne prezentacje. Na eventach typu e-Trade Show, czy Targi e-handlu – tutaj prawdopodobnie skupimy się na tym, żeby podzielić te prezentacje na część biznesową i część techniczną, bo uważam, że PrestaShop ma dużo do zaoferowania jako firma i ma fajne produkty, których premiera była w zeszłym roku – jak na przykład PrestaShop Platform. Natomiast ważnym aspektem jest również część techniczna PrestaShop, czyli żeby pokazać, że faktycznie Presta może obsługiwać duży ruch. Prawdopodobnie zaprosimy jakąś agencję partnerską, żeby z nami robiła jakieś case study z wdrożeń. No tutaj możliwości jest bardzo dużo, na pewno będziemy aktywni w tym community e-commerce, żeby nadal pokazywać możliwości Presty.

GF: No właśnie, bo myślę, że jeszcze tutaj dużo pracy jest do wykonania, bo taki mit, że Presta nie uciągnie, jeszcze gdzieś tam pokutuje. Tak naprawdę, Presta do dużego ruchu i do skomplikowanych sklepów się dobrze nadaje. I chyba oprócz... Nie ma jakiejś dużej alternatywy w tym budżecie, bo oczywiście jeszcze jest Magento, które jest z trzy razy droższe, jest Shopware, który też jest znacząco droższy. Jest Sylius. No w sumie, można powiedzieć, że PrestaShop jest budżetowym rozwiązaniem i być może nie ma najnowocześniejszych rozwiązań typu headless, PWA i paru innych rzeczy, jako domyślnych, natomiast daje radę i większości sklepów to wystarczy. A z tego co widzę, to to się rozwija, i jeśli przyjdzie czas, żeby te sklepy to miały, to i PrestaShop będzie na to gotowa. Dobrze mówię?

KP: Oczywiście. Grzegorz, w tym momencie PrestaShop przechodzi faktycznie bardzo szybką transformację technologiczną, ale widzimy również bardzo duży, fajny – pozytywny odzew od społeczności PrestaShop na całym świecie. Dlatego mamy przykłady fajnych rozwiązań, jak podstawowa wersja headlessowa PrestaShop gdzieś tam w community. Dlatego mamy dużo modułów, które są gdzieś tam dostępne za darmo. Mamy coraz więcej osób, które pomagają rozwijać samo oprogramowanie, nawet z Polski. Tak że wierzę, że zarówno podstawa PrestaShop, czyli ten projekt open source ewoluuje dzięki podziałowi, oddzieleniu się od tej firmowej części. Widzę większą aktywność społeczności. Ale też firma rośnie dzięki przejściu, dzięki nowym produktom, dzięki zwiększeniu zatrudnienia. Dość powiedzieć, że w tym roku PrestaShop na plan podwoić zatrudnienie. Czyli z 200 osób, cel jest zrobić 400 osób. To wydaje się dość szalone, ale wraz z polityką firmy, czyli „work from anywhere”, gdzie PrestaShop faktycznie zatrudnia ludzi z całego świata, jest to jak najbardziej wykonalne. Tak że, to będzie ważny rok dla ProstaShop, ale bardzo ekscytujący z wieloma wyzwaniem i ja patrzę na to bardzo optymistycznie, ponieważ będąc w środku tego wszystkiego, całej tej maszyny, widzę że zmierza to w bardzo dobrym kierunku.

GF: Krystianie! Wielkie dzięki, że się podzieliłeś, gdzie zmierza teraz PrestaShop. Myślę, że to dobry okres – początek roku – na to, w którą stronę idzie i przekona niektórych ludzi do tego, żeby się zainteresować tą platformą na serio. I mówię tutaj o merchantach – czyli sklepach, i mówię tutaj o deweloperach. Więc w każdym razie,

wszystkich zapraszam tutaj do Convertisa, a z pytaniami szczegółowymi też można do mnie albo do Krystiana. Krystianie, czy chciałbyś jeszcze coś na koniec powiedzieć?

KP: Dzięki Grzegorzowi za kolejne zaproszenie. Mam nadzieję, że te nasze dwa podcasty zainteresują jeszcze większą ilość merchantów, ale też deweloperów, żeby dołączyli do naszej społeczności. Zapraszam do śledzenia social media PrestaShop, profili moich i Mateusza Osieckiego na LinkedIn, na pewno będziemy tam się dzielić ze społecznością e-commerce, różnymi, fajnymi nowościami ze świata PrestaShop.

GF: Wszystkich zapraszamy i życzymy udanego popołudnia czy wieczora. Dzięki.

KP: Dzięki Grzegorzowi.

I to już koniec. Dla mnie kluczowe myśli, to to, że PrestaShop zmierza w coraz to większe sklepy, a do tego ma bardzo ciekawy plan na to, jak przyciągnąć nowe rzesze programistów. I to jest bardzo dobra wiadomość dla wszystkich z nas, bo oni mają plan na to co będzie się dziać.

A jeśli interesuje Cię temat PrestaShop, to polecam poprzednie odcinki, gdzie mówimy o różnych aspektach. W 37. odcinku mówimy ogólnie o PrestaShop. O tym jak wygląda rynek. W 17. odcinku mówimy dla kogo jest PrestaShop, a dla kogo nie. A w 12. odcinku porównujemy PrestaShop i Magento. Materiały, linki i transkrypt na stronie [Convertis.pl/podcast](https://convertis.pl/podcast). A ja ponownie zapraszam do zapisu na nasz newsletter z ciekawymi newsami z całego świata – [Convertis.pl/newsletter](https://convertis.pl/newsletter). Więc, do usłyszenia znowu – w kolejnym odcinku. Cześć!