

Tytuł nagrania: KW 013: Pomysł na pracę z domu – program partnerski z bardzo niszowymi produktami

MARIUSZ KOBAK: Cześć Łukasz i cześć Karol.

ŁUKASZ UJMA: Cześć, cześć.

KAROL KOWALCZUK: Witam serdecznie.

ŁUKASZ: Witamy serdecznie z tej strony.

MARIUSZ: Szczerze mówiąc to jest pierwszy raz, kiedy nagrywam podcast z dwójką gości, więc mam nadzieję, że wyjdzie całkiem fajnie i dyskusja będzie ożywiona. Więc może...

KAROL: To też jest nas pierwszy raz we dwójkę 😊

ŁUKASZ: Dokładnie.

MARIUSZ: No to także super, zgraliśmy się. To może na początek powiedzcie, kim jesteście i czym się zajmujecie na co dzień.

ŁUKASZ: Może zaczniemy ode mnie. Łukasz Ujma, prywatnie jestem tatą dziesięcioletniej Ewy i to, że pojawiła się w moim życiu ta mała istota całkowicie wywróciło mi to życie do góry nogami. Wcześniej wspinacz, grotolarz, alpinista, akwarysta, hodowca żółwi wodnych, kolekcjoner, no teraz pochłania mnie jednak ta mała istotka, która pojawiła się w moim życiu, chociaż staram się nie popadać w taki skrajny szal rodzicielstwa, znajduję od czasu do czasu odrobinę chwili dla siebie, żeby coś przeczytać, żeby wyjść do kina. Raz w tygodniu staramy się z żoną być we Wrocławskim Ogrodzie Zoologicznym, ponieważ przyroda to nasza pasja.

Od dwudziestu lat zawodowo zajmuję się sprzedażą na odległość. Kiedyś to były zupełnie inne możliwości techniczne w stosunku do tego, co jest dzisiaj. Od dziesięciu lat pasjonuje mnie sprzedaż przez Internet. Sprzedaż przez Internet to jest coś niesamowitego, coś fascynującego z tego powodu, że w momencie, kiedy powstaje oferta, kiedy ja tak naprawdę zaczynam mówić do klienta, ja nawet nie wiem, kim ten klient będzie, a muszę to zrobić na tyle profesjonalnie i przygotować to w na tyle komfortowy sposób, żeby ten klient chciał u mnie zostawić swoje pieniądze. I to, jak ja go znajduję, jak do niego docieram, jak tworzę cały ten przekaz, to jest coś tak pochłaniającego, że oddaje się temu z pasją od dziesięciu lat.

MARIUSZ: No to rzeczywiście człowiek orkiestra, ale mocno zorientowany na sprzedaż, szczególnie tę w Internecie.

ŁUKASZ: Zgadza się.

KAROL: Mariuszu, jeżeli chodzi o mnie, prywatnie jestem mężem kochającej żony, która świetnie gotuje i ojcem dwójki fantastycznych dzieciaków, Jasia i Ani, a także miłośnikiem kotów. Zawodowo z pasji i z doświadczenia jestem startupowcem, który stara się znajdować różne nieszablonowe rozwiązania na trudnych rynkach. I to prywatnie może tak wstępem tyle o mnie.

MARIUSZ: Okej, no to bardzo ciekawe, mamy coś wspólnego. Też otwieram mój mały startup, ale może nie będziemy drążyć tego tematu. Karol, mam do ciebie takie osobiste pytanie, bo słyszałem pewną ciekawą historię o tobie i chcę bardzo zapytać się o to, bo wiem, że przeżyłeś kiedyś na własnej skórze wypalenie zawodowe, pracowałeś nad czymś zupełnie innym i może, jeżeli to nie tajemnica, to powiedz coś więcej na ten temat, jak do tego doszło, że zmieniłeś branżę, w której działasz?

KAROL: Wypalenie zawodowe bierze się z tego, że człowiek chce dużo zrobić, dużo bierze dla siebie i no zaczyna się skupiać tylko na jednej rzeczy. W moim wypadku to była praca. Prowadziłem swój własny biznes, pracowałem po dziesięć, po dwanaście godzin, chciałem być najlepszy. Dużo udało mi się osiągnąć, ale kosztem siebie samego. No i w pewnym momencie przyszedł taki czas, gdzie miałem już dosyć, wypaliłem się, nic mnie nie cieszyło i musiałem... w język startupowców mówi się zrobić pivot.

Więc zrobiłem pivot, odbiłem w bok, zacząłem skupiać się bardziej na sobie, na rozwijaniu swoich pasji. I trafiłem do klubu Toast Masters, gdzie zacząłem uczyć się przemawiać publicznie i budować zespoły. I tam odnalazłem swoją pasję i finalnie nowe zajęcie, które sprawia mi niesamowitą frajdę, więc nie dość, że mam fajną pracę, to jeszcze sprawia mi ona radość, więc w ten sposób udało mi się przezwyciężyć to wypalenie zawodowe.

ŁUKASZ: Tak, żeby ocieplić i jednocześnie pokazać, że nie jest to nic nadzwyczajnego, to ja przyznam się, że dwadzieścia lat temu, zanim zacząłem się właśnie zajmować sprzedażą na odległość, prowadziłem swoją agencję reklamową, pracowałem po szesnaście, po osiemnaście godzin na dobę, siedem dni w tygodniu i też w pewnym momencie doszedłem do tego miejsca, w którym patrzy się w terminarz i widzisz tam tylko i wyłącznie sprawy zawodowe. Przystajesz widzieć tam siebie. I w tym momencie przychodzi takie olśnienie, co ja tu robię.

Przecież życie to nie tylko praca i kolejne terminy, kolejni klienci. Wtedy przyszły góry, wtedy przyszedł alpinizm, poznałem kilka bardzo ciekawych osób i to z nazwiskami z pierwszych stron gazet często, które powiedział, że ale spokój, to tylko praca, tylko biznes. Ty poszukaj w tym wszystkim siebie. I wtedy znalazłem właśnie sprzedaż na odległość i uważam, że każdy dojrzały menadżer powinien się przyznać do tego, że taki moment w swoim życiu kiedyś miał. Tego nie należy ukrywać, nie należy się z tym chować, tylko wręcz przeciwnie, należy powiedzieć to jest normalne. Każdy z nas musi znaleźć w swoim życiu zarówno prywatnym, jak i zawodowym, to, co będzie dawało szczęście, spełnienie. To, co będzie dawało ten power, że kiedy przychodzi poniedziałek rano i budzik dzwoni, to nie jest to na zasadzie muszę się ten, tylko się zrywam, bo znowu zaczyna się kolejny dzień, kolejna fajna przygoda.

MARIUSZ: No dokładnie, ja mam podobne podejście do waszego. Ja nie przeżyłem wypalenia zawodowego, tak mi się wydaje, chociaż miałem taki moment w życiu, rzeczywiście zastanawiałem się, dlaczego ja to robię, tak? Że pracuję gdzieś tam dla pieniędzy, a nie dlatego, co lubię robić, ale zmieniam takie podejście właśnie na takie, żeby robić więcej tego, co lubię robić i co mi rzeczywiście daje satysfakcję albo co jest związane z moimi zainteresowaniami. Więc dlatego, czy macie taką jedną radę, co zrobić, jeżeli ktoś myśli już, że jest w takim momencie wypalenia zawodowego, czy powinien się zatrzymać, zastanowić się, co lubi robić w życiu, nawet nie zawodowo, skupić się na tym na chwilę i dopiero potem ruszyć dalej? Czy tak to wyglądało w waszym przypadku?

KAROL: Odpowiem, jak mawiał klasyk z filmu, musisz sobie odpowiedzieć na jedno ważne pytanie, co chcesz w życiu robić, a potem po prostu zacznij to robić. No to faktycznie tak działa. To jest najprostsza rada, którą można zastosować. Jak ktoś przeżył wypalenie zawodowe i jest w trakcie tego wypalenia, no to musi robić to, co sprawia radość i najlepiej znaleźć coś, co będzie można było robić zawodowo, co cię kręci, tak?

ŁUKASZ: Znaczący, no należy się zatrzymać, spojrzeć w tył, spojrzeć do przodu i sprawdzić, czy to, co widzisz z tyłu, chcesz widzieć z przodu. Bo jeżeli to, co widzisz z tyłu, chcesz widzieć z przodu, pracuję po te szesnaście godzin na dobę, sprawia mi to frajdę i to mi daje spełnienie, no to nie wszyscy musimy mieć pasję, nie wszyscy musimy zbierać monety, hodować żółwie wodne czy wspinać się w górach. No umówmy się, dla kogoś pasją może być to, co robi. I tutaj też nie ma nic złego. Jeżeli jesteś taką osobą, to super, no. Zrobiłeś najfajniejszy deal życia, ze swojej pasji uczyniłeś źródło utrzymania, super.

MARIUSZ: No dokładnie. Dokładnie tak to działa. No i dokładnie to jest takie proste, tak? Trzeba się zatrzymać, pomyśleć, tylko to muszą być takie głębokie przemyślenia. Zastanowić się, co lubimy robić, no i iść w tym kierunku, robić małe kroczki, żeby realizować swoje pasje, nawet jeżeli one nam jeszcze nie dają pieniędzy. I to, co...

ŁUKASZ: Dokładnie, ale Mariusz, to jest proces. To zajmuje ileś czasu. Musisz być w tym procesie wytrwałym. To może zająć... niektórym zajmie pół roku, mi to zajęło na przykład dwa lata, dojdzie do tego miejsca, w którym praca stała się dla mnie znowu pasją. Ważne, żeby cały czas mieć otwartą głowę, być otwartym na okazje, które się po drodze nadarzają, tak? I mieć tę wizję. Bo przyjdzie taki moment, w którym skorzystasz z tej jednej okazji i wszystko może się jednego dnia tak naprawdę odmienić.

MARIUSZ: Tak, mnie osobiście wydaje się, że dużo ludzi wykonuje taką pracę, której nie do końca lubi i tutaj Internet przychodzi z pomocą, bo dużo ludzi szuka takich zajęć, które można robić, wykonywać przez Internet. I czasami to jest dobra droga. I stąd mam do was kolejne pytanie, ponieważ mój blog, mój podcast porusza się w tematach związanych z biznesem online, dochodami pasywnymi, wolnością finansową, napisałem nawet na blogu kiedyś artykuł z dwudziestoma dwoma pomysłami na generowanie dochodów pasywnych w taki czy inny sposób, jest w Internecie dużo różnych opinii na temat dochodów pasywnych, czy to jest możliwe, czy to nie jest możliwe, więc tutaj chciałem poznać

waszą opinię, wasz punkt widzenia na to, czy dochody pasywne prowadzą w ogóle do wolności finansowej, czy te dochody pasywne to rzeczywiście jest coś prawdziwego, czy to tylko mit, jak wy to rozumiecie?

ŁUKASZ: Znaczący w dochodu pasywnego jest jak najbardziej możliwe, tylko najpierw trzeba zacząć całą historię od mamy i taty, czyli to, jak postrzegamy dochód pasywny. Dochód pasywny według nas to jest, jak sama nazwa wskazuje, mamy jakieś przychody, mamy jakieś pieniądze, które wpadają do naszego portfela i dzieje się to pasywnie, czyli bez większego zaangażowania z naszej strony. Takim najprostszym przykładem, który każdy zrozumie, czym jest dochód pasywny, to jest wynajem nieruchomości. Mam nieruchomość, nie muszę już nic robić, wynajmuję ją, z tytułu czynszu mam dochód i to jest dochód pasywny.

Z tymże dochód pasywny, taki rzeczywiście prawdziwie akademicki, czyli kiedy tam nic już nie trzeba robić, w to nie do końca wierzę, bo nawet, jak się ma tą nieruchomość, to od czasu do czasu trzeba poszukać nowego najemcy, trzeba od czasu do czasu ją pomalować, trzeba od czasu do czasu zapłacić podatek od nieruchomości. Nie ma takiego dochodu pasywnego, który byłby całkowicie pasywny z naszej strony, kiedy moglibyśmy się już oddać naprawdę tylko i wyłącznie popijaniu drinka z palemką gdzieś na jakiejś karaibskiej wyspie. No coś takiego nie istnieje. Zawsze ta pasywność jest bardziej lub mniej aktywna. I takie sposoby na życie istnieją i model biznesowy, który reprezentujemy, o którym chcemy dzisiaj z tobą porozmawiać, jest właśnie jednym z takich pomysłów. Ale o tym może za chwilę. Karol, chcesz coś dodać do tego?

KAROL: Ja tylko dodam od siebie taką jedną rzecz, żeby nie traktować tego dochodu pasywnego jako coś, co rozwiązuje wszystkie problemy, no bo żeby gdzieś dojść, tak naprawdę trzeba pracować, tak? Nie wierzę w dochody, które spadają z nieba, natomiast wierzę w pracę, w ciężką pracę, która ten dochód pasywny z czasem może wypracować. Trzeba być konsekwentnym, wytrwałym, umieć planować strategicznie długofalowo.

ŁUKASZ: I tutaj najlepsze porównanie, jakie mi przychodzi w tej chwili do głowy, to jest to, o czym Karol powiedział, czyli ten czas, który nas dzieli od tego momentu pełnej wolności finansowej, czyli takiej sytuacji, w której już naprawdę mogę robić to, co kocham i nie muszę się martwić o to, czy jest dziesiąty, czy jest piętnasty, czy jest dwudziesty czwarty miesiąca. Jak wchodzę do sklepu, to wiem, że zawsze na tym koncie będą pieniądze. To można porównać do toczenia kuli śnieżnej, że trzeba zacząć od małej śnieżki, którą na początku trzeba hołubić, chuchać, dmuchać, żeby ona nam urosła, a w pewnym momencie ten efekt kuli śnieżnej samych nas może zaskoczyć, ponieważ ta kula nabierze już tyle śniegu, że naprawdę to życie w fazie wolności finansowej będzie możliwe.

MARIUSZ: I to chyba też tak jest, że nawet te osoby, które są wolne finansowo, bo to jest możliwe i pewnie wy znacie takie osoby, ja też je znam, one nawet jeżeli wyjechały na tą plażę i popijały drinki z palemką na plaży, no to po jakimś czasie stwierdziły, że no to jest nudne, to nic nie daje, więc one wracają do pracy, tylko że pracując nad tym, co lubią, tak? Więc to nie jest tak, że jeżeli już się osiąga

ten dochód pasywny i wolność finansową, to się nic nie robi. Te osoby cały czas pracują, rozwijają się, wspierają innych.

KAROL: Zgadza się.

MARIUSZ: To jest ciekawe.

KAROL: Zdecydowanie. Oni są cały czas w ruchu, ich pieniądze są w ruchu. Tak naprawdę, jak ktoś już dojdzie do pewnego pułapu finansowego, no znam wielu takich ludzi, to są niespokojne duchy, one szukają czegoś nowego, co będzie im dawało power, co będzie ich kręcić i robią to z pasji, a przy okazji jeszcze zarabiają pieniądze, tak? I powiększają ten dochód finansowy. To jest jak najbardziej możliwe.

MARIUSZ: Dokładnie. Ale okej, to zejdźmy trochę na ziemię, zanim dotrzemy do tej wolności finansowej, no to jednak warto zacząć generować te przynajmniej niewielkie dochody pasywne na początku, tak? Czyli musimy tą swoją małą kulkę śniegową zacząć lepić, zanim ona się zamieni w wielką kulę śniegową i pociągnie większe dochody za sobą. No i ja znam sporo metod na generowanie dochodów pasywnych, oczywiście w zasadzie w każdą z tych metod trzeba włożyć sporo pracy na początek i jedną z takich metod, którą ja sam stosuję, jest afiliacja, czyli polecanie produktów innych osób. No i czy możecie powiedzieć coś na ten temat, taki właśnie model zarabiania na afiliacji, jakie on ma swoje plusy i minusy? I co to jest ta afiliacja?

ŁUKASZ: Najprostszą znowu definicją afiliacji, jaką my żeśmy sobie przyjęli tak dla naszych potrzeb, kiedy tworzyliśmy projekt Second Job, to było afiliant, czyli osoba, która zajmuje się polecaniem produktów i jest takim pomostem, takim łącznikiem pomiędzy sprzedawcą, który ma pewne dobra do sprzedania, a kupującym, który tych dóbr potrzebuje. Afiliant tutaj może spełniać tak naprawdę trzy funkcje. Pierwszą funkcją to jest polecenie konkretnego dobra, ponieważ wiem, że ten kupujący tego dobra potrzebuje. Druga funkcja to jest polecenie platformy, miejsca, w którym mogę różne dobra kupić, o których wiem, że ten kupujący ich potrzebuje.

I trzeci sposób to jest dotarcie do klienta, który nie zdaje sobie sprawy, że ma pewne potrzeby, ale afiliant je widzi, uświadamia tego klienta, że te potrzeby mogą być realizowane w inny sposób niż są realizowane dotychczas i poleca właśnie albo zespół specjalistów, którzy pomogą te potrzeby, te problemy rozwiązywać, albo poleca produkt, który te problemy rozwiązuje.

MARIUSZ: Okej, Łukasz, bo wymieniłeś tutaj nazwę waszej platformy, secondjob.pl, no i właśnie o to chciałbym was zapytać, bo stworzyliście tę platformę, rozwijacie ją, więc może powiedzcie trochę więcej, co to jest za platforma i jaką mieliście motywację za jej stworzeniem, co chcieliście osiągnąć przy pomocy tej platformy?

ŁUKASZ: Impulsem do stworzenia modelu biznesowego, jakim jest Second Job, modelu, w którym każdy tak naprawdę może przystąpić do programu partnerskiego i polecać produkty z oferty distripark.com, czyli naszej firmy matki, w której tak naprawdę jesteśmy zatrudnieni, była filozofia, była

potrzeba, jaka się zrodziła w momencie, kiedy powstał distripark.com. Distripark.com to platforma sprzedażowa, która jest standardowym sklepem internetowym, z koszykiem, z płatnością kartą, z przesyłką za pobraniem, no jest tam ta wyjątkowość, że można również wybrać, jeżeli ma się do tego uprawnienia, płatność przy pomocy kredytu kupieckiego, ale to, co jest clou, takim creme de la creme tego przedsięwzięcia to jest to, czym handlujemy.

Handlujemy ciężką chemią, handlujemy sodą kaustyczną, handlujemy kwasem solnym, kwasem azotowym, kwasem siarkowym, chlorkami, tlenkami, związkami przeróżnymi chemicznymi. I na samo brzmienie nazw tych produktów pewnie połowie słuchaczy zjeżył się włos na głowie, co to w ogóle jest i kto to w ogóle kupi. No i stąd właśnie pomysł na program afiliacyjny, ponieważ najlepszym sposobem na dotarcie do klienta wydawał nam się właśnie program partnerski, w którym partner, znając ofertę Distripark, odnajduje w swoim najbliższym otoczeniu, czy to prywatnym, czy to zawodowym, czy to w jakiś inny sposób, stwierdza, że ma pomysł na to, kto mógłby być tym produktem zainteresowany, poleca ten produkt i w zamian za to polecenie otrzymuje prowizję.

I to tak powstało jak gdyby samo z siebie. To była naturalna kolej rzeczy po tym, jak powstała oferta Distripark, powstał pomysł na program partnerski, później przyszła nazwa Second Job, ponieważ wychodzimy z założenia, że tak, jak każdy inny dochód pasywny, również tutaj trzeba go budować powoli. Nie wolno zrezygnować z tego first job tylko po to, żeby się rzucić z wielkim hukiem w wir second job, ponieważ, no można po prostu się potknąć, a kiedy mamy ten first job, możemy zdobywać kontakty, możemy to rozwijać i w momencie, kiedy osiągniemy ten pułap bezpieczny, wtedy możemy z tego second job zrobić to first job, ale nie wcześniej.

MARIUSZ: Okej. Czyli stąd ta nazwa, Second Job, czyli takie dodatkowe zajęcie, rozumiem, że proponujecie, żeby skupić się na tym jako takiej dodatkowej pracy po godzinach, przynajmniej na początku.

KAROL: Dokładnie.

ŁUKASZ: Dokładnie.

MARIUSZ: No dobra, czyli ja to rozumiem, czyli to jest program partnerski, w ramach którego poleca się produkty, no takie dosyć niszowe, chemiczne. Nie każdy może wiedzieć, do czego one służą. Może to mieć swoje plusy i minusy. Ja widzę taki plus, no że to są produkty typowo niszowe, rynek nie jest na nie duży, więc tak naprawdę nie ma bardzo dużej konkurencji, przynajmniej w Internecie, pewnie na takie produkty. I stąd moje pytanie, czy pracując na etacie w jakiejś zupełnie innej branży, czy z powodzeniem można rozkręcać taki swój mały biznes online oparty właśnie na poleceniu produktów z Second Job? Bo wy pewnie macie już większe doświadczenie z tym i jesteście w stanie powiedzieć, jak to działa. Czy taki biznes online działa, czy on rzeczywiście przynosi takie dodatkowe dochody, które są odczuwalne w budżecie domowym?

ŁUKASZ: Jak najbardziej tak. Szczególnie właśnie to działanie online, o którym mówisz, jest nam bardzo bliskie. Stworzyliśmy nawet specjalny program dla twórców internetowych. Można go na naszym Q&A prześledzić, tam jest artykuł na ten temat, ale również materiał wideo. Co prawda ten materiał jest oparty o osobę, która prowadzi lifestyle'owego bloga, ale tutaj nie należy się jak gdyby focusować tylko na tych lifestyle'ówkach, równie dobrze może to być blog, może to być landing page, może to być witryna, może to być jakaś inna forma twórczości, typu kanał na YouTube, który jest skierowany do konkretnej grupy docelowej, do konkretnej grupy na przykład zawodowej czy też hobbystycznej, i tak jak na przykład docierasz ze swoim przekazem.

Podam tutaj przykład z życia, bo to chyba najbardziej interesuje naszych słuchaczy, mamy jednego partnera, który jest właścicielem browaru kraftowego. Podczas dyskusji na forum internetowym na temat tego, czy do dezynfekcji w browarnictwie używać sody kaustycznej, czy też używać lepiej podchlorynu sodu, chodzi o to, czy ten posmak później jest w piwie wyczuwalny, czy też niewyczuwalny, a dyskusja ta odbywała się podczas targów piwnych w Niemczech. Ten człowiek stwierdzi, że wiecie co, bez względu na to, czy używacie sody kaustycznej, czy podchlorynu sodu, to możecie go kupić w dobrej cenie w distripark.com, a jeszcze jak podacie ten kod rabatowy, to będziecie mieć trzy procent rabatu od tych cen, które sobie wynegocjujecie, i w ten sposób, opierając się na swojej charyzmie, na swojej pozycji w tym środowisku, ten człowiek zbudował nam bardzo fajny rynek na właśnie sodę kaustyczną, podchloryn sodu, na rynku niemieckim wśród browarów kraftowych.

Taki sam pomysł można mieć w stosunku do każdej innej branży, każdej innej wąskiej specjalizacji. Powiedziałeś, że te produkty są dosyć niszowe. Im bardziej niszowy produkt, tym większa siła w osobie, która ma do tego środowiska dostęp. Jeżeli prowadzisz bloga na przykład czy też udzielasz się na forum rolniczym i wypowiadasz się na przykład, ponieważ masz tą wiedzę, sam hodujesz na przykład krowy, jesteś w stanie wykorzystać to, co posiadasz, czyli posiadasz tą charyzmę, posiadasz ten autorytet, który sobie wybudowałeś w środowisku, do tego, żeby przy pomocy tej afiliacji zarobić dodatkowe pieniądze. My żeśmy stwierdzili, że jest to świetny sposób na monetaryzację właśnie takich blogów bardzo tematycznych, bardzo wąskich, często zrzeszających kilka, kilkadziesiąt, kilkaset osób, ale wiedzących, co mówią, o czym mówią i zainteresowanych tematem.

MARIUSZ: Okej. A mam jeszcze takie pytanie, bo może zrobimy trochę krok wstecz, bo programy partnerskie to jest nadal sprzedaż, tak? Sprzedajemy czy polecamy produkty, których my nie produkujemy, produkuje inna firma, my zarabiamy na prowizji, więc pytanie jest takie, do kogo chcecie dotrzeć ze swoją platformą? Czy chcecie dotrzeć do profesjonalistów, którzy zajmują się sprzedażą, czy chcecie też dotrzeć do takich zwykłych ludzi, tak jak powiedziałeś, którzy mają blogi tematyczne bądź nawet lifestyle'owe, czyli o wszystkim? To do kogo jest skierowana ta platforma Second Job?

KAROL: Już Mariuszu odpowiadam na to pytanie. My szukamy dwóch rodzajów osób. Są to dwie grupy. Pierwszą są to zawodowi handlowcy, którzy specjalizują się w sprzedaży produktów B2B. Mogą być to osoby, które na przykład zmieniły branżę i mają kontakty z poprzedniej firmy i chcą je zmonetyzować, tak? Mają cały notes kontaktów, cały telefon i dzięki naszemu portfolio mogą docierać do tych klientów,

po prostu na tym zarabiać. Drugą grupą są, ja nazywam te osoby entuzjastami. To są ludzie, którzy są troszeczkę szaleni, zwariowani, chcieliby spróbować czegoś nowego, są wytrwali, konsekwentni i chcą pokazać, że da się coś zrobić.

Takie osoby jak najbardziej odnoszą sukcesy w naszym programie partnerskim. To tak jak w każdym zajęciu, najważniejszy jest pomysł i sposób, i takie systemowe działanie. To, co jest wyjątkowe w Second Job'ie, to, co jest wyjątkowe w naszej platformie distripark.com, to to, że mamy bardzo wiele tych produktów. To jest w tej chwili około trzy i pół tysiąca pozycji i to się cały czas rozwija. I dla wielu z tych produktów klientem docelowym jest kto inny, więc jeżeli trafi na nas zawodowy handlowiec B2B i zobaczy, jakie mamy portfolio, zobaczy, jak wiele jest grup docelowych, to może działać systemowo. Stwierdzi, że okej, zacznę od trzech produktów, zapoznam się z nimi, dowiem się, kto tego używa, do czego, do jakich zastosowań i zacznę działać systemowo.

Jednym z takich systemowych działań, skutecznych, jest na przykład masowy email marketing. To jest coś, co przynosi bardzo dobry efekt pod warunkiem, że robi się to po pierwsze, zgodnie z prawem, a po drugie, umiejętnie. My przede wszystkim nie dajemy jednoznacznych wytycznych do tego, jak z nami działać, tak? Nam zależy na tym, żeby to partnerzy sami szukali tych sposobów dotarcia do klientów. Bardzo często jest tak, że my się uczymy od tych naszych partnerów i uczymy się na bieżąco. Naprawdę ja jestem czasami zdziwiony, jak wiele jest niekonwencjonalnych metod docierania do tych klientów.

ŁUKASZ: Znacząco najlepiej zawsze brać przykłady z życia, bo one najbardziej przemawiają. Jeden z naszych partnerów, który odnosi największe sukcesy w naszym programie, kiedyś przyznał się, że całe życie chciał założyć swoją własną firmę. Tylko swoją własną firmą wiązała się z tym, że trzeba mieć pomysł na to, co, trzeba mieć pieniądze na to, żeby wynająć ten magazyn, żeby go zatowarować, a później ten towar trzeba sprzedać. Tymczasem przyszedł do nas i okazało się, że towar ma, ofertę ma, witrynę ma, za nic nie musiał płacić i teraz może zrobić taki proof of concept, czy ja się w tym sprawdzę, czy to jest dla mnie.

I w tym momencie, kiedy wychodzi taki mailing od nas do wszystkich partnerów top 5 raz w miesiącu, czyli ta topowa piątka, kto najwięcej zarobił, oczywiście to jest anonimizowane, czyli tam nie wynika z tego, kto ile zarobił, tylko te pięć najwyższych prowizji, to ten człowiek się nam przyznaje, że jak ten mail przychodzi, to on jest uzależniony od tego, żeby być na pierwszym miejscu. I gdzieś ta rywalizacja w nim tkwi, nie dlatego żeby zarobić, dlatego żeby to było, że ja jestem najlepszy. On jest uzależniony od tego, żeby dobrze w tym wypaść.

MARIUSZ: Powiedziałeś bardzo fajną rzecz o programach partnerskich, bo to rzeczywiście tak jest, nie musimy, my jako zwykli ludzie, zanim założymy firmę, nie musimy brać tego całego ryzyka na siebie związanego z firmą, tak? Skoro mamy już gotowy produkt, mamy całą logistykę, obsługę płatności i tak dalej, no to my możemy tylko zająć się sprzedażą i zobaczyć, czy ten produkt się sprzedaje, czy my potrafimy sprzedawać, więc cały ten proces jest dla nas mocno uproszczony, więc my tutaj możemy sami się sprawdzić, czy polecanie produktów innych tak jakby to były nasze produkty, to o to chodzi w

programach partnerskich, czy to rzeczywiście działa dla nas, więc to mi się podoba, takie podejście, bo rzeczywiście takie podejście, jeżeli ktoś chce działać w programach partnerskich, no to tak ono powinno wyglądać.

ŁUKASZ: Poza tym tutaj, jeżeli na przykład masz kontakty nie wiem, w Norwegii, wiesz o tym, że w Polsce występuje jakiś problem w przemyśle drzewnym i chcesz dotrzeć do tego przemysłu drzewnego w Norwegii, docierasz do pierwszego, a wiadomo, że pierwszy kontakt spalisz, no bo nic nie wiesz, nic nie umiesz, nic nie potrafisz. Drugi kontakt spalisz, trzeci kontakt spalisz, ale w jedenastym ci wyjdzie. No gdyby to była twoja firma, no to w międzyczasie musiałbyś płacić ZUS, musiałbyś płacić podatki, musiałbyś wszystko, utrzymywać cały magazyn.

Gdybyś był na etacie, no to nad tobą stałby szef i po trzecim takim spalonym kontakcie byś miał już, delikatnie rzecz ujmując, mocno natarte uszy, a tutaj możesz ten proof of concept robić. Po pierwsze, w Second Job nie ma progę wejścia. To znaczy, wystarczy się do tego programu zgłosić, wystarczy podpisać z nami umowę zlecenie i jesteś w programie. Nie musisz nic kupować, nie musisz realizować żadnych limitów sprzedaży. Jedyne, do czego zobowiązuje ta umowa, to nas zobowiązuje do wypłaty prowizji, jeżeli dojdzie do sprzedaży z twojego polecenia.

KAROL: To, o czym wspomniał jeszcze Łukasz, tutaj tak uzupełnię, bo Łukasz powiedział o Norwegii, to jest kluczowa sprawa, bo my nie działamy tylko w Polsce. Mamy swoje spółki fizycznie, też swoje biura, w Niemczech i w Czechach. Mamy też sklep anglojęzyczny, distripark.eu. I otwieramy krajowe strony w różnych krajach. W tej chwili lada dzień odpalimy Francję, mamy też swój landing page w Holandii, planujemy jeszcze uruchomić Szwecję, Danię, Austrię, w przyszłości też niedalekiej Włochy. I ja się osobiście do tej pory nie spotkałem z takim programem partnerskim, który partnerom pozwalałby działać w skali kontynentu.

I to jest unikalne. Czegoś podobnego nie spotkałem. Dlaczego się rozwijamy na tą zagranicę? To też jakby pochodzi tak naprawdę z rynku. Jeden z naszych partnerów dotarł do Polaka, który mieszka za granicą. Ten Polak też stał się naszym partnerem, no i wspólnie działając doprowadzili do transakcji na kilkadziesiąt tysięcy złotych i prowizja za to zamówienie wynosiła trzy tysiące do podziału na dwóch partnerów. I to nam uświadomiło, że my nie musimy tylko skupiać się na Polsce. My możemy działać w całej Europie, bo my mamy tak szerokie portfolio, mamy tak bardzo dużo produktów, tak bardzo dużo tych różnych grup docelowych, działamy w zglobalizowanym świecie, w Unii Europejskiej, gdzie mamy tak naprawdę bardzo dużą wartość w postaci tego wspólnego rynku. Nie mamy żadnych granic. I my możemy zarabiać w całej Europie.

ŁUKASZ: Ale Karol, przerwę ci, zaczynając od tego portfolio, ono też nie wzięło się z niczego. Bardzo często jest tak, że to partner do nas dzwoni i mówi słuchajcie, bo ja mam taki kontakt i on potrzebuje dwucykloheksocze goś tam, dacie radę? Bo to jest trudno dostępne, bo na przykład jest to prekursor do produkcji materiałów wybuchowych i jest to trudno kupić na rynku, a ten facet używa to do produkcji plastiku, bo musi mieć jakieś tam coś tam. No i w tym momencie nasi zakupowcy stają na uszach,

zdobywają ten heksahydrocoś tam, negocjują dobrą cenę, bo mamy do tego siłę, bo jesteśmy dużym kupującym i taka transakcja dochodzi do skutku.

Czasami trwa to dwa dni, czasami dwa tygodnie, czasami dwa miesiące, ale takie transakcje też nie są niczym dziwnym, niczym nadzwyczajnym. Cały system jest bardzo flexy. My nigdy nie zamykamy się na naszych partnerów. Nigdy się nie zdarzy tak, że partner do nas zadzwoni czy też napisze z jakimś problemem i my go zostawimy z tym samego. Jeżeli istnieje jakikolwiek problem, zawsze możesz do nas zadzwonić, zawsze możesz się zwrócić. Jeżeli sami nie potrafimy go rozwiązać, to znajdziemy kogoś, kto go rozwiąże. Też często pada takie pytanie ze strony partnerów, a co będzie, kiedy ten znaleziony przeze mnie klient do was zadzwoni i będzie chciał złożyć przez telefon zamówienie. I co wtedy? Czy ja z tego otrzymam prowizję?

No i na to odpowiedzią jest cała filozofia, wokół której jest zbudowany Second Job. To znaczy, w momencie, kiedy logujesz się do systemu, otrzymujesz swój niepowtarzalny, unikalny kod rabatowy. Ten kod rabatowy z jednej strony daje rabat klientowi, a z drugiej strony nam mówi, od kogo ten klient pochodzi, kto polecił tą transakcję. Taki klient, kiedy dzwoni przez telefon, ma z tyłu głowy cały czas ten rabat, który dostanie. Już to leży w jego interesie, żeby zadbać o to, żebyśmy my się o tym kodzie dowiedzieli, bo każdy chce kupić jak najtaniej. I tutaj nie ma zagrożenia, że jakiś klient będzie przyprawiony, mówiąc kolokwialnie, przez partnera i partner z tego nic nie dostanie.

MARIUSZ: A powiedzcie jeszcze, bo szczerze mówiąc, ja już się zarejestrowałem w waszym programie, mam już mój unikalny kod rabatowy.

ŁUKASZ: O, miło.

MARIUSZ: I teraz zastanawiam się, bo powiedzieliście, że można działać w całej Europie, tak? Może nie w całej, ale w kilku krajach, więc sklepy są w różnych wersjach językowych, to pytanie jest takie, czy ten mój unikalny kod zadziała we wszystkich tych sklepach, czy tylko w jednym, polskim?

KAROL: Na chwilę obecną ten system kodów rabatowych działa tylko w sklepie polskim. No jakby pisanie informatyki to są bardzo duże pieniądze i na chwilę obecną my ten system z kodami rabatowymi dopracowujemy na polskim sklepie. I docelowo te kody też będą działać na tych innych domenach. W tej chwili te transakcje zagraniczne wyglądają w ten sposób, że kiedy partner znajdzie klienta za granicą, my transakcję przeprowadzamy jakby poza systemem.

Wystawiamy fakturę proforma, klient nam płaci, po zakończeniu tej transakcji w polskim sklepie przeprowadzamy taką transakcję techniczną, żeby partnerowi naliczyła się prowizja. Także w tej chwili, odpowiadając na twoje pytanie tak krócej, jeszcze te kody nie działają wszędzie, ale to nie przeszkadza naszym partnerom w zarabianiu pieniędzy na transakcjach zagranicznych. Te transakcje zagraniczne z reguły opiewają na większe wartości, no tak jak...

ŁUKASZ: Ze względu przede wszystkim na koszty transportu, które trzeba przeliczyć po prostu na większą ilość produktu i taka transakcja też bardzo rzadko jest realizowana w stu procentach online. Taki klient, który musi zapłacić kilkanaście, kilkadziesiąt tysięcy euro, on chce zadzwonić, on chce pogadać, on chce mieć pewność, że to nie jest jakaś, no mówiąc kolokwialnie, ściema.

KAROL: Dokładnie. I tutaj jest potrzebny ten kontakt do naszego partnera, który zna tego finalnego odbiorcę i zaręczy za nas, że my jesteśmy rzetelną, poważną firmą. To było niesamowite przeżycie Mariuszu, kiedy ja po raz pierwszy dostałem przelew na dwadzieścia kilka tysięcy euro. No i potem się dowiedziałem od naszego partnera, że klient się zdecydował, dlatego że partner za nas poręczył, tak? Powiedział temu klientowi, że to jest porządna, rzetelna firma i oni ci na pewno ten towar wyślą, kiedy zapłacisz. I tutaj w tych transakcjach zagranicznych, no kluczowy jest ten czynnik ludzki, tak? Bez niego, bez tego Polaka za granicą, byśmy prawdopodobnie tego towaru nie sprzedali. Dlatego ci partnerzy są dla nas tak ważni.

MARIUSZ: Okej, rozumiem. A powiedzcie jeszcze, bo słuchacze mojego podcastu czy czytelnicy mojego bloga to są głównie ludzie, którzy są związani z biznesem online, z działalnością w Internecie. Tutaj powiedzieliście już trochę o sposobach promocji, na przykład mailingach wysyłanych do różnych grup odbiorców z informacją o produktach, no i zastanawiam się, czy takie osoby, które działają w Internecie, chcą rozwijać biznes w Internecie, jak one są w stanie promować takie produkty, które mogą być dla nich trochę abstrakcyjne, bo szczerze mówiąc, ja nie mam związku z produktami chemicznymi i dla mnie to jest abstrakcja.

Plus, jaki tutaj widzę, duży plus, jest taki, no że to są produkty niszowe, czyli w Internecie na pewno nie ma dla nich dużej konkurencji. Ja tym, czym się zajmuję zawodowo, co mi się podoba, no to jest tworzenie takich na przykład stron niszowych w Internecie, czyli to nie są duże strony, ale opierają się tylko na jednym konkretnym temacie, więc ja wyobrażam sobie to tak, że można zrobić taką promocję i to mi chodzi po głowie, że zacząć na przykład jako taki zwykły człowiek, który nie ma dużej wiedzy na temat waszych produktów, przynajmniej ja bym to tak zrobił, stworzyłbym stronę niszową, która opisywałaby zastosowanie jednego produktu, tego chemicznego na przykład, co to jest, do czego on służy, jakieś takie przypadki życia, jakieś takie najlepsze praktyki z tym związane, no i starałbym się wypożyczonować taką stronę w Internecie na konkretne hasła, na konkretne frazy kluczowe. Może potem bym kierował płatny ruch na przykład przez reklamy na Facebooku albo z Google. Czy wasi partnerzy robią takie rzeczy? Możecie się podzielić jakimiś takimi najlepszymi praktykami, jak w Internecie promować takie niszowe produkty?

KAROL: Jak najbardziej. Nasi partnerzy robią wszystko to, co powiedziałaś. Mamy partnerów, którzy stawiają landingi, znają się dosyć dobrze na SEO, wykorzystują nasze treści do przygotowania treści oryginalnych i na dwóch, trzech, czterech produktach pozycjonują się w Internecie na tych stronach, no i z tego wpadają leady. A z tych leadów potem pojawiają się transakcje. Bardzo dobrze robią to handlowcy B2B, którzy znają się troszkę na SEO. Tak naprawdę, żeby wycisnąć, tak w cudzysłowie wycisnąć, na maksa, co można z naszego programu partnerskiego, trzeba użyć kombinacji wszystkich

tych metod, czyli postaram ci się opowiedzieć, jak to powinno tak zawodowo wyglądać od początku do końca. Wybierasz sobie jeden produkt, czytasz o nim możliwie jak najwięcej, dowiadujesz się, jakie są jego zastosowania, dowiadujesz się o tym, jakie są grupy docelowe do tego produktu.

Nie musisz tego robić sam, możesz to robić w uzgodnieniu z nami, z naszym supportem, bo my tymi informacjami bardzo chętnie się dzielimy. Razem z partnerem gramy do jednej bramki. I możesz postawić landing. Możesz sobie postawić landing w swojej domenie, zrobić sobie też maila w tej swojej domenie i zrealizować na przykład poza działalnościami związanymi z pozycjonowaniem stron, mailing do zimnej bazy. I na końcu tych wszystkich działań pojawiają się leady, które zamieniły się potem na klientów i to, co jest bardzo ważne, klient, który z twojego polecenia pierwszy raz dokona u nas zakupu w sklepie, jako zalogowany użytkownik użyje twojego kodu, w systemie jest automatycznie przypisywany do bazy, do ciebie i przez pięć lat każdy pozyskany klient generuje dla ciebie prowizję.

ŁUKASZ: Znaczą troszeczkę Karol zakręciłeś. Znaczą, jeżeli znajdziesz klienta, ten klient loguje się w sklepie, używa twojego kodu rabatowego, wszystkie zakupy tego klienta przez kolejne pięć lat generują prowizję dla ciebie.

MARIUSZ: Nawet, jeżeli nie będzie już używał tego kodu rabatowego przy kolejnych zakupach?

ŁUKASZ: Ten kod jest do niego przypisany. On jak wchodzi na to swoje konto, to już widzi wszystkie ceny w sklepie zrabatowane o ten rabat, który ty mu dałeś.

MARIUSZ: Aha, okej, no to super. I to przez pięć lat.

ŁUKASZ: I to przez pięć lat, a teraz jeszcze wracając do tych nisz, do tego, co można robić w Internecie, to teraz zdradzę wam taki ostatni news, ostatni smaczek dnia, że tak powiem. Czy ktoś ze słuchaczy wie, co to są patrochy? No pewnie nikt.

MARIUSZ: No ja nie wiem.

ŁUKASZ: No dokładnie. My też żeśmy nie wiedzieli. O co chodzi? Chodzi o to, że Polski Związek Łowiecki wprowadził przepis, według którego myśliwy podczas polowania w momencie, kiedy pozyska z łowiska zwierzę, musi je po prostu pozbawić trzewi. I ten opad to są właśnie patrochy, od patroszenia. I trzeba je zutilizować w sposób, który jest przez Polski Związek Łowiecki dokładnie opisany. I w tym celu można użyć na przykład sody kaustycznej. No i teraz, jeżeli ty jesteś myśliwym, wiesz, że można do tego użyć sody kaustycznej, wiesz, że ci myśliwi mają problem, bo oni tak naprawdę niespecjalnie wiedzą, co mają robić, czego mają użyć i tak dalej.

Zrób o tym landinga. Napisz porządny artykuł. Powiedz, gdzie można tą sodę kupić. Powiedz, że na przykład można to zrobić w skali koła łowieckiego, które kupi tonę tej sody, żeby było taniej, kupi u nas wiaderka dwudziestokilowe, rozsypie tą sodę do wiaderek, rozda myśliwym i wszyscy są szczęśliwi. I już masz konkretną, bardzo sprecyzowaną grupę społeczną, która jest zainteresowana twoim przekazem. Co więcej, myśliwy nie chodzi na polowanie raz w życiu. Oni będą potrzebować tej sody

cyklicznie. Czyli za każdym razem, jak to zwierzątko z tego lasu pozyskają, jak zutylizują te patrochy, to im się ta soda skończy. No i co? No pójdą do zarządu swojego koła i powiedzą halo, kochany zarządzie, trzeba kolejną tą partyjkę taką, co to ostatnio przysła, bo mnie się już skończyło. I ty zyskujesz klienta cyklicznego. Kolejny creme de la creme. Co to jest sinizna drewna, też pewnie nie masz pojęcia.

MARIUSZ: Nie mam pojęcia.

ŁUKASZ: No ja też nie miałem pojęcia.

MARIUSZ: Oświeć mnie.

ŁUKASZ: Doktorat mógłbym z tego pisać. Okazuje się, że kilkanaście miesięcy temu dowiedzieliśmy się od naszego partnera, że w tartakach, w składach drewna występuje problem sinizny drewna. To jest taki grzyb, który porasta drewno, ono brzydko wygląda, jest po prostu takie sine. Nie nadaje się już do stolarki, nie nadaje się do produkcji mebli. Więźby dachowe niechętnie, no bo to brzydko wygląda. Inwestor się boi, że to ten. No i to drewno szło na opał.

My żeśmy stworzyli w naszej firmie, przy pomocy naszych specjalistów, produkt, który tą siniznę usuwa. I nagle drewno, które było warte tyle, co opałówka, jest warte tyle, co normalny surowiec. Stworzyliśmy ten produkt, wypromowaliśmy go na rynku i dzisiaj nim handlujemy. Ale zadaj sobie teraz pytanie, ile maili z przekazem skierowanym do tartaków dziennie dociera. No pewnie niewiele.

MARIUSZ: Nie mam pojęcia.

ŁUKASZ: Bo to jest tak wąska grupa. I teraz, jeżeli ty dotrzesz do nich z takim przekazem, no to jesteś wygrany.

MARIUSZ: No szczerze...

ŁUKASZ: I takich smaczków de la smak, no po prostu trzeba szukać w swoim życiu, bo każdy z nas jest akwarystą, terrarystą, myśliwym i wie o tym, że jakiejś substancji chemicznej używa się w jakimś konkretnym celu, przy jakimś bardzo wąskim zastosowaniu. I teraz ja o tym wiem, ale czy o tym wiedzą inni albo ja wiem, że istnieje problem, który trzeba rozwiązać. Zgłaszasz się z tym problemem do nas, my szukamy rozwiązania i ty możesz tym rozwiązaniem jak gdyby później na rynku zabłysnąć.

MARIUSZ: No i szczerze mówiąc, dlatego zainteresowałem się waszym programem partnerskim, bo jest skierowany do bardzo wyspecjalizowanych grup docelowych. Nie są to na przykład produkty finansowe, których wiadomo, jest dużo programów, można na nich dobrze zarobić, ale osób, które promują takie produkty, są grube tysiące, więc tak naprawdę to jest bardzo ciężkie, a u was wydaje się, że z racji tego, że produkty są tak mocno wyspecjalizowane i docieramy, można targetować te produkty naprawdę bardzo dokładnie, no to jest to interesujące i konkurencji, wydaje mi się, że cały czas nie ma dużej na rynku. I powiedzieliście fajnie takie news case'y, takie fajne przypadki, których można użyć, czyli byli ci browarnicy, byli leśnicy, byli...

ŁUKASZ: Myśliwi

MARIUSZ: Kto jeszcze?

ŁUKASZ: Myśliwi.

MARIUSZ: A, myśliwi, no, ale zakładamy, że tych grup docelowych jest dużo więcej i wy jesteście w stanie powiedzieć partnerom, tak? Rzucić jakieś pomysły, do kogo oni jeszcze mogą docierać. Bo dla mnie to są bardzo cenne informacje, jeżeli chciałbym mocno stargetować kampanie marketingowe na Facebooku. Tam można ustawić naprawdę bardzo szczegółowe targetowanie, dużo bardziej szczegółowe niż w reklamach Google, więc to mogłoby naprawdę bardzo fajnie zadziałać, więc pytanie jest do was, czy wy pomagacie tym swoim partnerom w określaniu tych grup docelowych i problemów, jakie wasze produkty rozwiązują?

ŁUKASZ: Jak najbardziej pomagamy. Co więcej, raz w tygodniu każdy z naszych partnerów otrzymuje mailing od nas, na co w danym momencie jest sezon, czy się warto zainteresować i co w tym momencie się sprzedaje. Na przykład teraz mamy wiosnę, znaczy może jeszcze nie w pełni, ale na przykład już wiemy, że zacznie się sprzedawać podchloryn sodu do oprysków w sadach w stanie bezlistnym. Już wiemy, że zacznie się sprzedawać siarczan żelaza, antymech, wszędzie tam, gdzie trzeba zwalczać mech na trawnikach. Już wiemy, że zaraz zacznie się sprzedawać saletrzak, bo trzeba będzie te trawniki po zimie odbudować.

I tego typu informacje to jest know how, które my sprzedajemy tym naszym partnerom, ale to też nie może być tak, że my jesteśmy taką wszechnicą wiedzy wszelakiej, tylko to partner też musi się zastanowić, co ja wiem takiego, czego nie wiedzą inni. I każdy z nas taką wiedzę posiada, gwarantuję ci. Kiedyś gdzieś pracowałeś, no to tylko i wyłącznie trzeba sięgnąć, zastanowić i poszukać, na pewno coś takiego znajdziesz, bo gro rzeczy my żeśmy nie wymyślili, my żeśmy się dowiedzieli od naszych partnerów, że istnieje taki problem.

Dobrym źródłem informacji jest nasz blog na distripark.com. Tam jest dużo artykułów bardzo specjalistycznych, typu na przykład, jak krowę nakarmić mocznikiem, tak żeby dawała więcej mleka, co zrobić w momencie, kiedy występuje zjawisko tężyczki pastwiskowej u krów. No być może brzmi to szatańsko i tak samo, jak te patrochy czy sinizna drewna, ale właśnie bardzo często jest tak, że to od partnerów dowiadujemy się o takich rzeczach.

KAROL: Daleko by szukać, przykład z wczoraj, wczoraj dowiedzieliśmy się, że taki produkt jak kwas winowy wykorzystywany między innymi do zakwaszania wina i soków. Jest bardzo powszechnie stosowany w Holandii i jest tam dwukrotnie droższy niż w Polsce. No więc, co nasz partner może zrobić z taką wiedzą, kiedy my ten produkt mamy w swojej ofercie? Może zacząć szukać klientów na ten kwas winowy w krajach Beneluksu, bo wie, że jeżeli dojdzie do sprzedaży, to my się z nimi podzielimy marżą. Im wyższą marżę jesteś w stanie wygenerować, tym więcej dajemy partnerowi w postaci prowizji. Takich smaczków jest naprawdę bardzo, bardzo dużo.

To, co jest niepowtarzalnego w tym biznesie, to to, że każdy dzień tak naprawdę wygląda inaczej, a rynek jest przeolbrzymi, przeogromny i nie ma nikogo, kto by posiadał tą całą wiedzę. My ją agregujemy. Tak jak Łukasz powiedział, rozwijamy też bloga. Takie smaczki tam staramy się regularnie zamieszczać i to jest właśnie też kopalnia wiedzy dla naszych partnerów.

MARIUSZ: Okej, no szczerze mówiąc, przyznam się wam, że od razu to, co mówicie, bo wymieniacie fajne słowa kluczowe, tak? Na przykład ta sinizna drewna. Na sobie sprawdzam, ile jest wyników wyszukiwania w Google, na przykład dla sinizny drewna czterdzieści siedem tysięcy, dla kwasu winowego pięćdziesiąt osiem tysięcy, więc nie są to wyniki idące w miliony, ale to jest dobra wiadomość, tak? Bo to pokazuje, że jest na to nisza, która jest wyspecjalizowana. Nawet sprawdziłem patrochy, dziewięć tysięcy prawie wyników, więc tutaj mało, ale zakładam, że jeżeli ktoś już tego szuka, to konkretnie, chce po prostu zutilizować te patrochy raczej. Raczej nie chce z nimi robić nic innego.

ŁUKASZ: No widzisz, a teraz, jeżeli masz landinga o patrochach, to czytający postrzegają ciebie jako eksperta od patrochów.

MARIUSZ: Dokładnie. Więc stąd taki pomysł, tak? Można wystartować z promocją jednego produktu, na przykład związanego na pozbycie się sinizny drewna, potem można rozbudowywać takie nasze strony czy dokładać sobie te landing pages i zacząć. Jeżeli zauważymy, że pierwszy produkt rzeczywiście się sprzedaje, są tam jakieś prowizje, które spływają cyklicznie, no to można zacząć budować kolejne takie mini strony, landing pages na kolejne produkty. Przynajmniej ja to tak rozumiem, ja bym to tak robił. No możecie powiedzieć, czy wasi partnerzy tak robią, czy mają jeszcze jakieś inne metody?

ŁUKASZ: No wiesz co, to jest tak, że sposobów jest chyba dokładnie tyle, ilu partnerów. Jeden z partnerów, który był rekordzistą w którymś z zimowych miesięcy, na spotkaniu swojej wspólnoty mieszkaniowej podniósł rękę do góry i zapytał się czemu sypimy na nasze chodniki zwykłą sól, przecież można używać chlorku magnezu, który jest ekologiczny, nie powoduje uszkodzeń butów, samochodów.

KAROL: I nie pali trawy.

ŁUKASZ: Nie pali trawy, a później, na wiosnę, znowu będzie problem z trawą. No przyznano mu rację i rzeczywiście, to on stwierdził wiece co, bo ja o tym przeczytałem na blogu właśnie w distriparku, tutaj jest kod rabatowy, na który będziemy mieć rabat na ten chlorek magnezu, on jest dużo bardziej wydajny. I co się okazało? Okazało się, że wspólnota mieszkaniowa nie zarządza się samodzielnie, tylko wynajmuje do tego firmę, która ma licencję na zarządzanie nieruchomościami i ta firma miała tych nieruchomości ileś w skali miasta i do wszystkich zaczęła kupować ten chlorek magnezu, bo po pierwsze, cena była niezła, po drugie, dostępność była pełna, pomimo sezonu i dość zwariowanego okresu, jeżeli chodzi o środki do odładzania, po trzecie, ten środek jest naprawdę duży bardziej wydajny od tradycyjnej soli drogowej.

I w ten sposób facet teraz co zimę ma zapewnioną ciepłą kołderkę, bo kolejna rzecz, jaka jest wyjątkowa w programie Second Job, to jest fakt, że kupują te produkty jednostki przemysłowe, mówiąc najbardziej kolokwialnie, czyli firmy, gospodarstwa rolne, właśnie wspólnoty mieszkaniowe. Oni tego nie kupują, dlatego że mają kaprys na nowe perfumy, nowy szampon czy nową pastę do zębów. Oni tego po prostu potrzebują cyklicznie, co kwartał, co miesiąc, co tydzień. Kończy się zapas, trzeba kupić nowe. I za każde takie zakupy przez te pięć lat, o których mówiliśmy, ty jako partner, który przyproceedził tą firmę do naszej platformy, będziesz tą prowizję po prostu otrzymywał.

MARIUSZ: Okej, a co po tych pięciu latach? Czy wtedy jeszcze raz partner musi wykorzystać, czy ta osoba, która chce kupić, musi wykorzystać mój kod i to jest liczone od nowa?

ŁUKASZ: Znaczący oficjalnie ten partner już na tym kodzie będzie miał dalej zniżkę, ale ty nie będziesz miał prowizji, a no co partner zrobi, żeby tą prowizję odzyskać, to my jak gdyby nie możemy mówić.

KAROL: Ale Mariusz to jest pięć lat dla każdego klienta, więc jeżeli działasz z nami regularnie, to tak naprawdę cały czas budujesz tą sieć swoich klientów. Więc rynek jest nieskończony. To, co warto zrobić, jeżeli odkryjesz, jakie jest zastosowanie jakiegoś produktu, który jest wysokomarżowy i generuje fajną prowizję, to to, co możesz zrobić, to po prostu znaleźć inne tego typu firmy, które będą dokładnie tego samego potrzebować.

I wtedy możesz to zrobić systemowo, możesz to zrobić na przykład w postaci mailingu, ewentualnie pojechać na jakąś konferencję, gdzie dane firmy będą się wystawiać, tak? Czy będą ludzie z tych firm. Także tych możliwości działania w naszym programie jest bardzo dużo. A sądzimy, że te pięć lat gwarantowanej prowizji to i tak jest naprawdę bardzo, bardzo dużo. Jeżeli weźmiesz wspomniane przez siebie programy partnerskie, no to tam tą prowizję za każdego klienta dostajesz tak naprawdę raz, tak? Ktoś założył konto z twojego linku referencyjnego...

ŁUKASZ: Ktoś założył lokatę.

KAROL: Tak.

ŁUKASZ: Ktoś kupił obligacje. No i...

MARIUSZ: I koniec.

ŁUKASZ: Poszło czołgiem. I koniec.

KAROL: Drugi raz na nim nie założysz, nie zarobisz, tak? Tutaj jednak ten nasz program jest według mnie o wiele lepszy, daje więcej możliwości.

MARIUSZ: Okej, a powiedzcie, bo te materiały, którymi handlujecie są rzeczywiście dosyć nietypowe, przynajmniej dla mnie i myślę, że dla moich słuchaczy również, więc jeżeli chcielibyśmy promować takie rzeczy, to te materiały promocyjne czy opisy, jak dane produkty działają, bo wy to macie, ale czy wy to

szeroko udostępniacie? Czy można to wykorzystać na tych mini stronach, landing pages? Bo pod względem SEO to nie powinny być identyczne treści, więc one muszą być zmodyfikowane, żeby zadziałały w ramach SEO, ale pytanie jest takie, czy wy udostępniacie szereg takich materiałów, filmów promocyjnych, które można udostępnić na takich stronach?

ŁUKASZ: No sam sobie odpowiedziałeś na zadane pytanie, bo właśnie, no materiały są dostępne, no bo one są na naszej stronie.

MARIUSZ: Okej, czyli można je szeroko wykorzystywać.

ŁUKASZ: Trzeba je sparafrazować, no bo tego wymaga kultura pracy w Internecie, no to wszyscy wiemy, że te strony po prostu muszą być oryginalne. Materiały wideo, no każdy może wejść na nasz kanał na YouTube, kliknąć udostępnij i dostanie iframe'a w odpowiedzi z YouTube'a, którego może na swoją stronę wstawić. Jeżeli chodzi o jakieś inne materiały, wystarczy się z nami skontaktować, powiedzieć, czego potrzeba i wtedy udostępniemy to. To nie jest racket science już w tej chwili, prawda? Wybudowanie strony.

MARIUSZ: A powiedzcie jeszcze, ilu macie partnerów już aktywnie działających w programie? Bo chcę się dowiedzieć, czy konkurencja jest duża, czy jeszcze to jest bardzo dobry moment, żeby dołączyć?

KAROL: To jest bardzo dobry moment, żeby dołączyć. Obecnie w bazie mamy dwustu partnerów. Z tego na rynku aktywnie działa około pięćdziesięciu. To jest dobry moment, żeby się do nas przyłączyć, bo ta ilość tych partnerów zdecydowanie w najbliższych miesiącach i dwóch latach będzie rosła, no bo my nad tym pracujemy, żeby tych partnerów mieć coraz więcej. Sama firma rośnie, rośnie też liczba partnerów. Szacujemy, że w ciągu dwóch lat tych partnerów, którzy będą z nami aktywnie działać w skali Europy, będzie między tysiąc a dwa tysiące.

Ten nasz program nigdy nie będzie takim programem masowym, gdzie będziemy mieć dziesięć, dwadzieścia tysięcy partnerów. No jakby zdajemy sobie sprawę, że specyfika działalności jest taka, produkty są bardzo nietypowe, że ta liczba partnerów też nie będzie gigantyczna. To, co jest naszym celem, to w ciągu dwóch lat to jest od tysiąca do dwóch tysięcy partnerów w skali Europy versus dwustu w bazie, pięćdziesięciu aktywnie działających, no to sam sobie odpowiedz na pytanie, czy jest potencjał do tego, aby wchodząc w to, być jednym z pierwszych, którzy będą na tym dobrze zarabiać.

ŁUKASZ: No tutaj jeszcze powinniśmy się chyba pochwalić tym, że mamy już pierwszą dziewczynę ze Słowacji, mamy pierwszą osobę, która jest z Niemiec, no i tego naszego Holendra, który już też...

KAROL: Polaka w Holandii.

ŁUKASZ: No Holendra tak naprawdę, no znaczy może tak, Europejczyka o polskich korzeniach, mieszkającego w Holandii.

MARIUSZ: Tak.

ŁUKASZ: Także rozrastamy się i to, co jeszcze jest fajne, to to, że jeżeli chcesz się tym zajmować, to nie ogranicza cię kraj, bo jeżeli, no ten case walujemy z tą sodą kaustyczną w tej Holandii, to tam chodziło o to, że rolnik używał do zwalczania kwasicy żwacza u krów sody kaustycznej, którą się rozpuszcza w wodzie i dodaje do paszy. I on używał sody granulowanej. Soda granulowana jest dużo droższa od sody w płatkach. I to jest tylko i wyłącznie różnica frakcji. I ten Polak do niego dotarł i stwierdził po co ty przepłacasz, ty kup sobie te płatki i będziesz miał dokładnie to samo, tylko za niższe pieniądze.

KAROL: Tym bardziej, że to się rozpuszcza w wodzie.

ŁUKASZ: Dokładnie, czyli to nie ma znaczenia, w jakiej to było formie przed rozpuszczeniem. No on był dosyć mocno sceptyczny, oparło się to wszystko o naszego technologa, który jest odpowiedzialny za produkcję tej sody. No, ale zrobił próbę, okazało się, że jest super. Zaoszczędza na tym kilkaset euro na jednym terenie. No i jeżeli ty posiadasz taką wiedzę i sprzedajesz ją holenderskiemu rolnikowi, to jak pojedziesz do Francji, do Hiszpanii, do Portugalii i będzie tam rolnik, który ma te krowy, no to on ich nie żywi w inny sposób, no bo to jest Europa, to jest rolnictwo, to się nie da odkryć koła na nowo, to ty każdemu rolnikowi się możesz zapytać, a jakiej sody ty używasz w tym terenie. A takiej, a to użyj tego. No to jest twoja wiedza, to jest twój kapitał, a gdzie ty ten kapitał ty będziesz sprzedawał, to zależy już tylko od ciebie.

MARIUSZ: Dokładnie. A powiedzcie jeszcze, bo o tym chyba nie rozmawialiśmy, powiedzcie, jeżeli to nie jest tajemnica, jak dużo pieniędzy może zarobić taki partner? Czy wy macie jakąś średnią? Czy tam są jakieś typowe widełki? Mówiliście, że jest ten top 5. Może powiedzcie o tym, jak wygląda ten top 5 miesięcznie czy tygodniowo.

ŁUKASZ: Tutaj bardzo dużo zależy od zaangażowania partnera. Wiadomo, to jest jak w każdym innym biznesie, im się więcej włoży, tym się więcej wyjmie. Może skoro o tym top 5, rekordowa transakcja, rekordowa prowizja za jedną transakcję to było około trzech tysięcy złotych, jak do tej pory. Rekordowe miesięczne wynagrodzenie też już przekroczyło trzy tysiące złotych. Te stawki jak gdyby, które są w tym top 5, one regularnie rosną. To jest taka krzywa, która się cały czas podnosi do góry. Ci nasi partnerzy co raz to biją kolejne rekordy.

Średnia taka prowizja od jednej transakcji, takiej średniej transakcji realizowanej w kraju, czyli około tysiąca kilogramów sprzedania czegoś tam, to jest około stu złotych. Bywają też niższe transakcje, no bo wiadomo, jeżeli ktoś poleci tam worek sody kaustycznej czy worek jakiejś soli drogowej dla sąsiada, który chce sobie tylko i wyłącznie schodki raz na tydzień posypać, no to jest kilka, kilkanaście złotych, ale no wszystko zależy od tego, w jakiej branży działasz, jaką charyzmę i pozycję w środowisku posiadasz, czyli tą siłę przebicia i tego, jak dużo energii poświęciłeś, chociaż też nie zawsze, bo czasami potrzeba po prostu zwykłego ludzkiego szczęścia, tak jak przy tym naszym partnerze z tą solą, który się raz odezwał na spotkaniu i się okazał, że całkiem nieźle na tym jednym odezwaniu wyszedł.

KAROL: Ale ja kolejny raz tutaj wrócę do tego systemowego działania. Jeżeli ktoś jest po pierwsze, kolokwialnie rzecz ujmując, fajnym człowiekiem, którego lubią ludzie, i działa systemowo, to pierwsze transakcje zrobi na kilkaset złotych, zarobi kilka, kilkanaście złotych prowizji, ale ci klienci będą wracać, będą ponawiać zamówienia, będą kupować coraz więcej. Tak naprawdę każdy partner, który z nami zaczyna, w pierwszym miesiącu dostaje między pięćdziesiąt, osiemdziesiąt, sto złotych. Potem przechodzi w kolejnych miesiącach do tego pułapu kilkuset złotych, dwieście, trzysta, pięćset, osiemset. No i potem ląduje w tym pułapie od tysiąca do trzech tysięcy.

Jak już nasz partner wejdzie do tego pułapu między tysiąc a trzy tysiące, to już zaczyna być powtarzalne, bo partnerzy działają systemowo. Naszym marzeniem jest to, żeby naszym partnerom płacić jak najwięcej i liczymy na to, że te prowizje cały czas będą rosnąć. To, co należy tutaj podkreślić, to to, że dla tych partnerów to jest dodatkowe zajęcie. Nikt nie poświęca, z osób, które z nami działa, sto procent swojego zawodowego czasu na współpracę z Second Job. No tak jak sama nazwa wskazuje, to ma być takie zajęcie dodatkowe. Ja mocno trzymam kciuki za to, żeby partnerzy, którzy z nami dzisiaj są, zarabiają te dwa, dwa i pół tysiąca, żeby w ciągu roku, dwóch doszli do pułapu pięciu, siedmiu, dziesięciu tysięcy.

To jest też nasz cel i bardzo mocno partnerów tutaj wspomagamy, aby zaczęli zarabiać z czasem coraz więcej. Tak jak Łukasz wspomniał, tutaj najwyższa prowizja od jednej transakcji to było trzy tysiące złotych do podziału na dwóch partnerów. No wystarczy znaleźć jakby jednego nabywcę, który weźmie dwadzieścia cztery tony, całego tira, jakiegoś produktu i ta prowizja już będzie miała cztery cyfry. Jeżeli ktoś na to poświęci wystarczająco dużo czasu, wystarczająco dużo energii, no to to też będzie powtarzalne, tak? I my partnerów będziemy wspierać, aby do tego poziomu jak najszybciej doszli.

MARIUSZ: No Karol, szczerze mówiąc, że bardzo mi się podoba, że mówisz otwarcie, jak to rzeczywiście wygląda, tak? Że partnerzy startują od tych małych kwot, od tych małych prowizji i że to trzeba jednak czasu i zaangażowania, żeby to zeskalować. Więc podoba mi się to, że...

KAROL: Wiesz co...

MARIUSZ: Że mówisz to po prostu otwarcie, że nie obiecujecie złotych gór od razu na wejściu, jak to czasami bywa.

KAROL: My nie jesteśmy MLM-em, bo czasami się spotykam z tym zarzutem, że ludzie nas postrzegają jako MLM. My nie rysujemy tej złotej wizji, tak? Działaj z nami, będziesz milionerem. No ja całe życie byłem nauczony konsekwentnej, wytrwałej pracy. Nie ma wyników bez zaangażowania. Nasz system jest systemem dla ludzi, którzy wiedzą, czego chcą i mogą tutaj osiągać sukces, jeżeli się zaangażują i będziemy w tym im pomagać.

ŁUKASZ: Ponadto to opowiadanie właśnie o tych złotych górach ma bardzo krótkie nogi, bo to się bardzo szybko weryfikuje. Bo miesiąc czy dwa miesiące wbrew pozorom to mija jak z bicza strzelił i jestem w tym systemie, działałem, miałem zarabiać złote góry, a tu jest siedemnaście złotych, piętnaście

złotych, dwanaście złotych, razem trzysta pięćdziesiąt, no i? A my mówimy od razu powoli, nie od razu Rzym zbudowano i to nie dlatego, że ty nie byłeś kierownikiem budowy.

MARIUSZ: No dobrze, a powiedzcie w takim razie, to może już po kolei, tak technicznie, co trzeba zrobić, żeby dołączyć do Second Job?

KAROL: Żeby dołączyć do Second Job, w pierwszej kolejności trzeba wejść na stronę www.secondjob.pl, zapoznać się ze wszystkimi materiałami, które się tam znajdują. Większość jest w formie wideo, także jest to wiedza łatwo przyswajalna. Na tej stronie znajduje się też formularz zgłoszeniowy, więc jeżeli ktoś będzie zainteresowany, aby się do nas przyłączyć, spróbować swoich sił, to zapraszamy do kontaktu przez formularz zgłoszeniowy. Po zgłoszeniu przez formularz z każdą osobą kontaktujemy się indywidualnie, pomagamy się zarejestrować, bo rejestracja do samego programu partnerskiego, taka formalna, odbywa się na stronie distripark.com, czyli w naszym sklepie internetowym.

Żeby zostać naszym partnerem, osoba zainteresowana powinna tam założyć konto klienta, użytkownika, zalogować się do tego konta i z jego poziomu przystąpić do programu partnerskiego. Naszym partnerem mogą zostawać osoby fizyczne albo przedsiębiorstwa. Pracujemy w oparciu o umowę, w wypadku osób fizycznych to jest umowa zlecenie, w wypadku przedsiębiorstw jest to umowa o współpracę. I tą umowę, po zapoznaniu się z nią, zdalnie można z nami zawrzeć. Po zawarciu takiej umowy partner otrzymuje od nas indywidualny kod rabatowy, no i nasze wsparcie.

Przesyłamy wszystkie niezbędne informacje, pomysły, produkty, na których warto się w pierwszej kolejności skupić, informacje o grupach docelowych. I tutaj partner już zaczyna działać sam. Jeżeli potrzebuje naszego wsparcia, naszej pomocy, to bardzo chętnie odpowiemy na każdego maila, na każde pytanie zadane przez telefon. No zależy nam na tym, żeby partnerzy mieli takie poczucie, że na początku jesteśmy w stanie im bardzo pomóc.

ŁUKASZ: No i też znajdziemy każdy produkt, który potencjalnie może się sprzedać, pod tytułem właśnie ten heksodeksotritocóś tam, które jest niezbędne twojemu klientowi, a że nie mówię tutaj głośno, to taki przykład, który przychodzi mi do głowy, to w zeszłym sezonie wegetacyjnym zadzwonił do nas partner, że ma klienta sadownika, który ma taki problem, że opryski mu spływają z drzewek, że zamiast siedzieć na gałązkach i zabić, co miały zabijać, to po prostu spływają i zostają w ziemi.

No i od słowa do słowa zaczęliśmy kombinować, okazało się, że rozwiązaniem idealnym są substancje spieniające, które normalnie sprzedajemy strażakom do tworzenia piany gaśniczej, i taki oprysk w postaci spienionej, piana po prostu zostawała sobie na gałązkach i siedziała tam tak długo, jak była potrzebna. No także różne dziwne wynalazki też tworzymy. Rozwiązujemy problemy. Jeżeli tylko coś, na czymś da się zarobić, jest gdzieś nisza rynkowa, o której wiesz, to na pewno pomożemy, nie zostaniesz z tym sam.

KAROL: Gramy do jednej bramki.

MARIUSZ: Okej. A powiedzcie, już na koniec mam takie pytanie, które lubię zadawać moim rozmówcom, a brzmi ono tak, jeżeli moglibyście wymienić jedną, dwie, może trzy osoby, które są dla was inspiracją o działania, i mogą to być różne osoby, mogą to być autorzy książek, podcastów, blogów, czy możecie powiedzieć takie osoby, jak one was inspirują?

ŁUKASZ: Znaczący ha, facetem, który zrobił na mnie niesamowite wrażenie i którego staram się w jakiś tam niewielki sposób naśladować, to jest Elon Musk. Tu chyba nie muszę mówić, kto to jest. To jest facet, który w tej chwili według Forbes'a ma dwadzieścia dwa i trzy dziesiąte miliarda dolarów i to jest jego majątek osobisty, który zaczynał od tego, że zapisał się na studia, po czym po dwóch dniach studiowania stwierdził, że się niczego tu nie nauczy, zakłada własną firmę i od tego się zaczęło. Do wszystkiego doszedł sam. To jest facet, który wszędzie tam, gdzie inni widzą tylko koszty i problemy, on widzi zyski i możliwość zarobienia.

To jest facet, który zabierze nas na Marsa. To jest facet, który zrobi z nas cywilizację nie planetarną, ale ponad planetarną, być może nawet skolonizujemy dzięki niemu galaktykę. Kolejną taką osobą, która moim zdaniem jest warta naśladowania, to jest George Lucas. To też jest facet, który miał kiedyś wizję i z tej wizji stworzył nawet nie jedno, ale kilka zjawisk już chyba nawet popkulturowych, no bo jeżeli ktoś nie wie dzisiaj kim jest doktor, profesor archeologii w kapeluszu i z batem u boku, ewentualnie nie wie, co oznacza I'm your father Luke, no to chyba spędził ostatnie trzydzieści lat w jaskini. I to jest coś, co też powstało z niczego tak naprawdę.

A jeżeli pytasz o autorów książek, to jeżeli mogę za twoim pośrednictwem polecić dobrą lekturę, która ostatnio wpadła mi w ręce, to jest książka Roberta Dubnara „Człowiek. Biografia”, czyli taka historia trochę nas wszystkich, czyli opis tego, dlaczego jedna z małp wąskonosych postawiła stanąć na dwóch nogach i podbiła cały znany sobie świat, jak do tego doszło. Fakt, to jest książka naukowa, tam się trzeba przebić przez pewien poziom danych, ale jednocześnie napisana bardzo fajnym językiem, z bardzo fajną swadą. Polecam każdemu, nawet jeżeli nie interesuje się historią człowiekowatych, bo można się naprawdę dowiedzieć ciekawych, fajnych rzeczy o tym skąd żeśmy się wzięli na tej planecie.

MARIUSZ: No dobra, bardzo fajne pozycje. Karol, może coś od ciebie?

KAROL: Tutaj Łukasz mnie przyćmił ilością tych osób. Ja wymienię tylko jedną.

MARIUSZ: Okej.

KAROL: Vishen Lakhiani, jest to założyciel firmy Mind Wally. Jest to firma, która specjalizuje się w przygotowaniu różnego rodzaju kursów internetowych. Jego misją życiową jest wprowadzenie ludzkości na wyższy poziom rozwoju dzięki zmianie systemu edukacji przynajmniej w pięćdziesięciu krajach świata. Jest to dla mnie postać bardzo wybitna, dzięki której też przezwyciężyłem swoje wypalenie zawodowe. On bardzo wiele mówi, publikuje informacji, o tym, jak zbudował swoją firmę w oparciu o flow, o koncepcję psychologii pozytywnej.

MARIUSZ: Taką książkę chyba też napisał.

KAROL: Tak.

MARIUSZ: „Flow, czyli przepływ”. W Polsce.

KAROL: No to już Mihaly, Csikszentmihalyi. To już jakby naukowiec, który stworzył naukową koncepcję flow. A Vishen wprowadził ją w czyn. Z jedną z takich ciekawych rzeczy, takich rytuałów, które wprowadził do swojej firmy, to są, to się po angielsku nazywa raport of awesomeness, czyli możemy to przetłumaczyć jako raport wspaniałości. W każdy piątek o dwunastej, raz w tygodniu wszyscy pracownicy w firmie się zbierają w czymś w rodzaju sali konferencyjnej, która jest bardzo nietypową salą konferencyjną, i pracownicy tej firmy opowiadają o tym, co ich fajnego spotkało w danym tygodniu. I to powoduje taką eksplozję pozytywnych emocji, daje całemu zespołowi power do działania. Polecam zainteresować się tą osobą. Można naprawdę bardzo dużo się nauczyć i zastosować różnego rodzaju pomysły w swoim życiu.

MARIUSZ: No dobra, super. To może już zupełnie na zakończenie powiedzcie, jak można się z wami skontaktować w Internecie, jeżeli ktoś chciałby bezpośrednio z wami się skontaktować? Czy to przez Facebooka, LinkedIn, jak można do was dotrzeć?

ŁUKASZ: No tutaj będzie problem z moją skromną osobą, ponieważ ja jestem specjalistą również do spraw reklamy internetowej, w związku z tym mnie w Internecie się znaleźć nie da.

KAROL: Ale mnie się da znaleźć. Jakby ktoś chciał się skontaktować ze mną bezpośrednio, zapraszam do kontaktu przez LinkedIn, Karol Kowalczyk, ja Google'owi pozwalam się śledzić.

MARIUSZ: Okej.

ŁUKASZ: A ja uciekam przed korporacją.

MARIUSZ: No rozumiem, no można i tak.

ŁUKASZ: Tak najzupełniej poważnie, jeżeli ktoś chce się z nami skontaktować, najprościej wybrać formę oficjalną, czyli po prostu skontaktować się przez formularz kontaktowy na Second Job. Jeżeli ktoś chce prywatnie, no to Karola można znaleźć na LinkedIn, a jeżeli do mnie, to...

KAROL: To przeze mnie.

ŁUKASZ: Przez Karola też można docierać. Widzimy się chyba więcej ze sobą w tygodniu niż z własnymi żonami już, więc...

KAROL: Dojeżdżamy razem do pracy, tak?

MARIUSZ: No dobra, no to co, Łukasz, Karol, dzięki za fajną rozmowę.

KAROL: Również dziękujemy.

ŁUKASZ: Dziękujemy.

MARIUSZ: Second Job to jest fajny pomysł na dorobienie dodatkowych pieniędzy do swojej podstawowej pensji. No i ja widzę tutaj dwa duże plusy tego programu. Jeden to taki, że działamy w wąskich niszach, więc konkurencja nie jest jeszcze duża. A drugi, no to właśnie taki ślad, od kiedy ktoś skorzystał z naszego kuponu rabatowego, no to rzeczywiście pięć lat to jest bardzo długi okres. Ja się szczerze mówiąc, nie spotkałem chyba z tak długim okresem, kiedy prowizje są wypłacane za akcję, którą wykonamy w zasadzie raz, na początku, więc to wydaje mi się naprawdę super. Także dzięki.

ŁUKASZ: Nam też się podoba.

MARIUSZ: Także dzięki. Bądźmy w kontakcie, no i co? I do usłyszenia.

ŁUKASZ: Do usłyszenia.

KAROL: Do usłyszenia. Cześć, dzięki.

MARIUSZ: Cześć.