



Dzień dobry, Moja Droga! Dzień dobry, Mój Drogi! Witajcie na podcaście: "Pani Swojego Czasu od kuchni". Nazywam Ola Budzyńska, czyli Pani Swojego Czasu, i opowiadam o tym, jak wygląda prowadzenie biznesu online od bebechów.

Wiem, że nie było mnie bardzo dawno. Wiem, że płakaliście, tęskniliście i pisaliście do mnie prośby oraz groźby: "Budzyńska, gdzie jest kurna ten podcast?! Dlaczego go nie ma?! Jeżdżę samochodem i nie mam czego słuchać. Hello!". Więc biję się w pierś i wracam. W wielkim stylu. Są wakacje, sobotni poranek, a ja nagrywam dla Was materiał, który prawdopodobnie będzie - jak na razie - najdłuższy w historii.

Dzisiaj mamy odcinek numer 19 i w momencie, gdy go słuchasz, jest bardzo prawdopodobne, że świętuję pięciolecie istnienia Pani Swojego Czasu. Z tej okazji postanowiłam nagrać podcast, który będzie podsumowaniem tego okresu. Opowiem Ci, jak to się zaczęło, toczyło do tej pory i toczy teraz. Podsumuję pewne rzeczy, które były fajne i te, które były niefajne. W związku z tym musisz się przyszykować na to, że ten podcast będzie długi. Jeśli więc wyszłaś na spacer, to myślę, że to będzie spacer życia. Jeśli ćwiczysz, to będzie trening życia. Jeśli jedziesz na rowerze, będziesz miała bardzo długą przejażdżkę. A jeśli jedziesz samochodem, zrobisz najwyżej dwa kółka z tych, które planowałaś. Jeśli jedziesz tramwajem albo autobusem, pamiętaj, żeby wysiąść w odpowiednim miejscu, bo potem można mieć dużo problemów. A po co nam w życiu problemy?

Jeśli jakimś cudem jesteś osobą, która jest tutaj po raz pierwszy i pierwszy raz w życiu słucha mojego podcastu, to chciałam przypomnieć, że jest on nagrywany na bazie moich doświadczeń. Nie jestem ekspertką, nie jestem teoretyczką, nie prowadzę szkoleń w podyplomowej szkole zarządzania i czegoś tam, tylko prowadzę swój własny biznes, który nazywa się Pani Swojego Czasu i uwielbiam - to jest jeden z moich koników - dzielić się swoją wiedzą oraz doświadczeniem na temat tego, jak to wygląda od strony praktycznej. Ten podcast jest wyrazem mojej miłości. No i przy okazji - skoro to odcinek urodzinowy - pozwalam sobie na nieco więcej, więc proszę o wyrozumiałość.

Oczywiście życzenia urodzinowe dla Pani Swojego Czasu również z chęcią akceptuję.

Sytuacja wygląda tak, że ten odcinek nagrywany ciurkiem miałby milion godzin. I o ile ja bardzo lubię długie podcasty, to trzy- albo czterogodzinny materiał to trochę przesada. Dlatego postanowiłam podzielić go na dwie części.

Oto część pierwsza, w której dowiesz się, jak Pani Swojego Czasu wygląda teraz, jakie jest status quo, o czym mówimy, gdy mówimy o aktualnej sytuacji. Powiem oczywiście o początkach: jakie one były, od czego i z czym zaczynałam, co robiłam, jak działałam. Potem przejdę do momentów przełomowych, bo było o to bardzo dużo pytań: jakie one były i co spowodowało, że Pani Swojego Czasu się rozwinęła? Opowiem też o tym, jak wyglądały obszary sprzedaży produktu i marketingu wtedy, gdy zaczynałam, a jak wyglądają teraz - jakie są podobieństwa, a jakie różnice.

Natomiast w części drugiej, którą nagram wkrótce, dowiesz się, co się zmieniło i co działa inaczej w porównaniu do tego, co kiedyś, czyli gdzie dokonałam zmian i robię coś zupełnie innego. Ale powiem też o tym, co się w ogóle nie zmieniło i jest dokładnie takie samo - z premedytacją albo przypadkiem. Opowiem o błędach, kryzysach i o tym, o co pytałyście: czy mam wątpliwości w prowadzeniu swojego biznesu i czy chcę rzucić to wszystko w cholerę? I na koniec powiem Wam, co



planuję za kolejne pięć lat: jaką mam wizję rozwoju i co chciałabym, żeby się podziało u Pani Swojego Czasu w przyszłości.

Teraz zapraszam Cię na część numer jeden, a za jakiś czas na blogu możesz spodziewać się części numer 2.

Zaczynamy od status quo, czyli tego, co mamy teraz - jak działa Pani Swojego Czasu, jak wygląda, co się tutaj dzieje i z czym to się je.

Jeśli jesteś ze mną już od jakiegoś czasu i jesteś na bieżąco, to ścisz trochę i idź sobie zrobić herbatę – choć w tramwaju i samochodzie może to być trochę ciężkie.

Obecnie Pani Swojego Czasu to działalność, która - w największym skrócie - pomaga kobietom zorganizować się. Robię to poprzez szereg działań i w bardzo wielu miejscach w sieci, czyli na razie jest to jeszcze tylko biznes online. Moje centrum zarządzania i dowodzenia to mój blog, czyli paniswojegoczasu.pl, który od jakichś dwóch-trzech lat ma w zasadzie stabilną ilość unikalnych użytkowników, która waha się między 30 a 40 tysięcy miesięcznie. Więc w popularnym rozumieniu - bez szału. Natomiast ja już zbyt długo prowadzę działalność gospodarczą i zbyt długo siedzę w biznesie - bo od 2006 roku - żeby się tym przejmować i uważać liczbę unikalnych użytkowników za coś decydującego o sukcesie.

Na Instagramie w tym momencie mam 83 000 followersów, na Facebooku 73 000. W newsletterze mam 83 000 Waszych adresów mailowych, które podaliście mi z własnej woli.

Te liczby nie są najważniejsze. Nie przykładam do nich tak dużej wagi, jak na przykład do działań, które podejmuję w związku ze swoją aktywnością. Ale też nie da się ukryć, że liczby są czymś wiarygodnym i miarodajnym. Mogą pokazać coś więcej niż tylko powiedzieć: "Mam bardzo zaangażowaną społeczność".

Działam na blogu, Instagramie i Facebooku. Mam swój własny newsletter, na który zapisanych jest 83 000 osób. Mam podcast, którego właśnie słuchacie, a raz w miesiącu organizuję webinar dla Pań Swojego Czasu, czyli spotkanie na żywo w Internecie. Podobny webinar organizuję raz w miesiącu tylko dla klubowiczek Pani Swojego Czasu. Mam swój sklep z produktami, których obecnie jest dokładnie 232 - policzyłam to przed nagraniem. Mam cotygodniowe spotkanie z Wami na żywo na Instagramie i Facebooku, w poniedziałki o 10:00, czyli "Kawę z Budzińską". Zawsze uczestniczy w nim na żywo ponad tysiąc osób. Prowadzę wystąpienia i prelekcje - nie bardzo dużo, ale jednak. Stworzyłam coś, z czego jestem bardzo dumna - cały wirtualny zespół czyli Gang Pani Swojego Czasu. W tym momencie to pięć osób oraz ja, które pracują w Gangu na stałe plus kilkanaście osób współpracujących przy różnego rodzaju projektach.

Jeśli chodzi o ilości sprzedaży, to dokonałam karkołomnego działania, bo postanowiłam to podliczyć. A zważywszy na to, że w czasie istnienia Pani Swojego Czasu mieliśmy już trzy albo cztery platformy sprzedażowe, to nie jest prosto poskładać to wszystko do kupy. Z tych obliczeń wyszło mi, że w historii Pani Swojego Czasu sprzedałam już ponad 27 789 planerów papierowych, czyli "Planerów Pełnych Czasu" i "Mini-planeów Pełnych Czasu". Łącznie sprzedałam też ponad 17 000 książek, ponad 5 000 ebooków biznesowych oraz ponad 7 300 kursów online. Żeby pokazać skalę działalności: mamy obecnie sierpień 2019 roku i to jest miesiąc, w którym Pani Swojego Czasu na 100% przekroczył 3 000



000 złotych przychodów. To spory wzrost w porównaniu do roku 2018, który zamknęliśmy z przychodem nieco ponad 2 000 000 złotych. To ogromna różnica, z której oczywiście wszyscy jesteśmy bardzo zadowoleni.

Tyle jeśli chodzi o liczby. To trochę takie "suche" gadanie może czasami brzmieć, jak przechwalanie się, ale chciałam to jak najlepiej zawrzeć w obiektywnych wskaźnikach, które każdy może ocenić, jak chce. Nie mówię, czy to dużo czy mało - mówię tylko, że to duży wzrost w porównaniu do tego, co było wcześniej. Przedstawiam stan rzeczy po pięciu latach istnienia Pani Swojego Czasu i tyle.

Idziemy w takim razie do tego, jak to było na początku, czyli pięć lat temu.

Początek Pani Swojego Czasu to data 23 sierpnia 2014 roku. Teoretycznie powinnam zacząć od tego momentu, ale prawda jest taka, że to byłoby pewne zakłamanie. Bardzo wiele z Was - patrząc nie tylko na mój biznes, ale na jakikolwiek inny - patrzy tylko i wyłącznie od momentu startu do chwili, w której jesteśmy teraz. A przecież jest tak, że każda nasza aktywność, przedsięwzięcie, które w danej chwili rozwijamy, nie zaczyna się tak naprawdę teraz, tylko jest pewną sumą rzeczy, doświadczeń, błędów, możliwości i naszego rozwoju, które miały miejsce wcześniej. Mówię o tym dlatego, że zakładając Panią Swojego Czasu miałam 36 lat. I gdy piszą do mnie dwudziestoczterolatki, że: "O mój Boże, one nie wiedzą co zrobić w życiu i nie wiedzą, czy już nie jest za późno na zakładanie biznesu", to ja sobie myślę: "Rany boskie! To ja to już do trumny powinnam iść, mając wtedy te 36 lat". Robiłam bardzo dużo rzeczy i wszystkie te doświadczenia spowodowały, że budowałam Panią Swojego Czasu tak, a nie inaczej. Niektóre z nich były świadomie przeze mnie wykorzystywane, czyli myślałam sobie: "Okej, wtedy to robiłam tak i tak, to nie wypaliło, więc teraz zrobię inaczej", a niektóre były nieświadome. Nie uświadamiałam sobie ich, ale mimo wszystko wykorzystywałam je w procesie rozwijania Pani Swojego Czasu.

W wielkim skrócie: "jazda" na influencerów - że sobie coś tam zrobili, mają jakieś konto i kanał, a teraz każdy bloger i każdy influencer wydaje książkę i robi jakiś tam produkt - według mnie więcej mówi o osobach, które tak twierdzą, niż o blogerach i influencerach. Dlatego, że to pokazuje, jak ograniczone patrzenie na rzeczywistość mają takie osoby. Nie chce im się wejść w to głębiej.

Zaczynając Panią Swojego Czasu, miałam za sobą już osiem lat doświadczenia jako trenerka umiejętności miękkich w obszarze zarządzania ludźmi, sobą w czasie, efektywności osobistej i radzenia sobie ze stresem. W 2006 roku założyłam działalność gospodarczą i zaczęłam pracę jako freelancerka, działająca dla jednej z pięciu największych firm szkoleniowych w Polsce. Zakładając Panią Swojego Czasu miałam za sobą setki, jeśli nie tysiące godzin w sali szkoleniowej, tysiące przeszkolonych osób i naprawdę bardzo dużo doświadczenia merytorycznego. Więc nie zaczynałam od zera, jeśli chodzi o merytorykę - to pierwsza sprawa. A druga: cały mój styl życia i pracy, który wtedy prezentowałam bardzo mocno wpłynął na to, jak Pani Swojego Czasu się rozwinęła i w jakim kierunku poszła.

Data, którą często podaję jest 7 lipca 2014 roku, kiedy u naszego starszego syna, który miał wtedy 5 lat, zdiagnozowano cukrzycę typu 1. Sytuacja wyglądała tak: przed diagnozą mojego syna byłam bardzo zapracowaną osobą. Szkoliłam kadrę zarządzającą, menedżerów, dyrektorów



największych polskich korporacji. Ostatnio ktoś mnie zapytał: "Hej Ola, a czy szkoliłaś taką i taką firmę?", pytając o duże korporacje. Ja odpowiedziałam: "Wiesz co, lepiej mnie zapytaj, jakiej firmy nie szkoliłam". Byłam bardzo zapracowaną i bardzo nieobecną osobą - jeśli chodzi o życie rodzinne, prywatne i bycie w domu dziećmi. Oczywiście to było coś super fajnego. Bardzo rozwijałam się w swojej pracy.

Natomiast w okolicy 2013 roku zaczynałam myśleć: "Rany boskie... Ja pierdziu... To ja tak będę zapierdzielać po całej Polsce, po szkoleniach, zarabiać 1000 zł za dzień" - co się wydaje oczywiście kwotą bardzo dużą dla osoby, która zarabia przeciętną krajową pensję - "i jak nie pracuję, to nie zarabiam, bo przecież mam działalność gospodarczą, więc jak jestem chora i nie jadę na to szkolenie, to nie dostaję za nie pieniędzy. Urlopu tak samo. Jak chcę jechać na urlop, to muszę najpierw pracować dużo więcej. I co? I ja tak będę jeździć do 70. roku życia?".

Druga moja myśl była taka, że przyjeżdżam na szkolenie, do ludzi, którzy nie chcą tam być. Bo przypominam, to były korporacje. I którzy wcale nie chcą się szkolić, jak efektywniej pracować, bo pracują w firmie, której nie lubią, nie znoszą, której mają dosyć. Są tutaj tylko przez rok, chcą nabyć doświadczenie i iść dalej. I kompletnie mają w nosie - żeby nie powiedzieć: w zupełnie innym miejscu - to, jak efektywniej i jeszcze lepiej pracować dla pracodawcy, którego mają totalnie gdzieś.

Już w 2013-2014 roku zaczynałam mieć wrażenie, że to trochę orka na ugorze. Jadę gdzieś tam – Pcm, Kraków, Poznań, większe lub mniejsze Sterławki i tak dalej, bo było już w zasadzie po pewnym czasie dla mnie obojętne, gdzie jestem i gdzie szkole - i zostawiam tam najlepszą część siebie. Zostawiam tam najwięcej energii, zaangażowania, motywacji i cały swój power. Spotykałam się ze ścianą, bo ci ludzie na mnie patrzyli tak: "W ogóle helo! Daj nam spokój. My chcemy posiedzieć osiem godzin i iść do domu". Wracałam po dwóch, trzech, czterech dniach do domu, będąc wyrębana, nie mając siły na nic, bo zostawiłam wszystko, co najlepsze na sali szkoleniowej dla ludzi, którzy nie chcieli tego słuchać. Pomyślałam sobie wtedy: "Jezus Maria! Tak mam pracować do końca życia? To trochę nie teges. Coś z tym trzeba zrobić".

I cały czas byłam w procesie myślenia, żeby coś zmienić. Choć nie wiedziałam co, aż nie zdiagnozowano u naszego syna cukrzycy typu 1, czyli choroby nieuleczalnej. Nie będę teraz o tym mówić, bo robiłam to już milion razy. Może kiedyś nagram podcast o tym, jak ta choroba wpłynęła na nasze życie i o tym, dlaczego tak, a nie inaczej robię ten biznes. W każdym razie poskutkowało to tym, że z dnia na dzień porzuciłam wszystkie swoje zobowiązania. Przez dwa miesiące siedziałam w domu, bo musieliśmy nauczyć się życia od nowa. Cukrzyca to taka choroba, która od nowa uczy życia całą rodzinę.

Powinam Wam powiedzieć, jak wygląda organizacja życia z cukrzycą, bo dla osób, które nie mają z nią do czynienia, to zupełnie niewyobrażalne. Ale nie ma na to tutaj czasu. Wyglądało to tak, że po dwóch miesiącach uczenia się życia na nowo i organizacji *level hard*, której przeciętny człowiek w ogóle sobie nie wyobraża - bo nie waży swoich posiłków, nie dzieli ich na białka, węglowodany i tłuszcze, na wymienniki węglowodanowe i wymienniki białkowo-tłuszczowe, nie oblicza do tego insuliny - właśnie 23 sierpnia 2014 roku usiadłam przy biurku w naszym gabinecie i po prostu przyszła mi do głowy myśl: "Ja pierdzielę! Jestem Panią Swojego Czasu". I to jest odpowiedź na pytanie, skąd pomysł na nazwę. Nie wymyśliłam tej nazwy, nie wypracowałam jej w jakiś kreatywny sposób. Ona po prostu do mnie przyszła. Byłam wtedy w procesie rozwijania zupełnie innej firmy - agencji guwernantek - która zresztą całkiem dobrze się kręciła, tylko jej rozwijanie nie sprawiało mi



przyjemności. I wtedy, jak tylko o tym pomyślałam, wszystkie puzzle nagle powskakiwały w jedno miejsce. Pomyślałam sobie, że: "Mamo, to przecież skoro mnie to tak dobrze idzie, to mogłabym uczyć tego inne kobiety. A mogłabym to robić też w formie online". Znalazłam odpowiedź na to, że już nie chcę tak zarabiać, jak zarabiałam wtedy i na to, że nie chcę "im więcej pracować, tym więcej pieniędzy dostawać". Bo cud biznesu online polega na jego skalowalności i na tym, że wykonujesz tyle samo pracy, a możesz zarabiać dzięki temu więcej pieniędzy.

Dostałam pytanie, które mnie rozbawiło i które trochę pokazuje, jak działam: "Ile trwało od pomysłu do wdrożenia, do zrobienia, do zdecydowania, że robię to?". No więc, u mnie to trwało może z 5 minut. 23 sierpnia pomyślałam sobie: "Jezu! To jest genialny pomysł!" i 23 sierpnia zaczęłam działać. Robić stronę www - bo potrafiłam zrobić stronę na WordPressie - fanpage i newsletter. To są trzy obszary, w których działałam. Po jakimś czasie doszła do tego grupa Pań Swojego Czasu na Facebooku, ale ja mówię o tym pierwszym impulsie. To wszystko zrobiłam pierwszego wieczora. Nie poczytuję sobie tego za jakąś niesamowitą zasługę - po prostu jestem bardzo, bardzo, bardzo spontaniczna, jeśli chodzi o takie rzeczy, i prędzej pęknię, niż czegoś takiego nie zrobię. No i zrobiłam. To był początek.

Bardzo wiele z Was w związku z tym początkiem pytało mnie o to, jakie miałam plany, założenia, wizję i co było moim celem.

Wizję Pani Swojego Czasu miałam taką, że wymiałam w zarządzaniu i organizowaniu czasu - tak zwyczajnie, prywatnie, po ludzku i po kobiecemu. A po drugie mam dużo wiedzy merytorycznej na ten temat i po prostu mogę pomagać kobietom. Ponieważ obracałam się w środowiskach kobiecych i dostawałam bardzo dużo pytań o to - szczególnie po zdiagnozowaniu Jaśka - jak u nas to wszystko stało na głowie i weszło na *level hard*. Pytałyście: "Ale jak ty to robisz?" i pomyślałam sobie, że to idealny sposób na pożalenie mojej praktyki i dosyć specyficznego podejścia do zarządzania sobą w czasie z moimi merytorycznymi umiejętnościami oraz cechami charakteru, które miałam i które zaczęłam sobie uświadamiać.

Jeśli teraz myślicie, że powiem Wam, jaką miałam wtedy wizję pięcioletnią, strategię i plan rozwoju i tak dalej, to bardzo mocno Was rozczaruję, bo nie miałam czegoś takiego. Oczywiście wiedziałam, jak chciałabym to robić i w jakim kierunku miałyby się to rozwijać. Miałam pewne założenia co do tego, jak będę działać.

Jednym z nich było to, że zaczynam niskobudżetowo, żeby nie powiedzieć: w ogóle niebudżetowo. Pytałyście mnie o to, ile trzeba mieć pieniędzy na rozwój biznesu online. Nie da się na nie odpowiedzieć na i dziwię się, że ktoś w ogóle je zadaje. To zależy od tego, jaki masz biznes i co zamierzasz w nim robić. Ja wiedziałam, że chcę rozpocząć niskobudżetowo poprzez dawanie wartości i pomaganie.

Jeśli chodzi o strategię, to miałam w głowie, że długoterminowo to na 100% będzie biznes. W blogowaniu jest takie podejście, że są ci, którzy blogują dla misji i ci, którzy dla biznesu. Ja byłam po prostu kombinacją tego - chciałam pomagać kobietom i jak najbardziej miałam poczucie misji. Natomiast też zbyt mocno stoję na ziemi i lubię zarabiać pieniądze, żeby nie mieć przekonania, że to mi kiedyś przyniesie pieniądze, a ja znajdę sposób na spieniężenie - "zmonetyzowanie" jak to się teraz



ładnie mówi - tego. Ale bardzo szybko - mniej więcej już po miesiącu - wiedziałam, że na pewno nie będę chciała robić na moim blogu współpracy.

Mniej więcej w tym czasie zaczęłam interesować się biznesem online, ponieważ wtedy w Polsce praktycznie nikt takich biznesów nie robił, nikt na bardzo dużą skalę nie sprzedawał kursów online, nie było ebooków, webinarów, podcasty nie były też tak - szczególnie biznesowe - popularne. Bardzo mocno siedziałam w zagranicznym biznesie online i bardzo dużo się o nim uczyłam. Wiedziałam, że Pani Swojego Czasu w przyszłości stanie się czymś takim.

Natomiast nie zrobiłam sobie takiego kuku, które sobie robi bardzo wiele kobiet, a mianowicie nie stworzyłam sobie planu na milion lat do przodu. Ambitnego i rozbudowanego. Takiego, że jak człowiek na niego spojrzy, to myśli sobie: "O mój Boże! Nie będę tego robić". Postanowiłam działać małymi krokami, zresztą dalej tak działałam, to się w ogóle nie zmieniło. Stawiałam sobie cele na trzy miesiące do przodu. Pierwszym moim bardzo praktycznym celem - bo jedna z Was pytała: "Okej, ale od czego to się zaczęło tak fizycznie?" - było pisanie artykułów na bloga, newslettera i postów na Facebooku. To były trzy działania, które realizowałam. Raz: dlatego, że w nich najlepiej się czułam. Dwa: dlatego, że nie miałam czasu na więcej.

W momencie, gdy założyłam Panią Swojego Czasu - to jest ważne - nie zrezygnowałam z działalności trenerskiej. Po tych dwóch miesiącach wakacji i uczenia się życia na nowo, zwyczajnie wróciłam do poprzedniej pracy i znowu jeździłam na szkolenia jako trenerka umiejętności miękkich. Natomiast postanowiłam sobie, że gdy przychody z Pani Swojego Czasu osiągną 80% moich dotychczasowych przychodów, zamknę to, co robiłam dotychczas, czyli zrezygnuję z pracy trenerki. Podzieliłam się tą informacją ze swoim pracodawcą, który oczywiście w to nie uwierzył, bo założenia mojego biznesu online, oparte na dzieleniu się wiedzą, wydawały mu się nierealistyczne, śmieszne i absurdalne. Ale nie robiło to na mnie wrażenia dlatego, że widziałam, że na tak zwanym "mitycznym zachodzie" to się świetnie rozwija. I powiem Wam, że jak z tej perspektywy patrzę na to, co się działo pięć lat temu, to ewidentnie widziałam to, co się dzieje się teraz, czyli szła na ebooki, kursy i biznes online. Wtedy jeszcze tego nie było, ale miałam głębokie przekonanie, że to będzie szło w tym kierunku i faktycznie tak się stało. Nie założyłam, w jakim okresie osiągnę 80% przychodów z Pani Swojego Czasu, ale założyłam, że gdy one wzrosną, moje zaangażowanie w pracę trenerki zmniejszy się.

Oczywiście trzeba pamiętać, że obecnie sprzedaż u Pani Swojego Czasu odbywa się poprzez sklep, w którym jest ponad 200 produktów i jest ona systematyczna. To znaczy w złych miesiącach mamy 150-200 tysięcy przychodu, w bardzo dobrych - prawie milion. Takie są amplitudy zarobków i to jest normalne w biznesie online.

Na początku było tak, że wypuściłam jeden kurs w styczniu, a drugi w czerwcu. Pomiędzy styczniem a czerwcem nie miałam absolutnie żadnego przychodu z Pani Swojego Czasu, więc musiałam gospodarować pieniędzmi w bardzo racjonalny sposób. Ale też musiałam ciągle myśleć o tym, jak "zonglować" zarabianiem.

80% przychodów zakładałam oczywiście w skali rocznej, a nie miesięcznej, bo w skali miesięcznej to byłoby zupełnie niemożliwe, natomiast w rocznej jak najbardziej. Po prostu odkładałam te pieniądze, dzieliłam na miesiące i żyłam z tego.



W miarę jak rozwijała się Pani Swojego Czasu i zarabiałam coraz więcej, wygaszałam systematycznie swoją działalność trenerską, co było możliwe o tyle, że nie pracowałam na etacie, tylko byłam freelancerką. Więc mogłam powiedzieć: "Nie, tego szkolenia nie wezmę i nie będę go realizować". To jest według mnie bardzo ważne dlatego, że nie byłabym w stanie rozwinąć Pani Swojego Czasu, gdybym cały czas miała dokładnie tak samo duże obciążenie związane z pracą trenerki, jak na początku. Nie miałabym kiedy tego robić. Nawet gdybym była na tyle zdeterminowana, żeby to wykonywać po nocach, to po pewnym czasie bym się wypaliła, bo zwyczajnie nie miałabym na to siły.

Jeśli jesteście zainteresowane finansami, to od razu powiem, że - bo dostałam pytanie wprost: "Ile miałam pieniędzy na początek?" - nie miałam wtedy w ogóle pieniędzy. Wynikało to też z tego, że dokładnie w lipcu 2014 roku przeprowadziliśmy się do nowego mieszkania, które częściowo sfinansowaliśmy gotówką i mieliśmy na koncie może z 1000 zł. Więc zupełnie nie miałam żadnych zapasów finansowych. Dlatego też nie miałam wyboru i musiałam podejść do zagadnienia niskokosztowo i niskobudżetowo, co przy niektórych biznesach online jest możliwe. Przy takiej strategii, jaką miałam - czyli prowadzę bloga, zbieram społeczność, sprawdzam, jakie tematy mają większe branże - było to jak najbardziej możliwe. Bo jedynymi kosztami, które musiałam ponieść, były te związane z blogiem: koszt serwera, domeny, wtyczek i tego typu rzeczy. To nie były duże sumy. Poza tym wszystko - od a do z - wykonywałam sama. Poza księgowością, ale tak się działo od początku prowadzenia działalności gospodarczej. Canva była wtedy moim największym przyjacielem i wszystko w niej robiłam.

Czasami z rozrzewnieniem wspominam czasy, gdy koszty były niskie, bo teraz to jest jakiś kosmos. I nie mówię tego z rozpaczą - po prostu są one bardzo wysokie w momencie, gdy się ma sześcioosobowy zespół, mnóstwo systemów i podwykonawców, sklep pełen produktów fizycznych, które trzeba wyprodukować i za których produkcję trzeba zapłacić.

Dostałam jeszcze jedno pytanie związane z początkiem, które mnie bardzo rozbawiło. Jest znamienne chyba dla kobiet, które chcą rozwinąć swój biznes, a w które niewiele osób wierzy. Pytanie było o to, czy w procesie rozwijania Pani Swojego Czasu kiedykolwiek od mojego męża - którego zwykłam nazywać Misterem B. - dostałam taką informację: "Wiesz co? Weź żona już sobie daj spokój z tym biznesikiem i zajmij się mną oraz dziećmi". Nigdy nie dostałam takiego komunikatu na żadnym etapie swojego życia zawodowego, a uwierzcie mi, robiłam bardzo dziwne rzeczy. Kiedyś przyszedłam do mojego - wtedy jeszcze niemęża - i powiedziałam: "Słuchaj, za dwa tygodnie lecę do Bahrajnu. To jest taki kraj między Arabią Saudyjską a Iranem. Będę tam latać jako stewardessa w arabskich liniach lotniczych i będę tam mieszkać". A on powiedział: "Okej". Więc nie, absolutnie nie dostałam czegoś takiego. Wręcz przeciwnie - cały czas dostawałam wsparcie. Czegokolwiek bym nie wymyśliła, w jakikolwiek biznes bym nie poszła, dostawałam wsparcie i to jest dla mnie bardzo ważne. Ono w ogóle nie ma znaczenia merytorycznego. Często panowie mnie pytają o wsparcie od męża, ale mając na myśli, czy on mi pomaga coś dziubać, robić i tak dalej. Więc nie, nie pomaga mi, bo się w ogóle nie zna na biznesie online. Jest matematykiem i to matematykiem teoretykiem. Natomiast jest dla mnie ogromnym wsparciem, jeśli chodzi o szacunek dla moich pomysłów, żeby nie powiedzieć wymysłów. I ja to bardzo doceniam, choć też muszę powiedzieć, że praktycznie nigdy nie ryzykuję. Nie



ryzykowałam na początku, bo przypominam, że cały czas zarabiałam, więc nie ryzykowałam finansowo.

Nie było zagrożenia, że jak Pani Swojego Czasu się nie uda, to ja zbankrutuję. Nie robiłam tego i nie uważam, że tak należy robić. Ja po prostu potrzebuję bezpieczeństwa finansowego do tego, żeby móc kreatywnie działać. Gdy kiedyś rozmawiałam z doradcą finansowym, bo chciałam, żeby ktoś zerknął z lotu ptaka i zupełnie obok na finanse Pani Swojego Czasu i na to, jak nimi zarządzam - jak wygląda kwestia marży, inwestowania, wydatków - to dowiedziałam się, że zarządzam finansami bardzo ostrożnie. I to jest dla mnie komplement. Dlatego, że teraz naprawdę dużo ryzykuję, bo wydaję dużo produktów, tworzę nowe kolekcje, które kosztują strasznie dużo pieniędzy, a leżą w magazynie, bo to nie są rzeczy, które się sprzedadzą w osiemdziesięciu tysiącach sztuk w ciągu jednego dnia. To zatowarowanie na kilka miesięcy do przodu. Więc to duża inwestycja, a w związku z tym jednak spore ryzyko. Ale robię to dopiero wtedy, gdy mam do tego zaplecze finansowe, czyli poduszkę finansową i oszczędności, które przekraczają X razy to, co zainwestowałam. Bo nie byłabym w stanie tego zrobić, nie mając takich oszczędności i bezpieczeństwa. Podejrzewam, że ludzie mają różnie i są tacy, którzy mogą spokojnie szaleć i ryzykować, nie posiadając żadnego zaplecza finansowego. Ja po prostu nie jestem w stanie kreatywnie myśleć, nie mając zabezpieczenia.

Jeśli chodzi o mój sposób budowania społeczności w tamtym czasie, to jest to ciekawe. W roku 2014 w ogóle nic nie wiedziałam o świecie online i Facebooku - nie wiedziałam, że istnieje Instagram. Nie czytałam blogów, nie komentowałam aktywnie - to był dla mnie kompletnie obcy świat. I gdy porównuję go z tym, co dzieje się teraz, to ciągle dostaję mnóstwo pytań: "Ola, co zrobić, żeby mieć tyle followersów, co Ty?", "Ola, co zrobić, żeby mieć zaangażowaną społeczność?", "Ola, co zrobić, żeby mieć więcej lajków, żeby mieć więcej komentarzy?", "Co zrobić, żeby komentowali na blogu?". Powiem Wam, że to pytania, które się w ogóle u mnie nie pojawiały. Mnie interesował faktycznie oddźwięk - to, jak ludzie odbierają to, co piszę - bo wtedy tylko i wyłącznie pisałam. Bardzo dużo działałam poprzez newsletter. Mam wrażenie, że nawet więcej, niż poprzez bloga. Było dla mnie oczywiste, że ludzie wcale nie komentują tak dużo na blogach, jak się innym wydaje, bo to wymaga czasu. Ja nie komentowałam, bo mi się nie chciało, do tej pory mi się nie chce, więc dlaczego miałabym wymagać tego od innych. Ale cieszyło mnie ogromnie, gdy dostawałam na przykład odpowiedzi na newsletter i indywidualne pytania. Wtedy miałam na blogu napisane, że odpowiadam na każde pytanie - oczywiście teraz tego nie robię, bo nie jestem w stanie. I faktycznie ludzie do mnie pisali, a ja odpowiadałam. Byłam w ciągle toczącej się dyskusji i to było coś dla mnie ważnego. Ważne były dla mnie reakcje, niekoniecznie liczby. Ale też nie miałam świadomości, czy te liczby coś dają czy nie.

Pamiętam do tej pory, że gdy zaczynałam, to 1 000 fanów na Facebooku wydawało mi się kosmosem nie do osiągnięcia. Myślałam, że tylko absolutnie najwięksi mają tyle. Może Ewa Chodakowska - choć ona pewnie już miała wtedy pół miliona. Ale ja w ogóle nie byłam w tym świecie, więc nie wiedziałam, o jakich my ilościach mówimy. Byłam totalnie zielona. I mój sposób budowania społeczności opierał się o te trzy kanały, o których mówiłam, czyli pisałam najlepsze artykuły, jakie się da - takie, które wiedziałam, że będą miały oddźwięk, są ciekawe, coś dają, pokazują inny punkt widzenia. Pisałam newslettery - bardzo osobiście. Zapraszałam w nich do rozmowy, zadawałam





pytania i faktycznie dostawałam odpowiedzi od czytelniczek. No i prowadziłam aktywnie Facebooka, czyli wrzucałam tam różnego rodzaju posty. Starłam się zawsze rozmawiać.

Nie ukrywam, że początkowo dosyć dużo mojego zaangażowania poszło w tworzenie wizualnej oprawy dla haseł typu: "Zrobione jest lepsze od doskonałego" albo "Panie Swojego Czasu w weekend odpoczywają zamiast pracować". To są hasła, które się niosły, które ludzie pokazywali dalej i faktycznie trochę nowych osób do mnie przychodziło.

Od razu też powiem, że na samym początku inwestowałam w reklamę. Gdy zaczynałam Panią Swojego Czasu, całkiem dobrze odnajdywałam się w reklamach na Facebooku. Teraz się nie odnajduję w ogóle - robi to u mnie osoba, która się w tym specjalizuje. Ale wtedy intensywnie się ich uczyłam. Były też dużo prostsze. Nie było czegoś takiego menedżer reklam. To przynosiło fantastyczny efekt - po prostu przychodziły do mnie nowe osoby. Przypomnę, to był 2014 rok i byłam jedyną osobą w polskiej sieci, która uczyła kobiety zarządzania sobą w czasie i organizacji. Jedyną. Teraz tych kobiet jest bardzo dużo - wtedy nie było takich treści. Dla mnie pytanie, czy inwestowałam w reklamy jest pytaniem mało istotnym. Ja robiłam wszystko, co tylko w mojej mocy, żeby mój głos niósł się dalej. Czułam się w reklamach bardzo dobrze i one naprawdę nie były drogie - kosztowały z 10 zł dziennie za reklamę, która miała na przykład generować zapisy na newsletter. Za zapisy na newsletter osoby, które się zapisywały, dostawały na przykład planeryienne, tygodniowe i miesięczne. Te reklamy szły absolutnie jak szalone. W ogóle do tej pory nie rozumiem, dlaczego to jest tematem tabu i coś rozwijamy organicznie albo nieorganicznie. Co za różnica? Jeśli koniec końców masz u siebie zaangażowaną społeczność i ludzi, którzy czytają to, co piszesz i słuchają tego, co mówisz, to jaka różnica, czy oni byli zdobyci w taki czy inny sposób? O ile się nie włamałaś do jakiegoś rejestru, bazy danych, nie ukradłaś ich, to według mnie wszystko w porządku. Bo źródło dotarcia jest mało istotne - ważne, że jest.

Rozumiem, że teraz zorientowanie się w reklamach na Facebooku może być trudne, ale z drugiej strony jest naprawdę sporo osób, które tego uczą i można kupić kurs online za kilkaset złotych, gdzie zostaniesz przeprowadzona krok po kroku przez proces stawiania reklam. Pamiętam, że mam zakupiony - oczywiście już nieaktualny, bo dostęp był przez rok - kurs u Artura Jabłońskiego. To bardzo fajny kurs, bazujący na screenach i pokazujący wszystko po kolei. Obecnie sama reklam nie robię, bo nie mam na to czasu. Poza tym w ogóle mnie to nie bawi - a ja już chcę robić w biznesie tylko rzeczy, które mnie bawią. Ale naprawdę można coś takiego znaleźć i warto w to zainwestować.

W ogóle - tutaj chciałabym to podkreślić i będę jeszcze o tym mówić - uważam, że ktoś, kto "żyłuje" - przepraszam za określenie - na własnym rozwoju i inwestowaniu w swoją wiedzę oraz rozwój swojego biznesu, to jest ktoś, kto nie powinien go prowadzić. Ja sobie od ust odejmowałam, żeby kupić kursy i czegoś się nauczyć. Intensywnie uczyłam się na przykład rozwijania listy mailingowej od Amy Porterfield. Kupiłam jej kurs na ten temat, który kosztował około 8-9 tysięcy zł - kilka lat temu to była masa kasy. Dla mnie było oczywiste, że wydaję pieniądze po to, żeby inwestować i rozwijać się. Rozumiem, że możemy na początku - tak jak ja - iść niskokosztowo, ale potem wolę sobie naprawdę nie kupić piętnastu rzeczy, a zainwestować w rozwój, żeby mieć z tego efekty. Zresztą powiem Wam na marginesie, że wszystkie osoby, które znam i które świetnie rozwijają swój biznes, to osoby, które non stop się uczą i rozwijają. I nigdy by im nie przyszło do głowy powiedzieć, że już wszystko potrafią i wszystko wiedzą.



Dostałam jeszcze takie pytanie o początki: "Co było Twoją inspiracją w codziennych zadaniach?". I myślę sobie, że jest takie przekleństwo w naszych współczesnych "robieniach" biznesu. To inspiracja i motywacja. Powiedziałabym tak: nic nie było moją inspiracją. Po prostu wykonywałam plan. Miałam w nim kilkanaście punktów i dzień w dzień siadałam na dupie i je realizowałam. Serio.

Myślę sobie, że ludzie za dużo chcą się inspirować i motywować. Za bardzo szukają źródeł inspiracji i motywacji, a za mało z tego wykonują konkretnych działań. Należy wziąć kartkę, spisać pięć zadań, które zrobię dzisiaj, żeby mi ten biznes się rozwinął albo żebym poszła do przodu, albo żebym miała więcej czytelników, pięć wniosków, które wdrożę od jutra. Nie miałam jakichś tam inspiracji, po prostu siadałam i realizowałam to, co miałam do zrobienia. Przypomnę i podkreślę - bo to ważne - nie przejmowałam się tym, co będzie za pół roku i za pięć lat. Że jakaś tam strategia i tak dalej. Miałam plan: trzy wpisy, trzy posty na Facebooka i jeden newsletter tygodniowo. I to było na mojej liście zadań: napisać jeden artykuł, napisać drugi artykuł, napisać trzeci artykuł, zrobić logo w Canvie, wybrać zdjęcie. Po prostu je realizowałam. Do tej pory tak działałam.

Skoczę teraz trochę do przodu, bo chcę Wam pokazać, że ta strategia zupełnie się nie zmieniła. Mam teraz w głowie otwarcie przestrzeni Pani Swojego Czasu w Krakowie - fizycznej przestrzeni, która będzie połączeniem kilku bytów. To nie będzie po prostu sklep i showroom. Mam wiele różnych pomysłów, o których Wam powiem, jak już tę przestrzeń znajdę. I mogę się zastanawiać: "Ja pierdzielę, ile tam jest roboty!". Bo trzeba będzie zrobić remont, ustawić meble, zatrudnić ludzi, mieć menedżera, zatowarowanie - masa rzeczy. Gdybym tak myślała, to ciągle siedziałabym na kiblu i robiła pod siebie. Zamiast tego po prostu codziennie mam listę czterech zadań, które są z tym związane, czyli: przejrzeć w Internecie ogłoszenia, zadzwonić do tego i tego, umówić się na spotkanie, obejrzyć to i to. Idę krok po kroku. Nie przejmuję się tym, co będę miała z menadżerem i jak moja ciężarówka będzie gdzieś tam dojeżdżała z rzeczami, bo bym zwariowała. Już nie mówiąc o tym, ile czasu bym na to straciła.

To tyle, jeśli chodzi o początki. Przypomnę Wam, że case study Pani Swojego Czasu, czyli to, jak się rozwijała miesiąc po miesiącu i kwartał po kwartale, zostało opisane w ebooku "Czas na biznes online. Jak wystartować i nie splajtować".

Teraz przejdę do momentów przełomowych w rozwoju Pani Swojego Czasu.

Bardzo wiele osób pytało, jakie one były. "Jaki produkt był przełomowy? Jakie działanie w sieci było tym, które spowodowało, że poprunęłaś? Jaka osoba, która Cię poleciła, spowodowała, że coś tam się rozwinęło? Co sprawiło, że Twój Instagram wypalił w kosmos? Co się podziało, że Twój Facebook wypalił w kosmos? Co takiego spowodowało - jedna rzecz, którą byś wybrała - że teraz masz tyle osób w newsletterze?"

Gdy czytałam te pytania, przychodziło mi do głowy tylko i wyłącznie jedno przekleństwo na literę K. Miałam takie wrażenie, że wśród osób, które myślą o swoim biznesie, pokutuje magiczne myślenie o momencie przełomowym. Większość ludzi rozwijających swój biznes wciąż sądzi, że gdzieś tam jest taki święty Graal - jedna osoba, jedno działanie, jedno medium społecznościowe, jeden trik, który powoduje, że wszystko wybucha w kosmos, biznes się kręci i wszystko działa.



Rozumiem, z czego to wynika, bo oczywiście wszyscy chcielibyśmy coś takiego odkryć. Problem polega na tym, że to nierealistyczne myślenie. Oczywiście, są takie biznesy, które widać, że wybuchają, że faktycznie coś takiego się podziało, gdzieś się pojawiły i potem już poszła lawina. Ale to jest wyjątek, a nie reguła.

Uważam, że dużo ważniejsze od polowania na moment przełomowy, jest po prostu codzienna, zwyczajna robota - taka praca u podstaw. Biznesy, które mi imponują, to takie, które pracują jak mrówki. Nie chodzi o to, że pracują bardzo ciężko - 19 godzin na dobę albo coś w tym stylu. Ale robią to mądrze, systematycznie i mają głęboko w dupie – przepraszam - to, czy są zmotywowane czy nie. Po prostu mają swój plan działań i go realizują, nie oglądając się na innych, nie zastanawiając się, czy im się chce czy nie ani czy są zainspirowane czy nie.

Chciałabym, żebyście porzuciły takie myślenie o przełomowych momentach - że coś takiego jest, co gdzieś tam wybuchnie. Powiem Wam oczywiście o kilku takich rzeczach u mnie, które popchnęły wszystko do przodu. Ale nie w takim sensie, jak sądzicie - że nagle nastąpił jakiś wielki gigantyczny wzrost sprzedaży albo że przybyło mi milion followersów i wszyscy zaczęli o mnie mówić. Bo czegoś takiego nie było. Natomiast popchnęły do przodu w tym sensie, że zobaczyłam efekt swoich działań i że idzie to w dobrym kierunku, rozwija się. Zobaczyłam potwierdzenie swoich planów, wizji, strategii właśnie w tych działaniach.

Gdy spisałam sobie wszystkie te elementy, to widzę, że słowo "pierwszy" ma tutaj wielkie znaczenie. Mam tutaj pierwszy kurs online, pierwszy produkt fizyczny, pierwszą kursoksiążkę - co ciekawe, nie książkę, tylko kursoksiążkę, bo mam na koncie jeszcze dwie książki - pierwsze wystąpienia na żywo - czyli live'y na Facebooku - oraz pierwsze wystąpienie dla blogerów.

Zastanawiałam się, dlaczego słowo "pierwszy" robi takie wrażenie. Dlatego, że za każdym razem, gdy próbujemy czegoś nowego i robimy coś po raz pierwszy, to wydaje się nie do przejścia, bardzo trudne i skomplikowane. No i to jest przede wszystkim wielkie ryzyko. Pierwszy kurs online, pierwszy produkt fizyczny, pierwsza książka, pierwsze zatrudnienie kogoś, pierwsza kursoksiążka, pierwsza sprzedaż klubu, czyli coś zupełnie nowego jest ryzykiem, bo nigdy nie wiemy, czy to przyniesie efekt czy nie. To były dla mnie momenty przełomowe w tym sensie, że ja to ryzyko podjęłam. Zobaczyłam, że to się opłaca. Mogłam przeanalizować, co takiego spowodowało, że to zadziało.

Idąc po kolei: jeśli chodzi o pierwszy kurs online to był on momentem przełomowym z bardzo prostego powodu. To był jednocześnie mój pierwszy produkt, czyli pierwsza rzecz, na której zarobiłam.

Zrobiłam go po czterech miesiącach istnienia Pani Swojego Czasu i to było coś, co każdy mi wtedy odradzał. W tamtych czasach budowanie społeczności i "monetyzowanie" - brzmi to, jakbym robiła to sto lat temu - polegało na tym, że powinnaś blogować rok, dwa, trzy i powoli zacząć myśleć o pieniądzach. A ja blogowałam półtorej miesiąca i pomyślałam: "Okej, czas na kurs online. Czas zacząć zarabiać na tym, co robię, bo nie będę tak wiecznie przecież wszystkiego za darmo dawać". I nie mam z tym żadnego problemu. Oczywiście miałam sygnały, że jest na to zapotrzebowanie.

Kurs online tworzyłam dokładnie tak samo, jak tworzę teraz wszystkie swoje produkty, czyli współtworząc go z moimi czytelniczkami - zadając pytania, dowiadując się, co jest problemem, co trudnością, dlaczego pewnych rzeczy nie rozwiązują i tak dalej.



Tutaj kłania się mój ebook o promocji i sprzedaży w biznesie online. Pokazuję tam, jak ten cały proces u mnie wygląda. Od początku lubiłam to robić właśnie w taki sposób. To nie było tak, że tworzyłam ten kurs online w zaciszu swojego biurka, a potem wybuchłam z nim, tylko od dnia numer 0 powstawał on razem z dziewczynami. Więc miałam sygnały, że jest zainteresowanie, ale wciąż nie miałam pewności, że tak naprawdę będzie - bo jej nigdy nie ma. Przypominam, że to była sytuacja, w której dostałam informację zwrotną od mojego ówczesnego szefa, że to się na pewno nie uda, że ten biznes online to jest w ogóle kicha i że dzielenie się wiedzą to też kicha.

W styczniu 2015 roku, po czterech miesiącach istnienia Pani Swojego Czasu, sprzedałam kurs online - 280 sztuk i zarobiłam 20 parę tysięcy złotych. Nie pamiętam dokładnie ile, ale to były największe zarobione przeze mnie pieniądze w okresie tygodnia. To był totalny szok. Spodziewałam się maksymalnie pięćdziesięciu osób, które go kupią.

To był moment przełomowy, bo zobaczyłam że bez problemu da się to dalej ciągnąć - możemy iść w tym kierunku.

Oczywiście błędem, było to, że to był kurs, który nie miał swojej grupy, więc nie miałam informacji zwrotnych od uczestniczek.

Na pewno punktem przełomowym był produkt fizyczny.

Po pierwsze dlatego, że to był produkt fizyczny i jeśli nie tworzycie takich samodzielnie, to nie macie pojęcia, ile to jest roboty. Nie będziecie mieli tej świadomości, dopóki samodzielnie nie zrobicie jakiegoś produktu fizycznego. To jest miazga. E-produkty, czyli ebooki, kursy online, to jest pikuś w porównaniu z produktami fizycznymi.

Po drugie: mój pierwszy produkt fizyczny, czyli pierwszy planer - nie taki, który widzicie teraz w sklepie, tylko taki, którego już dawno w nie ma sprzedaży - powstawał we współpracy z inną firmą i to była jedna wielka wtopa. Opowiem o niej, jak będę mówić o błędach, wtopach i porażkach. Ta współpraca to był koszmar pod milionem względów: finansowym, formalnym, wykonawczym i w ogóle.

To był bardzo przełomowy moment, ponieważ wszystkie następne produkty fizyczne, które tworzyłam, powstawały niejako w kontrze do tego pierwszego. Moją mantrą było: byleby to nie było tak, jak wtedy.

Na pewno momentem przełomowym dla mojej firmy, czyli Pani Swojego Czasu i też dla mnie jako osoby, były początkowo "Kawy z Budzyńską", webinary, a potem podcasty - generalnie wystąpienia na żywo.

Gdy zaczynałam, w ogóle nie miałam świadomości tego, jaką mam sprawczość, siłę i energię, występując na żywo, na przykład na "Kawie z Budzyńską" albo webinarach. Dlatego, że gdy zaczynałam Panią Swojego Czasu, nie istniały live'y na Facebooku ani Instagramie, nie było wtedy Instastory. Ale gdy zaczęły powstawać, to ja dosyć późno w to weszłam. Dużo osób już tam się rozkręciło, a ja myślałam sobie: "Ooo, w ogóle co to?".

Było to dla mnie trudne, dopóki nie wymyśliłam pewnego formatu - właśnie "Kawy z Budzyńską". To był zdecydowanie moment przełomowy, ponieważ wtedy mogłam odpalić "wrotki", które lubię najbardziej, czyli pomieszenie planowania i organizacji z chaosem i spontaniem, który też siedzi w mojej głowie. Mam wrażenie, że bardzo dobrze to widać w moich wystąpieniach na żywo,



gdy robię webinary i przez pięć minut jest szaleństwo i tańce, a potem półtorej godziny bardzo merytorycznego i uporządkowanego wykładu.

Na pierwszych webinarach byłam bardzo wystrachana. W ogóle nie wiedziałam, co to jest i z czym się to je. Na pierwszym webinarze miałam 21 osób i robiłam w gacie pod siebie ze strachu. Nie wiedziałam, jak to będzie wyglądało. A zupełnie przypadkiem okazało się, że to jedna z moich ulubionych form przekazu i kontaktu z Wami. Czuję się doskonale w takiej formie przekazywania wiedzy. Bardzo to lubię, sprawia mi to ogromną radość i z nieukrywaną dumą stwierdzam, że na polskim rynku webinary Pani Swojego Czasu są marką samą w sobie. Wiadomo, że co miesiąc się na nie czeka - zapisuje się na nie kilkanaście tysięcy kobiet.

Sprawdziłam statystyki i od momentu stworzenia pierwszego webinaru - który nie pamiętam, kiedy był - zapisało się na nie już 187 tysięcy osób. To jest dla mnie wielkie wow i jestem z tego powodu bardzo zadowolona.

Kolejnym momentem przełomowym był dla mnie mój pierwszy Live Influencer Poznań. On się chyba wtedy nazywał Blog Conference Poznań.

Zostałam zaproszona - 3 albo 4 lata temu - jako prelegentka. To był moment przełomowy dla mnie dlatego, że do tego czasu nie istniałam w blogosferze jako ktoś, kogo się zna, rozpoznaje i czyta. Istniałam w blogosferze tylko jako blogerka, którą czytają - że tak powiem - zwykli, zwyczajni ludzie i nie obracam się w ogóle w tym środowisku. Dalej jestem trochę osobą, która funkcjonuje na jego pograniczu. Czasem, gdy dowiaduję się, że jest jakaś aferka w blogosferze, to okazuje się, że ta aferka była dwa lata temu, a ja się dowiaduję ostatnia.

Blogosfera jest bardzo specyficzna. Tam mówi swoim językiem i swoim kodem, ja nigdy tego nie rozumiem, ale na szczęście mam kilka osób, które są na tyle miłe, że potrafią mi to wytłumaczyć i mówię: "A, okej, dobra, to teraz już rozumiem, chociaż... chociaż w sumie nie rozumiem, ale dobra, no niech będzie, przynajmniej wiem, o co chodzi".

To był taki moment, kiedy po raz pierwszy zostałam zaproszona jako prelegentka na tak ogromną konferencję dla blogerów. Mówiłam właśnie o produktach fizycznych i produktach w ogóle. O tym, że bloger – uwaga! - może na nich zarabiać. Trzy i pół roku temu to nie było popularne myślenie. Tak jak teraz prawie każdy idzie gdzieś w kierunku szukania swojej niszy, jeśli chodzi o produkty, tak kiedyś to było bardzo niepopularne. Właśnie wtedy dostałam informację od bardzo znanej blogerki o tym, że na własnych produktach, to tylko na waciki. Ona nie ukrywała i nie omieszkła podkreślić tego, że jest *bardzo znaną blogerką* - najlepszą i najlepiej zarabiającą w swojej dziedzinie - i nie zamierza iść w produkty fizyczne, bo to tylko na waciki.

To był dla mnie moment przełomowy. To nie było tak, że w pewnym momencie gdzieś wybuchło, tylko normalnie, systematycznie, co miesiąc, co pół roku, co rok to po prostu idzie w górę. Więc kwoty, które wtedy pokazywałam, były śmieszne w porównaniu z tym, co mam dzisiaj. Wtedy miałam może sześć albo dziesięć produktów, więc rozumiem, że to mogło być odebrane jako faktycznie niskie kwoty. Ale absolutnie miałam świadomość i przekonanie, że to będzie szło w tym kierunku i że to jest przyszłość. No i dostałam "plaskacza", że absolutnie nie. Według mnie bardzo dobrym podsumowaniem i klamrą tej historii jest to, że dokładnie ta osoba, która twierdziła, że własne produkty to na waciki, jakiś czas temu wydała swojego ebooka. Sama - nie z wydawnictwem.



Były też dwie osoby z blogosfery, które miały bardzo duży wpływ na moje myślenie o biznesie i blogowaniu oraz w zasadzie o sobie samej.

Pierwszą z nich była Joasia Glogaza, która dla mnie wtedy była: "Ooo, Joasia Glogaza, supermegahiperbloggerka". Joasia Glogaza jest dalej supermegahiperbloggerką, ale obecnie jest też po prostu moją koleżanką. Wtedy była kimś nieosiągalnym. I Asia się do mnie zwróciła po pomoc w tworzeniu kursu online. Asia ma kurs online o tworzeniu własnej marki odzieżowej i ja niejako pomagałam jej go tworzyć - odpowiadać na pytania, szukać różnego rodzaju min i pułapek, dawałam wskazówki. To był dla mnie taki moment, że blogosfera zaczyna przychodzić do mnie po pomoc w tych obszarach.

Drugą taką osobą był Tomek Tomczyk zwany Jasonem Huntem, który też jest guru blogosfery. Dawno, dawno temu w początkach jej istnienia Tomek był osobą, która to rozwijała. A to również ja uczyłam go robić kursy online i pokazywałam mu, jak to działa.

Trzecią osobą była Eliza Fashionelka, u której byłam na kursie Lightrooma, którego notabene nie używam, tej płatnej wersji, tylko bezpłatnej w telefonie, bo jestem zbyt leniwa na to, żeby cokolwiek robić ze zdjęciami w komputerze. W momencie, gdy byłam u Elizy na szkoleniu, miałyśmy nocną burzę mózgow. Wtedy bardzo dużo mówiłam jej o własnych produktach - ponieważ Eliza była w procesie wydawania swoich ebooków kulinarnych - o ich sprzedaży, promocji, marketingu i tak dalej. Eliza mnie wtedy wprowadzała w świat Instagrama. I żeby było jasne, to nie było tak, że ja wtedy byłam początkująca na Instagramie. Bo miałam jakieś 25 000 followersów, więc całkiem sporo. Ale Instagram wciąż traktowałam tak: "O Jezu, Jezu! Jest, to jest". A u Elizy po tej naszej burzy zobaczyłam, że to faktycznie fajne medium i od tego momentu Instagrama prawie pokochałam - ze wszystkimi jego wadami i zaletami, plusami i minusami, których też jest sporo. Natomiast obecnie w moim biznesie Instagram jest ogromnym narzędziem. Instastory - po webinarach - jest jedną z moich ulubionych form komunikacji z moją społecznością. Ma ogromny wpływ na mój biznes. Gdy zrobię Instastory i popatrzę na wyniki sprzedaży, to jedno z drugim bardzo mocno koreluje. Zawdzięczam to Elizie w tym sensie, że po tej burzy mózgow, zaczęłam intensywnie działać na Instagramie - bardziej strategicznie - a nie tylko wrzucać treści, bo trzeba.

Kolejnym momentem przełomowym w rozwoju mojego biznesu była decyzja o zwiększaniu asortymentu w sklepie Pani Swojego Czasu.

To była decyzja, która miała miejsce jesienią 2018 roku, czyli w zasadzie rok temu. Oczywiście ten asortyment powiększał się organicznie, bo robiliśmy nowe rzeczy. Natomiast ja w pewnym momencie zdecydowałam, że trzeba zainwestować mocno w tworzenie nowych produktów. To było ryzyko dlatego, że to zamrożone setki tysięcy złotych. Oczywiście mamy takich podwykonawców, którzy na przykład pozwalają opłacać faktury w momencie, gdy produkty są w magazynie i nawet zaczęła się już ich sprzedaż, czyli wystawiają fakturę na przykład na 90 000 zł za wyprodukowanie produktu X i ja tę fakturę opłacam dopiero po pierwszym dniu sprzedaży, który notabene pokrył wszystkie koszty, więc to jest fajne, bo wychodzę od razu na zero. Ale jest też sporo takich podwykonawców - i dla mnie to jest jak najbardziej w porządku - którzy wystawiają fakturę, zanim zaczną cokolwiek produkować. Więc fakturę na 48 000 zł muszę opłacić, zanim w ogóle zobaczę produkt - już nie mówiąc o jego sprzedaży.



To okej, gdy te produkty wchodzą sobie organicznie do sklepu - najpierw jeden, a za cztery tygodnie kolejny. Ale w momencie, gdy decydujesz: "Dobra, słuchajcie! Rozwijamy linię produktów fizycznych" i nagle w ciągu kwartału pojawia się 50 nowych rzeczy, to jest to naprawdę duży skok.

Ale to też pokazało, że sprzedaż wtedy skoczyła. Po prostu zmieniłam strategię, bo do tej pory w moim sklepie można było znaleźć produkty, których ja sama używałam do planowania i które uważałam, że są świetne, bo ja z nich korzystam. No i wszystko byłoby fajnie, gdyby nie to, że zwracały się do mnie kobiety, które mówiły: "Super, ale ja tak nie planuję. Ja wolę inaczej - tygodniowo, miesięcznie, dwutygodniowo. A ja bym chciała suchościernalny, a ja wolę taki". Jako właścicielka pomyślałam sobie: "Kurna... No, ale nie spełnię tych wszystkich oczekiwań". A z drugiej strony: "No, ale Budzyńska, skoro sama uczysz kobiety, że można planować na wiele różnych sposobów, to może powinnaś im umożliwić". I zeszłego roku podjęłam decyzję, że tak będziemy robić.

Do tej pory mam taką strategię, że zawsze pierwsze zamówienie produktu to najmniejsze możliwe, czyli pierwszy *batch*, rzut, edycja jakiegoś produktu, jest tak mała, jak tylko się da. To bardzo różne ilości. W przypadku planerów suchościernalnych w rozmiarze A1 to na przykład 200 sztuk, ale w przypadku innych planerów to minimum 1 000 sztuk, bo po prostu mniej zupełnie się nie opłaca produkować. Ta ilość zależy od typu produktu. Ale patrzę, żeby to była najmniejsza ilość, bo chcę zobaczyć, jakie jest zapotrzebowanie.

Obecnie mamy tyle produktów w sklepie, że nie jestem w stanie wdrożyć strategii, którą bardzo lubię, czyli pytać o każdą rzecz, bo musiałabym pytać o to co dwa dni. Mogę to robić tylko w przypadku jakiś produktów kluczowych, jakimi są na przykład "Planery Pełne Czasu". Tutaj zawsze pytam o nowe kolory, więc sprawdzam, na co jest zapotrzebowanie, a na co nie.

To, że zdecydowałam się pójść w różne obszary planowania i tworzyć produkty do nich było zdecydowanie momentem przełomowym i zrobiło bardzo dużo dobrego dla mojego biznesu, bo widzę możliwości rozwoju. Przestałam też przejmować się tym, że: "O mój Boże, ale przecież ja tak nie robię...". Mamy w sklepie na przykład szereg naklejek i ja wykorzystuję może jedną dziesiątą z nich i to tylko wtedy, gdy mam ochotę poszaleć. A w normalnym planowaniu tego nie robię, ale są kobiety, które to lubią i u mnie znajdują odpowiedź na to zapotrzebowanie.

Ostatnim punktem przełomowym, o którym chciałabym powiedzieć, jest to, że stworzyłam zespół.

Ale z ważnym zaznaczeniem: mianowicie ja z osobami pracującymi dla mnie miałam do czynienia już od bardzo dawna, bo pierwsza z nich dołączyła do zespołu po 8-9 miesiącach istnienia Pani Swojego Czasu. Dosyć wczesnie zrozumiałam, że naprawdę nie chcę sama robić wszystkiego w swoim biznesie, że mnie w ogóle nie rajcuje posiadanie kontroli nad wszystkim, bo nie jestem osobą, która lubi kontrolować cały świat. Dosyć szybko zrozumiałam, że są takie obszary, które mnie bardzo cieszą i w których chcę się rozwijać, chcę działać, a całą resztę mogę oddać.

Pierwszą osobą, która dołączyła do naszego zespołu była Justyna. Działyśmy we dwójkę przez bardzo długi okres czasu. Z jednej strony to było dobre, bo to rozważne i rozsądne gospodarowanie pieniędzmi i finansami. Z drugiej strony widzę, że gdybym wcześniej zatrudniła managerkę projektów, czyli Joasię, to pewne sprawy mogłyby potoczyć się szybciej. I ten przełomowy moment - mówię o Gangu Pani Swojego Czasu - to moment, kiedy stwierdziłyśmy, że absolutnie musimy zatrudnić osobę do obsługi klienta. To było w lutym tego roku. Oczywiście wiedziałyśmy to już



w poprzednim roku i nawet rozpoczęliśmy rekrutację. W lutym dołączyła do nas Natalia, która jest odpowiedzialna za obsługę klienta.

To był moment, kiedy zaczęliśmy bardzo mocno strukturyzować swoje działania i przypisywać sobie pewne bloki - kto jest za co odpowiedzialny. Dopóki byliśmy we trzy, czyli ja, Justyna i Joasia, to tak naprawdę trochę każda z nas robiła wszystko. W chwili, gdy zwiększyliśmy zakres produkcji w sklepie i asortyment, zaczęliśmy dostawać tyle maili, że po prostu nie byliśmy ich w stanie obrobić. To nawet nie chodzi o czas, ale o głowę - o to, że każda z nas była zajęta tym obszarem. Stwierzyliśmy, że to już tyle roboty, że musimy mieć do tego osobę i zrobiliśmy rekrutację. Wtedy dołączyła do nas Natalia.

Swoją drogą, jeśli chcecie dowiedzieć się więcej o rekrutacji, to zapraszam do dwóch podcastów: jednego o tym, jak działa nasz zespół, a drugiego właśnie o rekrutacji w biznesie online. Osobiście uważam, że to są jedne z lepszych odcinków podcastu.

Drugi moment przełomowy w rozbudowie Gangu to zatrudnienie dwóch kolejnych osób. Pierwszą była Sara, czyli asystentka Gangu, a drugą Ania, która obecnie jest szefową działu technicznego, bo mamy dział obsługi klienta i tam pracuje Natalia oraz dział techniczny, gdzie szefową jest Ania, a współpracuje z nią Justyna.

Dlaczego to dla mnie moment przełomowy? Dlatego, że mamy teraz w cudowny sposób podzielone, kto się czym zajmuje i nie nakłada nam się odpowiedzialność za te same zadania. Po drugie mamy dziewczyny, które uwielbiają to, co robią i świetnie się sprawdzają właśnie w takiej pracy, którą wykonują.

Ania z naszego działu technicznego robi rzeczy, od których ja mam od razu odruch wymiotny. Polecałabym na koniec świata, byle bym nie musiała tego robić, a ona to uwielbia.

Mamy Natalię, która przejęła dział obsługi klienta. To chyba jeden z najtrudniejszych obszarów w biznesie, bo ona najczęściej ma do czynienia z sytuacjami, że ktoś jest niezadowolony, że coś nie wyszło, że przesyłka nie doszła, że jest zagubiona albo że się zniszczyło, albo że Budzyńska dzisiaj powiedziała trzy razy "dupa" i to jest nieprofesjonalne. Już nie mówiąc o milionie takich samych maili: "A gdzie mój link? A dlaczego nie ma linka? Kiedy będzie moja przesyłka? A ja nie zauważyłam" i tak dalej. Natalia reaguje na takie maile, mówiąc nam, że na przykład dla niej to jest forma medytacji - to, że ona odpowiada po raz kilkudziesiąty danego dnia na tego samego maila. Ja wyمیękam, jak to słyszę, bo dla mnie to byłaby forma zabicia samej siebie, jakbym musiała tyle razy odpowiadać na te same maile. A ona to lubi. I to jest cudowne.

Od momentu, kiedy mamy Sarę, czyli od maja, czuję, że to ma taki cudowny rytm, że każda z nas zajmuje się tym, co chce robić i tym, co lubi robić. Ja zostałam pozbawiona już ostatniego wrzodu na dupie, który miałam w swoim biznesie, czyli odpowiedzialności za faktury i przelewy. To się w może wydawać takie: "No, ale helo! Ile tego jest?". Jest tego bardzo dużo w sklepie, który ma ponad 200 produktów, w którym ciągle są sprawdzane stany magazynowe i nieustannie coś trzeba zamawiać, robić przelewy, na bieżąco dostaje się faktury proforma. Fakt, że mogłam to oddelegować i mam z tym święty spokój, jest dla mnie ogromną ulgą. Ostatnio rozmawiałam z pewną osobą właśnie o finansach i ich oddelegowaniu - rachunku firmowego i karty firmowej - i dowiedziałam się, że tam za to odpowiada ktoś, kto pracuje w firmie najdłużej i kto ma pełne zaufanie. U nas za to odpowiada Sara, która pracuje w firmie od trzech miesięcy. Ale ja nie widzę żadnego powodu, żeby nie zaufać jej także w tym obszarze, bo ufam jej w mnóstwie innych.





Ostatnim obszarem, o którym opowiem w tej części podcastu, jest obszar sprzedaży, myślenia o produktach i marketingu oraz to, jak to wyglądało kiedyś, a jak wygląda teraz.

Oczywiście nie będę mówić o tym, jak wygląda cały proces sprzedaży, reklamy i marketingu, bo trochę za dużo by to zabrało czasu i to temat na osobny odcinek. Bardzo dużo pisałam o tym w swoim ebooku: "Promocja i sprzedaż w biznesie online. Autentycznie, bez ściemy i po ludzku". Tam jest to rozłożone totalnie na czynniki pierwsze, więc jak jesteście zainteresowani, to możecie sobie sprawdzić.

Chciałabym powiedzieć, jak to wyglądało na początku. Tak, jak mówiłam, od 2006 roku miałam już swój biznes i działalność gospodarczą. Ale to była specyficzna działalność, dlatego że byłam freelancerką dla firmy szkoleniowej, z którą współpracowałam ciągle. Więc tak naprawdę nie musiałam sprzedawać swoich usług, bo było oczywiste, że z miesiąca na miesiąc będę dostawać szkolenia i je robić.

Sprzedażą zajmowałam się w tym sensie, że sprzedawałam te szkolenia korporacjom, które zamawiały je w tej firmie. Niestety albo stety tamta sprzedaż wyglądała zupełnie inaczej niż to, co robię teraz i - mówiąc wprost - tamtej sprzedaży nie znosiłam i nienawidziłam. W ogóle byłam przekonana, że jestem beznadziejnym sprzedawcą, bo lokowałam się - oczywiście były rankingi - totalnie na ostatnich miejscach. Jeśli gdzieś wzrosłam, to tylko przez przypadek, bo akurat pojechałam na spotkanie, na którym klient i tak chciał kupić dane szkolenie. Więc byłam przekonana, że jestem beznadziejnym sprzedawcą i co gorsza byłam przekonana, że bardzo nie lubię sprzedawać - że to jest fuj i nic fajnego. Na szczęście uświadomiłam sobie, że sprzedawanie swoich własnych produktów, to jest raj na ziemi. To jest ludzko miódzio. To po prostu tak cudowna robota, że to uwielbiam. Zresztą sprzedaż, reklama, marketing i cała strategia w tych obszarach, to właśnie moja działka - cały czas tym się zajmuję, nikomu tego nie oddaję, bo zwyczajnie bardzo to lubię.

Dostałam od Was pytanie, czy miałam plan, że to się tak rozwinie i że będę miała imperium z taką ilością produktów, kursów online i kursantek. Jedyna odpowiedź brzmi: "Nie".

Budując Panią Swojego Czasu i myśląc o sprzedaży, w ogóle nie brałam pod uwagę produktów fizycznych. Chciałam budować biznes w 100% online - oparty na kursach online. Nawet nie na ebookach, bo wtedy w ogóle nikt ich nie robił. Tylko wydawnictwa ze swoich książek, ale nie było czegoś takiego, jak teraz, że wydajemy swoje ebooki.

Więc myślałam tylko i wyłącznie o kursach online. I uważam, że bardzo dobrze, że tak było, dlatego że, jeśli miałabym kogokolwiek zachęcać do startu w biznesie online, to zachęcałabym do tego na podstawie produktu elektronicznego. Ponieważ produkty elektroniczne są dużo łatwiejsze w produkcji, sprzedaży, w kwestii reklamacji, zwrotów i tego typu rzeczy. Odchodzi milion spraw, którymi trzeba się zająć przy produktach fizycznych. Są dużo łatwiejsze do stworzenia i przede wszystkim - co ważne w kontekście kosztów - dużo tańsze, a zarabia się na nich więcej. Oczywiście wszystko zależy od skali przedsięwzięcia. Bo gdy na przykład porównam ilość sprzedanych "Planerów Pełnych Czasu" i "Mini-planerów", czyli produktów fizycznych i ilość sprzedanych ebooków biznesowych, to oczywiście, że więcej zarobiłam na planerach. Ale tutaj mówimy o skali przedsięwzięcia. E-produkty są po prostu dużo mniej ryzykowne pod każdym możliwym względem i gdybym miała zachęcać, to do pracy małymi krokami i żeby zacząć właśnie od tego.



Wszystko zależy od tego, kim jesteśmy, jak działamy, jaką mamy społeczność, wsparcie i zaplecze. Gdy jesteśmy Anną Skurą, to możemy sobie pozwolić na rozpoczęcie biznesu, w którym sprowadza się produkty fizyczne z Bali i sprzedaje się je w grubych tysiącach sztuk w Polsce. Dlatego, że jest tam już po pierwsze zbudowana bardzo duża społeczność, a po drugie całe zaplecze i sztab osób, które za to odpowiadają. Gdy jesteśmy tylko my, jedna Kasia i Zosia Iksńska, to naprawdę zdecydowanie radzę zacząć od czegoś elektronicznego, bo to jest dużo prostsze i dużo mniej kosztuje wysiłku, pod warunkiem, że faktycznie na tym polega nasz biznes. Bo jak chcemy sprzedawać ubrania, to ciężko wymyśleć produkt elektroniczny, który potem miałby się w nie przerodzić.

Więc gdy pytacie, czy miałam plan, że to tak będzie wyglądało, to nie. Zupełnie nie miałam takiego planu. Wszystko się u mnie rozwijało krok po kroku. I każdy kolejny produkt był punktem wyjścia do następnego.

O pierwszej sprzedaży już mówiłam - to była sprzedaż kursu online, którego już nie ma. Nazywał się "Czas pani" i kupiło go 280 osób. To było wielkie halo.

Ważną informacją dla Was jest to, jak wyglądała wtedy moja społeczność. Nie pamiętam, ilu miałam wtedy followersów - nie na Instagramie, bo przypominam, że Instagrama nie miałam - na Facebooku. Nie było to dla mnie jakoś bardzo istotne. Ale pamiętam, że miałam około 1 400 subskrybentów na liście mailingowej. To były czasy, kiedy w ogóle nie robiłam osobnych list w ramach zapisu na newsletter, bo chyba nie wiedziałam, że coś takiego można robić. Po prostu zbierałam zapisy na newsletter.

Pierwszy kurs kosztował 97 zł z tym, że od razu wszystkim dałam zniżkę 20 albo 25%, czyli kosztował 73 zł. Dlaczego? Dlatego, że nie mieściło mi się wtedy w głowie, że kurs może kosztować więcej niż 100 zł. Nie miałam żadnej możliwości porównania, bo jedynym kursem online, który wtedy istniał, był ten o budżecie osobistym Michała Szafrąńskiego. On zresztą też kosztował jakoś w okolicach stówy, więc wyceniłam się w bezpieczny sposób.

Oczywiście kolejny kurs, który był zrealizowany za pół roku, był już dużo droższy. Jeden pakiet kosztował 200 zł, a drugi 250 zł albo nawet 300 zł, więc różnica była duża. Ale też kurs był dużo większy, więc nie miałam z tym problemów.

Mówię o tym dlatego, żebyście wiedziały i wiedzieli, że ja też na początku przeżywałam takie męki, jak każdy, czyli: "O Boże, to jest za drogo! O Boże, tego nikt nie kupi! O Boże, to w ogóle ta cena jest nie do przejścia, to jest cena zaporowa!". Na każdym etapie biznesu chyba mamy coś takiego. Ja wciąż tak mam. Już nie w kursach online i innych produktach, ale na przykład gdy myślę o swoich mastermindach czy programie mentoringowym, który chciałabym mieć. Tutaj pojawiają się kwoty, które myślę sobie: "O nie, nie, nie... To jest cena zaporowa. Takiej ceny na pewno nikt nie zapłaci". Więc gdzieś tam wciąż mi to towarzyszy, choć oczywiście już mówimy o innych sumach i innych obszarach działania.

Jeśli chodzi o reklamowanie się i w ogóle całą strategię sprzedaży i reklamy, to ja mam takie wrażenie, że ona jest bardzo podobna do tego, co robię teraz.

Oczywiście mówię o takim ogólnym podejściu, bo w praktyce to jest dużo więcej działań. Wtedy nie było Instagrama, Instastory, nie robiłam podcastów, webinarów, nie było "Kawy z Budzyńską", nie miałam produktów fizycznych. Ale ogólnie zawsze miałam strategię po pierwsze



robienia produktów, usług, które są przydatne i niekoniecznie dla mnie, tylko dla kobiet. Dlatego, że ja z tematyką organizacji i zarządzania sobą w czasie nie mam żadnych problemów.

Zawsze byłem bardzo blisko mojej społeczności i byłem bardzo dumna - dalej jestem - z tego, że dziewczyny piszą: "Ola, czy Ty masz podłuch u nas w domu? Bo to dokładnie tak u nas wygląda". Mam taką umiejętność wyłuskiwania z tego, co na przykład kobiety piszą w grupie Pań Swojego Czasu - elementów, które wykorzystuję potem w swoim kursie. Wykorzystuję w tym sensie, że tych wypowiedziach widzę problemy, dylematy, trudności i wiem, jak znaleźć na nie odpowiedź. Zawsze mocno włączałam swoją społeczność w tworzenie produktu.

Tutaj istnieją dwie szkoły. Pierwsza, żeby nic nie mówić, w ogóle trzymać w zamknięciu, bo a nuż się nie uda albo ci ukradną. Nie wiem w zasadzie, czemu to ma służyć. Wiem, że jestem chyba zbyt leniwa na to, żeby to stosować. Z jednej strony zbyt leniwa, a z drugiej zbyt ekspresyjna. Ja mam tak, że nie potrafię utrzymać tajemnicy. Uwielbiam się dzielić tym, co mam i tym, co mnie w tym momencie kręci. Myślę, że dlatego Instastory u mnie tak mocno się rozpowszechniło i jest tak chętnie oglądane, bo ja po prostu od razu muszę informować o tym, co się u mnie dzieje. Nawet nie muszę, ale chcę. Lubię to i sprawia mi to przyjemność. Dzięki temu cały proces promocji danego przedsięwzięcia jest u mnie bardzo naturalny. Nie muszę robić jakiejś wielkiej strategii, bo po prostu opowiadam na bieżąco, co się dzieje i to powoduje, że gdy zaczyna się sprzedaż, większość kobiet już to coś kupuje, bo tyle o tym słyszało i tak im się to spodobało, że chcą to mieć. Tu się nic nie zmieniło poza tym, że mam nowe środki i nowe możliwości, bo mam nowe kanały dotarcia. Natomiast poza tym to podejście jest u mnie cały czas dokładnie takie samo i tutaj z chęcią z tego czerpię.

Zapytałyście mnie też o najlepszą i najgorszą kampanię sprzedażową.

Oczywiście, gdy mówimy o sprzedaży, to mówimy też o wynikach, czyli po prostu o finansach. To bardzo ciężkie do porównania, bo jaki wziąć wskaźnik? Wiadomo, że koniec końców pieniądze są najważniejsze, bo to, czy firma zarabia i ile jest wskaźnikiem tego, jak dobrze się ma. Jeśli przestanie zarabiać, to bardzo prawdopodobne, że przestanie też istnieć.

Sprzedanie dziesięciu kursów za 400 zł i dziesięciu produktów za 12 zł, to zupełnie inne kwoty, choć tyle samo produktów. Więc pytanie: czy mówimy o popularności danego produktu czy mówimy o ilości pieniędzy, jaką wygenerował?

Jeśli mówimy o twardym wskaźniku finansowym, to w ciągu pięciu lat istnienia Pani Swojego Czasu, jednorazową kampanią, czyli akcją sprzedażową, która wygenerowała największy przychód i dochód, była sprzedaż Klubu Pań Swojego Czasu. Coś, co zostało przez nas kompletnie niedocenione. Tak, że aż wstyd o tym mówić. Bo Klub Pań Swojego Czasu przygotowujemyśmy, nie wiedząc zupełnie, czego się spodziewać i ile osób będzie chciało go kupić. Zadawałam nawet pytania o to, ile byłobyście w stanie zapłacić i cena, którą ja zaproponowałam za sześciomiesięczny dostęp do klubu, przez wiele osób była określona jako zaporowa, kosmiczna i nienormalna - inne różne epitety też słyszałam. I koniec końców mamy około dwóch tysięcy klubowiczek, z czego około 1 800 kupiło pakiet półroczny, który kosztował ponad 300 zł. Łącznie przychód ze sprzedaży całego klubu wygenerował około 800 000 zł w ciągu chyba siedmiu albo dziesięciu dni sprzedaży. Więc to był kosmiczny przychód i dochód, dlatego że klub jest produktem elektronicznym - pewną usługą. Oczywiście jest on kosztowny dlatego, że wszystko, co robimy w klubie, generuje koszty: każdy webinar siedzi na platformie, każdy webinar ma transkrypt, za który trzeba zapłacić, ma notatkę wizualną, za którą trzeba zapłacić, ma karty pracy,



za które trzeba zapłacić, za korektę tych rzeczy trzeba zapłacić, za pracę osób, które pracują na platformie, żeby to wszystko działało, też. To wszystko generuje koszty, ale są one wciąż mniejsze niż przy produktach fizycznych, więc to zdecydowanie było największym spektakularnym sukcesem sprzedażowym. Tym bardziej, że myśmy się tego zupełnie nie spodziewały. Pamiętam, że mówiłam dziewczynom: "Słuchajcie, jeśli będziemy miały tylko pięćdziesiąt klubowiczek, to też nic nie szkodzi. Spokojnie będziemy sobie pracować i rozwijać Klub Pani Swojego Czasu z pięćdziesięcioma osobami. Będziemy miały wtedy komfort, że mamy kameralną atmosferę". Do tego stopnia nie wierzyłyśmy w sukces i dużą sprzedaż klubu, że w ogóle nie została ona ujęta w budżecie 2019 roku - bo oczywiście robimy budżet działań sprzedażowych na cały rok. I patrząc na to, jakie przychody wygenerowała, wydaje się to sporym absurdem, ale jednak tak było.

Natomiast często słyszałyście, że mówiłam o porażce związanej z torbami. Kiedyś sobie wymyśliłam, że zrobię torby Pani Swojego Czasu. Nikogo nie spytałam o to, czy to będzie fajny pomysł i potem nikt tych toreb nie kupował. Mówię, że to porażka, bo tak było. Nawet nie chodziło o finanse, bo miałam ich może trzysta i były tanie, więc umówmy się, to nie było dużo. Bardziej traktuję to jako porażkę taką, że to były czasy, kiedy absolutnie każdy produkt powinnam konsultować z moją społecznością. A wtedy tego nie zrobiłam, bo byłam na tyle pewna, że przecież każdy będzie chciał mieć moją torbę, że postanowiłam wypuścić je bez konsultacji. Plus byłam wtedy totalnym świeżakiem, jeśli chodzi o produkty fizyczne. Zwyczajnie nie zadbałam o jakość. To znaczy nic z nimi nie było nie tak - do tej pory je mam i one świetnie mi służą jako torby na majtki, gdy jeżdżę na różnego rodzaju wyjazdy. Ale to nie była taka torba, z którą człowiek chciałby się pokazać na zewnątrz, że: "Wow, jaką mam zajebistą torbę". Bo na przykład nasze planery są takie, że z chęcią je pokazujemy. One są piękne i królują na Instagramie. Tamta torba czymś takim zdecydowanie nie była. Więc to był taki prztyczek w nos.

Często opowiadam o tym jako o przykładzie, ale tak naprawdę taką najgorszą kampanią sprzedażową, jeśli chodzi o wyniki - choć podchodzę do tego subiektywnie - jest coś, co by

może Was zdziwi, a mianowicie sprzedaż granatowego planera, tak zwanego granata-sranata. Wiele osób mówiło, że może właśnie dlatego, że go nazwałam granatem-sranatem. I faktycznie coś w tym jest. To kwestia do sprawdzenia, przemyślenia i zapamiętania, że to jedyny planer, którym ja się nie zachwyciłam. To planer, który stworzyłam na podstawie tego, co usłyszałam od Was - że chcecie mieć stonowany produkt bez wyrazistego napisu. Pomyślałam sobie: "Jezu! No dobra, brzydkie to w ogóle, takie granatowe. Nie wiem, kto by chciał w czymś takim, no ale jak chcecie, to Wam zrobię". I cały proces sprzedaży wyglądał mniej więcej w taki sposób, że ja mówiłam: "Eee, granat-sranat" plus zrobiłam coś, czego nie powinnam robić i czego w zasadzie nigdy nie robię, czyli połączyłam z nim premierę kursoksiążki. A ponieważ swoją kursoksiążkę "Asertywność i pewność siebie" kocham miłością absolutną - bo jest genialna - więc był bardzo duży rozdźwięk pomiędzy tym, jak mówiłam o niej, czyli w samych superlatywach, a tym, jak mówiłam o granacie-sranacie, czyli że mi się nie podoba i w ogóle taki nudny. I to miało bardzo duży oddźwięk w sprzedaży granatu-sranatu, bo miał by

limitowaną edycję - i teoretycznie dalej tak jest. Zamówiłyśmy go 2 000 sztuk, bo takie było wielkie zapotrzebowanie - że wow, wow, wow, wszyscy go chcą. A w czasie etapu promocji i sprzedaży, sprzedało chyba 700 sztuk - do chwili obecnej około 1200 sztuk. Więc mamy jeszcze 800 sztuk limitowanego granatu-sranatu.



Bardzo długo myślałam o tym, czy Wam w ogóle o tym powiedzieć, bo wiem, jak wyglądają biznesy online od środka. Znam na przykład ich właścicieli i wiem doskonale, że niektóre produkty się nie sprzedają. Widzę, co po prostu potem idzie na promocję i wisi tam od dwóch miesięcy, co ma przecenę 40% i wciąż tam jest. Więc to oczywiste, że to się nie sprzedaje i trzeba "z tego zejść", żeby nie zalegało latami w magazynie. Bo produkt, który zalega w magazynie traci swoją wartość i lepiej go sprzedać po cenie produkcji, niż żeby tam leżał jeszcze nie wiadomo ile.

Widzę, jak to wygląda i jednocześnie widzę, że dalej idzie kampania: "U nas się zawsze wszystko wyprzedaje na pniu i w ogóle nigdy nic nie mamy". A to nieprawda. Wystarczy po prostu być na bieżąco z reklamami i widzieć, jak są ogłaszane wyprzedaże. Więc zastanawiałam się, czy Wam o tym powiedzieć, bo trochę sama sobie strzelam w kolano. Pokazuję Wam, że: "Hej! Nasz granat-sranat nie sprzedaje się dobrze i leży sobie w magazynie".

Teraz musicie zrozumieć pewien punkt odniesienia, który mam - i o którym zresztą rozmawiałam z moim kolegą przedsiębiorcą - czyli marże: jak szybko dany produkt powinien się spłacić i kiedy powinny zostać zwrócone koszty jego produkcji? Mój punkt odniesienia jest taki, że przyzwyczaiałam się do tego, że koszty wytworzenia większości moich produktów spłacają się w ciągu kilku pierwszych godzin jego sprzedaży. Teraz mi powiecie: "Ojej, Ola, to jak granat-sranat się tak źle sprzedaje, to daj go na -50% i my go kupimy". Nie. Bo on się spokojnie sprzedaje do końca roku - on ma taki tryb sprzedaży, że codziennie ileś tam ich schodzi. Więc absolutnie nie zrobię nie wiadomo jakiej przeceny, bo są fanki granata-sranata. Zresztą bardzo dużo mężczyzn ma ten planer, więc to nie jest tak, że on się obiektywnie źle sprzedaje, trzeba go przecenić i w ogóle w pizdu z nim. On się sprzedaje źle w porównaniu do innych planerów, które schodzą na pniu i które po dwóch tygodniach dajemy do dodruku, a potem czekamy na kolejną edycję kilku tysięcy, które spłyną do magazynu.

No i taka jest prawda, jeśli chodzi o najlepszą i najgorszą kampanię sprzedażową u Pani Swojego Czasu.

Widzę na liczniku, że już godzinę i czterdzieści siedem minut mówię, więc to bardzo długi podcast, a w zasadzie pierwsza jego część.

A czeka nas jeszcze część druga, w której będę opowiadać o tym, co się zmieniło i co działa teraz zupełnie inaczej, niż to było na początku. Ale będę też mówić o tym, co się w ogóle nie zmieniło i co wygląda dokładnie tak samo. Opowiem Wam o różnego rodzaju błędach - zresztą o kilku już powiedziałam. Będę mówić o wątpliwościach, kryzysach i o tym, czy chciałam kiedyś to wszystko w cholerę rzucić, bo dostałam na ten temat bardzo dużo pytań. A na koniec powiem Wam o wizji Pani Swojego Czasu, czyli jak to w przyszłości będzie wyglądało albo jak chciałabym, żeby wyglądało.

Więc jeśli ten podcast był dla Ciebie wartościowy i przydatny, to po pierwsze, daj znać, a po drugie, podziel się nim ze światem, bo byłoby super, jakby więcej osób się dowiedziało.

Uciekam świętować, a zaraz potem nagrać drugą część podcastu.

Słyszmy się już wkrótce! Do zobaczenia! Do usłyszenia! Miłego dnia!

I pamiętaj, żeby wysiąść na odpowiednim przystanku, jeśli jedziesz tramwajem albo autobusem. To pa!