

Serwisy z myślą o użytkownikach

Wywiad z Katarzyną Abramowicz,
radcą prawnym oraz założycielką serwisów specprawnik.pl i specfile.pl

Arkadiusz Roszak

Arkadiusz Roszak: Podczas niedawno zakończonej edycji StartUp Europe Awards 2017 w gronie piętnastu polskich zwycięzców znalazły się dwa startupy—Specfile.pl w kategorii „Cyberbezpieczeństwo” oraz Specprawnik.pl w kategorii „Prawo”—współtworzone i zarządzane przez Panią. Trudno tutaj mówić o przypadkowości, dlatego nasuwa się naturalne pytanie: co stanowi o sukcesie wspomnianych projektów? Niszowość? Oryginalność i nowatorstwo rozwiązań? Użyteczność? A może cechy osobowe zespołu: profesjonalizm, charyzma lub doświadczenia na arenie międzynarodowej?

Katarzyna Abramowicz: Pomysły na rozwiązania to wynik świadomie uruchomionego przez nas procesu. Procesu poszukiwań rozwiązań doskonalszych od istniejących w zakresie potrzeb użytkowników. Wynik poszukiwań w Internecie krajowym i zagranicznym, dyskusji i przemyśleń oraz rozwiązań dla problemów, na które sami się natykamy. To z pewnością wiele cech, które Pan wymienił, ale przede wszystkim gra zespołowa.

A.R.: Skąd się bierze mityczny dotyk Midasa u Katarzyny Abramowicz, że wszystko, przynajmniej w sieci, potrafi przemienić w złoto?

K.A.: Mamy za sobą 7 projektów i nie umiem podać uniwersalnych zasad na powodzenie. Od lat budujemy serwisy w Polsce. Kilka z nich odniosło sukces i pozwoliło skupić się na kolejnych przedsięwzięciach. Z doświadczenia mogę powiedzieć, że projektujemy rozwiązania bardzo szczegółowo. One rosną też wraz z użytkownikami i naszą wiedzą o użytkownikach. Jednak często zdarza się, że projektujemy rozwiązania, nieraz nawet do zaawansowanych postaci, po czym się z nich wycofujemy. Bywa tak, że w międzyczasie pojawia się taka przyczyna, że nie warto ryzykować wysiłku i kontynuacji prac. Popołniamy też błędy, mnóstwo błędów. Miarą naszych wysiłków jest jednak zawsze odpowiedź użytkowników na nasze rozwiązania i ich wykorzystywanie. Czasem rozwiązania kopiują podobne serwisy, to też oznacza, że mieliśmy nosa.

A.R.: Jest Pani „odpowiedzialna” za powstanie sześciu znanych serwisów internetowych: bilety24.pl (2003), przelewy24 (2004), box24.pl (2006), 3gry.pl (2009), specprawnik.pl (2012) i specfile.pl (2015). Wszystkie istnieją do dzisiaj, chociaż trzy pierwsze zmieniły już właściciela. Czy można wyróżnić jakiś jeden szczególny aspekt, który stanowi o długowieczności i popularności tego rodzaju projektu?

K.A.: Sukces „biletów24” i „przelewów24” to sukces mojego ojca Zbigniewa Abramowicz oraz siostry Marty Tarajkowicz. Oni najbardziej operacyjnie byli zaangażowani w te projekty. Nasz każdy projekt jest inny. Cierpliwie rozwijamy projekty, w które wchodzimy. Nie poddajemy się też łatwo po drodze, to nasza cecha rodzinna. Jeśli mamy pomysł na usprawnienie czegoś w danym środowisku, rozmawiamy długo o tym, sprawdzamy czy takie rozwiązania już są, analizujemy jak udoskonalić stare procesy. Kiedy tylko to możliwe rozmawiamy o pomysłach z osobami, które mają już doświadczenie i wiedzę w organizacji nowych przedsięwzięć podobnego typu. Ni-

czego też nie robimy w pojedynkę. Pracujemy w bardzo rodzinnym teamie. W zespole jest wielu utalentowanych, bardzo ambitnych ludzi z własnymi pomysłami, zaangażowanych i oddanych, skupionych na działaniu. Gwarancji, że projekt się przyjmie nie ma. Jest zawsze olbrzymia wiara, że robimy rzeczy, które przydają się nie tylko nam, że robimy rzeczy duże i mające znaczenie dla innych. Od lat pracujemy nad własnymi projektami. Każdy kolejny projekt budzi we mnie dziecięcą ekscytację i często uważam, że kolejny obszar, w który wchodzimy jeszcze ciekawszy od poprzedniego.

A.R.: Ten numer „Mensis” w szczególności poświęcony jest generacjom X, Y, Z, a Pani już od lat 90-tych aktywnie działa na rynku e-commerce. Jakie najważniejsze zmiany dokonały się w tym czasie w handlu elektronicznym? Na co powinien dzisiaj zwrócić uwagę początkujący przedsiębiorca internetowy? W jaki sposób trendy pokoleniowe przekładają się na tworzone przez Panią projekty?

K.A.: Możliwości rozwoju jest naprawdę mnóstwo. Cały czas usprawnieniu podlegają stare branże. Powtarzam to często, ale to uniwersalna zasada. Internet wprowadził szerokie możliwości komunikowania się i przekazywania danych na odległość. Mówiąc o firmie internetowej w ogólności, mamy na myśli firmę, która organizuje różne formy tych właśnie nowych możliwości komunikowania się i przekazywania danych dla potrzeb sprzedaży produktów i usług firm klasycznych.

Początkujący przedsiębiorca musi oprócz pomysłu, koniecznie zbudować zespół, kompetencje i popełnić mnóstwo błędów. Dziś nie buduje serwisu jeden programista, jak kiedyś, we wstępnej fazie rozwoju Internetu. Żeby przybliżyć kwoty na startcie przy ważniejszych naszych serwisach, mogę powiedzieć, że trzeba wziąć pod uwagę prace projektowe wykonywane przez specjalistów z wysokiej półki (około 10.000–50.000 zł) oraz prace programistyczne (około 10.000–50.000 zł w zależności od skomplikowania serwisu). Solidna obsługa prawna, regulaminy serwisu, sprawy organizacyjne to wydatek rzędu 8.000–20.000 zł, a wstępna reklama i marketing to kolejne 30.000 zł. Mówię o wydatkach związanych z przygotowaniem i uruchomieniem serwisu. Dziś trudno zmniejszyć te wydatki budując profesjonalny i nowoczesny serwis internetowy.

A.R.: Dlaczego startup? Czy taka forma już sama w sobie zawiera nośnik sukcesu? Jakie są najważniejsze zasady budowania dochodowych startupów?

K.A.: Nie ma uniwersalnych zasad. Zawsze rozwijamy projekt. Robiliśmy serwisy zawsze z myślą o użytkownikach. Dziś dochód z serwisu jest bardzo rzadko natychmiastowy, to czasem i kilka lat. Zyski w tych latach są znikome lub w ogóle ich nie ma, a nakłady coraz większe.

A.R.: Bezpieczeństwo to dzisiaj jeden z najważniejszych priorytetów w sieci. Jak www.specfile.pl szyfruje dokumenty swoich użytkowników? Czy w procesie wykorzystywana jest technologia blockchain?

K.A.: Od kilku lat jesteśmy świadkami rewolucji technologicznej w sposobie przechowywania zbiorów. Duże firmy branży IT takie jak Google, Microsoft, Dropbox, Apple itp. umożliwiają nam przechowywanie naszych zbiorów (dokumentów, baz danych, zdjęć) na dyskach ich serwisów internetowych. Pod względem fizycznego zabezpieczenia naszych zbiorów są to rozwiązania bardzo atrakcyjne i polecane, w dodatku najczęściej darmowe. Dużą ich zaletą jest też możliwość ustawienia współdzielenia naszych zbiorów dla wskazanych osób bez potrzeby ich oddzielnego przekazywania.

Zauważmy jednak, że nie mamy tu wpływu na to gdzie znajdują się nasze zbiory, kto sprawuje nad nimi opiekę techniczną i administracyjną, gdzie powstają ich składowania (kopie) ani kto aktualnie ma do nich dostęp fizyczny. Stąd powstało też określenie: dyski w „chmurze” (internetowej). Z wymienionych powodów nie można traktować takiego rozwiązania jako bezpiecznego dla treści dokumentów. W szczególności dla dokumentów, których zawartość stanowią tzw. dane wrażliwe, czyli dane osobowe lub treści stanowiące tajemnice naszej firmy, informacje osobowe lub kontaktowe naszych klientów, nasze informacje księgowe, poufne projekty itp. Projekt SPECFILE to projekt prostej w użyciu aplikacji służącej do szyfrowania zbiorów utrzymywanych na lokalnych komputerach użytkownika oraz na dyskach w „chmurze” i dowolnych nośnikach. Blockchain jest bardzo interesujący, przyglądamy się technologii, by dopiąć ją do serwisu jeśli tylko uznamy, że może usprawnić dotychczasowe rozwiązanie. Proszę wrócić z tym pytaniem pod koniec roku, będziemy wiedzieć więcej.

A.R.: Na czym polega innowacyjność serwisu specprawnik.pl? Co jest większą trudnością w tak przyjętym modelu usług – zaproszenie do współpracy specjalistów czy pozyskanie w sieci potencjalnych petentów?

K.A.: Pomysł na serwis SpecPrawnik.pl wziął się z własnych potrzeb i problemów prawnych, które napotkaliśmy przy realizacji innego z naszych serwisu. Zdobycie wiedzy o specjalście, który mógłby nam pomóc, było żmudne i bardzo trudne. Zrodziła się potrzeba zbudowania przejrzystego narzędzia dla rynku usług prawniczych. Takiego, które dostarczało będzie klientowi odpowiedzi na pytania: „Jak znaleźć prawnika właściwego do mojej sprawy?”, „Czym się kierować przy wyborze?”, „Czy będzie mnie na niego stać?”.

Nie ma na rynku rozwiązań pozwalających klientowi samemu wybrać prawnika według kilku prostych i zrozumiałych dla niego kryteriów. Sformułowaliśmy sobie te najważniejsze kryteria i gdy znaleźliśmy sposób ich przedstawienia klientom, wiedzieliśmy, że trzeba to zrealizować. Początki były bardzo trudne, prawnik to bardzo wymagający klient, bardzo zabiegany i dość sceptycznie nastawiony do nowych rozwiązań. Rozmowa dotycząca sprzedaży mu naszego rozwiązania nie jest prosta. Aktualnie naszymi ambasadorami są już sami prawnicy. Klienci szybciej przekonują się do Internetu jako kanału komunikacji z prawnikami niż sami prawnicy. Potrzeba zrozumienia tego gdzie są klienci dla prawników to ogromne wyzwanie edukacyjne dla nas i serwisów nam podobnych.

A.R.: Po sukcesie pierwszych portali internetowych postanowiła Pani je sprzedać, aby mieć środki na nowe projekty. Czy nadal żyje Pani z tworzenia startupów, czy raczej już z zarządzania nimi. Jakie losy czekają w najbliższym czasie zwycięzców konkursu StartUp Europe Awards 2017 – portale www.specfile.pl i www.specprawnik.pl?

K.A.: Mam ogromny komfort żyć w czasach, w których od lat mam wrażenie, że „budujemy” e-commerce w PL. Tworzenie firmy to okres naprawdę niełatwy i wymagający. Nie wyobrażam sobie nie brać udziału w procesie tworzenia rozwiązań. Jestem bardziej operacyjna i angażuje się w funkcjonowanie nawet najdrobniejszych szczegółów biznesu. To najciekawsze etapy w rozwoju firmy. Następny krok w konkursie to chyba wizyta w Brukseli i poznanie finalistów europejskich (śmiech).

A.R.: Swoimi projektami potrafi Pani idealnie rozwiązać istniejący lub zbliżający się problem. Obecnie można odnieść wrażenie, że Internet został przesycyony

pomysłami i wiele powstających narzędzi czy aplikacji nie wnosi nic nowatorskiego poza technologią. Na jaki kierunek zdecydowałaby się Katarzyna Abramowicz przy tworzeniu kolejnego startupu?

K.A.: Kilkanaście lat temu rzeczywiście można było tak powiedzieć, teraz Panie Redaktorze zgadzam się, że rynek jest bardzo nasycony. Dlatego warto być tam, gdzie nie ma jeszcze tłoku.

A.R.: Który z projektów uznaje Pani za swój największy sukces i dlaczego?

K.A.: Wszystkie serwisy tak długo, póki służą Internautom i usprawniają ich życie uważam za udane. Mogę powiedzieć, który projekt jest najtrudniejszy i najbardziej wymagający. To specprawnik.pl. Bardzo złożony. Dziś z pełnej usługi korzysta w Polsce ledwie garstka prawników, z około 60 000 pracujących na rynku. Odrąbię wstępnie sukces, gdy dotrzemy do pierwszych 10 000 do końca przyszłego roku, tak jak sobie zaplanowaliśmy.

A.R.: Czy według Pani istnieją jakieś szczególne cechy, które predestynują kobiety do odniesienia sukcesu w biznesie?

K.A.: Jesteśmy wielozadaniowe i dobrze umiemy przewidywać zdarzenia. Rozmawiamy bardzo często z koleżankami, które budują firmy internetowe. Przyjaźnimy się i wspieramy bo nie jest nas dużo. Łączą nas niebanalne zmiany, ambitne cele, wytrwałość, cierpliwość, elastyczność i jeszcze raz cierpliwość.

A.R.: Dziękuję za rozmowę i gratuluję sukcesu.

K.A.: Bardzo dziękuję.



Katarzyna Abramowicz

Radca prawny z wieloletnim doświadczeniem. Była przedstawicielem Krajowej Rady Radców Prawnych (KRRP) w Brukseli. Pierwsze kroki w biznesie internetowym stawiała w 1998 roku, zakładając wraz z ojcem Zbigniewem Abramowiczem spółkę DialCom, a następnie DialCom24. Razem z nim jest także pomysłodawcą i założycielem znanych komercyjnych serwisów internetowych w Polsce, takich jak: www.przelewy24.pl – serwisu płatności internetowych (2004), www.bilety24.pl – serwisu do sprzedaży biletów do kin i teatrów (2003), www.box24.pl – serwisu ogłoszeń prasowych (2006), www.3gry.pl – platformy do gry w lotto przez Internet (2009), www.specprawnik.pl – najpopularniejszej w Polsce platformy łączącej klientów z prawnikami (2012) oraz www.specfile.pl (2015) – serwisu umożliwiającego szyfrowaną wymianę dokumentów między osobami, bezpieczne przetrzymywanie ich w dowolnej chmurze a także ewidencję takich operacji.

Przyciągamy uwagę



PHX56115189 © SIphotography / Bank zdjęć Photogenica

Ponad 80 mln zdjęć, grafik, wektorów i filmów dla reklamy, marketingu i promocji sklepów, serwisów i usług internetowych.

photogenica
bank zdjęć i klipów

15% kod rabatowy na zakupy on-line w sklepie www.photogenica.pl: tvq234h