

# BIZNES W SIECI

#26



“ZROBIĆ” SAMEMU  
CZY ZLECIĆ?



“INHOUSE”

VS



“OUTSOURCING”

FAKTY I MITY



*Report*

Grzegorz Mogilewski  
<http://blog.mogilewski.pl>

## **BIZNES W SIECI odc. 26**

### **„Zrobić” samemu czy zlecić?**

Mówi się, że „czas to pieniąż”. Zatem najważniejszym aspektem w kontekście czasu jest pytanie, na co właściciel firmy powinien poświęcać swój czas, aby zwrot z tej inwestycji był jak największy.

Czy dla Państwa prawdą jest, że czas to pieniąż? Wielu przedsiębiorców nie uważa tej maksymy za prawdziwą. Wydaje im się, że w świetle budżetu, który zawsze jest ograniczony, własny czas nie ma aż takiej wartości. W efekcie, często właściciele – szczególnie mniejszych – firm angażują własny czas w czynności, które nie są najlepszym sposobem na jego wykorzystanie. A przecież czas jest jedynym dobrem we współczesnym świecie, którego nie da się pomnożyć, nie da się zmagazynować, ani w inny sposób zmultiplikować. Jednocześnie aktywności w jakie angażujemy swój czas, odpowiadają pośrednio za sukces naszej firmy – nie tylko w Internecie.

Vilfredo Pareto odkrył zasadę, która została nazwana jego imieniem – Zasadą Pareto - mówiącą, w uproszczeniu, że ilość energii, jaką poświęcamy na określone czynności, nigdy nie jest równa rezultatom. Okazuje się, że występują olbrzymie dysproporcje – zawsze tylko 20% czynności odpowiada za 80% końcowego rezultatu. Najważniejsze pytanie zatem brzmi – jakie czynności powinny być tymi właściwymi w kontekście biznesu w sieci, aby nasz biznes rósł? Gdzie leży te 20% krytycznych zadań? Druga maksyma, którą będziemy się dzisiaj posługiwać, pochodzi od Petera Druckera, który rzekł: *“znacznie ważniejsze, niż robienie rzeczy właściwie, jest robienie rzeczy właściwych”*.



Grzegorz Mogilewski  
<http://blog.mogilewski.pl>

Proszę zauważyć, że znowu mówię de facto o tym samym – na jakich czynnościach powinien skupić się właściciel firmy, aby jego biznes w sieci rósł?

Zacznijmy od najważniejszego, z mojego punktu widzenia, podziału “czynności” wykonywanych w biznesie.

Właściciel firmy może albo “pracować w swojej firmie”, albo pracować “nad swoją firmą”. Praca w swojej firmie jest najczęstszym sposobem wykorzystywania czasu przez właściciela firmy. Czy pracuje on bezpośrednio w sklepie, czy obsługuje osobiście klientów, czy też dzwoni do kontrahentów, lub odpisuje na maile i zajmuje się pracą administracyjną – to wszystko jest praca w firmie. Niemniej to nie ten rodzaj pracy powoduje, że firma staje się unikatowa i konkurencyjna.

Tylko “praca nad firmą” dostarcza takiego wkładu. Jeżeli popatrzymy na Zasadę Pareto, okaże się, że te najwartościowsze 20% to czas, gdy właściciel firmy pracuje nad udoskonaleniem swojej firmy jako takiej, kiedy pracuje nad udoskonaleniem swojej ofertą, kiedy próbuje zrozumieć, co trapi jego konsumentów i kiedy kreatywnie rozwiązuje ich problemy. To te momenty powodują, że firma się rozwija. W tym momentach właściciel firmy pracuje “nad swoją firmą”. Praca w firmie – jakkolwiek niezbędna – nie powoduje, że nasza firma staje się lepsza. Dopiero unikatowość naszych rozwiązań (unikatowość naszej oferty i podejścia do klienta) - czyni naszą firmę lepszą od konkurentów. To pewna wąska dziedzina, w której jesteśmy najlepsi. Lecz aby do tego dojść należy skupić się na pracy “nad firmą”.

Prawie każda czynność wykonywana w biznesie, składa się z dwóch obszarów. Pierwszy, to obszar myślenia kreatywnego – to on powinien być domeną właściciela – oraz, drugi: obszar mechaniczny. Pierwszy z brzegu przykład. Znacznie bardziej wartościowe i ważniejsze jest, aby właściciel firmy myślał nad tym, jaka powinna być strategia jego



*Grzegorz Mogilewski*  
*<http://blog.mogilewski.pl>*

obecności w linkach sponsorowanych, AdWords (do jakiego klienta powinien dotrzeć, z jakim komunikatem i z jaką ofertą) – niż zajmowanie się osobiście tą kampanią (otwierania konta, wprowadzania “strategii” do systemu). To czynności mechaniczne i jako takie powinny one być “outsourcowane” czy to do pracownika, czy do wyspecjalizowanej agencji lub innego zewnętrznego podwykonawcy. Chciałbym, aby Państwo zrozumieli, że oddzielenie funkcji kreatywnych i unikatowych od funkcji mechanicznych jest niezbędne do zwiększenia efektywności czasu, jaki Państwo poświęcają na pracę nad firmą.

Kolejnym obszarem, który należy wydzielić, jest praca głównie nad obszarami budującymi przewagę konkurencyjną – i to trwał. Wiele aktywności marketingowych wymaga ciągłego dostosowywania się do zmian (tak rynku jak i samych narzędzi). Zatem chcąc robić to dobrze, stale należy podnosić swoje kompetencje w tych materiach. Ale... wtedy nigdy nie starczy czasu nad myślenie “nad firmą”!

Popatrzymy na takie czynności, jak pozycjonowanie, AdWords, Facebook, czy budowanie stron internetowych, zauważymy, że podlegają one ciągłym zmianom. Pewne rozwiązania, które były dobre wczoraj, nie będą dobre jutro. Zatem jeśli właściciel firmy uwikła się w ręczne zajmowanie się tymi działaniami (nieustannie wymagającymi podnoszenia swoich kwalifikacji), po pierwsze nie będzie miał czasu na podnoszenie kompetencji w strategicznym myśleniu na temat firmy, a po drugie może się okazać, że dotychczas zainwestowany osobisty czas zostanie zmarnotrawiony, bo np. zmienią się same narzędzia na tyle, że wypadniemy z “ryнку”. Wystarczy, że np. Facebook znowu zmieni mechanizm EdgeRank. Znowu trzeba będzie nauczyć się nowych reguł, tricków, i nowych rozwiązań. Ale przecież doba ma tylko 24h...

Innymi słowy: właściciel firmy nie powinien skupiać się na czynnościach, nie budujących trwałej przewagi konkurencyjnej. A szczególnie nie



*Grzegorz Mogilewski*  
*<http://blog.mogilewski.pl>*

powinien angażować się w aktywności na tyle zmienne, że wymagają ciągłego podnoszenia kwalifikacji (spoza wąskiego obszaru budowania przewagi konkurencyjnej). Pewnie wszyscy z Państwa zadają sobie teraz pytanie – w jaki zatem sposób i czym powinien zajmować się właściciel firmy w kontekście istnienia jego firmy w sieci?

Powiem Państwu, jakie jest moje zdanie na ten temat, niezależnie od tego jak bardzo jest kontrowersyjne. Według mnie, aby zbudować firmę, która trwale uzyska przewagę nad konkurencją – i to nie tylko w Internecie, który jest jedynie narzędziem – właściciel firmy powinien skupiać się na czterech następujących krokach:

1. Po pierwsze właściciel firmy powinien rozumieć zagadnienia związane z biznesem w sieci. Temu właśnie służy magazyn „**Biznes w sieci**” – mój program nie uczy technik, a mówi tylko o tym, co jest istotne, jak działa i co ważne, jak to wykorzystać to we własnej firmie.
2. Drugim krokiem, jest nabycie umiejętności znajdowania właściwych osób na rynku – czy to do tego, aby ich zatrudnić na stałe, czy też tylko czasowo (podwykonawcy, wyspecjalizowane agencje). Umiejętność taka jest jedną z cenniejszych, ponieważ dobry podwykonawca nigdy firmy nic nie kosztuje. Dzieje się tak, ponieważ korzyści i rezultaty, jakie taki podwykonawca dostarcza firmie, zawsze są wyższe niż koszty jego pracy. Oczywiście zupełnie odwrotnie jest w wypadku zatrudnienia osób / firm niewłaściwych.
3. Trzecim istotnym punktem jest umiejętność zlecania pracy tak, aby proces ten był efektywny. Do tego potrzeba jest dobra znajomość “strategiczna” zagadnień.
4. Ostatni krok to umiejętność weryfikowania, czy rezultaty, które chcieliśmy uzyskać, są zrealizowane. Nie powinna to być jednak konkretna weryfikacja, czy dany kod jest dobrze napisany, albo czy dana kampania jest dobrze zrealizowana, lecz “czy rezultat został osiągnięty”. Innymi słowy – ważne są cele, ważna jest konwersja,



*Grzegorz Mogilewski*  
*<http://blog.mogilewski.pl>*

ważne jest myślenie w kategoriach „co ja mam z tego działania?”, a nie to, jak dane działanie przebiega. Przypominam raz jeszcze to, co powiedział Peter Drucker – ważniejsze, niż robienie rzeczy właściwie, jest robienie rzeczy właściwych. Nawet daleki od ideału proces jest znacznie lepszy od braku tego procesu lub próba robienia wszystkiego samemu.

Z pewnością zadają sobie Państwo teraz pytanie – dobrze, panie Mogilewski, ale jakie konkretne czynności – i dlaczego – powinienem zatem “wykonywać” samemu, a jakie zlecić? Listę tych czynności oraz uzasadnienie znajdziecie Państwo w materiałach dodatkowych do tego odcinaka.

Po przerwie będę rozmawiał z Danielem Czapiewskim o tym, w jaki sposób wykorzystać to, że zarówno praca w firmie, jak i praca z wykonawcami mają swoje plusy i minusy. Zapytam go więc o to, w jaki sposób znaleźć balans.

Masz pytanie, wątpliwość, lub po prostu Ci się  
spodobała treść?

Skomentuj na blogu: [http://blog.mogilewski.pl/  
zrobic-samemu-czy-zlecic-26-ty-biznes-w-sieci/](http://blog.mogilewski.pl/zrobic-samemu-czy-zlecic-26-ty-biznes-w-sieci/)



*Grzegorz Mogilewski*  
*<http://blog.mogilewski.pl>*

## **BIZNES W SIECI odc. 26:** **„Inhouse” kontra „outsourcing” fakty i mity**

**Grzegorz Mogilewski: Witam po przerwie, moim gościem jest Daniel Czapiewski z agencji Stettiner. Daniel, powiedz mi – a w zasadzie powiedz naszym widzom – będąc właścicielem małej firmy, jakimi czynnościami warto się zajmować, a jakimi nie i dlaczego?**

Daniel Czapiewski: Dobry wieczór. Przede wszystkim uważam, że właściciel powinien zająć się tym, na czym zna się najlepiej. Prowadząc swój biznes pewnie nie od dzisiaj, a od jakiegoś dłuższego czasu, właściciel najlepiej zna specyfikę swojej branży. Zna swoich konkurentów, wie jakie oni prowadzą działania – w związku z tym posiada unikatową w stosunku do ewentualnego podwykonawcy, któremu mógłby zlecić takie zadanie, wiedzę. Powinien więc skoncentrować się na rzeczach analitycznych, nad wypracowaniem przekazu, który chciałby komunikować swoim potencjalnym odbiorcom czy konsumentom na przykład poprzez serwis WWW. Na miejscu takiego właściciela koncentrowałbym się głównie na tym. Być może opracowałbym jakąś strukturę serwisu, być może pomyślałbym nad zawartością merytoryczną – natomiast na pewno nie brałbym się samemu za Photoshopa, a tym bardziej nie ciąłbym później takich projektów i nie zamieniał w HTML, czyli w gotową stronę. To, o czym przed chwilą wspomniałeś, czyli wszystkie kwestie narzędziowe, na pewno warto zlecić komuś na zewnątrz zamiast tracić czas na naukę i rozwijanie tego we własnym zakresie.



*Grzegorz Mogilewski*  
*<http://blog.mogilewski.pl>*

**W takim razie, czym Twoim zdaniem jest uwarunkowany – wydawałoby się duży – sukces kreatorów stron internetowych?**

Myślę, że to trochę złudne poczucie, że kreator stron internetowych rozwiąże problem. Można zaoszczędzić masę pieniędzy, które trzeba by było wydać na jakiegoś podwykonawcę, jednak osobiście nie jestem wielkim fanem kreatorów i – tylko proszę nie odbierać mnie źle, bo z racji wykonywanego zawodu sam bym sobie podcinał gałąź, na której siedzę – naprawdę średnio wierzę w to, że coś, co jest szablonem lub pewnym standardem, będzie dobre dla wszystkich, nie mówiąc już o jakimś wyróżniku rynkowym. Na tym plate'cie ciężko zdobyć przewagę konkurencyjną.

**Osobiście przyznam szczerze, że nie znam osoby, która by skończyła pracę w ramach kreatora nad swoim serwisem. Okazuje się, że to jest znacznie bardziej skomplikowane i techniczne, niż się wielu firmom wydaje.**

W reklamach telewizyjnych wygląda to imponująco – parę kliknięć i już mamy wszystko gotowe, ale niestety w wielu przypadkach to po prostu złudzenie.

**Co w takim razie może zrobić właściciel firmy, dysponujący niewielkim budżetem, któremu wydaje się, że jego własny czas jest mało cenny, w związku z czym zajmuje się wieloma aktywnościami samemu?**

Jeżeli ktoś prowadzi działalność, prawdopodobnie generuje jakieś przychody. Pytanie, jak później te przychody są wydatkowane. Ja,



*Grzegorz Mogilewski*  
*<http://blog.mogilewski.pl>*



prowadząc swoją działalność, nigdy nie myślałem, żeby na przykład zajmować się księgowością, a więc zatrudniam księgową. Zatrudniam też wielu innych podwykonawców, w związku z czym taki czy inny właściciel firmy – niekoniecznie z branży reklamowej, tylko z każdej innej również – ma swoje wydatki i gdyby się tak przyjrzał dookoła gdzie, komu i co zostawia, być może mógłby część tych środków realokować na działania związane z marketingiem. Bardzo mi się podobało to, co powiedziałeś przed przerwą, że tak naprawdę, zatrudniając specjalistów, nie wydajemy pieniędzy, tylko zarabiamy. Bo jeżeli zatrudnimy kogoś dobrego, to ten ktoś wygeneruje dla naszej firmy przychód, który zdecydowanie przekroczy wartość kosztów, jakie ponieśliśmy w związku z jego zatrudnieniem.

### **Jak myślisz w takim razie, skąd w polskich przedsiębiorcach takie myślenie „Zosi Samosi”?**

Nie jestem socjologiem, ale jeżeli mógłbym się pokusić o chwilowe wczucie się w taką rolę, stawiałbym, że jest to głęboko zakorzenione w naszej mentalności. Coś, co zostało wypracowane przez kilkadziesiąt lat ustroju, w jakim mi również przyszło przez kilkanaście lat mieszkać i żyć, czyli przez PRL. Każdy pamięta, a przynajmniej ja pamiętam, że na przykład mama sama szyła ubrania, a ciocia robiła na drutach. Wujek naprawiał sam samochód – nikt nie myślał o tym, żeby zlecić to komuś na zewnątrz, bo miało się czas. W PRL-u ten czas trochę wolniej chyba nam wszystkim płynął. Może właśnie z tamtych czasów zostało to poczucie, że jeśli zrobię coś samemu, zaoszczędzę i przy okazji nie dam zarobić komuś innemu – tak będzie dla mnie najlepiej. To jest złudzenie, ponieważ często, wydając pieniądze na zewnątrz, możemy zaoszczędzić czas, który akurat moim przypadkiem wydaje się bezcenny. Ja, tak jak przedstawiłeś to na jednym ze slajdów, często pracuję w firmie, a nie nad



*Grzegorz Mogilewski*  
*<http://blog.mogilewski.pl>*

firmą, i to jest moja największa bolączka. Także zachęcałbym wszystkich właścicieli, aby jak najwięcej pracowali nad firmą, a jak najmniej w firmie – czyli te wszystkie operacyjne i narzędziowe kwestie starali się cedować czy to na współpracowników, czy też na partnerów zewnętrznych.

### **To wymaga pewnego zaufania i otwarcia się na innych?**

Myślę, że zaufanie jest w ogóle kluczowe w robieniu biznesu. Kiedy robię z kimś biznes, staram się najpierw zobaczyć, czy mam zaufanie do tej osoby. Oczywiście mogę się o nią spytać moich znajomych, mogę poszukać informacji o niej w Internecie. Tak samo robiłbym na miejscu właścicieli małych, średnich i dużych firm. W tym wypadku skala przedsiębiorstwa nie ma najmniejszego znaczenia. Znalezienie dobrego partnera zagwarantuje nam coś, co określamy jako „peace of mind”, czyli spokój i pewność, że powierzone komuś zadanie zostanie należycie wykonane. Wtedy możemy w pełni skoncentrować się na naszych zadaniach i dopiero na końcu skontrolować efekt prac naszego podwykonawcy czy też zleceniobiorcy. Uważam, że to bardzo trudna rzecz, ale kluczowa – jeżeli poświęcimy dużo energii na tym etapie, to zaoszczędzimy sobie masę czasu i masę kłopotu. Jeżeli bowiem wybierzemy złego partnera, to nie dość, że proces danej produkcji – serwisu, aplikacji, czy czegokolwiek – będzie bardzo wydłużał się w czasie, to na dodatek możemy stracić nerwy.

### **W kontekście poczucia bezpieczeństwa i zaufania, czy lepiej jest pracować z większymi organizacjami – z agencjami, czy raczej z freelancer'ami, czyli osobami pojedynczymi?**

Myślę, że nie ma zasady. Zawsze są ludzie. Można trafić na dużą agencję, która przypisze nam Team B albo Team C i ten Team B czy Team C będzie



*Grzegorz Mogilewski*  
*<http://blog.mogilewski.pl>*

zdecydowanie gorszy od freelancer'a, który akurat ma sporo czasu i może nam się poświęcić. Nie chciałbym tego generalizować, że freelancer jest lepszy od agencji, albo agencja jest lepsza od freelancer'a. To trzeba rozpatrywać indywidualnie, biorąc pod uwagę tę osobę, która stoi po drugiej stronie.

**W jakim momencie właściciel firmy powinien podjąć decyzję, aby pewne kompetencje rozwijać w firmie?**

Uzależniłbym odpowiedź od tego, jaki projekt realizujemy. Czy jest to projekt jednorazowy – wtedy oczywistym wydaje się zlecenie tego na zewnątrz – czy może myślimy o rozwijaniu jakiejś aplikacji, serwisu, czy czegośkolwiek, co zajmie nam w przyszłości więcej czasu. W tym wypadku inne rozwiązanie byłoby lepsze – zatrudnienie kogoś, kto na stałe zająłby się takimi zadaniami w firmie. Myślę też, że specyfika branży czasami może mieć na to wpływ. Być może ktoś z naszych bliskich współpracowników jest już wykształcony w danym kierunku, a wtedy może będzie lepszą osobą od najlepszego nawet partnera zdalnego.

**Czy tutaj również możemy podejść do tego w sposób prototypowy: najpierw popracować z kimś na zewnątrz, a następnie dojść do etapu, kiedy już tej pracy jest na tyle dużo, że warto zatrudnić taką osobę?**

Oczywiście, jak najbardziej. To też jest dobry moment, żeby się przełączyć i jeżeli wcześniej wychowamy sobie tych ludzi, których zatrudnimy, i dopasujemy do swojego stylu pracy, to też może być dodatkowa korzyść. To jest coś, co dopiero przychodzi do nas z zachodu, ale teraz bardzo często, zatrudniając pracowników, nie patrzy się tylko na kwalifikacje, ale też na to, jak pracują w zespole. Jeżeli kogoś fajnie



*Grzegorz Mogilewski*  
*<http://blog.mogilewski.pl>*

dopasujemy do zespołu, nawet jeżeli jego kwalifikacje nie będą na najwyższym poziomie, to *suma summarum* może to wygenerować bardzo fajne efekty – wtedy też warto rozbudowywać swój zespół, a nie zlecać tę pracę na zewnątrz.

**Wielu przedsiębiorców popełnia jednak błąd, zatrudniając kogoś od razu, bez sprawdzenia go w pracy projektowej, prawda?**

Tak Grzegorz chyba nigdy bym nie uczynił. Pracowałem wcześniej w innych agencjach bez okresu próbnego, który waha się czasami nawet od trzech miesięcy do pół roku – nigdy nikogo na stałe nie zatrudniliśmy. To zaufanie trzeba sobie wypracować, a do tego potrzebny jest czas. Tego się nie zrobi w 2 – 3 godziny. Pierwszy efekt ze spotkania może być często bardzo, bardzo łudzący.

**Dziękuję Ci.**

Dziękuję również.

**Proszę Państwa, mam nadzieję, że udało nam się przekonać Państwa do tego, że znacznie bardziej wartościowy jest czas, w którym Państwo pracujecie “nad firmą”, a nie “w firmie”, i że wiele czynności, właściwie większość czynności związanych z biznesem w sieci należy zlecać na zewnątrz, nawet poza własną firmę.**

**Za tydzień opowiem Państwu o tym, w jaki sposób znaleźć właściwego podwykonawcę / partnera do działań związanych z biznesem w sieci. Zatem zapraszam, wtorek 19:30, TVN CNBC.**



*Grzegorz Mogilewski*  
*<http://blog.mogilewski.pl>*

Masz pytanie, wątpliwość, lub po prostu Ci się  
spodobała treść?

Skomentuj na blogu: [http://blog.mogilewski.pl/  
inhouse-kontra-outsourcing-rozmowa-z-danielem-  
czapiewskim-26-ty-odcinek-biznes-w-sieci/](http://blog.mogilewski.pl/inhouse-kontra-outsourcing-rozmowa-z-danielem-czapiewskim-26-ty-odcinek-biznes-w-sieci/)



*Grzegorz Mogilewski*  
*<http://blog.mogilewski.pl>*