

## 48. IdoSell - Plusy i minusy platformy - Piotr Kałwa - Puccini

**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. Dziś do podcastu zaprosiłem Piotra Kałwę, który obecnie jest Head of Marketing & Ecommerce w Puccini, w marce produkującej walizki, która ma 25 salonów.

Piotr opowie dziś o swoich doświadczeniach, kiedy pracował w IdoSell - platformie sklepowej. Pracował w IdoSell przez ponad trzy lata, jako Senior Support Account Manager, a także wdrażał sam sklepy na IdoSell. Robił to kilka razy.

Piotr opowie:

- Dla kogo jest IdoSell?
- Jakie ma plusy i minusy, patrząc od strony sklepu internetowego?
- Jakie są pułapki?
- Na co warto zwrócić uwagę?

Jeśli więc zastanawiasz się czy platforma IdoSell jest dla Ciebie – to daj znać, a Ci z Was co na razie nie stoją przed takim wyzwaniem to proponuję posłuchać innych odcinków, bardziej Was dotyczących, chyba że lubicie się uczyć cały czas. To zapraszam.

Zanim zacznę to bardzo gorąco zachęcam Cię do zapisania się na 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. Zapraszam na [convertis.pl/newsletter](https://convertis.pl/newsletter), a teraz już do słuchania.

**Grzegorz Frątczak: Cześć Piotr.**

**Piotr Kałwa: Cześć Grzegorz.**

**GF: Słyszymy się ponownie z Piotrem. Poprzedni odcinek był w innym temacie. Zapraszam Was serdecznie. Poprzedni odcinek był w temacie: „Jak wybierać Software House do budowy Waszego sklepu, czy to Magento, czy PrestaShop, a w tym odcinku porozmawiamy z Piotrem o tym, czym się różni IdoSell od innych systemów - plusy, minusy i co w związku z tym wynika dla Presty.**

**PK: A to niespodzianka dla mnie. Nie wiedziałem o tym.**

**GF: A, bo taki trick jest. Zobaczymy jak to wyjdzie, ale Piotr, przede wszystkim: Dlaczego uważasz, że jesteś uprawniony do opowiadania o IdoSell i możesz być traktowany jako ekspert?**

PK: W dużym skrócie, pracowałem w IdoSell, jeszcze wtedy nazywało się to iaishop.com. Pierwotnie nawet pierwsze podchody do tej firmy robiłem będąc jeszcze na studiach, ale wtedy po przejściu rekrutacji zdecydowałem jednak, przemyślałem sobie temat, że nie dam rady na studiach dziennych, stacjonarnych pogodzić pracy ze studiami. Postawiłem na studia i dałem sobie taki cel, że jak skończę studia to postaram się o pracę w IdoSell i to się udało. Taki plan przyjąłem i taki się udało zrealizować, także pracowałem w IdoSell i pracowałem tam tak naprawdę w mojej całej karierze dwukrotnie. Zdobyłem masę doświadczenia, bo tam pracowałem z kilkoma tysiącami sklepów internetowych. Case-ów to była tam naprawdę masa do rozwiązywania, do obserwowania, do zdobywania doświadczenia. Także w kwestii doświadczenia to był świetny okres. A druga sprawa jest taka, że sam postawiłem własny sklep internetowy na IdoSell, więc mam prawo mówić o tym, jak stawia się sklepy na IdoSell, jakie są plusy i minusy dla takiego właściciela sklepów internetowych, bo nie każdy E-commerce Manager czy osoba na takim stanowisku kiedykolwiek stawiała swój własny sklep internetowy.

Akurat ja stawiałem na IdoSell i miałem pełne zaufanie do tego oprogramowania. Stawiałem też sklep internetowy dla innej marki, całkowicie też od zera. Ten sklep świetnie sobie radzi. Uważam, że jak to się mówi „efektem kuli śnieżnej bardzo fajnie się rozwija i rozpędza”, co bardzo mnie cieszy, bo początek był związany ze mną w tym sklepie, a dodatkowo gdzieś tam po drodze, już później po rozwiązaniu współpracy z IdoSell, gdzie postanowiłem pójść troszeczkę inną drogą, to miałem przyjemność współpracować z innymi sklepami na tej platformie, które prowadzą sprzedaż i doradzać im w różnych aspektach, czy to konfiguracji, czy to jakiegoś takiego doradztwa biznesowego lub technicznego. Także uważam, że akurat w tym temacie posiadam wystarczającą wiedzę, żeby – mam nadzieję - odpowiedzieć na Twoje pytania, chociaż ich nie znam.

**GF: Zaraz, zaraz tutaj wymyślimy jakieś, ale ja jeszcze tutaj się odniosę, bo mam przed oczami Twój profil Linkedlna i tutaj myślę, że warto to wykwalifikować, że byłeś takim Support Account Managerem, najpierw regularem przez dwa lata, a później ponad rok seniorem, czyli po prostu bardzo doświadczonym. A po drodze pracowałeś właśnie dla swojego sklepu i dla tej marki - może nie wymienimy tu jej nazwy, która sprzedaje ekskluzywne ciuchy, ma pięć butików - przynajmniej według ich strony, a te ekskluzywne ciuchy to takie body kosztuje tutaj 600 złotych.**

PK: Tak.

**GF: Ten sklep rzeczywiście wygląda ekskluzywnie bym powiedział, a z tego co mówisz to nie został zbyt bardzo zmieniony od tego czasu, jak go wdrażałeś, już bodajże z trzy lata temu.**

PK: To na Linkedlinie widać, jak masz przed oczami to możesz policzyć.

**GF: Tak, trzy lata temu w takim razie, czy cztery nawet. Tak, bo widać, że jak jest sklep taki uniwersalny, trzyma się pewnych standardów UX'a, jest prosty, to on się nie starzeje.**

PK: Ale zauważasz, że ten template został stworzony na samym początku.

**GF: Tak.**

PK: Tak jak powiedziałeś, to było kilka lat temu, a tak naprawdę zmienia się tam kontent z tego co ja obserwuję, tylko i wyłącznie. Ewentualnie jakieś detale, ale to takie praktycznie niezauważalne dla przeciętnego użytkownika, co też mnie cieszy, bo też patrzę na opinie o tym sklepie internetowym, ale akurat opinie są bardziej związane z logistyką, z obsługą klienta itd. Z moich obserwacji wynika, że sklep radzi sobie świetnie.

**GF: Tak, w branży fashion ważne są zdjęcia i te zdjęcia tutaj są pierwsza klasa.**

PK: Generalnie w e-commerce ważne są zdjęcia, bo wiem, że ludzie kupują oczami, a z fashion ludzie kupują emocjami. Fashion zawsze było bliskie mojemu sercu i cieszę się, że miałem okazję akurat w takim projekcie uczestniczyć.

**GF: Dobra, ale dzisiaj rozmawiamy o IdoSell'u. To już myślę, że każdy wie, że Piotr jest uprawniony do opowiadania. Piotr też nie powie Wam wszystkiego, bo wiecie, pracował w tej firmie i brudów nie będziemy tutaj prac, więc od razu mówię, bardziej rozmowa ma być taka niezależna...**

PK: Jakie brudy? To że u Ciebie są brudy to nie znaczy, że wszędzie indziej są brudy.

**GF: Okej, przyłapałeś mnie, przyłapałeś mnie. Coraz lepszych gości mam. Dobra. To dlaczego IdoSell?**

PK: Dlaczego? Wiesz co, powiedziałeś, że mamy ograniczony czas tak naprawdę, więc postaram się tak to możliwie skrócić. Ja uważam, że każda platforma do prowadzenia sklepu internetowego jest dedykowana jakiejś określonej, może nie grupie użytkowników, ale grupie użytkowników, która ma określone potrzeby lub jest na jakimś określonym etapie związanym generalnie z e-commerce. Czyli albo chce dopiero otworzyć sklep internetowy i to mogą być różne osoby. To mogą być osoby, które posiadały dotychczas tylko sklep offline-owy, chcą wejść do online i nie mają kompletnie żadnej wiedzy, nie mają żadnych zasobów technicznych, żadnych ludzi, którzy mogą im w tym pomóc. Mogą to być też osoby, które mają ogromne doświadczenie i chcą bardzo szybko uruchomić sklep internetowy lub po prostu stworzyć świetny sklep internetowy, nie tylko, że bardzo szybko, ale mają różne potrzeby, więc pytanie było: „Dlaczego IdoSell”, tak?

**GF: To może dla kogo IdoSell jest dobry?**

PK: Ja uważam, że przede wszystkim jest dla osób, dla firm, bo to muszą być podmioty, to muszą być firmy, dla firm, które chcą sprzedawać w internecie i chcą mieć na dzień dobry bardzo dużo wbudowanych funkcjonalności. Dla firm które są już gotowe i to co chciałbym tutaj zauważyć, to będzie też jednym plusem, przejdę przy okazji do jakby częściowej odpowiedzi na jedno z prawdopodobnie Twoich kolejnych pytań. W mojej opinii większość klientów jest takich, że oni nawet nie wiedzą, że jak zaczynają przygodę z IdoSell to w tym systemie są już opcje, z których oni dopiero zaczną korzystać i w trakcie rozpoczęcia współpracy z IdoSell oni nawet nie wiedzą, nie są świadomi tego, że te opcje będą im potrzebne. To dużo mówi o tym, jak ten system jest zbudowany i jak mocno jest rozbudowany i jak jest przemyślany pod kątem długofalowego prowadzenia biznesu w internecie.

**GF: Okej, a to byś powiedział, że IdoSell jest dla małych sklepów, dla średnich czy dla dużych?**

PK: W mojej opinii jest idealny na start - to przede wszystkim. Nie chcę tutaj jakby tylko tej grupy wymieniać, bo migracje jak najbardziej są możliwe. Powiedzmy, może ze zbyt rozbudowanego sklepu do..., albo zbyt drogiego w utrzymaniu sklepu do systemu IdoSell. Migracje takie są i występują - ja o tym wiem.

**GF: To które systemy według Ciebie są zbyt drogie, że ludzie migrują do IdoSell?**

PK: Wiesz co, bywały migracje np. z Magento do IdoSell

**GF: Okej, a z Presty bywały?**

PK: Szczerze muszę Ci odpowiedzieć, że nie posiadam takiej informacji. Mogły być, nie wiem. Nie odpowiem Ci na takie pytanie.

**GF: Okej, czyli IdoSell jest ciekawą alternatywą dla Magento, bo ma bardzo skomplikowane różne rzeczy i jest dość rozwiniętą platformą, prawda?**

PK: Tak, ale powiem Ci jedną rzecz, bo odpowiem też jeszcze na Twoje pierwsze pytanie: „Dla kogo?”. W mojej opinii dla każdego, ale dla każdego to jest dość ogólne stwierdzenie, bo są oczywiście wyjątki. Są osoby, które chcą mieć jakąś bardzo mocno rozbudowaną customizację na dzień dobry i tutaj będzie troszeczkę trudniej w IdoSell. Żeby to otrzymać na początek, większość osób, które chcą bardzo szybko uruchomić sprzedaż w internecie w IdoSell mogą to zrobić tak naprawdę w ciągu kilku godzin. Ja jestem w stanie osobiście w ciągu czterech godzin skonfigurować w pełni sklep i uruchomić sprzedaż na IdoSell od kiedy tylko zostanie to zaakceptowane przez tą drugą stronę, czyli przez IdoSell.

**GF: Okej.**

PK: To trochę wynika też z mojego doświadczenia, że wiem gdzie, co i jak sobie skonfigurować, żeby to jak najszybciej zrobić. Problem polega na tym, że jeżeli mamy kogoś kto jest nieświadomy tego jak działa ten system, nie zna tego panelu - troszeczkę później przejdziemy do minusów oczywiście, to tam powiem kilka słów na temat np. samego panelu - to mogą czuć się na dzień dobry zagubieni. Mogą nie wiedzieć co zrobić, ale tutaj też IdoSell wychodzi z taką opcją konfiguracji pod klucz.

Może to będzie dobrą odpowiedzią – przede wszystkim jest dla klientów, którzy nie posiadają zasobów technologicznych, zasobów ludzkich, które mogą pomóc im obsługiwać, zwłaszcza mam tu na myśli specjalistów IT, czy choćby wśród takich specjalistów IT mam na myśli web deweloperów, mam na myśli admina. Te osoby nie muszą znać się na tym, że trzeba mieć SSL-a, nie muszą znać się na serwerach, nie muszą w ogóle o to dbać, o tym pamiętać. O wszystkie te rzeczy, takie techniczne dba IdoSell, a największą taką zaletą jest to, że pozwala skupić się przede wszystkim tylko i wyłącznie na sprzedaży.

Oczywiście to się wiąże z szeregiem różnych plusów i minusów, bo system zbudowany w mojej opinii jest w ten sposób, że jest tam pewna zaszyta - ja tak to odbieram, bo inni mogą odbierać to inaczej, ale w mojej opinii jest tam zaszyta pewna logika realizacji e-commerce. A tak bardziej mówiąc to obsługi zamówień i generalnie korzystania z wszystkich funkcjonalności, choć tych funkcjonalności jest masa i jeżeli wiesz jak korzystać z tego, ja akurat wiem z doświadczenia, to jeżeli wiesz jak z tego korzystać to jest to gładkie, łatwe, przyjemne i nawet nie musisz korzystać z supportu. A jeżeli nie wiesz to mogą pojawić się pewnego rodzaju z Twojej strony jako klienta trudności, pewne niezrozumienie i pewnego rodzaju, być może nawet i frustracja, choć to może być zbyt duże słowo, ale to jest kwestia

tego, żeby odpowiednio podejść do tego, jak ten system działa, jak został stworzony, według jakiej logiki i jak należy się po nim poruszać.

**GF: Tak, znaczy właśnie ja mam takie wrażenie, że ten system ma wszystko i ja słyszałem, że jest skomplikowany, bo nigdy go nie używałem, ale mam takie wrażenie, bo jak patrzę na ich cennik to, żeby przeanalizować ile tak finalnie zapłacę za cały sklep to tu jest pozycji półtorej strony, myślę, że z 35 pozycji jest, która pokazuje co ten sklep ma i za co się płaci, a za co nie. Dla jednego parametru jest z 15 pozycji, czy nawet do dwudziestu, za co się płaci lub nie to teraz musiałbym policzyć: raz, dwa, trzy, cztery, pięć, sześć, siedem, osiem, dziewięć, dziesięć, trzynaście, z piętnaście pozycji do dwudziestu jest, za które się płaci i to jest składowa cena, bo początkowa cena to jest 25 złotych do tysiąca dochodzi. To że mają taki skomplikowany cennik to nie powoduje, że to jest tańsze, czy droższe w stosunku do innych, ale...**

PK: To zależy z jakiej funkcjonalności chcesz i z czego chcesz korzystać, bo ja nie wiem czy bierzesz tutaj też pod uwagę obsługę aplikacji dodatkowych takich np. jak chociażby Printer, który pozwala na podłączenie Ci drukarki fiskalnej, dzięki czemu masz możliwość już automatycznego, już nie mówię ręcznego kliknięcia, ale automatycznego, bo na pewno automatyzację możesz sobie skonfigurować w panelu, ale możesz automatycznie generować paragony, one mogą Ci się drukować w momencie realizacji zamówienia, więc masę, masę operacji możesz sobie zautomatyzować.

**GF: Tak.**

PK: Jest kilka innych aplikacji dodatkowych, chociażby aplikacja, która pozwala Ci i to też nie są jakieś tam wysokie, miesięczne koszty, gdzie nie musisz mieć własnego ERP-a korzystając też - to jest jednym z plusów korzystając z IdoSell możesz korzystać i ja też osobiście z tego korzystałem. Możesz korzystać z magazynów i mieć ich sporą, sporą ilość, sobie do woli nimi manewrować. I jest aplikacja pozwalająca chociażby na podpięcie korektora, dzięki czemu możesz sobie robić np. inwentaryzację za pomocą korektora. Jest kilka takich bardzo, bardzo ciekawych aplikacji, nie mówiąc już o aplikacji POS, która pozwala na to, żebyś mógł robić omnichannel i jeżeli masz salony stacjonarne to łączyć tą sprzedaż online z offline. Stany Ci się synchronizują, wszystko sobie konfigurujesz, także wiesz o funkcjonalnościach to można tutaj byłoby mówić z 5 godzin i to byłoby mało.

**GF: Bo to jest wielka kobyła i o tym nie chcę rozmawiać, na pewno to ma bardzo dużo. To powiedz mi: „A dlaczego nie wybierać IdoSell’a?”**

PK: Wiesz co, „Dlaczego nie wybierać?”. Nie wybrałbym IdoSell w sytuacji, kiedy z góry wiem, że projekt, który planuję wdrożyć jest bardzo mocno scustomizowany i będzie wymagał bardzo dużego nakładu godzinowego na stworzenie chociażby template'a plus funkcjonalności, które wiem, bo dobrze je akurat znam z IdoSell, które wiem, że chcę, żeby działały inaczej niż są tam, że tak to nazwę „zaszyte”, są tam zbudowane. To myślę, że są takie główne kwestie, bo jeżeli chodzi o wydajność to tutaj jest auto skalowalność w przypadku np. serwerów, co też jest jakby kolejnym plusem dla osób nietechnicznych, gdzie nie muszą się martwić o serwery. Na pewno nie jest to też dla ludzi, którzy nie są osobami, które potrafią też dobrze liczyć, bo chciałem zwrócić uwagę, że ..., bo poruszyłeś temat cen.

**GF: Tak.**

PK: Ceny, cennik kiedyś był inny. Obecnie przyjęta filozofia pricingu w mojej opinii zapewne ma jakieś swoje podłoże biznesowe, nie wiem jakie, na pewno jest to jakoś uzasadnione, jakby nie szukał tutaj odpowiedzi na to pytanie. W mojej opinii kiedyś ten stosunek tego co system oferuje do tego, ile za to płacimy to był wręcz jeszcze jak ja miałem swój sklep na tej platformie to pamiętam, że byłem po prostu zachwycony tym stosunkiem. Jeżeli chodzi o cenę, można określić ją, że jest dość wysoka w takim sumarycznym podejściu, jeżeli chodzi o abonament plus koszty związane z zamówieniami, za które są pobierane jakieś opłaty, ale chciałem powiedzieć o takiej małej pułapce, którą gdzieś tam zaobserwowałem dla osób przede wszystkim nieświadomych, zwłaszcza technologicznie, bo w tych opłatach, o których wspominałeś są dopłaty np. za transfer, pakiety wywołań API czy np. dodatkowe miejsce na plik, jeżeli ktoś ładuje na maksa jakieś ogromne pliki, nie jest świadomy tego, że ma ograniczenie, a cenniki trzeba czytać, tak? Tak jak prawo. Nieznajomość prawa nie zwalnia Cię z odpowiedzialności, tak samo tutaj trzeba być świadomym tego za co tak naprawdę będzie Ciebie charge'ować ta firma. Tutaj niedoświadczeni użytkownicy mogą w mojej opinii bardzo łatwo nabrać się - może to jest zbyt mocne słowo - ale nieświadomie wpaść w te dodatkowe koszty, te o których wspominałem i to jest minusem. To może nie do końca jest..., czy to jest nie do końca komunikowane? Jest cennik przed podpisaniem umowy, więc każdy może go przeczytać, nie?

**GF: Znaczący ja myślę, że rzeczywiście jak jest skomplikowane to można popełnić błąd, tak jak powiedziałeś, nie wiem za duże zdjęcia czy coś tam się robi, ale następnego miesiąca możemy poprawić to, zoptymalizować i ten cennik pewnie wróci do normy.**

PK: Tak. No to jest zaleta abonamentowego płacenia, nie?

**GF: Tak, tak, bo to się płaci za miesiąc, więc trochę stanę w obronie IdoSell'a, bo rzeczywiście jest skomplikowany, ale...**

PK: Wyjątkowo.

**GF: Właśnie, bo mówisz, że jest bardzo, bardzo dużo różnych rzeczy i też ja słyszałem takie opinie, że jest tak na początek, trudno się przedrzeć przez te wszystkie funkcje, czy ustawienia, które na pewno nie są tak intuicyjne jak się przyzwyczailiśmy np. w różnych aplikacjach. Jak Ty myślisz? Czy podzielasz to?**

PK: Wiesz co, to powiem Ci tak. Ja to dzielę dwustronnie, bo ja bym to podzielił i na plusy i na minusy. Od czego mam zacząć?

**GF: Od plusów.**

PK: Od plusów? Od tego..., tego będzie dużo, a może od minusów, bo...

**GF: Dobra. To mów.**

PK: To będzie prawie takie skondensowane, okej?

**GF: To po co się mnie pytasz, drogi kolego?**

PK: Z grzeczności.

**GF: Skoro wiesz to lepiej.**

PK: Bo to Ty prowadzisz tę rozmowę.

**GF: To od minusów. Zgadzam się z Tobą. Niech będzie od minusów.**

PK: Ja się Ciebie pytam, ale ja decyduję. OK. Nie, żartuję oczywiście, po prostu mam wrażenie, że tak będzie po prostu lepiej. Ja uważam, że jeżeli chodzi o ten interfejs jest on bardzo rozbudowany. Ja do tych plusów przejdę. On jest rozbudowany przede wszystkim z uwagi na bardzo dużą liczbę funkcjonalności i to zwłaszcza użytkowników, którzy nie mieli nigdy styczności z tym systemem może ich wprowadzać w taką może złość, czy to już co wspomniałem wcześniej delikatną może frustrację. Ten interfejs obsługi klienta moim zdaniem dla nowego użytkownika jest po prostu nieczytelny. To muszę oficjalnie powiedzieć. To jest moja opinia, że to jest duży minus. Dla nowego użytkownika nie jest jasne, gdzie i jakiej funkcji on ma szukać, gdzie on ma ją znaleźć, ponieważ jest masa tych funkcji, a z doświadczenia wiem, że bywają one naprawdę niektóre, bo nie wszystkie, ale część z nich bywa w naprawdę nieoczywistych miejscach i też nie każdy wie, jak te funkcjonalności odnaleźć. Chciałbym też tutaj stanąć trochę w obronie IdoSell, bo teraz przejdę do tych plusów, bo tu powiedziałem o tym jakby bardzo dużym rozbudowaniu i troszeczkę..., ja mam taką znacząco propozycję. To nie jest propozycja, bo nie wiem, może mnie będzie tutaj Paweł Fornalski słuchał akurat to taka sugestia.

**GF: Paweł to jest szef i prezes obecnej firmy IdoSell.**

PK: Tak, tak. To tutaj Paweł, nie wiem jakie ma Paweł obecnie plany odnośnie co tam jest na roadmapie ustawione, ale generalnie jeżeli byłby przebudowany, wiadomo, że to nie powinna być rewolucja. Ja nie jestem zwolennikiem podejścia rewolucji tylko drogą ewolucji wolę iść, ale gdzieś tam tą drogą ewolucji, żeby przebudowywać ten panel, być może on teraz też jest przebudowywany troszeczkę w ten sposób, ale żeby uporządkować te funkcjonalności i ułatwić dojście do nich idąc filozofią chociażby Apple'a. Tam z tego co pamiętam jeszcze za czasów Steve Jobs'a była filozofia taka, żeby do najgłębszej opcji wejść za pomocą maksymalnie trzech tapnięć w smartfonie z tego co ja przynajmniej gdzieś tam przeczytałem. Nie wiem na ile to jest prawda, ale chodzi mi generalnie o taką filozofię, żeby jak najkrótszą drogą dojść do odpowiednich opcji.

Te opcje masowo się zwiększają, system bardzo dynamicznie się rozwija, a to też wpływa na to, że nie ma czegoś takiego jak - to jest też minus w mojej opinii - nie ma dokumentacji i takiej pełnej instrukcji, jeżeli chodzi o obsługę systemu. Są oczywiście webinary tworzone, jak obsługiwać poszczególne, czy jak korzystać z poszczególnych modułów tego systemu, jak je maksymalnie wykorzystywać. Są pewne typy podpowiadane, ale nie ma takiej instrukcji, choć troszeczkę karkołomne byłoby to przy tym tempie rozwoju sklepu. Tutaj zahaczę o kolejny delikatny minusik, bo mam wrażenie, że tak jakby zbyt dużo IdoSell chce naraz stworzyć albo zbyt szybko się rozwijać, jeżeli chodzi o liczbę nowych funkcjonalności lub rozwijać obecne kosztem troszeczkę jakości. Takie mam wrażenie i tę jakość później trzeba nadrabiać. Być może lepszym scenariuszem byłoby, żeby robić troszeczkę mniej tych funkcjonalności, ale oddawać je bez konieczności ich późniejszego naprawiania.

Nie wiem dokładnie jak teraz wygląda proces developmentu, proces testowania itd., ale zdecydowanie gdzieś tam to było zauważalne, a przynajmniej wtedy, kiedy ja pracowałem lub korzystałem z tego systemu i jeżeli tutaj to byłoby delikatnie zmienione to byłoby super, bo to jest taka moja sugestia z doświadczenia, ale ta duża liczba wbudowanych funkcjonalności jest bardzo imponująca w porównaniu do pozostałych SAASów, czy systemów, które gdzieś tam pewne opcje mają darmowe. Bo tak to nazwijmy, bo nie będę porównywał do opensource'ów

gdzie wykupuje się jeszcze dodatkowo moduły, a jeszcze część z nich trzeba customizować, bo nie spełniają Twoich oczekiwań. To co dostaje się w pakiecie w tej cenie to uważam, że to jest po prostu masa fajnych funkcji, które są przemyślane. To trzeba przyznać. Większość tych funkcji od wielu, wielu lat działa w ten sam sposób i one się cały czas tak samo dobrze sprawdzają. Mam tu na myśli wiele marketingowych opcji, więc jestem zdania, że jest tutaj bardzo dużo funkcjonalności, które od wielu lat się sprawdzają i nie trzeba też ich zmieniać. One są rozwijane.

Co mogę tutaj jeszcze dodać? Nie będę nawet wspominał o tym, że są wbudowane integracje z takimi podstawami jak kurierzy, czy operatorzy płatności. Ta liczba tych kurierów i operatorów płatności cały czas rośnie. Ostatnio widziałem jakiegoś niusa, że są jakieś integracje z niemieckimi serwisami. IdoSell zaczęło dość mocno wychodzić też w zagranicę z tego co obserwuję. To też pokazuje jakby siłę tego systemu i to w jakim kierunku chcą się rozwijać, czemu ja osobiście też bardzo kibicuję, choć obecnie nie korzystam.

Przede wszystkim to co powiedziałem wcześniej, dla ludzi, zwłaszcza, którzy nie mają żadnych podstaw IT to bezpieczeństwo, ta auto skalowalność, gdzie mówiłem, że moc serwera - znaczy ja tego nie powiedziałem - ale ta moc serwera jest dostosowywana do bieżących potrzeb. Tam SSL jest w cenie. Tego nawet klient nie musi nawet wiedzieć co to jest SSL. Teraz to wiadomo, że jest standard, nawet Google na to patrzy. SLA z tego co gdzieś tam doczytałem niedawno jest na poziomie 99,99 %. Podejrzewam, że tam jeszcze kilka dalszych cyferek po tym przecinku jest jeszcze też powyżej piątki. i to co jest bardzo ważne w tych czasach to jeżeli ja startuję ze sklepem nowym, nawet takim, który chce uruchomić w te kilka godzin to mam pełną zgodność z RODO, czyli dostaję w komplecie gotowy regulamin, wzór przede wszystkim regulaminów, wzór wszelkich dokumentów jest pełna zgodność jakby prawna, gdzie ja się nie muszę o to obawiać, a sami wiemy, jakie są kary za różnego rodzaju niedopatrzania w tym zakresie.

**GF: Oj tam, już nie przesadzajmy z tymi karami. Bez przesady.**

PK: Wiesz co, jeżeli mówimy o czterech procentach przychodów rocznych sklepu internetowego, znaczy do 4% to są..., znaczy wiesz... Ja nie lubię lekceważyć takich spraw. Ja uważam, że to są poważne tematy, o które warto zadbać, a jeżeli ja się nie muszę o to martwić to uważam, że to jest element bezpieczeństwa.

**GF: Tutaj ja mam inne podejście. To jest ważne, żeby ogarnąć to, natomiast nie boimy się, bo to nie jest tak hop siup, że ktoś nam walnie taką karę.**

PK: Znaczący tu nie chodzi o to, żeby się bać, ale wiesz są ludzie, na których możesz trafić, którzy po prostu dla samej satysfakcji próbują udowodnić Ci, że Twój sklep nie spełnia jakiś tam wymogów.

**GF: A z tego co tu mówisz to teraz budujesz sklep na Magento. Jakbyś miał porównać tą platformę IdoSell do innych platform, np. do Magento, to jak Ty to odbierasz? Jaka tam jest różnica?**

PK: Wiesz co, przede wszystkim jakby to jest troszeczkę bardziej skomplikowany temat. My tutaj mamy bardzo dużą customizację wszelkich elementów w systemie, stąd zdecydowaliśmy się na Magento, tym bardziej też, że byliśmy na Magento jedyńce jakby troszeczkę naturalnym procesem było przejście na Magento 2, chociaż wiadomo, że żadnym problemem



nie jest migracja, ale korzystamy akurat z takiego ERP-a. Ja nie chcę mówić z jakiego, ale z takiego ERP-a, gdzie rzadko kto chciał gdzieś podjąć się zbudowania...

**GF: Integracji.**

PK: Integracji, tak, takiego konektora z tym systemem RPE, który jest kolosem w mojej opinii niedostosowanym do naszych potrzeb, bo jest zbyt duży. Szkoda, że nie miałem możliwości wyboru tego, bo to było zanim gdy przyszedłem do tej firmy.

**GF: To Piotr, powiedz mi. Ile kosztuje zbudowanie sklepu na IdoSell takie z fajną, dedykowaną grafiką w tamtych czasach albo w tej, jeśli masz informację tak średnio. Wiesz, bo to pewnie są różnice, ale...**

PK: Wiesz co, to zależy co to dla Ciebie jest fajna, dedykowana grafika, bo...

**GF: Mój grafik ją narysuje i trzeba to przelożyć na to, żeby tam to postawić i zrobić.**

PK: Wiesz co, tutaj byłaby potrzebna estymacja godzinowa ze strony IdoSell. Ja mogę Ci powiedzieć, jaka obecnie jest stawka za godzinę, bo gdzieś tam rzuciłem okiem na cennik to gdzieś tam obecnie jest to często przy wdrożeniu to jest sto, o ile dobrze pamiętam 140 złotych netto za godzinę takiego web developera. Jeżeli Ty masz swoje makiety to tym lepiej, bo nie musi być to rysowane przez pracowników IdoSell, choć oni mają też bardzo duże doświadczenie UX'owe i pracują tam osoby, które mają naprawdę bardzo długi staż, bo...

**GF: A jak bym chciał postawić sklep na szablonie jednym z gotowych z jakimiś kilkunastoma drobnymi zmianami to ile by to kosztowało, ile by zajęło?**

PK: Wiesz co, zależy, który pakiet też byś wybrał.

**GF: Okej.**

PK: Ile by to zajęło? Zależy jakie są kolejki teraz, jeżeli chodzi web developerów, przy wdrożeniach. Z tego co wiem to gdzieś tam to się poprawiło, bo były pewne gdzieś tam kiedyś narzekania to też myślę, że do tego gdzieś tam... Myślę, że miałeś mieć jakieś, chciałbyś mieć jakieś pytania, być może będziesz jeszcze dopytywał, ale „Ile by to kosztowało?”. Zależy, jeżeli to jest pakiet ten za 199 złotych to to jest pakiet miesięczny, ale tu mówimy o abonamencie, o utrzymaniu takim miesięcznym. Jeżeli nie przekraczamy tam pewnych tych transferów i wywołań API, zależy też z czego korzystamy to mamy taki koszt miesięczny. Ale mówimy o wdrożeniu to jest te przy wdrożeniu 140 złotych za godzinę. Masz swoje makiety. Nie wiem na ile to może być wycenione. Na kilkadziesiąt godzin, jeżeli to jest jakiś taki powiedzmy średni sklep bez żadnych specjalnych funkcjonalności, jeżeli nie masz jakiegoś konfiguratora na karcie produktu, który wymaga troszkę więcej pracy, czy jakiś bardziej skomplikowanych rzeczy, bo można zrobić naprawdę dużo. To też się mówiłem, że zdziwiłem w pewnym momencie, jak fajne rzeczy można zrobić.

Kiedyś wymyśliłem taką opcję, gdzie to akurat w sklepie odzieżowym, o którym wspominałeś, wymyśliłem taką funkcjonalność, gdzie sugerowaliśmy klientom gotowe stylizacje, bo to była wiadomo odzież premium, więc Ci klienci też troszeczkę chcą sugerować się na stylizacjach takich, które są w modzie. Mieliśmy stylistkę, która budowała te stylizacje, robiliśmy zdjęcia modelki lub modela, bo to było i dla kobiet i dla mężczyzn i w karcie produktu postanowiłem, że zrobimy tak: opis - to pod SEO troszeczkę bardziej też było, ale oczywiście opis był dedykowany do tej stylizacji i wbudowaliśmy taki, ja to

nazywałem „koszyk w karcie towaru”. Koszyk to trochę za dużo powiedziane, ale były tam wylistowane wszystkie produkty, które były akurat w tej stylizacji i mogłeś sobie dodawać lub odejmować, wybierać jedną, dwie lub trzy i w zależności od tego, jak dużą ilość tych produktów wybrałeś automatycznie według konfiguracji naliczał Ci się odpowiedni rabat. Im więcej kupisz, wiadomo, tym taniej. Dodajesz do koszyka od razu cały zestaw tych produktów, więc jakby zależy to wszystko, ta wycena od tego jak bardzo chcesz mieć skomplikowane rzeczy w sklepie. Jeżeli mówimy tylko o jakimś tam templatcie, gdzie masz swoje makiety, ustalasz powiedzmy szczegóły z web developerem to ja myślę, że w kilkudziesięciu godzinach się zamkniesz. Przemnoż sobie to razy 140 złotych netto i masz wdrożenie.

**GF: Okej. A powiedz mi jak tam wygląda z supportem, bo ja widziałem jedną grupę na Facebooku takich klientów, którzy narzekali na ten support, że jest za wolny, że poprawienie jednej funkcji to jest jeden mail, a support odpowiada raz dziennie i np. żeby zrobić pewne rzeczy to trzeba 10 maili, później trzeba czekać. To strasznie długo trwa.**

PK: Znaczący tam jest generalnie system ticketowy, więc tymi mailami to tam akurat myślę, że masz na myśli generalnie kontakt przede wszystkim.

**GF: Tak.**

PK: Teraz właśnie chciałem poruszyć też taką kwestię. Nie chcę tu też wyjść jako po prostu wielki obrońca. Jednym słowem staram się być po prostu obiektywny, bo mam doświadczenie i pozytywne, i negatywne w różnych aspektach, choć być może jako doświadczona osoba w tym systemie wiedziałem jak się po nim poruszać, jak go sobie skonfigurować i jak z nim działać, nawet w przypadku wystąpienia jakiegokolwiek niedogodności to wiedziałem jak na to zareagować i po prostu jakby nie odczułem jakiś tam problemów z korzystania z tego systemu.

To co Ty poruszyłeś to ja bym tutaj odpowiedź na to pytanie zacząłbym od takiej sugestii dla IdoSell, że ja uważam, że klienci podchodzą w mojej opinii nieprawidłowo do supportu. Nie chce zwać winy na klientów, bo to też wynika trochę z braku odpowiedniej komunikacji ze strony IdoSell wobec klientów, choć być może teraz ta komunikacja występuje. Nie jestem klientem IdoSell, więc nie wiem, jak to jest teraz, ale z mojego doświadczenia wynika, że klienci bardzo, bardzo często, jeżeli mówimy o taki typowy support, tak?

**GF: Tak.**

PK: To kontaktowali się w sprawach..., bo Ty bardziej takie web deweloperskie zgłoszenia raczej, takie narzekania miałeś na myśli, choć też chciałem poruszyć kwestię, że sam wiesz, jak dużo ludzi narzeka na coś, a jak mały procent ludzi zadowolonych pisze o tym publicznie, nie?

**GF: Tak.**

PK: Tak, a jeżeli masz gdzieś tam ponad te 6,5 tysiąca sklepów internetowych to jest większe prawdopodobieństwo, że przy tak dużej liczbie tych sklepów internetowych może być więcej jakiegoś rodzaju problemów, czy to komunikacyjnych, czy jakichkolwiek innych i one gdzieś tam się w pewnym momencie kumulują w kliencie i on to publicznie wyrzuca. Chciałem tutaj poruszyć taką kwestię, że pracowałem też swego czasu właśnie na supportcie na początku to

zauważyłem taką przypadłość, że klienci bardzo często dzwonili w sprawach, np. konfiguracyjnych, w sprawach tego, jak obsłużyć zamówienie itd. nie korzystając w ogóle z dostępnych instrukcji. Ja mówiłem, że nie ma jako takiej ogólnej instrukcji, ale są instrukcje tematyczne, polegające na tym jak pewne rzeczy robić, bo ludzie nie chcą szukać tylko najprościej im po prostu wziąć telefon do ręki i zadzwonić.

Teraz to się już opiera o webową infolinię wraz z wideo nawet, z tego co się orientuję, bo to zostało znacznie rozwinięte, też ta skuteczność suportu została zdecydowanie poprawiona, ale ludzie się mylili i te narzekania w dużej mierze były spowodowane tym, że w pewnych momentach, z tego co ja obserwowałem, powstawały duże kolejki związane ze zleconymi zadaniami dla web developerów w IdoSell i klienci głównie na to narzekali. Nie na taki typowy support, ale ja jeszcze wróć do tego typowego supportu, bo ten typowy support powinien polegać na..., ja rozumiem, że ludzie mają pytania itd. dotyczące obsługi, ale support typowy powinien polegać na tym, że zgłasza się tam jakieś błędy czy coś nie działa. Nie można wygenerować etykiety dla kuriera, jakieś takie bieżące problemy. A ludzie zgłaszali się z rzeczami, które oni tak naprawdę, jeżeliby wykupili chociażby szkolenie na początku swojej przygody z IdoSell „Jak prawidłowo obsługiwać zamówienia i jaką drogą te zamówienia procedować”, to tak naprawdę 50% lekko licząc zgłoszeń byłoby, znaczy w ogóle by ich nie było, więc tych kolejek by nie było. Ludzie by nie czekali tyle, nie pisali by ticketów naprawdę z błahymi sprawami, czasem wręcz absurdalnymi.

To wynikało trochę też z braku rozumienia ludzi, tej filozofii w jaki sposób powinno się prowadzić e-commerce na tym systemie. Dlatego to jest taka moja też sugestia i do klientów i do osób, które też się wahają, żeby na początku mocno, znaczy mocno..., elementem wdrożenia zdecydowanie, ja wiem, że to chyba zostało wprowadzone jakiś czas temu, że to już stało się standardem, elementem wdrożenia są jakieś tam godziny szkolenia, ale uważam, że to jest za mało, że Ci ludzie powinni regularnie te szkolenia sobie wykupować, bo te szkolenia dają im więcej umiejętności z obsługi tego sklepu internetowego i dzięki temu większą skuteczność i też nie zapychaliby tak tego suportu. Uważam także, że większość klientów po prostu szła na łatwiznę i też jakby zatykała ten support błahymi sprawami, a jeżeli chodzi o web developerów to tutaj bywały momenty, że ta liczba zleceń była tak duża, że te terminy po prostu mogły być w pewnych momentach dłuższe niż klienci oczekiwali. Ale klienci nie pytali się też, czy można to gdzieś tam obsłużyć w jakiś inny sposób, więc ja uważam, że wszystko jest kwestią indywidualną.

**GF: To na pewno jest tak, że część klientów jest zadowolona, część nie i to rzeczywiście rodzi problem, że ten system jest tak skomplikowany, znaczy duży, rozbudowany, bo to nie jest jakieś...**

PK: Użyłbym słowa, że jest rozbudowany

**GF: Tak i...**

PK: Chociaż dla nowych użytkowników można użyć słowa, że jest skomplikowany, to prawda.

**GF: Tak i można się tam pogubić i teraz powiem Ci szkolenia szkoleniami, a i tak duża część ludzi nie ogarnia tych szkoleń i będzie potrzebowała, będzie miała pytania, szczególnie, że tych szkoleń pewnie jest od groma i teraz znaleźć odpowiednie szkolenie to też jest czas, i jak to zrobić.**

PK: Ale to Ty jako klient masz możliwość zdefiniowania, z czego chcesz mieć to szkolenie.

**GF: Tak. Wiem, ale wiesz jak szukam problemu, bo mam teraz i tu i teraz znaleźć szkolenie to już jest trochę za późno, więc wpiszę. Ja to rozumiem, że klienci trochę się przyzwyczaili jak się pisze, że jest support to oczekują, że jest support i ktoś mi odpowie na to pytanie i to naprawi. My też pracowaliśmy na platformie Sote i tam był taki kłopot, że...**

PK: Pracowaliście, już nie pracujecie?

**GF: Też robimy jeszcze, wspieramy naszych klientów, którzy to robią, w sumie tak. Pracowaliśmy i pracujemy w sumie. Masz rację. i tam był taki kłopot, że firma - matka niejasno komunikowała za co ona odpowiada, w czym im pomoże itd. i klienci mieli kłopoty z tym. Ja myślę, że to jest w dużej części też tutaj IdoSell'a pewny kłopot, że błąd w komunikacji jest to trudne rozróżnienie, gdzie można dużo dać supportu, a gdzie nie i klienci wolą zapytać. Ja też wolę zapytać, a nie tam szukać po Google-ach, bo to strasznie dużo zajmuje czasu.**

PK: To jest prawda.

**GF: To jest chyba główny kłopot, że system jest skomplikowany i ta customizacja. Potem ten development mówi, że tam te i były kolejki i ta szybkość nie jest zadowalająca i nie można wszystkiego customizować i to jest taka, chyba takie 3 największe minusy tego.**

PK: Znaczący wszystkiego. To też zależy na jakim poziomie tej customizacji wymagasz, bo do pewnego momentu naprawdę można zrobić naprawdę świetne rzeczy i to nie jest tak, że tam jest jakaś blokada bardzo niskiego poziomu tylko naprawdę te sklepy potrafią mieć świetne funkcjonalności tylko indywidualnie oczywiście wymyślone i zlecone, ale taka customizacja na takim najwyższym poziomie to już tutaj bym, wtedy bym szukał innego systemu tak jak ja teraz.

**GF: Ja też tu mam klientów na Preście, którzy rozważali też IdoSell i to jest jednym z parametrów dlaczego wybierają PrestaShop jest to, że można dowolnie lub szybko sobie to wybierać, a z drugiej strony nie jest to uwiązanie do jednej firmy i jeśli coś mi nie pasuje to mogę zmienić agencję, a mogę też sobie customizować, bo IdoSell ma od groma różnych funkcjonalności, które działają w ten, a nie inny sposób i to ciężko pewnie zmienić albo jest to nieopłacalne.**

PK: Tak, ale wiesz co też zauważyłem, że IdoSell od dłuższego czasu wprowadza funkcjonalności, które pozwalają klientom na możliwie coraz większą, samodzielną edycję, czy to template'a, czy czegokolwiek w sklepie internetowym, więc jakby to wszystko idzie w takim kierunku, żeby odciążać i właśnie ten development i ten taki typowy support, żeby klient mógł samodzielnie większość z tych rzeczy zrobić we własnym zakresie, co też jakby wpływa troszeczkę na to, że te rozliczenia są troszeczkę tańsze w takim podsumowaniu. A powiedz mi ile na takiej Preście, na takiej średniej wielkości wdrożenie sklepu, który nie ma jakiś tam wydziwionych funkcjonalności, ale gdzieś tam kosztuje i jego później dalsze utrzymanie.

**GF: Wiesz co wszystko zależy od agencji. My dostarczamy sklep prowadząc klienta za rączkę, tak? Czyli tak jak tamci to mówią Ci...**

PK: To tak się też odbywa po stronie IdoSell.

**GF: Myślę, że to jest poziom wyżej patrząc na to co mówią nasi klienci w porównaniu do innych agencji, w porównaniu do IdoSell tak jak rozmawiałem, bo jesteśmy...**

PK: A oni mieli sklep, czy nie?

**GF: Proszę?**

PK: Mieli sklep na IdoSell, że mówią, że to jest o poziom wyżej?

**GF: Też, tak, tak., więc to jest tak, że u nas i to jest, te sklepy są dość dopieszczone od A do Z prowadzony to na szablonie kosztuje około 25-30 tysięcy taka cena...**

PK: Na szablonie, a ... OK.

**GF: Z wieloma zmianami, dopasowaniem do niej. To nie jest takie typowe, że wybieramy szablon i już tylko wszystko, wprowadzenie od ręki, a z dedykowaną grafiką, którą my też wykonujemy, z partnerem i dopieszczony na ten to jest..., to kwota od stu tysięcy. To jest taki nasz jakiś tam standard, to jest taka średnia z cen, którą mieliśmy w tamtym roku dla wdrożenia. Nie mówię, bo to każdy sklep. Zawsze wszyscy mówią: a, bo to zależy. Ja mówię na podstawie średniej z tamtego roku na podstawie tam 7-10 wdrożeń na szablonie i na takich dedykowanych i tak to mniej więcej wyglądało.**

PK: Jasne, to tutaj też trochę mamy taką na Twoje jedno z pierwszych pytań, gdzie zadałeś pytanie, „Dla kogo IdoSell?”, to uważam, że zdecydowanie dla kogoś kto chce przede wszystkim wystartować i na dzień dobry dostać masę funkcji, które musiałby sobie customizować na takim opensourcowym, takim w pełni opensourcowym rozwiązaniu i te funkcjonalności tak jak wspomniałem będą..., on nawet nie wie, że ich będzie potrzebował, ale w zupełności wystarczą mu na bardzo, bardzo długi czas, na rozwój sklepu do poziomu powiedzmy średnio, średnio dużego, a później on może zdecydować, czy chce nadal pozostać, a ma taką też możliwość, bo wydajność na to pozwala, może też sobie robić jakiś redesign po drodze, a może sobie też zmigrować później gdzieś indziej, jakby to jest już decyzja klienta. To tak naprawdę jest czysta matematyka. On sobie liczy, ile wydaje miesięcznie na..., tu się nie ma co oszukiwać, tak?

**GF: Tak.**

PK: Wszystko się rozbija tylko i wyłącznie o pieniądze, o to, ile się zarabia, ile się wydaje. Znaczą, ile się zarabia to jest jakby wynikowa tego, ile się wydaje i jaki jest przychód, ale myślę, że jeżeli chodzi o taki typowy start sklepu, gdzie można wystartować już na średnim poziomie, nie tylko dla tych jakiś małych itd. to na dzień dobry ma się naprawdę..., może inaczej: jeżeli chcesz szybko wystartować to IdoSell jest idealny.

**GF: A ja się z Tobą nie zgodzę. Myślę, że IdoSell jest dla takich sklepów, które mają większe ambicje i startują, natomiast nie jest najprostszym sklepem, do stawienia są prostsze alternatywy i tańsze.**

PK: Ale ja nie powiedziałem, że to nie jest dla sklepów, które mają większe ambicje.

**GF: Znaczą ja powiedziałem..., znaczą ja mówiłem nie dla takich prostych sklepów, znaczą jeśli startujesz i chcesz szybko to myślę, że są szybsze, natomiast IdoSell na pewno ma...**

PK: Znaczący nie musisz z tego wszystkiego korzystać, bo jakby dużym plusem IdoSell jest to, że te wszystkie opcje masz niezależnie, masz je wszystkie na dzień dobry. Ty nie musisz z nich korzystać, ale możesz.

**GF: Ja rozumiem, natomiast myślę, że to trzeba rozważyć, jak tak by zobaczyć. Dobra Piotr. Musimy kończyć. Mija już pięćdziesiąta minuta nagrywania, przynajmniej jest po moje stronie. Wielkie dzięki. Myślę, że tematu nie rozgryźliśmy na wszystkie, natomiast myślę, że Ci co szukają...**

PK: Myślę, że na 3 odcinki byśmy to mogli rozbić.

**GF: To może, to już proponuję support IdoSell'a może to spokojnie zrobić.**

PK: Tak. Ja myślę, że kontakt z IdoSell rozwieje wszelkie wątpliwości.

**GF: Więc wielki dzięki. Powiedz mi, czego Ci na koniec życzyć w tym nadchodzącym roku?**

PK: Myślę, że po dzisiejszym dniu, kiedy to nagrywamy spokoju, uspokojenia sytuacji geopolitycznej w naszym regionie i tego, żeby nie wpływało to na naszą gospodarkę, a wręcz przeciwnie, żeby pozwalało to się rozwijać, zwłaszcza w branży e-commerce, do której należę i z której mam zamiar być całe życie.

**GF: Tego życzę sobie, Tobie i wszystkim słuchającym. Dzięki wielkie. Cześć.**

PK: Dziękuję bardzo. Pozdrawiam.

I to już koniec. Jakie masz przemyślenia? I co Ci utkwilo w głowie? Podziel się tym i napisz do mnie, a materiały, linki i transkrypt znajdziesz na stronie [convertis.pl/podcast](https://convertis.pl/podcast), a ja ponownie zapraszam Cię do zapisu na nasz newsletter z ciekawymi newsami z całego świata - [convertis.pl/newsletter](https://convertis.pl/newsletter). Do usłyszenia i cześć.