

JAK stracić BIZNES?

Nieporadnik *praktyczny*



MICHAŁ SEWERYN ŁASZKIEWICZ

JAK
STRACIĆ
BIZNES?

Korekta:

Zespół Przestrzen.info.pl

© Copyright by

Michał Łaszkiewicz

Warszawa 2021

Wydanie I

ISBN:

Druk: 978-83-941457-0-5

Pdf: 978-83-941457-1-2

ePub: 978-83-941457-2-9

Mobi: 978-83-941457-3-6

Wydawca:

Michał Łaszkiewicz

Warszawa 13,

Ul. Puławska 166 skr. 18

02-600 Warszawa

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentów niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci zabronione. Wykonywanie kopii metodą elektroniczną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym, optycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji. Niniejsza publikacja została elektronicznie zabezpieczona przed nieautoryzowanym kopiowaniem, dystrybucją i użytkowaniem. Usuwanie, omijanie lub zmiana zabezpieczeń stanowi naruszenie prawa.

Spis treści

Wstęp	7
1. Jak opanowałem miasto	11
2. Gdzie jest kontakt?	17
3. Nikogo nie ma	19
4. Gdzieś to mam, pan poczeka	23
5. Na kogo jest Twoja domena	26
6. RODO	29
7. Persony na linii	31
8. Szef na pokładzie	34
9. Straciłem fanpage i kanał YT	36
10. Moje maile nie docierają do nikogo	38
11. Gdzie idzie poczta, która nie dociera	41
12. Za godzinę konferencja, a tu nic nie wiadomo	43
13. Czy jest Plan B?	46
14. Super stronę poproszę na wynos	48
15. To nie działa, widocznie jest awaria. Nie pomogę Panu	51
16. Sprzedane! Zwrotów ani zażaleń nie przyjmujemy	54

17.	Ta promocja skończy się w sądzie i to Ty będziesz oskarżonym!	56
18.	Szef ma zawsze rację, ale co, jeśli jest ich dwóch i mają różne zdanie?	59
19.	Walentynki to taki piękny dzień, chyba że przyjdzie za dużo klientów i pojawi się śnieg	62
20.	Pan poczeka gdzieś w kącie	65
21.	To będzie impreza	68
22.	Urzędowo	70
23.	To jest dla każdego	73
24.	Pokaż swoich klientów	76
25.	Wirus	78
26.	Gdzie to jest?	80
27.	Wszyscy wiedzą, jakie to cenne	82
28.	Nie ma innej opcji	84
29.	Pali się	86
30.	Bądź zapamiętany	88
31.	Liczy się tylko...	91
32.	A po co ten blog?	93
33.	Piksel	95
34.	Statystyki	97
35.	Produkt kupiony, klient stracony	99
36.	To skomplikowane	101
37.	Muszę mieć firmę, aby sprzedawać	103
38.	Rodzina wie lepiej	106

39. Pozycjonowanie, czyli SEO	108
40. Mail nie zajęc, nie ucieknie	110
41. Strona działa, więc niech działa	112
42. Jak szybko można stracić oszczędności?	114
43. Ja stracę stronę	118
44. Jak kocha, to poczeka	121
45. Moja reklama nie działa, nie zarabiam	124
46. Gdzie moja usługa?	126
47. Na manowce, byle do przodu	128
48. Procedura „malowanie”	130
49. Startujemy!	132
50. Reputacja	135
51. A to kwiatek	138
52. Jestem za drogi	140
53. Twoja historia	142

Recenzja

Jest taki serial „Mr. Robot” o hakerze, który jest niepozornym programistą, a po pracy walczy z systemem o wolność społeczeństwa. Z odpowiednimi proporcjami, tak kojarzą mi się historie Michała. Zwyczajny przedsiębiorca Michał co jakiś czas napotyka na błędy systemu, które niczym prawdziwy bohater próbuje naprawić. Jednak jak w każdej dobrej opowieści napotyka problemy. Ci których konsekwencje wykrytych błędów powinny najbardziej interesować – są często najmniej zainteresowani. By nie powiedzieć, najmniej rozumieją negatywne konsekwencje ich ignorancji. Michał to dobry duch Internetu. Wykrywa, powiadamiania, uświadamia. Przede wszystkim jednak zaleca jak rozwiązać problemy. A te znajdują się na każdym kroku. 52 opowieści to co tydzień jeden problem do rozwiązania. Jest spora szansa, że w tej książce odnajdziesz siebie i Twój biznes.

Krzysztof Burzyński
przedsiębiorca, trener

Wstęp

Wyobraź sobie, że spotykamy się co tydzień przez rok i wskazuję Ci błędy, jakie popełniają Twoi pracownicy oraz konkurencja. Możesz zadać mi każde pytanie, odpowiem na każdą wątpliwość, potem nad tym pracujesz i firma rośnie. Taka konsultacja obecnie kosztowałaby sto tysięcy i dla wielu mogłaby być niedostępna. Ta książka daje nam możliwość takich spotkań.

Założmy, że wszystkie sklepy są otwarte i właśnie idziemy do galerii handlowej. Nie trzeba nosić maseczek, Ty słyszysz przyjemną muzykę, czujesz przyjemne zapachy i wybierasz sklepy. Zakładasz pelerynę niewidkę, a ja wchodzę jako zwykły klient w celu obejrzenia nowości, ale wiesz, że nim nie jestem. Razem bacznie obserwujemy zachowanie sprzedawców, sprawdzamy, czy wszystko jest na miejscu i o niczym nie zapomniano, a potem wszystko omawiamy. Czy to nie świetna perspektywa?

Pisząc tę książkę nie chciałem, aby był to zwykły poradnik. W takim napisałbym, co powinienes zrobić w pięciu niezbędnych krokach, aby uzyskać efekt moim płatnym narzędziem, a Ty byś to zastosował. Tak byłoby w teorii. W trakcie wieloletniej współpracy z klientem zauważyłem, że większym problemem niż brak wiedzy stają się zadania, które są ciągle pomijane, gonitwa bez ładowania taczki, schematy powtarzane bez weryfikacji, traktowanie spraw niepilnych po macoszemu albo błędne koła, w których tkwimy. Na rynku jest dość wiedzy, narzędzi i publikacji, żeby zrobić prawie wszystko, co potrafimy sobie wyobrazić.

Spójrz od innej strony. Ćwiczymy, dbamy o zdrowie, ale raz na jakiś czas łapiemy przeziębienie, najczęściej jesienią lub na wiosnę; łykamy witaminy i po sprawie. Jeżeli mimo to się nam pogarsza, sięgamy po mocniejszy środek, ale co zrobić, jeżeli temperatura uparcie nie chce spaść poniżej 40 stopni? Dzwonimy po karetkę i oczekujemy pomocy. W swojej branży jestem jedną z osób, która podniesie słuchawkę i powie: „Proszę zbierz informacje i działamy, a jeżeli nie jesteś w stanie, pomogę i w tym”.

Historie, które Wam przekazuję, to osobiste doświadczenia ostatnich dziesięciu lat mojej pracy zawodowej. W książce wybrałem dla Ciebie te, które moim zdaniem są najciekawsze i pokazują różne aspekty tego, co niekoniecznie działa i może się skończyć stratą biznesu. W każdym rozdziale znajdziesz informacje pomocne w rozpoznaniu, w którym miejscu jesteś i co powinieneś robić, aby nie zaczynać od stanu, w którym za chwilę trzeba nacisnąć przycisk „help”.

Zapraszam Cię do wspólnej podróży przez symboliczne 52 tygodnie. Dowiesz się m.in. o mojej przygodzie z Biurem Bezpieczeństwa i tym, jak to, co się stało, jest istotne dla każdego e-biznesu.

Rozdział 1

Jak opanowałem miasto

Czasem jest tak, że sam zgłaszam innym nieprawidłowości, które u nich zauważę. Tak było tym razem. Chciałem mieć konkretną domenę z konkretnym adresem. Sprawdziłem czy jest wolna, średnio raz na kwartał. Wróciłem pewnego dnia z treningu, była dwudziesta druga, akurat przypomniałem sobie o domenie. Sprawdziłem – jest wolna! Nie zastanawiałem się długo, kupiłem i skonfigurowałem serwery.

Następnego dnia, gdy się obudziłem, czekało na mnie ponad dwadzieścia maili. Chwila, ale jak to, przecież nikomu jeszcze nie podałem tego adresu? Zrobiłem to przez sen? Moment, już wiem! Domena przez jakiś czas należała do pewnego miasta. Pobieżny przegląd poczty potwierdził to przypuszczenie – to maile kierowane do jednego z biur miejskich! Większość z nich stanowiły maile z zaproszeniami na premiery i bankiety od

największych marek na rynku, czyli coś, dla czego bym nawet nie kliknął myszką, nie mówiąc o wyjściu z domu. Jaka to przyjemność patrzeć na innych przymusowo wysłanych na premierę wśród dekoncentrujących co sekundę fleszy? Jeśli gdzieś idę, to przecież po to, by w spokoju obejrzeć sztukę czy film.

Wracając do tematu: poza takimi mailami trafiły się też maile z Facebooka i Twittera. Tak, urzędnicy założyli prywatne konta na służbowe skrzynki, do których nie mają dostępu. Gdyby to było tylko to, nie przejąłbym się bardzo, ale wśród tych maili trafiła się jedna perełka. Mail z powiadomieniem, że moje – czyli urzędowe – konto wymaga przeczytania kilku wiadomości. To był ten moment, gdy zdałem sobie sprawę z powagi sytuacji. Mam dostęp do konta, które śledzi ponad dwieście tysięcy osób, a urząd jest na najlepszej drodze, aby je utracić...

No dobrze, jeśli poprzednie informacje nie wywołały we mnie myśli o wizycie Agencji Bezpieczeństwa, to w tym momencie taka wizja już mi przeszła przez głowę. Skontaktowałem się w międzyczasie z kilkoma specjalistami, ale bali się, że ktoś może potraktować to jako prowokację i poradzili tylko

kontakt z właścicielem i policją. Sam pomyślałem o kontakcie z byłym właścicielem, ale urząd najpierw muszą otworzyć, a telefon odebrać. Jak pewnie wiesz, nie zawsze jest to proste. W końcu nadszedł ten czas, gdy z mocniej bijącym sercem udało mi się skontaktować z pierwszym sekretariatem: telefon odebrała miła pani, która poinformowała, że dział zmienił adres i nie jest zainteresowany tematem. Jak to? Tak, osoba odbierająca telefon nie miała wiedzy i świadomości, jaką posiada biznesmen czy informatyk, co pozwoliło jej zignorować temat.

Może jak pogadam z kimś, kto ma podobną wiedzę co ja, to zrozumie sytuację? Niestety, na stronie urzędu takich kontaktów nie było... Kontaktuję się z infolinią miejską i po dwudziestu minutach czekania na pytanie o kontakt do informatyków usłyszałem pytanie: „Czy o Biuro Cyfryzacji chodzi? W BIP jest jeden numer”. Pomyślałem sobie, że sam nie wiem, ale poprosiłem o ten kontakt.

Tym razem połączenie poszło dużo szybciej i już po chwili słuchawkę podniosła kolejna miła pani. Opowiedziałem swoje, pani głośno krzyknęła do koleżanki i wyszło na to, że to jednak nie ten dział,

tym zajmuje się Biuro Utrzymania IT; dostałem kolejny telefon. Dzwonię, myśląc: „Moment, czy naprawdę ja powinienem wykonać tyle telefonów? Mam nadzieję, że to ostatni dział”. Tak, to był ten, ale głos w słuchawce poinformował mnie, że muszę porozmawiać z naczelnikiem, bo nikt inny nie jest uprawniony: „Będzie za godzinę, proszę zadzwonić na numer z końcówką 29”. Zadzwońłem, nikt nie odebrał.

Kolejną godzinę później telefon: „Dzwonił pan i oddzwaniam”. Kolejny raz opowiedziałem swoją historię, czułem się już prawie jak w szkole albo może w „Rozmowach w Toku”. Posłuchałem chwilę, prawie bezgłośniego zastanowienia z delikatnym mrużeniem, w trakcie potakiwania i rękawica została podjęta – nie dostałem kolejnego numeru telefonu. Otrzymałem informację, że ze względu na brak uprawnień rozmówcy sprawa musi być przekazana do kolejnego działu, ale zrobią to już sami i powinienem spodziewać się wkrótce telefonu. Tak minął poranek, na zegarze właśnie przeskoczyła cyfra – była 10:29. Wróciłem do swojej pracy i kilka chwil przed godziną trzynastą dostałem telefon: „Dzień dobry, Biuro Bezpieczeństwa, podobno ma pan coś, co może spowodować tro-

chę zamieszania. Proszę o wytłumaczenie”. No, no, a więc myśl o ABW nie była w sumie taka bezpodstawna. Wytłumaczyłem, a w trakcie rozmowy słyszałem kolejne określone słowa i mocny głos: „Odzwoniemy, jak posprzątam bałagan”.

Minęły kolejne godziny i gdy już miałem w głowie, że sprawa zostanie odłożona na kolejny dzień, trzy minuty po oficjalnych godzinach pracy zadzwonił znajomy numer: „Posprzątaaliśmy, nie ma pan już dostępu”. Oznajmił ten sam mocny głos. Podziękował i powiedział, że na przyszłość mogę dzwonić od razu do nich. Domena mi została, zaproszenia na wydarzenia otrzymuję nadal, ale już nie mogę napisać do SETEK TYSIĘCY osób, które śledzą miasto.

Zadania na ten tydzień:

1. Zawsze sprawdzaj przed skasowaniem usługi, czy wszystko odłączyłeś.
2. Na wszelki wypadek daj sobie czas i przedłuż najważniejsze usługi na ciut dłużej.
3. Poproś pracownika o „przeklikanie” wszystkiego.
4. Sprawdź czy stary adres nie występuje gdzieś w Google – tak możesz stracić istotne polecenia.

Rozdział 2

Gdzie jest kontakt?

Pandemia spowodowała blokadę części biznesów. Taką sytuację, w której może się pojawić coś, co utrudni działanie, można przewidzieć. Przecież w każdym biznesie co jakiś czas może zdarzyć się awaria, choćby czasowy brak prądu, mogą też wystąpić większe utrudnienia. Niestety, długi okres, w miarę spokojny, uspił wiele osób, które nie myśląc o sytuacji awaryjnej, często w biznesie stawiały na jedną kartę. Tak było z w przypadku sporej części firm, które zostały w pandemii zamknięte. To przypomniało mi historię sprzed kilku lat. Pewnego dnia odwiedzałem znajomą i czekając, jak obsłuży klienta, obserwowałem jej zachowanie krok po kroku. Staranie wypytywała o to, czego klient potrzebuje następnie dobierała, pakowała i wręczała towar klientowi. Ten wychodził i znikał za rogiem jednej z większych ulic w centrum miasta. Na tym kontakt się kończył. Co prawda leżały gdzieś stare

wizytówki, ale były schowane pod ladą. W dodatku, pamiętały jeszcze czasy, gdy przed numerami telefonu można było nie podawać numeru kierunkowego. Wracając do sedna sprawy, każda wizyta kończyła się sympatycznie, ale klient nie miał kontaktu do sklepu, a sklep do klienta. Jak myślisz, wiele razy odwiedził potem sklep? Wiedział, co nowego się w nim pojawia? Sprzedawca mógł doradzić, zapytać o zadowolenie z produktu, który został sprzedany? Niestety, na te wszystkie pytania była tylko jedna odpowiedź – nie było takiej możliwości.

Zadania na ten tydzień:

1. Sprawdź, w jaki sposób klienci mogą się z Tobą skontaktować i czy wiedzą o tym.
2. Sprawdź, czy Ty masz kontakt za pomocą co najmniej dwóch metod z jak największą liczbą klientów.

Jak stracić biznes?

Michał to praktyk, którego mam przyjemność znać od wielu lat. Książka, którą właśnie trzymasz w ręce jest skarbnicą, która pomoże Ci rozwiązać niejedyn problem. Unikalne podejście Michała do rozwiązywania problemów sprawi, że po lekturze zmienisz podejście do tego w jaki sposób prowadzisz swój biznes. Moim zdaniem lektura pozwoli Ci ominąć wiele kosztownych błędów.

Marek Piasek, przedsiębiorca, evenea.pl

Michał to dobry duch Internetu. Wykrywa, powiadamiania, uświadamia. Przede wszystkim jednak zaleca jak rozwiązać problemy. A te znajdują się na każdym kroku. 52 opowieści to co tydzień jeden problem do rozwiązania. Jest spora szansa, że w tej książce odnajdziesz siebie i Twój biznes.

Krzysztof Burzyński, przedsiębiorca, trener



O AUTORZE

Michał Łaszkiwicz zajmuje się audytem i doradztwem biznesowym. Działa w branży od prawie 20 lat, a od 10 prowadzi firmę. Przedsiębiorcy, którzy stosują jego rady w praktyce, odnotowują szybki wzrost zysku nawet o ponad 30%. Dla organizacji charytatywnych, z którymi

współpracuje, pozyskał usługi warte kilkadziesiąt milionów złotych.

Wykreował kilkanaście marek, zarówno własnych, jak i na potrzeby innych osób i firm. Z usług Michała korzysta stale rosnące grono klientów: instytucje państwowe, korporacje, małe i średnie przedsiębiorstwa, fundacje i osoby prywatne.

ISBN 978-83-941457-1-2



9 788394 145712 >

Cena: 39,99 zł