

Jak odnaleźć się w biznesowej dżungli

Nihat Sen

@biznes_w_dresach

BIZNESHACKING

onepress

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiejkolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz wydawca dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz wydawca nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Redaktor prowadzący: Barbara Gancarz-Wójcicka

Projekt okładki: Studio Gravite / Olsztyn

Obarek, Pokoński, Pazdrijowski, Zaprucki

Ilustracja na okładce: Adobe Stock

Skład: w stylu Magdalena Alszar

Helion S.A.

ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice

tel. 32 230 98 63

e-mail: onepress@onepress.pl

WWW: onepress.pl (księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

onepress.pl/user/opinie/biznac

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

ISBN: 978-83-289-2769-8

Copyright © Nihat Sen 2026

Printed in Poland.

- [Kup książkę](#)
- [Poleć książkę](#)
- [Oceń książkę](#)

- [Księgarnia internetowa](#)
- [Lubię to! » Nasza społeczność](#)

SPIS TREŚCI

PROLOG: OD KEBABA DO SOCIAL MEDIÓW _ 5

ROZDZIAŁ 1: PIERWSZE KROKI I PIERWSZE UPADKI _15

Początki Royal Kebaba _ 17

Rok 2019: przez inwestycje i błędy do nowego lokalu _ 23

Rok 2020: pandemia, przetrwanie i prawdziwe lekcje biznesu _ 29

Rok 2021: zatrudnianie pracowników

i niespodziewany sukces w social mediach _ 35

Rok 2022: podatki, TikTok i pierwsze kroki marki osobistej _ 39

Rok 2023 i początek 2024: kryzysy, zakręty

i niespodziewany koniec _ 47

ROZDZIAŁ 2: BIZNESOWY SURVIVAL KIT _ 59

Czego naprawdę (nie) potrzebujesz na start _ 61

Minimum Viable Business – czyli ile naprawdę
potrzebujesz, żeby wystartować _ 71

Marka osobista – Twoja tajemna broń biznesowa _ 77

ROZDZIAŁ 3: FINANSE DLA OPORNYCH _ 83

Poduszka finansowa – Twoja polisa ubezpieczeniowa od klęski _ 85

Sekrety płynności finansowej _ 89

Rozgryzanie podatkowego Matrixu, czyli jak nie dostać zawału
przy pierwszym PIT-36 _ 101

Podsumowanie, czyli finansowy survival kit
dla nowego przedsiębiorcy _ 110

ROZDZIAŁ 4: MARKETING BEZ ŚCIEMY _ 113

Prawdziwy marketing vs. ściema marketingowa _ 115

Budowanie marki od zera — fundamenty,
które (naprawdę) działają _ 116

Jak się wyróżnić bez wydawania fortuny —
marketing dla sprytnych, nie bogatych _ 128

Case studies, które naprawdę działają — ucz się od najlepszych
(i tych, co po prostu robią swoje) _ 136

ROZDZIAŁ 5: SPRZEDAŻ BEZ GARNITURU _ 145

Sprzedaż? Faj! A może jednak nie? _ 147

Negocjacje dla normalnych ludzi _ 152

Budowanie relacji z klientami _ 157

Od pierwszej sprzedaży do stałych klientów _ 167

ROZDZIAŁ 6: SKALOWANIE BEZ KORPOMOWY _ 173

Urosłem! I co teraz? — czyli o co chodzi w tym całym skalowaniu _ 175

Jak rosnąć organicznie _ 176

Automatyzacja dla leniwych (i sprytnych) _ 180

Delegowanie zadań — czyli jak przestać być
jednoosobową armią i nie zwariować _ 194

Budowanie zespołu — czyli jak zatrudniać
(kiedy freelancerzy to już za mało) _ 200

EPILOG: I CO DALEJ? _ 209

Gdzie jestem teraz _ 211

Czego się nauczyłem (i co Ty też możesz z tego wynieść) _ 212

Co bym zrobił inaczej _ 213

Twoja kolej _ 214

ROZDZIAŁ 2

Biznesowy survival kit

Czego naprawdę (nie) potrzebujesz na start

W tym rozdziale skupimy się głównie na tematach związanych ze startem swojego biznesu. Bazując na moim doświadczeniu (zarówno osobistym, jak i pracy z klientami) przedstawię Ci mój punkt widzenia. Prawdopodobnie będzie on trochę odbiegać od klasycznego podejścia do budowania firmy w początkowych fazach.

Mam świadomość tego, że ogromne projekty biznesowe wymagają dużych nakładów finansowych. Przykładowo: trudno wybudować halę produkcyjną bez zainwestowania milionów. Skąd wziąć takie pieniądze? Prawdopodobnie konieczne będzie wspieranie się kredytami lub funduszami inwestycyjnymi.

Tylko trzeba sobie zadać jedno fundamentalne pytanie: czy takie projekty są przeznaczone dla początkujących przedsiębiorców? Moje przekonanie graniczące z pewnością podpowiada mi odpowiedź: „Jasne, że nie”. I o tym właśnie jest ta książka — nie opowiem Ci, jak pozyskać 100 milionów na swój start-up. Nie powiem Ci też, jak wybudować halę produkcyjną. Bo ja się po prostu na tym nie znam.

Przedstawię Ci za to, jak zacząć działać z drobnym biznesem. Prawdopodobnie sięgając po ten tytuł, odpowiedzi na to pytanie szukasz. Jak otworzyć swój barbershop? Jak wypromować swoją restaurację? Jak zacząć działać w e-commerce? Na takie pytania znam odpowiedź i o tym piszę tę książkę.

1. Klienci zamiast logo — co naprawdę powinno być priorytetem?

Zaczynając przygodę z przedsiębiorczością, większość ludzi ma kompletnie odwrócone priorytety. Serio, zamiast skupiać się na tym, co faktycznie kluczowe, tracą czas, energię i (co najgorsze) ciężko zarobione pieniądze na rzeczy, które w początkowej fazie są zwyczajnie zbędne.

Najważniejsza sprawa, której potrzebujesz na start? To nie piękne biuro, nie designerskie logo, nie wypasiona strona internetowa czy wizytówki na papierze z recyklingu. To KLIENCI. Tak, po prostu klienci.

Pamiętasz, jak zaczynałem z kebabem? Mieliśmy bazę klientów już od pierwszego dnia, bo mama przez lata pracy zbudowała swoją markę osobistą. Ludzie przychodzili do niej, nie do lokalu. To był jeden z głównych powodów, dla których ten biznes w ogóle miał sens.

Widzisz, największy błąd początkujących przedsiębiorców polega na zakładaniu, że jeśli zbudują biznes (logo, strona, biuro, materiały marketingowe), to klienci jakoś magicznie się pojawią. Pojawią się znikąd, przyciągnięci niewidzialną siłą Twojego biznesplanu. To kompletna bzdura.

To tak, jakbyś otworzył restaurację na bezludnej wyspie — możesz mieć najpiękniejsze wnętrze i najlepsze jedzenie na świecie, ale jeśli nikt nie wie, że tam jesteś, nikt do Ciebie nie przyjdzie. A Ty będziesz siedział sam, obserwując, jak Twoje oszczędności życia powoli wyparowują.

Praktyczna rada: Zanim złożysz wniosek w CEIDG, by zarejestrować firmę, znajdź swoich pierwszych 5–10 potencjalnych klientów. Dostawnie — porozmawiaj z ludźmi, zapytaj, czy są zainteresowani Twoim produktem/usługą. Zapytaj, czy zapłaciliby za to tyle, ile planujesz żądać. Lepiej usłyszeć „nie” teraz niż po zainwestowaniu 50 000 zł w biznes, który nikogo nie interesuje.

Zresztą, najlepszą metodą walidacji pomysłu jest przedsprzedaż. Tak, dobrze czytasz — sprzedaż produktu lub usługi, których jeszcze nie masz. Jeśli ludzie są gotowi zapłacić zaliczkę na coś, co dopiero tworzysz, masz najlepszy dowód, że Twój pomysł ma sens.

Tak właśnie działają kampanie na Kickstarterze czy innych platformach crowdfundingowych. Pokazujesz światu: „Hej, mam taki pomysł, chcecie to kupić?”. I jeśli wystarczająca liczba ludzi powie „tak” swoim portfelem, wiesz, że warto inwestować dalej.

2. Problem zamiast rozwiązania — najpierw diagnoza, potem recepta

Drugim kluczowym elementem, bez którego nie powinieneś zaczynać biznesu, jest dogłębne zrozumienie problemu, który rozwiązujesz. Mnóstwo ludzi zakochuje się w swoich pomysłach i rozwiązaniach, nie weryfikując, czy ktokolwiek ma problem, na który te rozwiązania odpowiadają.

W przypadku Royal Kebaba problem był prosty i oczywisty — ludzie byli głodni i chcieli zjeść coś szybkiego, smacznego i przystępnego cenowo. W przypadku „Biznesu w dresach” problem był inny — ludzie mieli dość wyidealizowanego obrazu przedsiębiorczości jako świata garniturów, skomplikowanej terminologii i inspiracyjnych historii sukcesu bez pokazywania ciemnych stron.

Widziałem dziesiątki przypadków, gdy zdolni ludzie z dużymi budżetami tworzyli rozwiązania, których nikt nie potrzebował. Znasz może aplikację, która pozwala wysłać wirtualnego bobra z pozdrowieniami do znajomych? Ja też nie. Ale prawdopodobnie ktoś wydał mnóstwo pieniędzy na to, żeby ją stworzyć. I zgadnij co? Nikogo to nie obchodziło. Bo jaki realny problem to rozwiązuje?

Praktyczna rada: Spędź czas na rozmowach z potencjalnymi klientami. Ale uwaga, ważna rzecz — nie pytaj ich, czy podoba im się Twój pomysł! Większość ludzi nie chce być niemiką i powie: „Tak, super, na pewno bym z tego skorzystał”, a potem nigdy tego nie zrobi.

Zamiast tego pytaj o ich problemy, frustracje, o to, co sprawia im trudność w obszarze, w którym chcesz działać. Na przykład zamiast pytać: „Czy podobałaby ci się aplikacja do medytacji z elementami gamifikacji?”, zapytaj: „Jakie masz trudności z utrzymaniem regularnej praktyki medytacji?”. Dopiero gdy zrozumiesz problem, możesz zacząć myśleć o rozwiązaniu.

Pamiętaj: ludzie nie kupują produktów, kupują rozwiązania swoich problemów. Nikt nie chce wiertarki — ludzie chcą dziury w ścianie.

3. Przychód zamiast produktu — nie bój się niedoskonałości

Trzecia kluczowa rzecz, o której musisz pamiętać, to koncentracja na przychodzie, a nie na idealnym produkcie. Obserwuję mnóstwo początkujących przedsiębiorców, którzy miesiącami (a czasem latami!) dopracowują swój produkt czy usługę do perfekcji, zanim pokażą go światu. A potem doznają szoku, gdy okazuje się, że nikt nie chce za nie płacić.

W Royal Kebabie zaczęliśmy natychmiast generować przychody, bo przejęliśmy działający biznes. W przypadku „Biznesu w dresach” zamieniłem zasięgi w płatne współprace bez czekania na „idealny moment” czy „dopracowanie koncepcji”. Pamiętasz mój pierwszy film na TikToku? Był technicznie beznadziejny — napisy się rozjeżdżały, pojawiały się błędy montażowe — a mimo to zebrał 200 000 wyświetleń!

Większość ludzi cierpi na to, co nazywam „perfekcjonistycznym paraliżem”. Czekają, aż wszystko będzie idealne, zanim zaczną. Ale wiesz co? Nigdy nie będzie. Nawet największe firmy świata ciągle udoskonalają swoje produkty. Gdyby Apple czekało, aż pierwszy iPhone będzie idealny (z dzisiejszej perspektywy pierwszy model był bardzo ograniczony), nigdy by go nie wypuściło.

Praktyczna rada: Wystartuj z MVP (ang. *Minimum Viable Product*) — najprostszą wersją swojej usługi lub produktu, za którą ktoś jest gotów zapłacić. Lepiej mieć niedoskonały produkt, który generuje przychód, niż idealny produkt, który istnieje tylko w Twojej głowie.

A jak określić MVP? To prosty test — zadaj sobie pytanie: „Czy ktoś zapłaciłby za to już teraz?”. Jeśli odpowiedź brzmi „tak” — wypuść produkt. Jeśli „nie” — ogranicz funkcje do minimum, które ma wartość.

I pamiętaj o zasadzie 80/20 — zazwyczaj 80% wartości produktu jest dostarczane przez 20% jego funkcji. Skup się na początek na tych 20% funkcji.

4. Tanie narzędzia zamiast rozwiązań premium — oszczędzaj tam, gdzie możesz

Dla wielu początkujących przedsiębiorców wydawanie pieniędzy na biznes to jakiś dziwny fetysz. Jakby to, ile wydali, określało ich jako „poważnych biznesmenów”. „Kupiłem najdroższy pakiet CRM, wynajęłam biuro w centrum, mam MacBooka Pro i iPhone'a na firmę” — super, ale czy to przekłada się na przychody?

Nie potrzebujesz na start drogich narzędzi ani systemów. Na prawdę. Zaczynając „Biznes w dresach”, nagrywałem filmy zwykłym telefonem, montowałem je w darmowej aplikacji, a zapleczem studia nagraniowego była zielona ściana w kebabowni. Zero inwestycji, a efekty? Miliony wyświetleń i współprace reklamowe z dużymi markami.

Praktyczna rada: Zaczynij od bezpłatnych lub tanich narzędzi:

- zamiast płatnych systemów CRM — Arkusze Google;
- zamiast płatnych narzędzi do social mediów — darmowe wersje lub natywne aplikacje;
- zamiast drogiego biura — praca z domu lub kawiarni;
- zamiast zatrudniania pracowników na etat — zlecanie pojedynczych zadań freelancerom;
- zamiast profesjonalnego studia — nagrywanie tam, gdzie masz dostęp za darmo (nawet jeśli to zaplecze lokalu z kebabem!).

Oczywiście z czasem zainwestujesz w lepsze narzędzia, ale dopiero wtedy, gdy biznes zacznie generować przychody i będziesz widział, że konkretna inwestycja się zwróci.

Jeden z moich mentorów mawiał: „Nie wydawaj złotówki na biznes, dopóki ta złotówka nie przyniesie ci co najmniej dwóch z powrotem”. To brutalne uproszczenie, ale jest w tym dużo prawdy, szczególnie na początku działalności.

5. Gotowość na zmiany — nie zakochuj się w swoim pierwszym pomysłe

To, co naprawdę odróżnia skutecznych przedsiębiorców od tych, którym się nie udaje, to elastyczność. Zdolność do szybkiego reagowania na feedback i zmieniania kierunku, gdy okazuje się, że pierwotny pomysł nie działa tak, jak zakładaliśmy.

W Royal Kebabie mieliśmy jasno określony biznes, ale i tam musieliśmy się dostosowywać — pamiętasz, jak pandemia zmusiła nas do wprowadzenia dowozów? Wcześniej upieraliśmy się, że kebab to danie, które w czasie transportu traci na jakości, ale rzeczywistość zmusiła nas do zmiany.

Z kolei w przypadku „Biznesu w dresach” zaczynałem z kompletnie innym pomysłem na treści na Instagramie (@oczami_nihata). Przez osiem miesięcy nic nie działało, zasięgi były minimalne. Gdy przeskoczyłem na TikToka i zmieniłem format, nagle trafiłem w dziesiątkę!

Praktyczna rada: Nie przywiązuj się zbyt mocno do pierwotnej wizji swojego biznesu. Bądź gotowy na pivoty (zmiany kierunku) na podstawie feedbacku rynku. To nie oznacza rezygnacji z wartości czy misji, ale gotowość do zmiany sposobu, w jaki je realizujesz.

Ustal sobie „punkty kontrolne” — np. co 3 miesiące oceniaj, czy Twoja strategia działa. Jeśli nie widzisz postępów, nie bnij dalej w to samo — zmień podejście.

6. Minimum formalności — zacznij bez rejestrowania działalności

Wiesz, co jest fantastyczne w dzisiejszych czasach? Możesz przetestować swój biznes, zanim oficjalnie go zarejestrujesz. Większość ludzi robi na odwrót — najpierw rejestrują firmę, a potem się zastanawiają, czy ktokolwiek chce ich produkt.

W Polsce mamy limit przychodu, poniżej którego nie musisz rejestrować działalności gospodarczej (działalność nierejestrowana — do 75% minimalnego wynagrodzenia miesięcznie). Możesz też skorzystać z platform typu Useme do wystawiania faktur bez własnej działalności.

Oczywiście, kiedy już wiesz, że biznes działa, warto przejść na zarejestrowaną działalność gospodarczą, ale na początku? Testuj z minimalnym obciążeniem formalnym.

Praktyczna rada: Zacznij sprzedawać swój produkt/usługę w ramach działalności nierejestrowanej. Zarejestruj pełną działalność gospodarczą, dopiero gdy dojdiesz do limitu przychodów lub zobaczysz, że biznes się kręci. To oszczędzi Ci kosztów składek ZUS i formalności, gdy dopiero testujesz swój pomysł.

7. Wiedza branżowa — znaj się na tym, co robisz

Wydaje się to oczywiste, ale zaskakująco wielu przedsiębiorców startuje w branżach, o których mają minimalną lub nawet zerową wiedzę. Kupują franczyzę kawiarni, nie mając pojęcia o kawie, otwierają sklep internetowy z produktami, których nigdy nie używali.

W przypadku Royal Kebaba mieliśmy przewagę — mama miała 20 lat doświadczenia w przygotowywaniu dokładnie tego samego jedzenia. Znała wszystkie receptury, wiedziała, gdzie kupować składniki, jakie są standardy. Ja z kolei, zanim zacząłem promować firmy i osoby w social mediach, najpierw sam zbudowałem swoje zasięgi.

Praktyczna rada: Zanim rzucisz się z nowym biznesem na głęboką wodę, zdobądź praktyczne doświadczenie w branży. Możesz:

- popracować jako pracownik w podobnym biznesie;
- zatrudnić eksperta branżowego jako konsultanta lub współnika;
- zacząć na małą skalę i uczyć się na bieżąco (ale ze świadomością, że popełnisz błędy).

Jeśli masz pasję do jakiejś branży, ale brak Ci doświadczenia, bądź wobec siebie szczerzy i zaplanuj dłuższy okres nauki.

8. Plan awaryjny — zawsze miej „plan B”

To może być kontrowersyjne, ale uważam, że każdy początkujący przedsiębiorca powinien mieć plan awaryjny. Co zrobisz, jeśli po sześciu miesiącach okaże się, że biznes nie działa? Czy będziesz mógł wrócić do poprzedniej pracy? Czy masz inne umiejętności, które możesz monetyzować?

Posiadanie planu B nie oznacza, że nie wierzysz w swój biznes. To oznacza, że jesteś odpowiedzialny i myślisz realistycznie. Paradoksalnie świadomość, że masz na co spaść, daje Ci więcej odwagi do podejmowania ryzykownych decyzji.

Praktyczna rada: Zanim rzucisz wszystko dla biznesu:

- zachowaj dobre relacje w poprzedniej pracy (może będziesz mógł wrócić?);
- rozwijaj umiejętności, które mają wartość na rynku pracy (na wszelki wypadek);
- określ jasno moment, kiedy zdecydujesz, że biznes nie działa i pora zmienić kurs.

Pamiętaj — porażka biznesu nie oznacza Twojej porażki jako człowieka. Odniesienie sukcesu to przede wszystkim kwestia wytrwałości i zdolności uczenia się na błędach.

9. Modne, ale niepraktyczne rady biznesowe

Internet jest pełen „guru biznesu”, którzy nigdy nie prowadzili żadnej realnej firmy. Radzą: „Musisz mieć perfekcyjnie dopracowany biznesplan na 50 stron”, „Musisz stworzyć idealną strategię na 5 lat”, „Musisz przeanalizować każdy aspekt konkurencji”.

Serio? A może po prostu warto zacząć działać i uczyć się na bieżąco?

„Biznes w dresach” zacząłem bez jakiegokolwiek planu — po prostu nagrałem pierwszy film na TikToka, bo chciałem zobaczyć, co się stanie.

Praktyczna rada: Zamiast słuchać modnych wskazówek:

- skup się na *minimum viable product* (MVP) i zbieraniu feedbacku;
- stwórz prosty, jedno- lub dwustronicowy biznesplan skupiony na pierwszych 3–6 miesiącach;
- nie analizuj konkurencji, lecz porozmawiaj z potencjalnymi klientami;
- nie planuj działalności na 5 lat, lecz zaplanuj ją na 3 miesiące i bądź gotowy na zmiany.

Biznes to nie studia — tu nie ma egzaminów z teorii. Liczą się praktyka i wyniki.

10. Granty i dofinansowania jako podstawa biznesu

W Polsce panuje dziwne przekonanie, że dobrym pomysłem jest budowanie biznesu na dotacjach, grantach i dofinansowaniach. To mit prowadzący do powstawania firm, które są „ekspertami od wyciągania pieniędzy z Unii”, a nie od tworzenia rzeczywistej wartości dla klientów.

Nie twierdzę, że granty są złe — mogą być świetnym wsparciem już działającego biznesu. Ale jeśli Twój biznes wymaga dofinansowania, żeby w ogóle wystartować i przetrwać, to jest to ogromna czerwona flaga.

Pamiętasz, jak rozważałem wzięcie dofinansowania na „Biznes w dresach”? Ostatecznie zdecydowałem się zacząć bez tego — po prostu wzięłem pierwszą współpracę reklamową za 850 zł i ruszyłem. I okazało się to lepszym rozwiązaniem, bo miałem pełną kontrolę nad kierunkiem rozwoju.

Praktyczna rada: Zamiast opierać swój biznes na dofinansowaniu:

- zaprojektuj go tak, aby był rentowny bez zewnętrznego wsparcia;
- traktuj je ewentualnie — jeśli się o nie starasz — jak dodatek, a nie podstawę;
- pamiętaj, że każda dotacja wiąże się z ograniczeniami, raportowaniem i często koniecznością utrzymania działalności przez określony czas.

Biznes, który przetrwa bez dotacji, przetrwa wszystko. Biznes zbudowany na dotacjach często upada, gdy te się kończą.

11. „Profesjonalne” social media od pierwszego dnia

Kolejny mit: musisz mieć idealne konta w social mediach, content zaplanowany na miesiące do przodu i profesjonalne sesje zdjęciowe, zanim w ogóle zaczniesz.

Social media to narzędzie, a nie cel sam w sobie. Na początku potrzebujesz minimalnej obecności — wystarczy, żeby potencjalni klienci mogli Cię znaleźć i sprawdzić, że istniejesz. Cała reszta może poczekać.

PROGRAM PARTNERSKI

— GRUPY HELION —

- 
1. ZAREJESTRUJ SIĘ
 2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
 3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA
Helion 

Sukces nie wymaga perfekcji, lecz autentyczności — to najlepsza droga do osiągnięcia celów

Być może właśnie zaczynasz swoją biznesową działalność. A może masz już firmę, ale czujesz, że coś poszło nie tak — gdzieś po drodze zgubiłeś sens, pasję i siebie. Autor tej książki, strateg i specjalista do spraw social mediów, pokaże Ci inną ścieżkę prowadzącą do rozwoju Twojego biznesu.

Sam zaczynał od prowadzenia lokalu gastronomicznego, dziś uczy w mediach społecznościowych, jak budować silną markę osobistą i zasięgowe profile. Inspiruje i edukuje innych przedsiębiorców — teraz zaprasza do skorzystania z jego doświadczeń również Ciebie.

To nie poradnik o tym, jak szybko zarobić. To przewodnik po prawdziwym biznesie. Z porażkami i wątpliwościami. Ale też z lekcjami, które uczą, jak przetrwać trudne momenty, by wyjść z nich silniejszym.

Dowiesz się:

- jak budować biznes w zgodzie ze sobą i swoimi wartościami
- jak uniknąć błędów, które popełnia większość początkujących przedsiębiorców
- jak tworzyć markę, która przyciąga autentycznością
- jak negocjować i budować relacje z klientami
- jak ogarnąć finanse i skalować swoje przychody
- jak rozwijać firmę bez traceniu sensu, dla którego wszystko się zaczęło

onepress



Księgarnia internetowa:
onepress.pl



HELION S.A.
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
onepress@onepress.pl

książkiklasybusiness

ebook dostępny na:

ebookpoint

ISBN 978-83-289-2769-8



Cena: 69,00 zł