

## 78. Co nowego w PrestaShop? – Mateusz Osiecki i Krystian Podemski – PrestaShop

Są nawet agencje, które oferują pełną nakładkę. PrestaShop normalnie jest bardziej zorientowana na działalność B2C. Ta nakładka zmienia PrestaShop w platformę hurtową i można to sprzedawać jako taki box, jako taką usługę wykonania platformy hurtowej na oprogramowaniu PrestaShop, gdzie normalnie moglibyśmy nie pomyśleć, że to jest wykonalne. W zasadzie nic nas nie ogranicza, jeżeli chodzi o PrestaShop, oprócz budżetu i czasu potrzebnego na wykonanie tych realizacji.

**Cześć! Nazywam się Grzegorz Frątczak, a to jest podcast „Rozmowy na Zapleczu”, w którym wraz z właścicielami sklepów internetowych i e-commerce menedżerami 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!**

**Grzegorz Frątczak: Cześć wszystkim. Dzisiaj będzie o Preście, a dokładniej o tym, co nam PrestaShop szykuje w nadchodzącym roku, co się wydarzyło w tamtym roku, co się udało, co się nie udało. Będę bardzo mocno ciągnął za języki dwie wspaniałe osoby, które reprezentują PrestaShop w Polsce, czyli Mateusza Osieckiego i Krystiana Podemskiego. Zaraz się przedstawią.**

**Natomiast dzisiaj będę chciał dowiedzieć się, co się wydarzyło w różnych zakresach: odnośnie do tego, co się dobrego i złego wydarzyło z punktu widzenia sklepów internetowych, z punktu widzenia partnerów technologicznych, agencyjnych, z punktu widzenia programistów, bo przecież programiści też są potrzebni, ale także i partnerów agencyjnych. Dobrze mówię? Chyba tak i będziemy o tym mówić, więc zapraszam do słuchania. Myślę, że każdy słuchacz czegoś ciekawego się dowie. Szczególnie jeśli jesteś na PrestaShop albo planujesz wejść na tę platformę już niedługo.**

**Moim gościem jest Mateusz Osiecki, który jest Country Managerem. Tak to się nazywa, czy jeszcze inaczej?**

Mateusz Osiecki: Dokładnie tak Grzegorz. Cześć wszystkim! Dzięki za zaproszenie do Twojego podcastu. Dokładnie taką rolę rzeczywiście w PrestaShop sprawuję od listopada 2021 roku aż po dziś dzień. Mam nadzieję, że jeszcze tutaj zostanę jakiś czas. Presta się dynamicznie rozwija i dobrze być częścią tego procesu.

**G.F: Tak. Mateusz dziękuję, że jesteś. Bo wiecie, Mateusz jest kilka dni po wizycie w szpitalu. Nie będziemy wchodzić w szczegóły, ale wygląda dobrze i uśmiecha się, więc chyba nie było strasznie. Nie polecam, ale z drugiej strony, zdrowy i cały jest Krystian. Krystian, co ty robisz w tej Preście oprócz tego, że jesteś albo byłeś Tech Ewangelista PrestaShop? Dobrze mówię?**

Krystian Podemski: Dobrze mówisz. W zasadzie jest tak, że nadal tym Tech Ewangelistą jestem. Natomiast moje obowiązki nie dotyczą teraz tylko i wyłącznie rynku polskiego; są bardziej zorientowane na community globalne i bardziej wokół projektu open source, a nie produktów firmowych PrestaShop.

Natomiast z Mateuszem i z Karoliną, która również jest częścią naszego polskiego zespołu, staramy się, żeby rzeczy w Polsce działały się dobrze, dynamicznie i żeby Presta rosła.

**G.F: Taka dygresja, moja osobista: ostatnio słyszałem taką opowieść, z jednego ze sporych software house'ów, że ktoś jechał i starał się o wizę do bodajże jednego z krajów arabskich i napisał sobie w funkcji, przy aplikowaniu o wizę „Tech Ewangelista”. Dostał tę wizę, natomiast po tygodniu ją cofnęli – trochę się źle kojarzy ewangelista w krajach arabskich. Więc Krystian, taka dobra rada jak byś kiedyś jechał do Dubaju, to zmień nazwę. Ciekawe.**

K.P: Dobrze, będę pamiętał. Dzięki, dzięki, zawsze takie informacje są cenne.

**G.F: Złota rada na początek. Jako że mamy więcej słuchaczy z poziomu e-commerce'ów (i właścicieli, i e-commerce managerów), to co dobrego w takim razie stało się w tamtym roku dla takich właśnie właścicieli sklepów na PrestaShop? Co tam dobrego się stało? Powiedzcie mi, od czego byście zaczęli?**

M.O: To co, kto idzie na pierwszy front? Krystian chcesz zacząć czy może ja mam?

K.P: Mateusz, śmiało, śmiało. Myślę, że obaj możemy powiedzieć sporo dobrego.

M.O: OK. Z mojej perspektywy, która wiąże się bardzo ściśle z celami, które mi zostały postawione na tym stanowisku, takimi sukcesami, którymi warto się pochwalić, które udało się nam wspólnie zbudować w zeszłym roku to przede wszystkim poszerzenie grona partnerów technologicznych. Partnerzy technologiczni to tak naprawdę dostawcy konkretnych rozwiązań, konkretnych modułów w ekosystemie e-commerce, którzy wzbogacają platformę PrestaShop o konkretne rozwiązania dla właścicieli sklepów internetowych. W naszym przypadku to były takie brandy jak, chociażby Brutto, Comfino czy RBO. To są gracze z segmentu fintechowego, finansowego, ale też do grona oficjalnych partnerów dołączyły takie marki jak Ceneo, chociażby, czy edrone — jedna z bardziej popularnych platform automatyzacji marketingowej, czy wreszcie CyberFolks, który jest oficjalnym dostawcą hostingu dla polskich merchantów i który też posiada największą bazę klientów wśród polskich userów czy polskich sklepów opartych na naszym silniku.

Także to na pewno coś, co udało się zrealizować i czym warto się pochwalić, jeśli chodzi o dokonania z zeszłego roku. A z takich mniejszych, aczkolwiek fajnych inicjatyw, które udało się nam zrealizować, to na pewno po raz pierwszy w historii pojawiliśmy się na targach eHandlu kolektywnie, czyli z naszymi agencjami partnerskimi. Udało się, myślę, tę markę PrestaShop pokazać bardzo, bardzo dobitnie, na dużej skali. Mieliśmy też okazję z Krystianem zaprezentować się przed widownią targów eHandlu, wraz z tymi agencjami także to taki drugi, aczkolwiek troszeczkę może mniejszy sukces, który przychodzi mi do głowy za zeszły rok.

**G.F: OK, to od strony takiej bym powiedział szerokiej, a z drugiej strony sama PrestaShop się rozwinęła, bo wyszła ósemka. Niektórzy ją zwą 1,8. A jak jest naprawdę, Krystian?**

K.P: Naprawdę jest to faktycznie wersja ósma, ponieważ zmieniliśmy sposób wersjonowania oprogramowania i ta jedynka, która nigdy niczego nie znaczyła, w tym momencie została usunięta. Zostało nam 8.0. W zasadzie w czasie, w którym to nagrywamy, już jest dostępna wersja beta w wersji 8.1 PrestaShop, także idziemy do przodu. Wszystko się rozwija. I faktycznie w zeszłym roku największy sukces to ewidentnie wydanie nowej, głównej wersji PrestaShop.

Natomiast poza tym jeszcze z punktu widzenia produktów firmowych myślę, że warto wspomnieć o rozwiązaniach takich jak PrestaShop Marketing with Google czy chociażby PrestaShop Facebook, które również zyskały rzeszę użytkowników w Polsce i ogólnie w całej Europie, na całym świecie. Są to produkty stałe rozwijane przez firmę PrestaShop. I takich modułów z serii Essentials wyszło troszeczkę więcej. Mamy również PrestaShop Checkout i parę innych rozwiązań, które na razie są dostępne we Francji, natomiast na pewno będą również lokalizowane na inne rynki.

Myślę, że warto tutaj podkreślić, że firma jako taka, skupia się na tym, żebyśmy instalując PrestaShop, mieli te podstawowe narzędzia jak najbardziej dostępne. Natomiast faktycznie corem biznesu jest nadal projekt open source i on jest stale rozwijany. Ta wersja ósma jest niewątpliwie dużym krokiem naprzód, jeżeli chodzi o rozwój produktu, rozwój oprogramowania.

**G.F: No właśnie, to jest z jednej strony to, z drugiej strony wyszły też ciekawe rozwiązania technologiczne, bo wyszła wtyczka, która pozwala mieć headlessowe rozwiązanie na Preście, tak? Robiona przez jednego z partnerów Binshops, jeśli dobrze pamiętam. Dobrze mówię?**

K.P: Zgadza się. Nie kojarzę akurat w tym momencie, czy to są oficjalni partnerzy PrestaShop, na pewno jest to jednak agencja, która wspiera również rozwój projektu open source. Jest to agencja z Kanady, która stworzyła faktycznie moduł, który pozwala dodać warstwę API, REST API do oprogramowania PrestaShop, które później pozwala niejako odseparować ten front sklepu od backendu sklepu, dzięki czemu mamy PrestaShop w wydaniu headlessowym. Stworzyli również aplikację mobilną, dzięki której ich klienci zdołaliby zwiększyć sprzedaż na urządzeniach mobilnych i dać ten lepszy experience swoim klientom, swoim użytkownikom na urządzeniach mobilnych. To tylko pokazuje, jak elastycznym oprogramowaniem jest PrestaShop i tak na dobrą sprawę możemy mieć podstawę w postaci oprogramowania PrestaShop. Natomiast musimy to troszeczkę porównać do LEGO — oprogramowanie PrestaShop to jest taki set

bazowy, a my możemy dodawać kolejne elementy z innych setów, możemy dodawać kolejne klocki, dzięki czemu powstanie nam zestaw, który jest wart ogromne pieniądze i który pokrywa potrzeby merchantów na całym rynku e-commerce.

**G.F:** My dla jednego z klientów robimy takie headlessowe rozwiązanie i też bodajże korzystamy z Binshops, ale tam jest bardziej zaawansowane to rozwiązanie. Ponad roczny projekt – duże rozwiązanie dla dużego gracza z Polski. Jak tylko skończymy damy Wam znać, ale projekt jest bardzo rozwojowy. Natomiast ja przyznaję, że jak usłyszałem, że zrobili też mobilną aplikację, to mi się scyzoryk w kieszeni otwiera, bo uważam, że 95% sklepów w ogóle nie powinno się skupiać na robieniu mobilnej aplikacji, bo strasznie ciężko kupić ruch na nasz sklep, a co dopiero zachęcić klientów do instalowania jakiegokolwiek aplikacji. Ja tu zawsze mówię: zobaczmy, ile wysiłku kosztuje Żabkę, Orlen czy Rossmann zachęcenie do tego, żeby ludzie chcieli zainstalować tę aplikację, a i tak większość się nie instaluje. Zazwyczaj te aplikacje, jak się instaluje, to są statystyki, które mówią, że po paru dniach są odinstalowanie, więc ja nie polecam większości. Naprawdę zastanówcie się dwa razy, jak Wam przyjdzie do głowy pomysł na instalowanie aplikacji mobilnej, a później przyjdźcie do mnie i Wam to wybije z głowy. Chyba że mnie przekonacie, ale to taka moja dygresja, bo naprawdę są lepsze pomysły na zoptymalizowanie PrestaShop. Przecież można samo PrestaShop zoptymalizować tak, żeby bardzo szybko działało na mobile i aplikacja nie jest potrzebna. Dobrze mówię Krystian? Masz takie doświadczenia, że działają, śmigają wreszcie?

K.P: Akurat, jeżeli mówimy o optymalizacji PrestaShop, to właśnie w ramach targów eHandlu mieliśmy okazję zaprezentować pracę jednej z agencji partnerskich. Jest to agencja DIH i oni zrobili taką optymalizację właśnie pod wskaźniki Core Web Vitals, które zostały zaprezentowane i wdrożone przez firmę Google do w zasadzie całej sieci. Za nimi podążamy, za ich wskazówkami staramy się optymalizować te sklepy. I takie jak nie tylko ta agencja partnerska, ale również inne agencje w naszym ekosystemie udowadniają, PrestaShop można optymalizować, można stworzyć wersję mobilną, która jest użyteczna.

Natomiast jeżeli chodzi o aplikacje mobilne, uważam, że jest tutaj dla nich obszar, szczególnie w tych sklepach i w tych stronach internetowych, gdzie usługa jest wielokrotnie powtarzana. Czyli jeżeli mamy aplikację Zalando — osobiście wolę użyć aplikacji, ponieważ zakupy jestem w stanie zrobić o wiele szybciej. Jeżeli mamy aplikację na przykład blokowania wizyt, czy to u barбера, czy gdziekolwiek indziej, również uważam, że aplikacja na telefon faktycznie jest lepszym wyborem. Natomiast widzimy po różnych graczach w e-commerce, na przykład po x-komie i po innych dużych graczach, którzy dopiero po jakimś czasie zaczęli wdrażać te aplikacje mobilne, że musi być jakaś warstwa zachęty dla użytkowników, żeby skorzystali z aplikacji, a nie wersji przeglądarkowej witryny. Czyli np. mamy rabaty tylko i wyłącznie dla użytkowników aplikacji mobilnej. To się opłaca, bo możemy się z nimi inaczej komunikować, przez powiadomienia push, chociażby.

**G.F:** Ja myślę, że jedną z głównych rzeczy, które determinują, czy robić aplikację, to czy nasi klienci robią raz na miesiąc, raz na dwa miesiące zakupy u nas, bo jeśli robią rzadziej, to myślę, że żadna osoba się nie zdecyduje na instalowanie i przechodzenie całego procesu. Ja też mam aplikację, np. Allegro, z którego często korzystam czy inne aplikacje. Natomiast wspominałaś tu Krystian też o targach eHandlu tak jak Mateusz. Właściwie, jeśli chcecie drodzy Słuchacze z nami pogadać, to 6 kwietnia, bodajże tuż przed świętami Wielkanocnymi będziemy. Mateusz zaprosił nas, żebyśmy tam wzięli udział i też możecie mnie spotkać. Ja zazwyczaj lubię być w swoim biurze, nie wychodzić za bardzo poza Ursynów i ten budynek. Natomiast Mateusz mnie przekonał, że warto wziąć udział.

M.O: Daleko na pewno nie będzie.

**G.F:** Tak. Jedna z nielicznych okazji, żeby mnie tam spotkać, bo Mateusz i Krystian to pewnie częściej wychodzą z norki niż ja. Dobrze mówię?

M.O: Zgadza się, zgadza się zdecydowanie.

**G.F:** Tak, ale ok, czyli z jednej strony mamy tę aplikację headlessową, a jakieś bardziej zaawansowane rzeczy, które widziałeś, że zostały wypuszczone w tamtym roku, masz? Mógłbyś wylistować, żeby pokazać tutaj słuchaczom co tak naprawdę fajnego i dużego można zrobić na Preście? Może nie będziemy też podawać różnych sklepów, bo to czasami są tajne informacje. A z drugiej strony weźcie pod uwagę, że w większości tych rozwiązań na froncie nie zobaczycie, bo wiele automatyzacji jest od strony backendu.

K.P: Myślę, że to jest bardzo słuszna uwaga. Ciężko byłoby pokazać słuchaczom. Natomiast mogę ich zapewnić, że zaawansowane rozwiązania na PrestaShop powstają, co dowodzisz Ty i Twoja agencja

Convertis, co dowodzą różne inne agencje z naszego ekosystemu. Nie wiem, o czym konkretnie mógłbym powiedzieć, co wyszło zeszłym roku, natomiast widziałem wiele projektów, które, chociażby łączyły B2C i B2B, tworząc zaawansowane platformy hurtowe na PrestaShop. Są nawet agencje, które oferują pełną nakładkę. PrestaShop, która normalnie jest bardziej zorientowana na działalność B2C. Ta nakładka zmienia PrestaShop w platformę hurtową i można to sprzedawać jako taki box, jako taką usługę wykonania platformy hurtowej na oprogramowaniu PrestaShop, gdzie normalnie moglibyśmy nie pomyśleć, że to jest wykonalne. W zasadzie nic nas nie ogranicza, jeżeli chodzi o PrestaShop, oprócz budżetu i czasu potrzebnego na wykonanie tych realizacji. I warto tutaj również jeszcze raz powiedzieć, że bardzo wiele z tych zaawansowanych mechanizmów jest gdzieś tam po stronie back office, po stronie zarządzania zamówieniami. Chociażby automatyczne dopasowywanie produktów do kartonów. Wiem, że chyba x-com ma taką maszynę, której dobiera karton, pakuje produkty z zamówienia. Chyba x-com chwalił się czymś takim, właśnie, że mają takiego specjalnego robota. Merchanci na PrestaShop raczej takich robotów nie mają. Natomiast wiem, że powstawały takie rozwiązania, chociażby pozwalające obsłudze lepiej zarządzać kartonami, opakowaniami potrzebnymi do tego, żeby spakować zamówienie, które sugerowały, w jaki sposób to zrobić na bazie listy produktów z danego zamówienia. I jest to zaawansowane rozwiązanie, ponieważ wpływa na to, w jaki sposób pakujemy produkty, to, w jaki sposób wypełniamy te kartony itd. Jest to dość złożony temat. Natomiast takich rozwiązań jest całe multum na PrestaShop.

Z głowy pamiętam jeszcze o czymś takim, że jeżeli mamy wiele magazynów i produkt jest dostępny w kilku z nich, klient pochodzi, powiedzmy, z kujawsko pomorskiego, najbliższy magazyn mamy 100 kilometrów od jego miejsca zamieszkania, to automatycznie obsłudze sklepu, logistyce, zostanie zasugerowany ten magazyn, żeby zrealizować zamówienie. To są takie niuanse, które gdzieś tam wychodzą podczas działalności danego merchanta, danego biznesu. Jeżeli jest jakaś potrzeba biznesowa, to jeżeli mamy wykonawcę, to nic nas nie powstrzymuje, żeby taką funkcjonalność dodać do PrestaShop. Jest tutaj pełna dowolność i to jest magia posiadania oprogramowania o otwartym kodzie. Jeżeli mamy wykonawcę, jeżeli mamy czas i pieniądze możemy wykonać, co nam się podoba zazwyczaj.

#### **G.F: Dzięki za te przykłady. No ale pytanie też podstawowe: wiemy, co się wydarzyło, a co się planuje w tym roku i na przyszły rok?**

K.P: Myślę, że najważniejszą informacją jest wydanie PrestaShop 8.1 i kontynuowanie rozwijania PrestaShop 8. Natomiast, jako że zmieniliśmy cykl wydawniczy i teraz od każdej wersji głównej dajemy sobie od 12 do 18 miesięcy na to, żeby wydać kolejną wersję główną, tuż po wydaniu wersji 8.1 PrestaShop, zespół i cała społeczność zebrana wokół projektu open source skupi się na rozwijaniu wersji dziewiętej PrestaShop.

I tam mamy kilka planów. Nic, co teraz powiem, nie jest w stu procentach pewne. Natomiast mamy jakąś roadmapę, za którą podążamy. Biorąc pod uwagę fakt, że cykl wydawniczy prowadzimy w taki sposób, że jeżeli nie dowieziemy jakiejś funkcjonalności w odpowiedniej stabilności, to po prostu ona idzie do kolejnej wersji, mogę powiedzieć o kilku planach. I te kilka planów to na pewno: zoptymalizowane działanie reguł koszyka w PrestaShop — kompletne przepisanie tego mechanizmu po to, żeby działał stabilnie i żeby rozwiązać problemy z naliczaniem niektórych stawek, podatków w niektórych scenariuszach brzegowych z używaniem zniżek procentowych, czy chociażby optymalizacja wydajności samej platformy. Będzie również wiele projektów związanych z aktualizacją PrestaShop do jeszcze nowszej wersji PHP, a także wersji frameworka Symfony, który napędza niemal całe back office PrestaShop w tym momencie. Także ten etap migracji również będzie rozwinięty. Jest również wiele innych projektów, które gdzieś tam jeszcze są na etapie analizy i sprawdzania tego, jakie są możliwości wykonania ich.

Dodatkowo warto tutaj podkreślić, że jako że to jest wersja dziewiąta, czyli główna, możemy pozwolić sobie na nieco więcej. Możemy pozwolić sobie na wdrożenie zmian, które nie są kompatybilne wstecz. Dlatego, chociażby zachęcamy też społeczność do tego, żeby pomagała nam w rozwijaniu oprogramowania. Zachęcamy agencje partnerskie, zachęcamy agencje z naszego ekosystemu do tego, że jeżeli mają jakieś pomysły na rozwój oprogramowania i chcieliby również zainwestować swój czas do tego, żeby to oprogramowanie rozwijać, to my — zespół open source'owy PrestaShop — jesteśmy jak najbardziej otwarci na takie sugestie i na takie chęci współpracy. Jeżeli skontaktuje się ktoś ze mną, mogę pokierować w odpowiednią stronę; mogę, że tak powiem, doprowadzić takie projekty do silnika PrestaShop. I myślę, że wspólnymi siłami, jesteśmy w stanie sprawić, że ta wersja dziewiąta będzie naprawdę ciekawą wersją. Tym bardziej że plany są naprawdę interesujące. Tylko oczywiście wszystko jest kwestią dobrego planowania odpowiedniej ilości osób do tego, żeby nad tym pracować i feedbacku od społeczności czy te plany są faktycznie zgodne z tym, czego by oczekiwali, czy też woleliby widzieć coś w silniku innego.

Natomiast tutaj mogę wspomnieć o fajnym projekcie, który ma debiut w PrestaShop 8.1. Jest to nowa karta edycji produktu w PrestaShop, która powstała w stu procentach na zasadzie współpracy ze społecznością sprzedawców w naszym ekosystemie. Zespół odpowiedzialny za rozwój tego segmentu back office przeprowadził ponad 15 wywiadów z różnymi sprzedawcami z różnych segmentów: z hurtownikami, ze zwykłymi merchantami prowadzącymi działalność B2C, z takimi, którzy mają 100 tys. produktów, z takimi, którzy mają proste produkty, z kombinacjami itd. Na bazie tych wszystkich informacji zwrotnych powstała nowa karta produktu, która jest dostępna w wersji 8.1 i która drastycznie ulepsza całe doświadczenie użytkownika z działania w zapleczu PrestaShop, jeżeli chodzi o zarządzanie katalogiem produktu. I takie projekty również będą elementem wersji 9.

Także tak podsumowując, już dochodząc do końca: słuchamy społeczności, przeprowadzamy wywiady, ankiety, mamy otwarty cały projekt na <https://github.com/PrestaShop>. Tam jest również sekcja dyskusja, gdzie każdy może jakieś sugestie swoje wysłać do nas. I każdy taki pomysł jest sprawdzany przez team, oceniany czy można to wdrożyć, ile czasu potrzeba. Fajna, pozytywna zmiana, którą widzę i o której chcę powiedzieć jest troszkę powiązana z tym rozwiązaniem headlessowym, o którym wspominałeś wcześniej. Ponieważ są to ludzie, którzy nie tylko stworzyli to rozwiązanie, ale którzy również są chętni do tego, żeby konsultować wdrożenie go bezpośrednio do silnika i rozwijanie go bezpośrednio w silniku, czy też wnoszą wkład również w innych miejscach oprogramowania. Także ta społeczność jest aktywna i rozwija to oprogramowanie, co jest niewątpliwie bardzo pozytywną wiadomością dla wszystkich zainteresowanych.

#### **G.F: No właśnie. A Ty Mateusz coś byś dodał?**

M.O: Jeśli chodzi o plany na ten rok, Krystian powiedział o wsłuchiwanie się w głos community. No community to jest taki duży, duży worek, w którym mieszczą się i merchanci, i partnerzy technologiczni, ale też właśnie przedstawiciele takich firm jak Convertis, partnerzy agencji i nad tym segmentem przede wszystkim będziemy się starali pracować. Program agencyjny, program dla agencji, ale też docelowo dla marchantów, bo to wszystko są naczynia połączone, już w tej chwili podlega całkowitej zmianie. Po tym, jak wysłuchaliśmy feedbacku od wielu agencji, nie tylko polskich, ale również francuskich, włoskich czy hiszpańskich, zrozumieliśmy, że ten program należy diametralnie zmienić. Ma on przede wszystkim sprawić, że będziemy w lepszy sposób łączyć, matchować ze sobą poszczególne agencje partnerskie wedle ich możliwości, ich kompetencji, z poszczególnymi merchantami, którzy poszukują usług czy to developmentowych, czy to planują postawić sklep na PrestaShop, czy zmigrować swój sklep z innej platformy, czy też będą poszukiwali usług ściśle marketingowych, a niekoniecznie developmentowych.

Chcemy wreszcie w ramach tego programu postawić na bardziej transparentne i bardziej zróżnicowane też wyszczególnianie zasług poszczególnych partnerów wedle ich wkładu, czy to do projektu open source, o którym mówił wcześniej Krystian, czy to wreszcie do liczby certyfikowanych programistów, czy to do deklaracji sklepów, z którymi dana agencja regularnie współpracuje. Wiele ma zająć zmian, w tym całym programie agencyjnym, natomiast finalny skutek, finalna konsekwencja tego ma być taka, że z jednej strony merchant ma znajdować odpowiedniego dostawcę swoich usług, o czym przed chwileczką powiedziałem, a z drugiej strony to bardziej agencja ma w końcu dostrzec dużo więcej korzyści biznesowych, wizerunkowych z takiej współpracy niż dotychczas.

**G.F: OK. I tak się zastanawiając nad tym, co powiedzieliście, to po to, żeby te sklepy mogły się lepiej rozwijać, żeby miały odpowiednie wsparcie (bo jednak to jest open source, który wymaga pewnego rozwoju; to nie jest pudełkowe rozwiązanie jak Shoper czy może jakiś inny SaaS) wymaga to wielu programistów.**

**O agencjach trochę powiedzieliście, ale zastanawiam się, co w poprzednim roku zrobiliście jako PrestaShop dla programistów. Ja wiem, że powstała akademie dla programistów, gdzie są już pierwsze szkolenia dostępne dla osób, które chcą się kształcić. Usłyszałem od jednej z agencji, bo ja akurat tego nie słyszałem, że młodzi programiści mówią, że dobrze mieć w CV napisane, że uczą się PrestaShop przynajmniej na podstawowym poziomie. Jak wy to widzicie? Krystian, jak Ty to widzisz od strony technicznej? To, co zrobiliście na to, żeby rozszerzać rzeszę programistów potencjalnych, ale i też, żeby rozwijać to środowisko dookoła?**

K.P: Myślę, że tutaj możemy podzielić na dwa segmenty, dwa obszary. Pierwszy, gdzie firma stara się dostarczyć obecnym merchantom z naszego ekosystemu i tym przyszłym, odpowiednią jakość obsługi. Czyli musimy zadbać o to, że jeżeli mamy agencję, która np. przedstawia się jako partnerska, to faktycznie ona daje taką wartość, taką propozycję wartości merchantowi i ma takie umiejętności, które sprostają jego albo jej oczekiwaniom. Drugi segment, drugi obszar to jest szkolenie programistów i tutaj mamy wiele

narzędzi. Po pierwsze właśnie Akademia PrestaShop, gdzie powstają różne szkolenia czy w formie prezentacji, czy szkolenia live, które pozwalają programistom poznać PrestaShop od strony silnika, od strony użytkownika itd. Natomiast z mojej perspektywy to, co widzę, że przyniosło wielki progres, to praca wykonana przez ludzi pracujących przy projekcie open source.

Mamy nową osobę, która pracuje ściśle z dokumentacją, która zajmuje się tylko i wyłącznie dokumentacją dla developerów. I musisz mi uwierzyć Grzegorz, że tam naprawdę tona pracy, masa godzin poszła na to, żeby ta dokumentacja była jeszcze lepsza, ponieważ nie jest tajemnicą, że dokumentacja PrestaShop to zawsze było coś, czego projekt mógł się wstydzić. Natomiast od około dwóch lat ta dokumentacja jest na naprawdę fajnym poziomie. Jeżeli jest ktoś developerem, który wchodzi dopiero do naszego ekosystemu, to może poczuć się odrobinę lepiej, przechodząc przez poszczególne obszary tej dokumentacji. Dodatkowo, jeżeli wydajemy jakąś nową wersję, dodajemy jakąś nową funkcjonalność, która może pomóc programistom, to również ona jest od razu udokumentowana, od razu opisywana gdzieś tam na tych docsach PrestaShopowych, po to, żeby nie tylko mieć to udokumentowane, bo wypada, ale żeby pokazać programistom, że to oprogramowanie jest rozwijane nie tylko i wyłącznie dla merchantów, ale również dla programistów; żeby PrestaShop traktować również jako dobre narzędzie do tworzenia sklepów internetowych.

Bo oczywiście mamy potrzeby merchantów, które trzeba jakoś pokrywać. I tutaj mamy, chociażby projekt nowej strony, kartę edycji produktu czy chociażby zmiany w regułach koszyka, czy w wielu innych aspektach back office i zarządzania sklepem jako takim. Natomiast zmienia się również wiele, jeżeli chodzi o sam silnik PrestaShop. Jeżeli jesteśmy np. programistą, który zna Symfony, mamy coraz większe możliwości tworzenia modułów, mamy coraz większe możliwości rozszerzania oprogramowania, mamy po prostu coraz bardziej elastyczne i potężne narzędzie u naszych rąk. I naszym zadaniem jest niejako pokazać, jakie to narzędzie ma możliwości, jak najlepiej z niego korzystać. I to staramy się robić. Także firma, oferując szkolenia, oferując właśnie te certyfikaty, dba o to, żeby udowodnić, że są w naszym ekosystemie programiści, którzy mają odpowiednią wiedzę, a projekt open source jest takim miejscem, który stara się tych nowych programistów zachęcać do tego, żeby zainteresowali się PrestaShop.

Wiemy, że sam silnik został troszeczkę w tyle, jeżeli chodzi o ostatnie lata, że konkurencja poszła naprzód z różnymi rozwiązaniami technologicznymi. Natomiast to wszystko zmienia się w PrestaShop bardzo szybko. Chcemy jak najszybciej migrować w pełni do Symfony, chcemy jak najszybciej sprostać oczekiwaniom programistów, ponieważ wiemy, że programiści nie chcą pracować tylko i wyłącznie z jednym narzędziem i być do niego uwiązani. Jeżeli uczą się jakiegoś narzędzia, to po to, żeby będąc jeszcze bardziej doświadczonymi w obsłudze tego narzędzia, móc potem korzystać z innych obszarów IT, z innych platform, z innych narzędzi, ponieważ staną się lepszymi programistami. I taki jest cel. Nie chcemy, żeby programiści PrestaShop byli lepsi. Chcemy, żeby po prostu korzystając z PrestaShop, stawali się lepszymi programistami ogółem i do tego zmierzamy.

**G.F: Cieszę się bardzo, bo rzeczywiście ja też widzę ruch wśród programistów, że oni starają się zarabiać coraz więcej. A żeby zarabiać więcej, muszą być większymi programistami, muszą programować w dobrych technologiach i PrestaShop jest jedną z odpowiedzi albo jedną ze ścieżek na drodze rozwoju swojego, albo wręcz ukoronowaniem zależności od osób i tego, jak się potrzebuje. I przyznaję, że wierzę, że zrobienie dobrej dokumentacji to jest od groma pracy. Sami mamy tę dokumentację w Convertisie z półtora tysiąca stron spisanych i to robione przez 6 lat. Zaktualizowanie tego i lepsze wykorzystanie to jest ciężka praca, bo czasami pewne rzeczy, pomimo że są spisane, nie są używane. Trzeba do tego wracać, trzeba inaczej do tego podchodzić. To też jest wyzwanie, przed którym stoimy. Mamy swoje tam sposoby, jak to ogarniamy. Natomiast czasami np. jak nowy człowiek przychodzi, to jest trochę przytłoczony ilością tych informacji, a później też ciężko znaleźć. I to cały czas optymalizujemy i słuchamy naszych nowych ludzi: co zmienić, co poprawić. Kod Presty to, ile ma — milion linii? Czy dopiero setki tysięcy linii kodu?**

K.P: Wiesz co, nie wiem, myślę, że bliżej setek tysięcy niż miliona. Natomiast szczerze mówiąc, nie wiem. Nie sądzę, że to też powoduje, że oprogramowanie jest bardziej skomplikowane bądź mniej. Być może na pewnym etapie ten poziom skomplikowania już po prostu jest, jaki jest i dalej jest po prostu tak samo. Natomiast faktycznie jest sporo rzeczy, które programista może zrobić bezpośrednio, używając tego, co jest już wbudowane w systemie, a np. wynajduje koło na nowo. I chcemy, żeby ten etap wynajdywania koła na nowo jednak bardzo malał, bo nie ma to sensu. Czas to pieniądź i wiemy, że efektywniejsze działanie z narzędziem, jakim jest oprogramowanie PrestaShop, będzie z korzyścią dla wszystkich.

**G.F:** To ja się zgadzam. Ja się cieszę, że te rzeczy powstały, bo rzeczywiście gdzieś tego brakowało. I tak widzę po rynku, że też ta PrestaShop jest tak naprawdę już dla tych większych sklepów i te większe sklepy przychodzą (wybierają zamiast Magento zamiast Shopera, Siriusa itd.), które jest po prostu tańsze w rozwoju. Ma swoje wady, bo np. jest właśnie takie mniej FIRST API, natomiast jest tańsze. A z drugiej strony, jeśli powstaje takie rozwiązanie jak Binshops odnośnie do headlessu, to jest też duża nadzieja, że za 2, 3 lata, gdzie to będzie bardzo krytyczne, to już będzie rozwiązanie.

**OK, to może jeszcze powiedzmy na koniec. Z tego, co wiem to PrestaShop zaczyna się też pokazywać z jednej strony na targach eHandlu, ale też i będzie PrestaShop eConnect (dobrze tu mówię, czy Connect?) gdzie to będzie dzień z PrestaShop, będzie można się spotkać w środowisku, podyskutować z różnymi ludźmi, którzy mają sklepy na PrestaShop, ale i też agencjami, też innymi osobami. Co tam dobrego będzie można się dowiedzieć? I z tego, co wiem, popraw mnie, będzie we wrześniu 2023, tak?**

M.O: Tak, zgadza się PrestaShop Connect — format własnego eventu organizowanego przez PrestaShop dla całego community PrestaShopowego w Polsce — wraca po 4-letniej przerwie. Mieliśmy w planach wznowić to wydarzenie w roku ubiegłym, natomiast z wielu przyczyn nie udało się tego zrealizować. W tym roku mamy już potwierdzone, że ta konferencja się odbędzie. Jeszcze konkretnego terminu nie mamy, natomiast będzie to prawdopodobnie 5, 6 lub 7 września bieżącego roku w Warszawie. Także zapraszamy wszystkich właścicieli sklepów, wszystkie agencje już obecne, partnerskie czy te, które partnerami dopiero chcą zostać, tak samo partnerów technologicznych, żeby w tym eventcie wziąć udział. Podobnie też, jak i oczywiście programistów, o których wcześniej rozmawialiśmy. To jest super okazja, żeby wymienić się doświadczeniami na temat samej platformy, dowiedzieć się trochę na temat nowinek technicznych, o których trochę dzisiaj mówił Krystian, spróbować porozmawiać wreszcie o dołączeniu do programu agencyjnego i korzyściach z nim związanych. Także myślę, że będzie spora dawka wiedzy i fajna okazja do networkingu w ramach tego środowiska.

**G.F:** To brzmi ciekawie. Sam jestem ciekaw, co z tego wyjdzie. A jakie macie cele? Co chcecie osiągnąć na tym dniu? Chcecie pokazać „jesteśmy super” czy może dać jakąś wartość też tym, którzy przyjadą? Czy po prostu spotkać się na piwie?

M.O: Na piwie na pewno zawsze warto się spotkać — nie zaszkodzi. Natomiast poważnie mówiąc, to chcemy się trochę policzyć, żeby zobaczyć, w jakiej kondycji w ogóle to community jest. Tak jak wspomniałem, minęły cztery lata, odkąd ostatnio taki event miał miejsce. Jeśli dobrze pamiętam, to było jeszcze w czasach przed pandemicznych. Także trochę czasu upłynęło. Chcemy się policzyć, chcemy zobaczyć, jak ten ekosystem rzeczywiście wygląda. Chcemy po prostu wznowić, w niektórych przypadkach zbudować od zera, a w niektórych przypadkach trochę podreperować istniejące relacje.

W moim obszarze, w moim kontekście to przede wszystkim właśnie będą partnerzy agencyjni. Chcemy się wsłuchać w głos merchantów, no bo, w naszym open source community bardzo ważny jest feedback. O tym mówił Krystian, o tym też kilka razy wspomniałem ja. Także to będzie okazja, żeby coś powiedzieć, ale też, a może przede wszystkim, żeby zamienić się w słuch. Przy piwie.

**G.F:** Czyli jeśli chcecie przybić piątkę, zobaczyć nas na żywo. O to będzie druga okazja, żeby mnie zobaczyć i w związku z tym wyjdę ze swojej norki, która jest na Kabatach, jakby ktoś szukał, w Warszawie. Do tego można spotkać się z innymi. Jestem bardzo ciekawy, jak to wyjdzie i już sobie wpisałem w kalendarz, żeby mi tam nie wpadło nic. Więc wielkie dzięki za to, że się powiedzieliście.

**Czego chłopaki Wam mogą życzyć na nadchodzący rok? Bo w sumie początek.**

M.O: Krystiana, jakieś życzenia? Wrzuciłem Cię na minę.

K.P: Wiesz co, może... mówi się, że jak jest zdrowy, to jest reszta. To życzy nam zdrowia, a resztę postaramy się dowieźć. Natomiast jeżeli chodzi o PrestaShop, to myślę, że ten nowy program agencyjny, ten event, który ma być w tym roku i generalnie praca, jaką wykonuje tutaj polski zespół — jego celem jest zaktywizowanie naszego community polskiego, poprawa jego kondycji i mam nadzieję, że nam się to uda, że ten rok będzie pod znakiem takiego przebudzenia polskiego community PrestaShop. Bo tak jak Mateusz zauważył, to już sporo czasu, odkąd mieliśmy okazję spotkać się z innymi osobami zainteresowanymi PrestaShop. Była taka okazja na różnych targach eHandlu czy na eTrade Show, czy na innych eventach, natomiast to nie jest to samo. To nie jest to samo i myślę, że PrestaShop Connect będzie świetnym miejscem do tego, żeby to community ożywić, żeby się spotkać. I jako cel, tak ogółem, mam nadzieję, że uda nam się tutaj nasze polskie community, community w naszym regionie obudzić i

zainteresować PrestaShop. Czy przekonać ponownie do PrestaShop, czy po prostu spowodować, że to będzie nadal wybór numer jeden, jeżeli chodzi o platformy sklepowe.

**G.F: A więc jeszcze raz wielkie dzięki chłopaki za to, że uczestniczyli w tym podcaście. A wszystkich słuchaczy zapraszam do odsłuchania innych odcinków o PrestaShop i nie tylko. Materiały, linki, transkrypt znajdują się na stronie [Convertis.pl/numer](https://convertis.pl/numer) tego odcinka — jeszcze nie wiem jaki, więc szukajcie. Powinienem gdzieś być dookoła tutaj.**

**A z drugiej strony zapraszam Was do zapisania się na nasz newsletter z ciekawymi newsami z e-commerce (nie tylko o PrestaShop) na stronie [Convertis.pl/newsletter](https://convertis.pl/newsletter). Wielkie dzięki za wysłuchanie. Dzisiaj dość krótko. Mam nadzieję, że treściwie. I dajcie znać, co o tym myślicie drodzy Słuchacze. Cześć i czołem! Dzięki chłopaki!**

M.O: Dziękujemy!

K.P: Dzięki!