

**Tytuł nagrania:** KW011 Jak stworzyć własny sklep internetowy

**MARIUSZ KOBAK:** Cześć Ola. Witam cię w moim podcaście i bardzo się cieszę, że w końcu udało nam się razem znaleźć wspólny termin, bo próbowałem cię zaprosić do podcastu już w zeszłym roku. Wtedy się nie udało, ale teraz w końcu jesteś. Także witam cię.

**OLA GOŚCINIAK:** Witaj Mariuszu, bardzo mi miło, że wreszcie się udało znaleźć właśnie termin.

**MARIUSZ:** Okej, to może standardowo na początek powiedz może parę słów o sobie, powiedz czym się zajmujesz na co dzień, co robisz.

**OLA:** Ja nazywam się Ola Gościniak, prowadzę od trzech lat, ponad trzech lat, bo od grudnia 2015 roku, bloga Jestem Interaktywna i uczę, jak samodzielnie stworzyć własną stronę internetową na WordPressie i jak stworzyć właśnie takie swoje miejsce w sieci i je promować.

**MARIUSZ:** Okej, super. A powiedz...

**OLA:** W takim skrócie. Jestem konkretna.

**MARIUSZ:** No i okej, bardzo dobrze, podoba mi się. A powiedz może tak cały czas na początek, bo mój blog obraca się wokół dochodów pasywnych, biznesu online, wolności finansowej, może zanim przejdziemy dokładnie do tego, czym się zajmujesz, powiedz czym dla ciebie jest dochód pasywny, jak go rozumiesz?

**OLA:** Czym jest dla mnie dochód pasywny? Jest to dla mnie taki dochód, gdzie bez machnięcia palcem po prostu jakieś tam zarobki się pojawiają i mogę je przeznaczyć na przykład na funkcjonowanie biznesu i jakąś taką wolność finansową, takie poczucie bezpieczeństwa, że mogę angażować się właśnie w swój biznes online, a jednak jak na przykład nie będę miała jakiejś akcji sprzedażowej, jakiejś wielkiej kampanii, to po prostu jakieś zarobki się na tym koncie pojawiają i będę się po prostu czuła bezpiecznie.

**MARIUSZ:** A czy taki biznes pasywny, dochody pasywne są generalnie według ciebie możliwe? Bo opinie są podzielone, tak? Opinie są takie, że nie ma czegoś takiego, jak dochód pasywny, zupełnie jak dochód pasywny. Taki, gdzie nie trzeba wkładać żadnej pracy. A inni twierdzą, że no generalnie jest coś takiego, że wystarczy włożyć dużą pracę na początku, potem coraz mniej, coraz mniej i w zasadzie prawie albo nic nie trzeba wkładać w przyszłości w ten biznes. No jak to jest?

**OLA:** Rozumiem obydwa podejścia sporne, ponieważ owszem, myślę, że zarobki pasywne jak najbardziej da się osiągnąć, ale czy zawsze to będzie tak, że w ogóle nie machniesz palcem? Trudno mi powiedzieć. Na przykład, jeśli blogujesz i masz jakieś artykuły, w których są linki afiliacyjne, te artykuły po prostu są na blogu, a ty dalej blogujesz i dalej się zajmujesz jakimiś tekstami, no to te starsze

artykuły, jeśli dobrze się wypozycjonują na przykład w Google, mogą być takim zarobkiem pasywnym, bo już na samo ich promowanie nie poświęcamy w ogóle czasu.

Osoby wchodzą, mogą coś na przykład zakupić z takich linków afiliacyjnych, skorzystać z nich i dzięki temu po prostu my zarabiamy. Ale no właśnie, czy to jest tak, że my nic nie poświęcamy tego czasu? My musimy chyba dalej blogować, żeby ten blog się rozwijał, dalej trzeba tą domenę, hosting opłacić, żeby ten blog funkcjonował, więc to nie jest takie totalnie niemachanie palcem do tych zarobków. Natomiast, no uważam, że to jest mimo wszystko na tyle znikomy czas, który już musimy potem poświęcać na te konkretne rzeczy, że można spokojnie nazwać zarobkiem pasywnym.

**MARIUSZ:** No dobra, super. Ola, no to wróćmy do tego, czym się zajmujesz na co dzień. Powiedziałaś, że pomagasz innym stworzyć swoje miejsce w Internecie, swoją stronę internetową, bloga.

**OLA:** Tak.

**MARIUSZ:** Widziałem, że ostatnio pomagasz również stworzyć swój pierwszy sklep internetowy w Internecie.

**OLA:** Tak.

**MARIUSZ:** Ale jak tak naprawdę zacząć to robić? Bo ja wyobrażam sobie taki scenariusz, że na początku trzeba by pewnie w jakiś sposób przetestować ten swój pomysł na biznes, no żeby nie stracić czasu, tak? Stworzymy jakiś sklep, na który w ogóle nie ma żadnego zapotrzebowania, więc czy ty masz jakieś sprawdzone metody, które polecasz na to, jak taki pomysł na biznes, jakim jest sklep internetowy, przetestować? Da się to w ogóle zrobić zanim jeszcze go stworzymy?

**OLA:** Da się. No myślę, że przede wszystkim trzeba coś takiego zrobić, żeby gdzieś tam nie wtopić pieniędzy, czasu na tworzenie nie wiadomo jakiego produktu, sklepu i potem się okaże, że ale inni mówią nam, że wcale tego nie potrzebowali. Więc warto jest testować na początek. Ja też zanim otworzyłam sklep, przez trzy miesiące już prowadziłam bloga, czyli blogowałam, ale sam też blog też już był może nieprzetestowanym pomysłem, ale nie czymś, co tak sobie po prostu usiadłam, dzisiaj pomyślałam tak, zakładam bloga. Nie, tak to nie wyglądało. Wcześniej dwa lata mi to po głowie chodziło. Ja wcześniej byłam freelancerką, robiłam strony internetowe na zlecenie.

Coraz częściej osoby do mnie przychodziły z zapytaniami, że chcą założyć swój biznes, ale nie mają nic na start i jak one mają zacząć działać w sieci. Więc ja po prostu już miałam wcześniej jako freelancerka tak nieświadomie, bo ja wtedy się nie obracałam w takich bardziej marketingowych kręgach, nie miałam aż takiej wiedzy, ale ja wtedy nieświadomie sprawdziłam, wyznaczyłam sobie grupę docelową i wyznaczyłam właśnie jej potrzeby, ponieważ te osoby, które się do mnie odzywały, ja mniej więcej wiedziałam, czego one potrzebują. Na tej podstawie ja stworzyłam tego bloga i też posiadając tego bloga, stworzyłam też grupę wsparcia na Facebooku, gdzie ja w tej grupie wsparcia poznawałam te osoby, które potrzebują pomocy ze stroną internetową i dowiadywałam się, czego one potrzebują,

więc zarówno blog, jak i grupa wsparcia to jeszcze nie był żaden sklep online, żadna sprzedaż, tylko to było kilka miesięcy, a wcześniej kilka lat pracy przy rozmowach mailowych, poznawania potrzeb osób, które chcą taką stronę internetową nisko kosztowo stworzyć.

I wtedy też, po tych kilku miesiącach, mniej więcej już wiedziałam, jak to wszystko wygląda. Wtedy pomyślałam, że dobra, to spróbujmy stworzyć pierwszy produkt. I ten produkt to nie było coś, co na przykład poświęciłam nie wiem, miesiące, lata, żeby go stworzyć. To nie był kurs online wideo, gdzie montaż nie wiadomo ile kosztuje. To był nisko kosztowy produkt, który zrobiłam po prostu w Wordzie. To był ebook, który napisałam w Wordzie. W Wordzie zapisałam go jako PDF, wykorzystałam do sklepu internetowego bezpłatną wtyczkę WooCommerce w WordPressie do zrobienia tej platformy sprzedażowej i dzięki temu naprawdę nisko kosztowo zobaczyłam, czy ktoś jest w ogóle zainteresowany zakupem tego typu ebooka. No i okazało się, że ten ebook przez długi czas był w ciągłej sprzedaży, powoli zaczął mi ZUS funkcjonowania firmy opłacać, dzięki temu, no tak naprawdę niskim kosztem, ale zarówno, jeśli chodzi o czas i pieniądze, przetestowałam, że to jest dobry pomysł.

**MARIUSZ:** Okej, czyli działałaś już wcześniej jako freelancerka.

**OLA:** Tak.

**MARIUSZ:** Więc miałaś już jakichś klientów, więc pewnie udało ci się sprawdzić czy przebadać swoją grupę docelową, ale no właśnie, czy są jakieś metody na przebadanie, sprawdzenie, kto jest w naszej takiej docelowej grupie odbiorców czy klientów. Czy używasz teraz jakichś metod albo jakie metody na start polecasz każdemu, komuś, kto dopiero startuje, jak właśnie ma określić swoją grupę docelową, jak zbadać jej potrzeby? Bo domyślam się, że to pod taką grupę potem trzeba stworzyć nasz sklep bądź blog, tworzyć treści i tak dalej, więc pewnie od tego trzeba wyjść, ale jak określić taką grupę docelową, jakimi metodami?

**OLA:** Grupa docelowa to jest temat rzeka, bym powiedziała, ponieważ w momencie, kiedy my dopiero zaczynamy swój biznes, dopiero chcemy zacząć działać, to czasami to jest bardzo trudne, żeby cokolwiek o tej grupie docelowej powiedzieć. I owszem, możemy wyznaczać, zastanawiać się, kto może być w tej grupie docelowej. Ja, kiedy startowałam, byłam przekonana, że to będą kobiety, które na przykład chcą coś zmienić w swoim życiu i albo na przykład wcześniej pracowały w korporacji i chciały się urwać z tej korporacji i rozpocząć swój biznes, albo na przykład były na jakimś urlopie macierzyńskim i też by chciały coś zacząć bardziej konstruktywnego robić. To znaczy ja nie mówię, że urlop macierzyński jest niekonstruktywny, żeby nie było, ale że po prostu one mają taką potrzebę, żeby coś więcej zacząć robić jeszcze i w momencie, jak ja wyznaczyłam taką grupę docelową, to po prostu te osoby do mnie przychodziły, więc ja, jak rozmawiałam z nimi mailowo, ja wiedziałam mniej więcej, jaki typ człowieka do mnie już przychodzi, więc tak to u mnie wyglądało, że kiedy ja siedziałam w tej konkretnej branży, to patrzyłam, rozmawiałam z tymi osobami, jakie są właśnie ich potrzeby, kim są i dlaczego chcą coś zmienić.

I dzięki temu ja po prostu rozmawiałam. Myślę, że takie rozmowy z potencjalną grupą docelową to jest skarbnica wiedzy, bo my wiele rzeczy możemy się domyślać, ale niekoniecznie potem może się okazać, że to jest dobry tok rozumowania, więc myślę, że takie rozmowy, ankiety, testy, żeby poznać takie pojedyncze osoby z tej grupy docelowej, bardzo mogą pomóc w tym, żeby wykreślić, wyznaczyć sobie tą grupę docelową. Następnie w momencie, kiedy już blogowałam, no to już wtedy coraz łatwiej jest, ponieważ w momencie, kiedy już mamy bloga czy tam mamy fanpage, to już możemy oglądać takie potężne narzędzie, jak statystyki. Tam możemy wejść w demografię, w zainteresowania, więcej też się dowiedzieć po prostu wśród osób, no bo wiadomo, kiedy statystyki rosną, my nie jesteśmy już wtedy z każdą pojedynczą osobą w stanie porozmawiać, no ale wtedy możemy z tych statystyk skorzystać i naprawdę warto to robić. Co jest w ogóle ciekawe, Mariusz?

Mogę ci powiedzieć, że tak jak na początek wyznaczyłam sobie taką bardziej kobiecą grupę docelową, to w momencie, kiedy wydałam książkę, w zeszłym roku, „Bądź online”, o tworzeniu strony internetowej, to mi proporcje zaczynają się wyrównywać i bardzo dużo panów się pojawia interaktywnych. Mnie to tak bardzo cieszy, że coraz więcej właśnie panów jest wśród interaktywnych, że powoli się też zastanawiam, czy może jednak nazwy grupy mojej na Facebooku nie trzeba zmienić na jesteśmy interaktywni z Jesteś Interaktywna, więc...

**MARIUSZ:** No właśnie, twoja grupa docelowa się rozszerzyła.

**OLA:** Tak, więc...

**MARIUSZ:** O połowę populacji.

**OLA:** Więc to też a propos grupy docelowej myślę, że to jest bardzo istotne, że raz po raz warto sprawdzić nasze założenia, czy coś się jednak tutaj nie zmieniło od samego początku, co gdzieś tam wyznaczyliśmy, bo kto wie, może tak się też zdarzyć i to myślę, że można, że warto po prostu wziąć pod uwagę, żeby raz po raz w te statystyki sobie zajrzeć i zobaczyć, co tam się takiego dzieje.

**MARIUSZ:** Bardzo fajne porady. Widać, że od praktyka, od osoby, która rzeczywiście oczywiście zna się na tym i wie, co się z tym generalnie robi. A powiedz, jeżeli mamy już określoną swoją grupę docelową, mamy już jakiś pomysł na sklep, może nawet mamy bloga na WordPressie, to jak dalej stworzyć taki sklep od strony technicznej, od czego powinniśmy zacząć?

**OLA:** To ja może zacznę najpierw od mniej technicznej strony, ponieważ zanim przejdziemy już do takich technicznych prac nad stroną internetową, a mamy już wyznaczoną grupę docelową, to przede wszystkim właśnie musimy się zastanowić, jakie są potrzeby tej grupy, jakie są bolączki i na tej podstawie zacząć pracować nad koncepcją. I jeśli chcemy stworzyć swój sklep internetowy, ja bym proponowała, żeby najpierw, zanim zaczniemy klikać, po prostu klikać, żeby tę stronę stworzyć czy tam na przykład zatrudnić kogoś, kto dla nas ją stworzy, żeby wziąć po prostu kartkę i długopis i sobie wypisać najpierw, jakie funkcje by miał mieć ten sklep, jaka na przykład koncepcja, jakby to wszystko miało wyglądać. Zacząć od takiej pracy koncepcyjnej.

Ponieważ, kiedy my mamy przemyślaną pracę koncepcyjną, to niezależnie od tego też, czy sami robimy tą stronę, czy komuś zlecamy, to znacznie łatwiej jest osiągnąć konkretny rezultat, bo wtedy nie zgadujemy wielu rzeczy na etapie koncepcji, nie robimy sobie, bo o, bo tak mi się podoba, tylko mamy to wszystko bardziej usystematyzowane i pod kątem grupy docelowej możemy podejść do tworzenia takiego sklepu.

**MARIUSZ:** A czy sprzedajesz na przykład swoje produkty jeszcze zanim powstaną, żeby sprawdzić, czy jest na nie zapotrzebowanie, czy raczej nie robisz takich rzeczy?

**OLA:** Znaczący ja wiem, że to jest dobra praktyka. Ja naprawdę wiem, że to jest dobra praktyka według marketingowców, ale to nie jest na moje nerwy po prostu. Więc ja uważam, że ta strategia nie jest złą, ale musimy sobie najpierw zadać pytanie, a zwłaszcza jeśli podchodzimy dopiero do swojego pierwszego produktu, jakim my jesteśmy typem człowieka. Czy my jesteśmy takim typem człowieka, co gdzieś tam ludzi nie wiem, jazdę bez trzymanki i na przykład ma jakiś taki wyższy poziom odporności na stres, czy jesteśmy takim człowiekiem, który raczej woli święty spokój, mieć wszystko poukładane albo ma taką manię kontroli, jak ja mam manię kontroli. I ja już na przykład, jakbym miała sprzedać produkt, którego nie mam, to już bym sobie zastanawiała się, a co będzie, jak złamię rękę, a co będzie, jak nie wiem, zachoruję, a co się stanie, jeśli po prostu nie wiem, wypadnie mi coś innego, no i nie będę mogła się zająć, a już sprzedam i obiecałam wszystkim.

Więc to nie jest dla mnie. Ale owszem, wiem, że dużo osób w ten sposób tworzy swoje produkty i dlatego funkcjonuje. Jak raz tego typu strategię wykorzystałam, ale to było przy okazji tworzenia książki „Bądź online”, ale to nie było coś takiego, że sprzedaję książkę zanim ona powstanie, tylko ja to nazywałam jako taka oferta fundatorska w formie cegiełek, że osoby zakupują takie cegiełki na to, żeby ta książka powstała. Szczerze, ja też nie miałam budżetu na początek, żeby taką książkę stworzyć, ale to było z informacją, że po pierwsze, jeśli książka z jakichkolwiek przyczyn losowych nie powstanie, za te cegiełki po prostu oddaję pieniądze, żeby to nie było tak, że to jest jakaś taka inwestycja niepewna. Natomiast druga sprawa, że w ramach tych cegiełek te osoby dostały multum różnych bonusów.

Oprócz tego, że dostały zaraz po premierze podpisaną książkę, to jeszcze dostawały możliwość promocji swojego biznesu w książce wydrukowanej jako fundatorów tej książki, więc to było coś takiego, co ja chciałam bardzo przetestować, żeby też w taki bezpieczny sposób zobaczyć, czy ta książka ma sens, ale też mogłam przetestować, czy jest jakby zainteresowanie. Ja byłam w szoku, kiedy tam miałam kilkadziesiąt czy tam nawet ponad sto tych cegiełek i w ciągu kilku godzin po prostu poszły. I ja naprawdę totalnie nie wiedziałam, co tam się wydarzyło, więc to mi dało też możliwość takiego przetestowania mojego pierwszego produktu fizycznego, gdzie wiadomo, to już koszty są znacznie większe przy tworzeniu takiego produktu, ale to też nie było dla mnie coś takiego, że sprzedaję coś, czego nie ma, tylko te osoby po prostu świadomie wiedziały, że one wspierają tą inicjatywę i że jeśli coś się wydarzy, to po prostu oddam te pieniądze.

**MARIUSZ:** Domyślam się, że musiałaś dodrukować rozdział albo jeszcze ze dwa, żeby wszyscy się zmieścili.

**OLA:** Tak, tam były pakiety, srebrne, złote cegiełki, były wydrukowane w książce, a te z brązowych to był taki artykuł na blogu z linkami zewnętrznymi do stron, które wiesz, bo to do SEO są zawsze bardzo, bardzo dobre. Natomiast, co ja chciałam powiedzieć? No i to też mi dało taką motywację, że ta książka musi powstać. Nie odwlekałam tego w czasie. I na dodatek też to było bardzo, bardzo dobrze przyjęte. Ja się bałam, jak to będzie wyglądało, co ludzie powiedzą, bo zwłaszcza wiele osób dużo... znaczy podchodzą z taką rezerwą, jeśli są jakieś zrzutki na coś, na jakąś inicjatywę, natomiast tutaj myślę, że ze względu na to, że taki szereg benefitów dodatkowych dałam dla tych osób, to było to dla nich atrakcyjne i bardzo dużo osób mi kibicowało przy powstawaniu tej książki.

**MARIUSZ:** No to bardzo fajny pomysł, bo szczerze mówiąc, nie widziałem takiego pomysłu w Polsce. Przynajmniej innej książki wydanej w ten sposób. Także fajnie, że ta metoda się sprawdziła.

**OLA:** Takie zrzutki często się robią, ale dużo osób po prostu to nazywa przedsprzedaż, dostaniesz książkę za nie wiem, dwa miesiące na przykład. Tylko, że gdzieś tam się nie dzielą tym, że w sumie to nie ma jeszcze nic z tej książki na przykład. I ja też buduję swój biznes na zaufaniu i dla mnie to jest bardzo istotne, że ja gram w otwarte karty, pokazuję po prostu, jak to wszystko wygląda, na jakim jest etapie i albo ktoś ma ochotę wesprzeć taką inicjatywę, albo nie. Natomiast wracając do tematu, tylko raz zrobiłam do tej pory właśnie coś takiego, że no sprzedaję, no nie wiem, jak to powiedzieć, no sprzedaję produkt, póki go nie ma. Natomiast, jeśli chodzi o kursy online, to już w tym przypadku ani razu nie zrobiłam tego, bo no to też by było dla mnie po prostu zbyt stresujące w tym przypadku, żeby sprzedawać kurs, który jeszcze w sumie to nie jest nagrany, nie wiadomo ile godzin jest materiału i tak dalej. Wolę po prostu zrobić taką przedsprzedaż, kiedy ja już fizycznie ten produkt mam gotowy.

**MARIUSZ:** A masz takie sytuacje, że masz kurs online już gotowy, ale okazuje się w trakcie kursy, że kursanci potrzebują jeszcze jakichś dodatkowych treści albo trzeba zmodyfikować obecne i rozszerzyć? Co robisz wtedy? Dogrywasz kolejne lekcje?

**OLA:** Wiesz co, ja w moich kursach, takich dużych kursach wideo, jak na przykład Kurs WordPressa, teraz Kurs E-commerce, który niedługo będzie się pojawiać, do kursu jest taka tajna grupa na Facebooku dla kursantów. I w tej grupie zazwyczaj przez kilka tygodni, to zależy też od kursu, czy to jest jakiś większy, czy mniejszy, co tydzień są prowadzone live'y, pytania, odpowiedzi, więc to gdzieś, gdzie pojawiają się jakieś wątpliwości dotyczące kursu, rozwiewamy w grupie dla kursantów. I to jest naprawdę coś, co jest bardzo dla mnie istotne. Ja wiem, że dużo osób w kursach online robi grupę dla kursantów dopiero na przykład od jakiegoś pakietu, na przykład jakiegoś wyższego, droższego, natomiast u mnie ze względu na to, że uważam, że te kwestie techniczne bardzo często powodują różne takie dodatkowe pytania, bo każdy z nas może mieć jakieś specyficzne potrzeby, czy to na przykład gdzieś jakiś motyw w WordPressie nie współgra z jakąś wtyczką albo coś tam bardziej trzeba skonfigurować, no to te pytania się pojawiają, to jest naturalne.

Dla mnie ta grupa wsparcia jest taką integralną częścią kursu i nie wyobrażam sobie, żebym nie dawała dostępu każdej osobie, która zakupiła kurs, właśnie do takiej grupy, gdzie potem bardziej potem bardziej pracujemy nad stroną. Jest też dużo burz mózgow i po prostu jest taka, jakby to powiedzieć, dodatkowa motywacja, bo dużo osób się dzieli swoimi efektami, pokazuje nad czym pracuje i to daje takie poczucie działania w grupie, gdzie więcej osób na przykład z tymi samymi problemami, wyzwaniem, boryka się i mam wrażenie, że dzięki temu więcej osób kończy kursy, po prostu. Bo często jest tak, nie wiem Mariusz, czy ty też tak masz, że na przykład kupujemy jakiś kurs, książkę i potem to odkładamy na bok i wcale tego nie realizujemy, że wydaje nam się, że tak, kupiłem kurs nie wiem, czegoś tam, no to już jestem mądry, bo go kupiłem na przykład. Więc no nie, no trzeba jeszcze przerobić taką wiedzę tutaj i zacząć działać. I dla mnie to też jest bardzo istotne, żeby dodatkowo tych kursantów motywować, żeby działali, żeby zrealizowali po prostu te zamierzone zadania.

**MARIUSZ:** Tak, mogę potwierdzić też tak mam.

**OLA:** Tak masz? No.

**MARIUSZ:** Że kupię jakiś kurs, na przykład bardzo drogi, to nie oznacza, że przerobię go do końca.

**OLA:** Okej. Tak, i potem leżą gdzieś tam, czy to na komputerze, czy to właśnie na półce książki, takie wyrzuty sumienia i tak patrzą.

**MARIUSZ:** No dokładnie, a warto może nawet nie kupować aż tyle książek, tylko po prostu mniej, ale wdrażać w życie.

**OLA:** No dokładnie. A dla mnie jest istotne, żebym ja nie była takim patrzącym wyrzutem sumienia.

**MARIUSZ:** Okej, czyli ta grupa wsparcia na Facebooku się przydaje do tego, żeby motywować ludzi do...

**OLA:** Tak.

**MARIUSZ:** Do pracy tak naprawdę, do tego, co chcieli osiągnąć.

**OLA:** Ale to po pierwsze, właśnie te osoby są bardziej zmotywowane, osiągają konkretne rezultaty. No po pierwsze, to jest po prostu dla mnie totalna radocha, jak ja widzę rezultaty tych osób, bo ja się czuję wtedy taką matką chrzestną tych wszystkich stron internetowych, tych sklepów, mi to daje taką totalną frajdę. To jest właśnie coś, co mi daje takie flow w biznesie, że bardziej mnie do kolejnych rzeczy napędza. Ale już po drugie, jakby to pewnie jakiś marketingowiec powiedział, bo ja marketingowcem nie jestem, no to to już jest też taka kwestia, że wiele osób z tego kursu jest zadowolonych i po pierwsze, będzie polecało dalej, a po drugie, jeszcze ty masz świetne referencje do kolejnych edycji do tego kursu, że więcej osób może z niego skorzystać. Natomiast akurat ta druga strona medalu to jest coś, co ja dopiero po jakimś czasie, po kilku kursach zauważyłam, że im więcej osób ten kurs ukończy, bo się

zmotywuje, poświęci się też więcej czasu na pomaganie, to tym większe takie zadowolenie jest z takiego produktu.

**MARIUSZ:** I tym większa chęć do tworzenia kolejnych.

**OLA:** Tak, tak.

**MARIUSZ:** A powiedz, założmy, że mam już taki swój sklep internetowy, mam swój produkt online, może to być kurs, ebook albo coś, coś w tym stylu, to jak mam promować albo reklamować te produkty bądź cały sklep? Czy są jakieś utarte schematy, czy raczej tutaj trzeba działać nieszablonowo i wymyślać jakieś nowe metody? Czy raczej jest szereg takich metod, które działają przynajmniej teraz i jesteś w stanie je polecić?

**OLA:** Okej, nie zrobię wykładu marketingowego, bo jak już do tego doszliśmy, ja nie jestem marketingowcem, ale mogę się...

**MARIUSZ:** Tylko kilka rzeczy.

**OLA:** Ale mogę podzielić się po prostu ze swojego podwórka, jakie rzeczy ja stosuję, jakie się u mnie sprawdzają. Więc ja sobie wypracowałam taki sposób promocji materiałów w formie wyzwań, czyli zanim na przykład ja, znaczy jak już stworzę kurs, ale zanim rozpocznę jego sprzedaż, robię takie kilkudniowe wyzwanie, zazwyczaj trzydniowe, podczas którego są webinary, trzy webinary. W czasie tego wezwania może nie, że pokazuję część tego, co jest w kursie, ale pokazuję tą tematykę, która jest związana z kursem. Ja to może opowiem przykład wyzwania, które niedługo będę tworzyć. To będzie wyzwanie odnośnie tego, jak stworzyć sklep internetowy.

I w trakcie tego wyzwania będą trzy webinary o godzinie dwudziestej, to znaczy w sumie godzina nie ma znaczenia, ale dobra, o wieczornej godzinie będą trzy webinary, w ciągu dnia rano będą się pojawiały w grupie wsparcia Jesteśmy Interaktywne trzy takie materiały związane z burzą mózgow, że osoby, które biorą w tym wyzwaniu udział, będą mogły między sobą dyskutować nad swoimi pomysłami na sklep internetowy. Oprócz tego będą zestawy jeszcze ćwiczeń na każdy dzień, takie bardziej może karty pracy, wordbooki do tych webinarów, gdzie po prostu osoby będące na webinarze będą mogły sobie uzupełniać te ćwiczenia w trakcie. I jaki jest cel takiego wyzwania?

Cel takiego wyzwania będzie właśnie praca koncepcyjna nad sklepem internetowym, jak zaplanować ten sklep, jak stworzyć na przykład asortyment, jak to wszystko po prostu koncepcyjnie zadziałać i to wyzwanie jest bezpłatne, ale dostępne po zapisach mailowych. Dzięki temu, że w tym wyzwaniu część osób może zobaczyć przez te trzy dni, że tak, ten sklep, ja już mam na niego pomysł, opracowałam w trzy dni sobie jego koncepcję, to jest coś dla mnie, to ja potem dla osób, które wzięły udział w wyzwaniu, daję zniżkę na kurs woocommerce'a, w którym pokazuję, jak to, co tutaj, w wyzwaniu, koncepcyjnie zaplanowaliście, możecie wyklikać potem w tym kursie woocommerce'a, więc to jest po prostu takie



wyciągnięcie ręki dla osób, które wzięły udział w tym wyzwaniu, ale widzą, że potrzebują pomocy na dłużej.

Jeśli się znajdą takie osoby, które jednak przejdą przez to wyzwanie i albo stwierdzą nie, jednak sklep nie jest dla mnie, no to po pierwsze, one nie wtopią pieniędzy, nie będą osoby niezadowolone z kursu, które będą po Internecie chodziły, nie, ten kurs jest beznadziejny, bo sklep jednak nie jest dla mnie. A po drugie, jeśli się okaże, że sklep jest dla nich, ale jednak nie chcą skorzystać z kursu, bo stwierdziły, że na przykład same są w stanie to zrobić, no to też się cieszę, bo będą kolejne sklepy internetowe. Natomiast zazwyczaj na takie wyzwania się zapisuje tysiąc, kilka tysięcy osób, więc też konwersje zakupu takiego kursu są dosyć wysokie w porównaniu do tego, gdybym tylko promowała sam kurs, bez takiego wyzwania. I to też jest super sprawa, bo dużo osób może w trakcie takiego wyzwania zobaczyć na przykład, w jaki sposób ja przygotowuję swoje materiały, na jakim poziomie ja to przygotowuję.

Bo w kursie dokładnie jest podobnie, są lekcje, są wordbooki, są też live'y potem, więc widzą po prostu, na jakim poziomie to jest, mają taką, jakby to powiedzieć, zajawkę tego, jak wyglądają moje bezpłatne materiały, jak mogą wyglądać płatne. Wiadomo, że w płatnych jest znacznie więcej i bardziej szczegółowo. Dzięki temu myślę, że też chętniej do takiego kursu się przekonują. I tak to wygląda, to jest mój taki jeden sposób, ten taki wyzwaniowy, tylko że to jest do takich dużych produktów, bo wiadomo, że przygotowanie takiego wyzwania to są często długie tygodnie pracy, kursu wiadomo, jeszcze dłużej, natomiast, no myślę, że warto.

Warto się dzielić dobrem, bezpłatnymi materiałami, bo dużo osób wtedy widzi, jaką my mamy frajdę z tego, że pomagamy i też chętnie do takich produktów dołączają. Więc to jest pierwszy sposób. A drugi sposób to jest taki sposób, o którym ja totalnie nie wiedziałam, że taki sposób może się sprawdzać przy promocji. I ja go wykorzystałam przy właśnie tej książce „Bądź online”. Ze względu na to, że ja zdecydowałam, że ta książka... właśnie się zastanawiam, czy ja mam przy sobie, żeby ją pokazać blisko siebie. Oczywiście nie pomyślałam, tam z tyłu mam, na tym, na biurku, no dobrze, no nieważne.

**MARIUSZ:** Możemy w notatkach.

**OLA:** Możemy link pokazać, tak. Tylko tutaj wersję wideo chyba też nagrywamy, prawda?

**MARIUSZ:** Tak, tak.

**OLA:** To by było ładnie pokazane, ale oczywiście nie. Niestety nie wstanę, bo wyjdzie, jak wygląda biznes online, że na dole masz dresy. Okej. Wracając do wątku, drugi sposób właśnie w przypadku książki, ja tam bardzo ambitny sobie plan założyłam, że w trzy miesiące napiszę, wydám samodzielnie przez self-publishing książkę. No bardzo ambitny to był plan. Natomiast dałam radę nawet przed czasem, przed trzema miesiącami zakończyłam kilka dni, ale co chciałam powiedzieć do brzegu, że tam po prostu nie miałam czasu na promocję. Nie miałam czasu na stworzenie jakiegoś wyzwania. Nie miałam możliwości zrobienia nawet jakiegoś webinaru, czegokolwiek, co będzie promowało tą książkę,

bo miałam całe trzy miesiące robienia książki. Więc zdecydowałam, że nie będę jej promować. Tylko będę pokazywała, jak ona powstaje.

**MARIUSZ:** Tylko promowałaś...

**OLA:** Czyli codziennie na Insta Story czy na jakichś live'ach, bo ja robię w każdy piątek o dziesiątej taki live, więc moje live'y cotygodniowe wyglądały tak, że ja nie miałam czasu po prostu przygotować jakiegoś merytorycznego materiału, więc ja po prostu na tym live, słuchajcie, ja w tym tygodniu załatwiłam redakcję, zrobiłam to, to, to, w tym było najważniejsze to, tu zrobiłam jeszcze to, tamto i ja po prostu opowiadałam, co ja zrobiłam w tym tygodniu. I ja nie zdawałam sobie sprawy, ja naprawdę, no nie jestem marketingowcem, ale totalnie sobie nie zdawałam sprawy, że ja zrobiłam chyba najlepszą ever promocję tej książki, bo to wyglądało tak, że ja dostawałam codzienne maile, Ola, ale jak ci tam idzie, jak tam poszło z tą korektą, jak z tym poszło i w ogóle.

I tyle osób czekało na tą książkę z tego powodu, że patrzyli na ten backstage, na te kulisy jej powstawania, że w momencie, kiedy się rozpoczęła przedsprzedaż, sprzedaż, to mi tam poszła jedna czwarta nakładu, chyba nawet więcej, więc ja byłam totalnie w szoku. A i tak zwiększyłam nakład, bo początkowy nakład liczyłam na pięćset sztuk, ale pięćset sztuk poszło w przedsprzedaży, więc zwiększyłam...

**MARIUSZ:** Co, razy dziesięć?

**OLA:** Zwiększyłam do dwóch tysięcy i już w tej chwili ile minęło, pół roku od premiery, od sierpnia, sierpień, no ponad pół roku, to jedna czwarta nakładu chyba mi została w tej chwili. Może mniej, dawno nie patrzyłam, więc jejku, no i to była najlepsza promocja, o jakiej mogłabym sobie pomyśleć. Tylko, że ja zrobiłam to nieświadomie. Bo ja niestety, nie wiem, czy niestety, czy stety, dużo rzeczy w swoim biznesie robię nieświadomie, no bo nie jestem marketingowcem. Marketing to jest rzecz, której no ja się uczę, ale często mi to różnie wychodzi, bo to nie jest jakiś taki mój konik, że ja lubię wyskakiwać z lodówki, lubię sprzedawać, mówić, a macie tu tą książkę, tu taka super książka i w ogóle. W ogóle to mi, no nie przechodzi przez słowo, chyba że teraz, tak jak po prostu sobie paroduję, nie?

**MARIUSZ:** Okej, ale wymieniałaś dwie metody, które zadziałały.

**OLA:** Tak, tak, to są metody, które się u mnie sprawdzają i są też po prostu takie zgodne ze mną, bo ja nie lubię jakiejś takiej nachalnej sprzedaży i uważam, że właśnie jeśli też nasi słuchacze, jesteście takimi osobami jak ja, gdzie nie do końca wam pasuje takie sprzedawanie, że zobaczcie, tu jest taka książka, tyle ma stron, w ogóle tu zobaczycie to, tamto, w ogóle kupcie ją, jeśli tak samo wam to nie przychodzi tak jak mi, no to dzielenie się darmowymi materiałami, dzielenie się wiedzą, dzięki temu pośrednie promowanie swoich produktów lub po prostu pokazywanie tego, co robicie, że zobaczcie, dzisiaj zrobiłam to, to, to.

Wow, ale dzisiaj produktywny dzień był. Myślę, że to są takie, dla takich osób, które mają na przykład z takim promowaniem się problem, może się to bardzo dobrze sprawdzić. U mnie się sprawdza. Nie czuję się po prostu źle z tego tytułu sprzedawania.

**MARIUSZ:** Okej, no i pewnie dzięki takim metodom, gdzie pokazujesz coś, jak wygląda od środka, na żywo, no to wpływa to pozytywnie na zbudowanie społeczności wokół.

**OLA:** Tak.

**MARIUSZ:** Wokół twojej strony, wokół ciebie, wokół twoich fanpage'y na Facebooku. No i może jakoś pociągnijmy ten temat, właśnie budowa społeczności. Czy te metody, czyli właśnie wyzwania, pokazywanie w trakcie tego, co robisz, jak budujesz jakiś produkt, no zakładam, że one się dobrze sprawdzają, ale czy masz jeszcze jakieś inne metody, którymi możesz się podzielić, na budowanie społeczności?

**OLA:** U mnie takim przełomowym momentem był ten, kiedy postanowiłam wchodzić w wideo, ponieważ ja też jestem taką osobą, która ma wiele różnych obaw w głowie, dużo rzeczy muszę sobie przepracować, więc moje pierwsze podejścia do wideo to było takie podejście wiesz, jak pies do jeża, ale tak naprawdę, jak taki bardzo lękliwy pies do takiego naprawdę wielkiego jeża. Z tego powodu, że ja się totalnie bałam kamery. Kamery, w ogóle formacie wideo i tak dalej. Ale to był w ogóle tak jakiś paniczny lęk, że od kiedy ja tylko pamiętam, od kiedy byłam małym dzieckiem i widziałam jakąś kamerę, nie wiem, wtedy były w ogóle jeszcze większe takie i straszne te kamery były, ale nie było to aż tak dawno temu, żeby nie było, więc to wyglądało tak, że jak ja widziałam kamerę gdzieś, ale taką idącą w moim kierunku, to ja zamierałam i po prostu tak jakby moje ciało udawało, że tego nie ma. Nie? Więc tak to wyglądało.

I ta fobia w ogóle wyglądała, była aż do takiego stopnia rozwinięta, że gdzieś, jak ja po prostu widziałam tą kamerę, to ja się albo obracałam, chowałam gdziekolwiek, albo totalnie mnie paraliżowało i się ruszyć nie mogłam. Nie wiem skąd to wynikało, no tak było. Więc jak teraz ja to komuś opowiadam, to po prostu się pukają, ona głupoty opowiada, teraz wiesz, live'y prowadzi. Ale to było w ogóle do takiego stopnia, ty się może będziesz śmiała, ale do takiego stopnia to było rozwinięte, że my na własnym ślubie, z mężem, nie mieliśmy kamerzysty. Bo ja byłam święcie przekonana, że ja w kościele nawet przysięgi nie powiem, jeśli będzie jakakolwiek kamera na mnie skierowana.

**MARIUSZ:** Nawet ukrytej?

**OLA:** Nawet. To nic, żadnego filmiku nie mamy. Więc, no to była jakaś totalna katastrofa. Ale po roku jakoś od prowadzenia bloga ja zaczęłam oglądać live'y innych osób, właśnie jakieś materiały wideo, ja po prostu tak sobie patrzyłam matko, ale to daje wartości, ale można się z tego świetnie uczyć, jak to świetnie też buduje właśnie społeczność, takie zaangażowanie, że można skrócić taki dystans między blogiem a czytelnikiem, bo można na takim live porozmawiać z tymi osobami. Więc tak sobie

stwierdziłam, tak się uparłam, tak po prostu się uparłam, że nie, ja zacznę nagrywać wideo, mało tego, ja zacznę robić live'y.

Tak się totalnie uparłam, że stwierdziłam dobra, no to robimy, ale co teraz? I postanowiłam robić co tydzień live'y, w każdy piątek o godzinie dziesiątej i od no ponad dwóch lat już te live'y robię. Ale słuchaj, ten pierwszy live, jakbyś ty zobaczył mój pierwszy live na Facebooka, to ja wtedy w ogóle sobie wzięłam chyba jakiś piątek, godzina siódma rano, żeby broń Boże, nikt nie przyszedł.

**MARIUSZ:** Ale przyszli.

**OLA:** Nie, nikt nie przyszedł, znaczy zaraz do tego dojdę. Na ten live sobie przygotowałam, wzięłam z grupy wsparcia swojej, trzy pytania, jakie się pojawiły dzień wcześniej. I postanowiłam, że na te pytania po prostu odpowiem. No więc połączyłam się na tym live, już pominę, że w ogóle wszystkie zasady były tam złamane, że kamera była pode mną, patrzyłam zamiast w kamerę to patrzyłam gdzieś tam na siebie, potem jeszcze, co ja jeszcze tam zrobiłam? Coś jakiegoś, coś dziwnego w ogóle tam powiedziałam, że nie wiem, zapraszam, nie na live, tylko zapraszam do dyskusji, coś w ogóle jakieś dziwne słowa tam gadałam, po czym, jak zauważyłam po kilku minutach, jak już odpowiedziałam na te pytania, że połączyły się trzy pierwsze osoby, to się wyłączyłam.

**MARIUSZ:** O, problemy techniczne.

**OLA:** Znaczą się ze stresu wyłączyłam, nie? Bo jak zobaczyłam po prostu, że ktoś to widzi, ogląda, to wyłączyłam szybko tego live'a. Jakby ktoś był zainteresowany, wrzuciłam ten live, dla potomnych jest w tej chwili widoczny na YouTube, żeby inne osoby też widziały, że to, że patrzymy gdzieś na innych to, że nie, że one zaczynają od tego punktu, na którym my je widzimy, że początki naprawdę bywają trudne.

**MARIUSZ:** Fajnie, a możemy...

**OLA:** Co jest w ogóle jeszcze...

**MARIUSZ:** A mogę publikować w notatkach?

**OLA:** Możesz podlinkować, gdzieś tam się znajdzie. A co jest jeszcze w ogóle najciekawsze? Na live tego nie zauważyłam, bo pierwsze live'y robiłam z telefonu, no to tam jakość miały dosyć kiepską, ale na pierwszym webinarze, gdzie już zainwestowałam w kamerkę, my tak zauważyliśmy, potem oglądam z mężem powtórkę tego webinaru i tak patrzę, Boże, co mi się stało na tej szyi. Ja tak patrzę, a całą szyję mam taką czerwoną i taką nie, no musiałam się podrapać. No i potem przy następnym webinarze znowu tak patrzymy, no i tak, no nie, no znowu się podrapałam po tej szyi. I dopiero na trzecim wyłapaliśmy, że ja zaczęłam ze stresu na tych webinarach dostawać plamy czerwone stresowe na szyi. I po prostu one były takie ogromne, całą szyję mi zajmowały i dopiero po jakimś czasie, po kilku minutach takich wiesz, największego stresu na początek takiego webinaru, zaczynały same schodzić.

Nigdy w życiu mi nie wychodziły stresowe plamy. Nigdy. Po prostu żadnej takiej jakiejś okazji nie zauważyłam. Dopiero okazało się, że to, kiedy ja nagrywam dłuższy materiał na webinarze. No i Boże, nie wiedziałam w ogóle, co ja mam z tym zrobić. Najpierw sobie gdzieś tam fluidowałam tą szyć, no i nie było aż tak bardzo tego widać. Potem po prostu przyzwyczałam się do tego, że jak prowadzę webinar, to trzymam sobie tak ręce, żeby nie było widać. No i po pół roku, roku jakoś od prowadzenia cyklicznie, raz w miesiącu webinaru, raz w tygodniu live'ów, po roku, czyli miałam pięćdziesiąt live'ów, jakieś kilkanaście webinarów, dopiero po tym czasie te plamy przestały mi wychodzić, więc to była u mnie walka. To była walka o to, że ja się uparłam, żeby to prowadzić, a totalnie nie mam naturalnie takich predyspozycji do tego nagrywania wideo, przynajmniej takich psychicznych, tak to ujmę. Natomiast, no dało się. Dało się to wszystko przepracować i dopiero ta praktyka, że co tydzień na te sytuacje stresowe się, jakby to powiedzieć, się...

**MARIUSZ:** Stawiałaś się, aż w końcu udało się...

**OLA:** Wystawiam, dziękuję. Tak, że się stawiam, to dopiero wtedy gdzieś tam organizm zaczął inaczej na to reagować. Chociaż do tej pory, jeśli na przykład mam taki webinar, gdzie zaraz przed webinarzem na przykład nie wiem, mikrofon przestanie działać albo po prostu wiesz, coś, taki przypadek losowy się zrobi, że ja się mocno zaraz przed webinarzem zestresuję, że coś nie działa, to mi te plamy znowu wyjdą. To jest coś, do czego ja się już też, no przyzwyczałam, no ale akceptuję to teraz. Natomiast rozgadałam się trochę o tym wideo, ale no dlatego, że uważam, wracając do twojego pytania, że właśnie to wideo było u mnie najlepszym sposobem na stworzenie zaangażowanej społeczności. I to jest coś, do czego ja będę was zachęcała, więc jeśli nawet wy uważacie, że gdzieś tam nie macie predyspozycji do wideo, to popatrzcie sobie na Gościńską. To być może się okaże, że jednak nie jest tak źle.

**MARIUSZ:** Okej, no ważne, że się udało i że przełamałaś te swoje lęki, swoje strachy.

**OLA:** Tak, dałam radę jakoś.

**MARIUSZ:** I teraz jest okej, to działa rzeczywiście. No dobra, super, fajne, bardzo fajne metody na promocję, ale chodzi mi po głowie jeszcze taka jedna metoda związana z promocją naszego sklepu albo nie tylko sklepu, czy naszych produktów, jak metoda związana z programami partnerskimi, czyli że my uruchamiamy w ramach naszego sklepu program partnerski i czy to ma sens, czy to ma zawsze sens, czy raczej to się słabo sprawdza, bo prowizje są niewielkie? Jak ty do tego podchodzisz?

**OLA:** Ja do swojego sklepu Jestem Interaktywna mam uruchomiony program partnerski. Na webepartners można dołączyć do programu Jestem Interaktywna i tam jakieś procenty dostać w zamian za polecenie moich produktów. Natomiast takie, jakby to powiedzieć, takie codzienne promowanie nie przynosi aż tak dużych rezultatów. Myślę, że tak kilka produktów w ciągu miesiąca z polecenia innych osób się pojawia. Jakie zagrożenia? Ja widzę jedno takie zagrożenie związane z programami partnerskimi, bo często to wygląda tak, że do takich programów partnerskich dołączają takie strony wiesz, jakieś nie wiem, konik, krawacik i tak dalej, takie, które mają mnóstwo samych zniżek, nie wiem, czy kojarzysz takie.

I zazwyczaj to są strony, na które my nie wchodzimy po to, żeby znaleźć rabaty, tylko to są takie strony, które dobrze działają pod SEO i ktoś, kto już ma na przykład intencję kupienia naszego produktu, wpisuje na przykład nazwę naszej firmy, rabat i nagle ta strona wychodzi. I wtedy rozumiesz o co mi chodzi? Oni dostają prowizję za to, że w sumie się wypożyczonowali na frazę naszej strony z dopiskiem rabat.

**MARIUSZ:** Okej.

**OLA:** A i tak by ta osoba kupiła, i tak by kupiła, a my przez to na przykład tracimy tam nie wiem, pięć, dziesięć, ileś procent z produktu, bo płacimy im, bo wypożyczonowali się. Więc takie widzę jedno zagrożenie, natomiast są programy partnerskie, do których wy możecie zapraszać konkretne osoby i to nie jest tak, że każdy na przykład się loguje. Ale są też takie, gdzie można się faktycznie zalogować, ale musicie zaakceptować, no to ja wtedy zazwyczaj przy takiej akceptacji nie biorę pod uwagę tego typu stron, sprawdzam, co to jest za strona, czy to jest na przykład jakiś bloger, czy właśnie jakiś taki nie wiem, agregator rabatów, co idzie po prostu na to, żeby się wypożyczonować.

Natomiast do brzegu, czy warto jest? No myślę, że warto, ale u mnie to się sprawdza przy okazji takich może zamkniętych kampanii. Mianowicie, jeśli ja mam jakąś większą kampanię sprzedażową, to zapraszam konkretne osoby do afiliacji. I wtedy one dostają taki zamknięty program, gdzie dostają wyższą prowizję, ale na przykład te osoby są albo na przykład partnerami tego kursu, że dodają bonus jakiś do tego kursu, albo na przykład dają właśnie jakiś taki bonus, jeśli ktoś zakupi z tego link, to ta osoba dostaje bonus do kursu. Albo też piszą jakieś takie artykuły gościnne razem ze mną. I to jest taka afiliacja, do której ja zapraszam konkretne osoby, które mogą skorzystać i dostać po prostu wyższy procent niż takie osoby, co gdzieś tam przyjdą z ulicy, których nie znam, to z czysto przysłowiowej ulicy niech będzie.

**MARIUSZ:** Okej, no dobrze, a powiedz, bo domyślam się, że swój biznes prowadzisz w zasadzie w stu procentach zdalnie, tak więc teoretycznie możesz go prowadzić z każdego miejsca na ziemi, tam, gdzie jest Internet, to czy w związku z tym planujesz być, a może już jesteś cyfrową nomadką, czyli taką osobą, która podróżuje po świecie?

**OLA:** Nie bardzo.

**MARIUSZ:** Mieszka za granicą w fajnych miejscach i pracuje zdalnie. Nie?

**OLA:** Nie bardzo.

**MARIUSZ:** A jeżeli nie, to dlaczego nie?

**OLA:** Po pierwsze, mój mąż jest programistą na umowie o pracę i pracuje z biura na co dzień, w Poznaniu, więc... a jakoś tak nie czuję potrzeby na samotne wyjazdy. Natomiast ja też jestem taką trochę domatorką. Gdzieś tam wiesz, podróże, wyjazdy owszem, ale bardziej odpoczynkowo. Chociaż

ostatnio mi się zdarzyło, że do Warszawy tak typowo popracować pojechałam na kilka dni, ale to są takie pojedyncze rzeczy.

Nie takie, żeby wiesz, wyjechać do Tajlandii na miesiąc, dwa, może nawet na trzy. Myślę, że to nie do końca jest dla mnie, ale bardzo kibicuję osobom, które tego typu tryb życia prowadzą i też bardzo chętnie na Instagramie, na przykład na Insta Story podglądam, bo to jest zawsze jakaś fajna inspiracja, natomiast na Instagramie mogę chętnie oglądać, ale u siebie w życiu może niekoniecznie. Jednak, no to nie jest dla mnie. Nie jestem takim typem człowieka, co gdzieś tam się przeprowadza non stop.

**MARIUSZ:** Okej, to zaczęłaś mówić o inspiracji i tutaj też chciałem się trochę dowiedzieć od ciebie, może jesteś w stanie wymienić jedną, dwie albo trzy osoby, które właśnie inspirują cię na co dzień do działania. Mogą to być ludzie z Internetu, z Instagrama, podcasterzy, blogerzy, autorzy książek. Masz jakieś takie osoby?

**OLA:** Wiesz co, myślę. Tak, tak, mam takie osoby, jak najbardziej. Przede wszystkim bardzo lubię oglądać Olę Budzyńską. Ola Budzyńska prowadzi biznes Pani Swojego Czasu i uczy zarządzania czasem, głównie kobiety. I bardzo mi się podoba sposób, w jaki Ola prowadzi swój biznes. Właśnie też taki oparty na zaufaniu, pokazujący właśnie bardzo dużo backstage'u, też wszędzie Oli pełno, też cotygodniowe live'y prowadzi, więc mimo że tematyka jest całkiem różna, bardzo mi się podoba sposób prowadzenia przez Olę biznesu. Ostatnio oglądałam też bardzo dużo Joanny Banaszewskiej, nie wiem, czy kojarzysz. Joanna Banaszewska.

**MARIUSZ:** Okej.

**OLA:** Od roku chyba, jakoś od roku dopiero prowadzi swojego bloga, ale przede wszystkim na Instagramie bardzo mocno rozhulała swoje konto. Ma tam jakieś nie wiem, z trzydzieści pięć, czterdzieści tysięcy obserwatorów i ona uczy wiedzy z marketingu, ale takiej bardzo mocno powiązanej z Instagramem, a ze względu na to, że ja na tym Instagramie gdzieś tam od jakiegoś czasu próbuję rozhulać konto, to dużo fajnej, cennej wiedzy u niej znajduję. I teraz tak myślę jakąś trzecią osobę. Tyle pomysłów i wiesz, wybrać teraz konkretną osobę tutaj na podium. Wiesz co, myślę, że wygra kurczę, biją się teraz te wszystkie osoby w mojej głowie. Myślę, że dałabym Nicolę z Mama Ginekolog. Myślę, że dlatego... nie wiem, czy ty wiesz, co ona zrobiła z okazji WOŚP-u.

**MARIUSZ:** Nie wiem.

**OLA:** Wydała... okej, no to słuchaj, wydała ebooki, takie dosyć krótkie ebooki, dała im cenę na jakieś dwanaście złotych, dziesięć złotych plus tam dwadzieścia trzy procent VAT i zrobiła na WOŚP w ciągu tam jednego dnia czy tam weekendu całego taką promocję, że cała kwota z tych ebooków pójdzie na Wielką Orkiestrę. I sprzedała tych ebooków tyle, że robiła przelew na milion dwieście.

**MARIUSZ:** O, to wow.

**OLA:** Na WOŚP.

**MARIUSZ:** Jak to możliwe?

**OLA:** Mało tego, podatki dochodowe wzięła po swojej stronie i dokładała z własnej kieszeni. No po prostu na VAT brała z tych kwot, więc tam cały weekend wszyscy siedzieli, kupowali po kilka tych ebooków, po prostu patrzyli na tą kwotę, która tam non stop rośnie i wszyscy niedowierzali. Więc w momencie, kiedy wiesz, spojrzysz na to ile cała Wielka Orkiestra uzbierała przez weekend, to okazuje się, że wcale nie jest to taka mała kropla w morzu, więc myślę, że to bardziej taka inspiracja, jak można zaangażować swoją społeczność na robienie czegoś wspólnie dobrego, wielkiego i jeśli chodzi właśnie o tą zaangażowaną społeczność, to wlatujcie na profil Mama Ginekolog, czy to tam na Facebooku, czy na Instagramie, zwłaszcza na Instagramie, tam dużo się dzieje, nawet pod takim kątem właśnie, żeby spojrzeć backstage budowania zaangażowanej społeczności.

**MARIUSZ:** Okej, no to nie słyszałem tej historii, więc na pewno zajrzę i bardzo się...

**OLA:** Ja wiem, może tematycznie ciebie ten temat nie interesować, ale mnie też jakieś parentingowe tematy nie interesują, mamą nie jestem, ale tak ze względu na takie wiesz, podglądanie zaplecza, naprawdę to jest ogromna inspiracja.

**MARIUSZ:** Okej, znaczy to szczerze mówiąc, zadaję to pytanie wszystkim moim gościom, których zapraszam do podcastu i bardzo się cieszę, gdy ktoś wymienia osoby z Polski. No to jest dla mnie bardzo pocieszające.

**OLA:** Tak.

**MARIUSZ:** Że tak naprawdę w Polsce też możemy się inspirować do działania.

**OLA:** Zawsze staram się z polskich tutaj, z polskiego podwórka, bo naprawdę mamy cudownych twórców w Polsce. I warto ich wspierać.

**MARIUSZ:** Okej, no dobrze Ola, zbliżamy się już do końca, więc może na koniec powiedz, wymieniłaś już kilka miejsc, gdzie można cię znaleźć w Internecie, ale może jeszcze zrobimy takie podsumowanie.

**OLA:** Dobrze.

**MARIUSZ:** Czyli jeżeli ktoś chciałby się z tobą skontaktować, to gdzie powinien się udać w Internecie, gdzie można cię znaleźć?

**OLA:** Przede wszystkim takim moim głównym centrum dowodzenia jest blog Jestem Interaktywna, pod adresem olagosciniak.pl, ale zresztą, jak wpiszesz Jestem Interaktywna czy Ola Gościniak w Google, to wyskoczy bez problemu. I następnie prowadzę kanał na YouTube pod moim nazwiskiem Ola Gościniak, natomiast większość tych filmików też wrzucam na blogu razem ze skrótami artykułów, czasami też podcastami, więc też na blogu te wszystkie informacje się znajdują. Następnie oczywiście Facebook, Jestem Interaktywna, grupa wsparcia Jesteśmy Interaktywne i jeszcze mamy Instagram. Na



Instagramie bardzo dużo backstage'u na Story pokazuję, więc może to być też interesujące miejsce dla was. Na Instagramie jestem pod Ola Gościński też albo Jestem Interaktywna, da się znaleźć. Albo nazwa bloga, albo imię i nazwisko wszędzie.

**MARIUSZ:** Okej, super. No to co Ola, dziękuję ci bardzo za podzielenie się swoją wiedzą ze słuchaczami podcastu. Bardzo było mi miło ciebie gościć tutaj. No naprawdę podzieliłaś się sporą dawką wiedzy. To mnie bardzo cieszy.

**OLA:** Dzięki.

**MARIUSZ:** Pewnie też skorzystam z części twojej wiedzy w przyszłości. No i jeszcze raz dzięki.

**OLA:** Dzięki wielkie. Dzięki za uwagę.