



Podcast „Menedżer Plus” – Odcinek 22

Opublikowany: 16 listopada 2015 r.

Moda na start-upy.

Rozmowa

Mariusz: Dzisiaj tematem przewodnim naszej audycji będą start-upy. Moim i Waszym gościem jest Zuza Stańska, założycielka Moiseum – firmy, która powstała w 2012 roku właśnie jako start-up. Witam Cię Zuzo bardzo serdecznie.

Zuza: Cześć, cześć!

Mariusz: Może zaczniemy od rzeczy bardzo podstawowej. Czym jest w ogóle start-up? Czym start-up różni się od zwykłego przedsiębiorstwa?

Zuza: Są takie definicje, jakieś mądry głowy wymyśliły, że jest to organizacja, która szuka modelu biznesowego i stara się go zweryfikować. Jeszcze jest część, która mówi, że jest to coś związane z technologiami albo z jakimiś innowacjami. Z tego co wiem, ustawowej definicji nie ma. Często poruszamy się trochę ślizgając się po tej definicji.

Mariusz: Czy jak na przykład chciałbym sobie założyć osiedlowy warzywniak to mogę się nazywać start-upowcem czy jeszcze nie?

Zuza: Moim zdaniem nie. Ale jest sporo takich programów chyba nawet unijnych, na pewno jakichś administracyjnych, które by powiedziały, że już spoko. Na pewno parę lat temu takie rzeczy się działy, widziałam je. Mam nadzieję, że to się zmieniło trochę w tym czasie. Moim zdaniem warzywniak nie. Może warzywniak jako e-commerce w internecie to może wtedy tak.

Mariusz: Niektórzy twierdzą, że jak się zakłada działalność gospodarczą to już jest się start-upowcem.

Zuza: Już bez przesady trochę.

Mariusz: Chyba nie o to chodzi. Wyłapałem z tego, co powiedziałaś, z tej luźnej definicji na początku, że start-up jest w pewnym sensie eksperymentem.

Zuza: Tak, zdecydowanie. To jest eksperyment, który trwa i trwa i trwa. Nawet jak widzimy duże firmy, których już nie można nazwać start-upami, jak Google chociażby to oni dalej eksperymentują z wieloma rzeczami. Oni wciąż muszą szukać i się rozwijać.

Mariusz: Taka „normalna“ firma, „normalne“ przedsiębiorstwo – tak naprawdę fokusem czy celem pracy jest zarabianie kasy, zarabianie pieniędzy. A w start-upach chodzi o ten eksperyment, czyli wypracowywanie modelu biznesowego, który kiedyś pozwoli zarabiać kasę.

Zuza: Tak, to też wynika z takich dosyć niestabilnego otoczenia i narzędzi, z których taki start-up może korzystać, środowiska, które jest trochę niestabilne jak internet.

Mariusz: Dzisiaj posiadanie czy zakładanie start-upu, jak się obserwuje co się dzieje w ogóle naokoło stało się pewnego rodzaju modą.

Zuza: To jest straszne. To jest modne.

Mariusz: Z jednej strony jest to fajne, bo krzewi się przedsiębiorczość wśród ludzi. Z drugiej strony, tak jak ja obserwuję, problem polega chyba na tym, że wiele osób myśli, że założenie start-upu to jest bułka z masłem, że w zasadzie wszyscy zakładają start-upy to pewnie ja też mogę i mnie się też uda.

Jak było w Twoim przypadku? Jesteś bardzo ciekawym przypadkiem kobiety start-upowca, której się udało ze start-upem. Jak to wyglądało?

Zuza: To jest strasznie złożone tak naprawdę i bardzo przypadkowe. Ja nie chciałam zakładać start-upu dla założenia start-upu. Ja chciałam robić to, na co miałam ochotę wtedy, jeśli chodzi o pracę.

Chciałam robić technologię dla muzeów, aplikacje mobilne głównie. Tak naprawdę gdyby było jakieś miejsce, nawet nie tylko w Polsce, ale nawet w Europie albo może nawet na świecie, które by to robiło to ja bym pewnie tam poszła do pracy.

Ale jako że to był 2011 rok, to wszystko raczkowało. Tak naprawdę do tej pory nie jest super popularnym tematem to ja po prostu zrobiłam to sama. [śmiech] Bo nie było innego miejsca, w którym mogłabym się realizować.

Mariusz: Miałaś jakieś obawy? Kończyłaś studia, koledzy, koleżanki łapały jakieś prace na etacie. Nie miałaś obaw, że wchodzisz w temat, który tak naprawdę z pieniędzmi czy z zarabianiem na życie może na początku nie mieć nic wspólnego?

Zuza: Ja w ogóle miałam mega ciśnienie na studiach, żeby znaleźć jakąś pracę. Ułożyło się w moim życiu tak, że zawsze potrzebowałam mieć pieniądze i zarabiać, nie za bardzo miał mi kto pomóc w dofinansowywaniu.

Studiowałam takie kierunki, które nie były zbyt przyszłościowe, czyli stosunki międzynarodowe i historię sztuki. Od zawsze musiałam pracować, przechodziłam przez korporacje, przez różne firmy. Zawsze byłam bardzo niezadowolona. [śmiech] Byłam bardzo nieszczęśliwa z tych miejsc.

Mariusz: Ciągle to nie było to.

Zuza: Nie podobało mi się tam. Tak, tak. W pewnym momencie jak trochę odważyła się myśleć – no dobra, lubię muzea, jaram się technologiami. Może da się to jakoś połączyć? Jak już odważyłam się na myśl, żeby robić to praktycznie i zaczęłam szukać pierwszego klienta. To jak znalazłam tego klienta to rzuciłam poprzednią pracę w funduszu inwestycyjnym i zaczęłam to robić. Jakoś szczególnie się nad tym nie zastanawiałam.

Z jednej strony to było dużym błędem, bo dostałam mocno po tyłku potem. [śmiech] Z drugiej strony bardzo mi się przysłużyło, bo to zrobiłam. Nawet nie miałam jednej myśli, żeby to rzucić, chociaż było dosyć słabo przez pierwsze miesiące. Myślałam tak nie za bardzo o tym wszystkim, nie miałam jakiejś znaczącej refleksji.

Mariusz: Nie było jakiegoś planu na to, co masz robić.

Zuza: Nie, absolutnie nie. W ogóle tragedia. Zero planu. Zero wiedzy o bardzo podstawowych rzeczach – podatkach albo o prawniczych rzeczach. Takie banalne rzeczy związane z przedsiębiorczością. Samo prowadzenie produktu i wymyślanie produktu czy projektu było dla mnie dosyć proste. Po prostu naturalnie mi to przyszło. Ale o całej reszty rzeczy nie miałam bladego pojęcia.

Mariusz: Czyli cała ta otoczka biznesowa.

Zuza: Tak. W ogóle dramat. Szkoły tego nie uczą, uniwersytety tego nie uczą. Potrzebowałam półtora roku, żeby to tak ogarnąć sensownie.

Mariusz: Co byś zrobiła inaczej jakbyś cofnęła czas przy zakładaniu start-upu?

Zuza: Może znalazłabym osobę, która wiedziałaby te wszystkie rzeczy. Nie wiem, czy co-foundera czy kogoś wspierającego, czy mentora. Jakąś taką osobę, która mogłaby mi wskazać kierunki na samym początku. To bym zmieniła. Nauczyłam się wszystkiego sama, ale trwało to za długo moim zdaniem.

Mariusz: Mając takiego mentora można by to pewnie przyspieszyć w jakiś sposób.

Zuza: Tak i popełnić pewnie mniej błędów po drodze.

Mariusz: Z drugiej strony mówi się, że w DNA start-upu jest trochę ta porażka, te błędy, niepowodzenia wpisana. Jak zakładamy, że start-up z definicji jest eksperymentem czy jakąś hipotezą, którą chcemy zweryfikować to siłą rzeczy te niepowodzenia będą. Czy były rzeczy w Twoim przypadku, które szczególnie były dotkliwe dla Ciebie, dla start-upowca, które też Cię z drugiej strony dużo nauczyły, jeśli chodzi o prowadzenie firmy?

Zuza: Tak. Ja w pewnym momencie się obijałam mocno o ludzi, z którymi pracowałam na samym początku. Okazali się być, jakby to powiedzieć łagodnie, niegodni zaufania. Szukam jakiegoś dyplomatycznego słowa. [śmiech]

Mariusz: Eufemizm by się jakiś przydał.

Zuza: Ładny eufemizm by się przydał. Może to jakoś odkręcę. Jest bardzo ranna pora, więc może się jeszcze nie rozgrzałam. Generalnie chodzi o to, że bardzo ważne jest to z kim się pracuje przy takich projektach. Właśnie ze względu na to, jak bardzo jest to ryzykowne, jak bardzo jest to niepewne, jak wiele rzeczy trzeba zmieniać gdzieś w międzyczasie.

Pierwsza ekipa z którą pracowałam okazała się nie podołać temu problemowi. Za to druga, z którą pracuję już 2,5 roku, prawie 3 z kolei wręcz przeciwnie. Z nimi mam bardzo dużo szczęścia.

Mariusz: Mówisz teraz o zespole projektowym, programiści, którzy rozwijają?

Zuza: Tak. To jest zespół ludzi – to są programiści i designerzy, z którymi robię te wszystkie nasze projekty. Czy to moje własne, czy zleczone przez muzea. Teraz dobraliśmy się świetnie charakterologicznie. Wszystkie strony wiedzą na czym to polega. Jak są ewentualnie problematyczne rzeczy albo że mogą się obsunąć jakieś rzeczy, też nie do końca z naszej winy itd. Ludzie są turbo ważni. Bardzo.

Mariusz: To jest ciekawe co mówisz, bo nawet chciałem Cię zapytać o to, co mogłabyś podpowiedzieć w dobieraniu ludzi do zespołu. Czy są tutaj jakieś sztuczki? Czy bardziej opierałaś się na intuicji, kobiecej nazwijmy to?

Zuza: Opierałam się na intuicji. Na samym początku intuicja, jak widzisz, mnie mocno zawiodła. To, co mogę powiedzieć z perspektywy czasu to po pierwsze – bardzo ważne jest to, żeby się dogadywać z ludźmi na bardzo ludzkim poziomie.

My się po prostu przyjaźnimy. Mamy do siebie zaufanie. Jeżeli ktoś ma jakiś problem to dajemy na luz. Takie rzeczy związane z empatią chociażby. Nie potrafię sobie wyobrazić sytuacji kiedy pracuję z kimś kogo nie lubię właśnie tak intensywnie i codziennie. Mam to szczęście, że mogę wybierać ten zespół, że pracuję z ludźmi, których lubię.

Mariusz: Ile osób macie w zespole teraz?

Zuza: Na stałe pracujemy z trzema osobami. Mamy jeszcze satelity, które przychodzą na konkretne projekty. Jakies bardziej specyficzne. To to jest jedna rzecz, która jest bardzo ważna. Druga to są prawne rzeczy, że trzeba mieć umowy, trzeba mieć kody.

Mariusz: W start-upie umowy trzeba mieć?

Zuza: Oczywiście, że tak. Właśnie to jest duży błąd, który ludzie popełniają moim zdaniem. Mówi się – robimy, przybijemy piątkę. Przychodzi co do czego to się okazuje, że ktoś się wywinie albo są jakieś pieniądze w to zaangażowane i jest duży problem. Umowa to podstawa.

Trzecia rzecz – bardzo łatwo można sprawdzić te osoby, które mogą z tobą współpracować. Wystarczy się popytać innych ludzi, jak się z takimi ludźmi pracowało albo czy dowozili, albo czy mają jakąś skazę.

Każdy ma jakieś wady. Ktoś regularnie na przykład zapomina się odzywać mailowo. To są takie głupoty, ale albo to akceptujesz i panujesz nad tym, albo się na to nie zgadzasz, albo nie panujesz nad tym. To jest najgorsza z możliwych dróg.

Mariusz: Miałaś taki moment graniczny w rozwoju Moiseum? Firma już istnieje od 2012 roku. To już ponad 3 lata.

Zuza: No, kawał czasu.

Mariusz: Był taki moment, że poczułaś, że z tego start-upu, ludzi, którzy przybijają sobie piątkę i jest cool na co dzień z tego się robi coś większego, robi się przedsiębiorstwo, które wymaga całej otoczki formalnej, żeby mogło funkcjonować? Był moment przejścia? Poczułaś, że ze start-upu stało się pełnoprawnym przedsiębiorstwem?

Zuza: To zależy co przez to rozumiesz. Tak naprawdę takim pełnym przedsiębiorstwem Moiseum wciąż nie jest. Ja wciąż jestem jednoosobową działalnością gospodarczą, wciąż nikogo nie zatrudniam. Biorę ludzi na projekty.

To, co jest stałe i stabilne to jest to, że mam tych ludzi, mam grono stałych klientów, stałe zarobki i jakieś takie ramy organizacyjne, które się wytworzyły po drodze – umowy, narzędzia, z których korzystamy, schematy itd. To jest jakiś byt pomiędzy. Nie wiem, jak odpowiedzieć na to pytanie.

Mariusz: Może jest to forma funkcjonowania start-upów – bycie bytem pomiędzy. Z całą tą otoczką.

Zuza: Ja muszę. W tym, co ja robię i w tym co chcę robić niestety... Niestety albo stety – nie za bardzo da się stworzyć korporację na przykład. No nie wiem.

Mariusz: Pytają o sytuację graniczną miałem na myśli taki moment, niektórzy przedsiębiorcy o tym mówią. Zwykle wskazują na to, że w firmie jest już 17 osób i te 17 osób to jest taki moment kiedy z tej firmy start-upowej, małej, nagle robi się firma, która potrzebuje na przykład mieć standardy wdrożone, procesy, narzędzia.

Robi się organizacja, gdzie ty jako Zuza Stańska wchodzisz w inną rolę jako CEO firmy, a nie kolega, który przybija piątkę. Pytałem o coś takiego, czy był taki moment w ogóle.

Zuza: Był taki moment. To wynikało z nadmiaru pracy po prostu. W pewnym momencie mieliśmy za dużo projektów na raz. Ja jako ja prowadzę dużo działalności edukacyjnej, warsztatowej wśród muzeów i instytucji kultury.

W pewnym momencie mieliśmy za dużo rzeczy do przerobienia. Musieliśmy wziąć dodatkowe osoby do zespołu. Znaczący do zespołu – do grona naszych współpracowników. To się odbyło w zeszłym roku na początku roku.

Tak naprawdę poczułam, że to nie jest jakieś moje widzimisię, że mi się tak zachciało i to robię tylko że to naprawdę zaczęło przybierać jakichś rozmiarów. Musiałam zacząć płacić duży ZUS. Pamiętam, że tak stwierdziłam – o matko, ale się złożyło. [śmiech]

Mariusz: A propos finansów i płatności to jest taka rzecz ciekawa dla osób, które chcą być start-upowcami. Ta rzecz początkowa. Czy Ty korzystałaś z jakichś źródeł finansowania zewnętrznych, z inwestorów na przykład?

Zuza: Nie. Ja miałam taką śmieszna historię. Ja pracowałam dla inwestora start-upowego jako cummins manager. Trochę widziałam, jak te rzeczy wyglądają, jak to działa, dlaczego ludzie biorą finansowanie, dlaczego czasem nie powinni go brać.

Ja nawet w pewnym momencie mocno się zastanawiałam, czy nie wziąć takiego finansowania. Mówiąc brzydko – ten inwestor się odwinął mocno. Zabrakło mu pieniędzy. Miał ileś zabukowanych deali, a ich nie realizował. Chyba mu zabrakło pieniędzy albo coś mu padło na głowę. Trochę się sparzyłam na tym, bo straciłam kupę czasu swojego na taką inwestycję.

Potem zaczęło mi dobrze iść i zorientowałam się, że nie potrzebuję. Jakby to miało wyglądać? Oprócz tego, że mam działalność usługową dla muzeów to jeszcze mam swój własny projekt, który nazywa się DailyArt.

Mariusz: No właśnie.

Zuza: I ja szukałam pieniędzy na DailyArt, który wtedy kiedy szukałam na to pieniądze, on nie był bardzo atrakcyjny dla inwestorów, bo jest to aplikacja mobilna. To środowisko aplikacji mobilnych jest tak ciężkie, jeśli chodzi o zarabianie pieniędzy, że nie dziwię się, że wielu inwestorów nie chciało w to wejść. Ale był taki, który chciał.

Jak już mówiłam – on się odwinął. Potem zaczęło mi do mnie iść z Moiseum, więc miałam pieniądze na to, że rozwinąć DailyArt. To tak się złożyło.

Mariusz: Czyli w sumie fajnie.

Zuza: Tak. DailyArt przez długi czas był trochę bootstrapowany z tej mojej działalności muzealnej. W tym momencie już zaczął nieźle zarabiać. Mam nadzieję, że pod koniec roku uda nam się wyrealizować wersję – trochę zmieniłam model biznesowy. Będziemy mogli naprawdę na tym zarabiać.

Mariusz: Powiedz mi coś o aplikacji mobilnej DailyArt, żeby słuchacze coś więcej od pomysłodawczyni usłyszeli.

Zuza: DailyArt to jest aplikacja mobilna przeznaczona na iOS i na Androidy, która za darmo, codziennie pokazuje jedno dzieło sztuki z krótką historią na temat tego dzieła sztuki. Są to obrazy, czasami rzeźby, czasami jakieś przedmioty użytkowe, które możemy zobaczyć w muzeach. Rzadko wrzucamy sztukę współczesną, bo na to trzeba mieć zezwolenie autorskie, musimy mieć prawa autorskie do tego. Korzystamy bardziej z rzeczy, które są na domenie publicznej.

Ale jak mówię – codziennie jest nowe dzieło sztuki z krótką historią. Historia jest pisana przeze mnie, bo jestem historykiem sztuki. Czasami muzeam nam dają te historie.

Mariusz: Jest napisana w sposób niesztampowy. Ja jak pierwszy raz zainstalowałem sobie tą aplikację to się obawiałem, że to będzie copy-paste z Wikipedii i to będzie takie mało smaczne.

Zuza: Nie. Ja mam uczulenie na takie opisy galeryjne i wikipediowe. Jest to krótka historia. Staram się, żeby była bardzo ciekawa właśnie, która niekoniecznie po pierwsze – jest szeroko znana, po drugie – nie jest opisem całego obrazu tylko jakąś ciekawostką.

Mariusz: Aplikacja DailyArt można powiedzieć jest fenomenem samym w sobie. Jak chwaliłem się znajomym, że mam coś takiego na telefonie to wszyscy zaczęli się zastanawiać – na czym polega to zjawisko DailyArt, fenomen tej aplikacji, skąd ona bierze tak ogromną popularność?

Tak jak powiedziałaś – to jest absolutny minimalizm, jeśli chodzi o aplikację mobilną. Użytkownik dostaje zdjęcie obrazu, krótki opis, są tam jakieś linki. Graficznie ta aplikacja dojrzewa cały czas.

Zuza: Tak. Dziękuję, że tak to nazwałeś. [śmiech]

Mariusz: Pamiętam pierwszą wersję jeszcze iPadową.

Zuza: O nie, błagam. Szara.

Mariusz: Bardzo szara, bura.

Zuza: Nie przypominaj mi o tym, bo mi zepsujesz dzień. Skasowałam ten design.

Mariusz: Ale takie były początki, więc to też pokazuje rozwój produktu bardzo fajnie start-upowego. Na początku jest coś, co jest MVP, czyli minimalna pierwsza wersja, którą zaczynacie testować. Dokładnie tak to widziałem – pierwsza wersja tej aplikacji. Teraz to wygląda zupełnie inaczej.

Wracając do tej popularności to warto Zuza powiedzieć, że popularność tej aplikacji za granicą jest bardzo duża.

Zuza: Przede wszystkim.

Mariusz: *Time* wspomniał, że jest to jedna z sześciu najfajniejszych aplikacji, które pobudzają twoje zwoje mózgowie. Pojawiła się wzmianka w *Le Monde*, w *BBC+*, w różnych pismach start-upowych.

Znalazłem sobie, że *The Next Web* napisał, że jest to jedna z dwunastu najlepszych aplikacji do edukacji w 2012 roku. Zastanawiałaś się kiedykolwiek skąd w ogóle taka popularność?

Zuza: Parę rzeczy się na to składa. Po pierwsze to, że naprawdę jest mało fajnych apek historyczno-sztucznych w App Store w Google Playu. Naprawdę, takich fajnych fajnych, które mają fajny контент, które nie służą do zwiedzania konkretnego muzeum i które mają personal touch.

Tak naprawdę to, co robię w *DailyArt* to jest taki trochę mój blog. Czasami wrzucam swoje osobiste insighy, pozdrowię ludzi, coś tam, coś tam. To jest coś, co ludziom się bardzo podoba, że ktoś to faktycznie pisze, że nie jest to maszyna, nie jest to robot, nie jest to encyklopedia tylko stoi ktoś za tym – albo ja, albo pracownik muzeum, którego wcześniej proszę, żeby to z sercem napisał.

Mamy takiego fana z Portugalii, który napisał do mnie, że on mógłby pisać te opisy jeden w tygodniu. Taki bardziej filozoficzny, bo się jara filozofią. Zawsze stoją za tym ludzie. Większość apek w App Store o historii sztuki to są obrazki i zassany kontent z Wikipedii. Tak to wygląda.

Jeszcze jedna sprawa to to, że historia sztuki jest strasznie wdzięczna. To jest coś ładnego, stoi za tym jakaś anegdota. Nie chcę, żeby to górnolotnie zabrzmiało, ale to są rzeczy, które ja wyczytuję w recenzjach, że jest to coś, co ludzi uspakaja, co ich pozytywnie nastraja w tym całym codziennym dynamiczno albo hardcorowym życiu. Taka dawka piękna bardzo pozytywnie ludzi nastraja.

Mariusz: Coś w tym jest. Warto dodać, że nie trzeba być żadnym ekspertem od sztuki.

Zuza: Nie, właśnie wręcz przeciwnie.

Mariusz: Ja sobie otwieram iPada, siedzę przy kominku, kot siedzi koło mnie i patrzę sobie na jakiś obraz. Mam dwie wersje zainstalowane – polską i angielską. Wielu twórców polskich w ogóle nie miałem pojęcia, że takie obrazy istnieją. Bardzo ciekawe to jest.

Myślę, że warto powiedzieć o jednej rzeczy, o której wspomniałaś między wierszami. DailyArt to jest trochę więcej niż aplikacja. To jest pewna platforma, która wiąże się ze społecznością – społecznością, która jest zaangażowana. Ci ludzie piszą do Ciebie maile, proponują Ci pewnie różne dziwne rzeczy, niektórzy chcą współpracować, zakładam, że proponują jakie obrazy mogą się tam pojawiać.

Zuza: Tak, to jest częste. To jest strasznie fajne, bo tak naprawdę... Ja jestem bardzo krytyczna w stosunku do DailyArtu. Szczególnie teraz, jak robimy tą nową wersję.

To jest rzecz, która jest potwornie bierna tak naprawdę. My wysyłamy te teksty codziennie w świat i tak naprawdę nie ma tam jakiegoś miejsca, gdzie ktoś może skomentować, jakoś się do tego odnieść. To jest bardzo płaskie to doświadczenie w tym momencie.

A jednak ci ludzie chcą się odezwać, pogadać. Dostaję naprawdę masę maili, co jest fajne. To jest też dla mnie znakiem, że to musi pójść w jeszcze innym kierunku w pewnym momencie, żeby to wykorzystać.

Mariusz: Jest to – jak ja to rozumiem – filozofia tworzenia aplikacji mobilnych dzisiaj. Nie tylko narzędzie, ale też platforma do budowania szerszej społeczności, która za tym idzie. To też jest fajny kierunek.

Zuza: Tak. Szczególnie, że ta społeczność tam jest. Ona moim zdaniem trochę cierpi, że nie może się uzewnętrznić. Naprawdę, będziemy musieli to pociągnąć.

Mariusz: Skąd pojawił się pomysł na DailyArt? Można powiedzieć, że Newton dostał jabłkiem w głowę, a Ty byłaś w muzeum, spadł Ci jakiś obraz? [śmiech]

Zuza: Nie, nudziłam się na wakacjach, potwornie się nudziłam na wakacjach. Trochę przyszło mi to do głowy w ten sposób, że widzisz, ja już wcześniej robiłam rzeczy, które miały przybliżyć sztukę ludziom, którzy nie za bardzo na tej sztuce się znają.

Robiłam takie eventy, dalej zresztą robię na przykład taką akcję Dzień wolnej sztuki – raz w roku wchodzi się do muzeum i ogląda się 5 obiektów w godzinę. Chodzi o to, żeby przyrzeć się czemuś bliżej, żeby ten obiekt zaczął trochę do Ciebie przemawiać. Nawet jeżeli Ty nie masz wiedzy na temat tego obiektu czy w ogóle sztuki.

Chodzi o to, żeby się otworzyć na to. Nawet jeżeli się nie ma bladego pojęcia o sztuce.

Tak zaczęłam się nad tym zastanawiać, bo ja miałam dużo szczęścia, bo w liceum miałam zajęcia z historii sztuki. Miałam regularne lekcje z bardzo dobrym pedagogiem, naprawdę świetnym nauczycielem, urodzonym nauczycielem. Ja tak się zajarałam.

Ale też wiem, że są ludzie w większości w Polsce, którzy jako że nie mają wiedzy na temat historii sztuki, bo nie ma zajęć. Kiedyś lekcje muzealne były dramatyczne.

Teraz na szczęście to już się bardzo poprawiło. Mają taki kompleks – wchodzi do muzeum i się boją tych rzeczy, nie otwierają się na nie.

Zaczęłam się zastanawiać jaki format może sprawić, że ludzie trochę się odważą, trochę polubią tą sztukę. Stwierdziłam, że takie małe ciekawostki. Historia sztuki to jest tak naprawdę jedna wielka ciekawostka, to nie jest żadna nauka. Takie małe dawki historii naprawdę mogą zadziałać – bez przeładowania, bez tworzenia albumów, katalogów. Tylko krocze po kroczku.

Mariusz: No i działa. Ile macie ściągnięć tej aplikacji?

Zuza: Ściągnięć mamy z 290 tysięcy.

Mariusz: U!

Zuza: To nie jest jakoś potwornie dużo.

Mariusz: W porównaniu do innych aplikacji – pewnie tak.

Zuza: W porównaniu do aplikacji ze sztuką to na pewno. Teraz robimy nową wersję. Ja mam nadzieję, że to już polecą tak naprawdę ładnie. Promujemy to.

Mariusz: Nową wersję DailyArt. Co tam będzie?

Zuza: Parę rzeczy mogę już powiedzieć. Na pewno będzie zrobiona całkowicie od nowa. Będą zupełnie nowe grafiki, będą nowe fitchery. Na przykład będzie można sobie zaznaczyć co już przeczytałeś, który obraz masz zaliczony, mówiąc brzydko. Będzie można dokupić jeden obraz codziennie dodatkowo dobrowolnie.

Formuła będzie taka sama – codziennie wszystko będzie za darmo. Cała baza, która teraz ma ponad tysiąc dzieł sztuki. Ale codziennie będzie można dokupić jeszcze dodatkowy obiekt, który będzie jakoś związany z tym podstawowym obrazem. To może być szkic do głównego obrazu albo obraz Gauguin którym się inspirował van Gogh przy tym obrazie.

Mariusz: Fajny pomysł.

Zuza: To jest coś dla takich freaków, ale freaków mamy sporo.

Mariusz: Coraz więcej.

Zuza: Tak. Może dzięki temu uda nam się więcej zarobić na tym. Ja nie chcę zablokować tych treści. Nie chcę robić takich rzeczy. Dodanie czegoś ekstra moim zdaniem jest fajnym pomysłem. Mam nadzieję, że się sprawdzi. Chcemy zrobić wersję na Watcha, na Apple Watcha. Wtedy Apple preferuje takie aplikacje. To jest taki mój wybieg. To są rzeczy, które są bankowe. Chcemy zrobić synchronizację między sprzętem, bo tego nie ma i to się przyda. Chcemy zrobić taką rzecz, że będzie można ustawić sobie godzinę i częstotliwość pushy, bo to też jest coś, co jest mega wkurzające w tym momencie, że codziennie ci przychodzi push o tej samej godzinie i jest taki sam.

Mariusz: Ja dostaję 17:30 chyba.

Zuza: To jest fajne akurat, bo ludzie mówią 17:45 przychodzi pierwszy. [śmiech] Ludzie mówią, że wtedy wiedzą, że mogą wyjść z pracy na przykład. [śmiech]

Mariusz: U mnie jest fajnie w domu, bo Ola, moja żona mówi, że obrazek ci przyszedł jak zadzwoni telefon. [śmiech]

Zuza: O, super! To są takie rzeczy, które jakoś usprawnią to wszystko. Jednocześnie będą dużo ładniejsze i będą dobrze zrobione.

Mariusz: Kiedy planujecie wielki realise?

Zuza: Mam nadzieję, że się do grudnia uda. Ale głowy nie dam. Zobaczymy jeszcze. Zrobiliśmy teraz cross finding na tej wersji. Nie jest on bardzo rozwinięty. Trochę bałam się wejść na jakieś Kickstartery czy inne Indiegogo. Ale można zdonować PayPalem troszkę swojej pensji na rozwój DailyArtu. Robimy to już 2 miesiące, zebraliśmy trochę pieniędzy. To też dobrze nam idzie.

Mariusz: Bardzo zachęcamy wszystkich słuchaczy i damy informację we wpisie do audycji, żebyście wsparli ten projekt.

Zuza: Dziękuję bardzo. [śmiech] Fajnie. W aplikacji też jest informacja.

Mariusz: Naprawdę, jest to coś bardzo fajnego.

Zuza: Super.

Mariusz: Zuzo, mam jeszcze takie pytanie, które dotyka tej szerszej działalności, o której wspominasz, która się wiąże z Twoimi częstymi wyjazdami na przykład do Krakowa. Z tego też powodu ciężko nam się było spotkać. Chodzi w ogóle o działalność Moiseum. Celem Moiseum – firmy, którą prowadzisz jest...?

Zuza: Jest przybliżanie muzeów zwiedzającym. To jest taka duża misja.

Mariusz: Bardzo ambitny cel, ambitna misja. Zwłaszcza że tak jak sobie myślałem o tym co robicie to takie pierwsze skojarzenie moje było takie, że chcecie wchodzić z bardzo ambitnymi projektami do instytucji z cyfryzacją muzeów, do instytucji, które mnie się kojarzą cały czas jako instytucje bardzo oldschoolowe.

Zuza: Tak, zakurczonymi.

Mariusz: Zakurczonymi z kapciami, z pachnącą gdzieś tam patyną, z panią, która ustawia wszystkie dzieciaki. [śmiech]

Zuza: Tak i krzyczy, żeby się nie zbliżyć.

Mariusz: Jak jest?

Zuza: Jest dużo lepiej. Chociażby z takiego powodu, że w tych miejscach pracują ludzie młodzi, coraz więcej takich ludzi pracuje zaangażowanych. Teoretycznie mogliby pracować po jakichś korpo, ale złożyło się tak, że sytuacja gospodarcza jest taka, że w korpo już nie dają tyle pieniędzy co kiedyś.

Oni nawet jeżeli mają zrezygnować z ciut wyższej pensji to wolą pracować w miejscach, które są im bliskie, chociażby koncepcyjnie. Po prostu lubią w kulturze. Pracują po działach edukacji, po działach promocji. Oni naprawdę chcą te miejsca zmieniać. Też dużo się mówi o to, że te miejsca muszą być nowoczesne, muszą sprostać wymaganiom tych wszystkich grup o wytartych nazwach – millenialsów, pokolenia X, Y, Z, coś tam, coś tam.

To się zmienia. Oczywiście nie wszędzie. Nie wszędzie i nie mówię tylko o Polsce. Na całym świecie się jeszcze nie zmienia wszędzie. Ale jest naprawdę mnóstwo miejsc i mnóstwo ludzi, którzy naprawdę do tego dążą i robią super fajne rzeczy. Ja na tym korzystam, bo jest z kim rozmawiać, jest z kim pracować i robić fajne projekty.

Mariusz: Jak wygląda realizacja takiego projektu z instytucją taką jak muzeum, gdzie te wszystkie przedsięwzięcia są realizowane z pieniędzy publicznych?

Zuza: Tak. To są różne sposoby finansowania tych projektów – od grantów dawanych przez Ministerstwo po własny budżet, co jest niestety rzadkie, po jakieś fundacje, które też dają granty czy jakieś wydarzenia okolicznościowe – na przykład rok okolicznościowy czyis albo festiwal, albo cokolwiek. To jest tak, że oni najpierw albo mają pieniądze, albo muszą je zdobyć. A żeby je zdobyć muszą mieć wycenę.

Mariusz: Wszystkiego co będzie realizowane na początku.

Zuza: Tak. Wtedy jeżeli jest to dobrze rozwiązane to wchodzę ja i wymyślam taki projekt z nimi, wyceniamy to i oni mają jakiś konkretny finansowy. Potem mija rok albo 9 miesięcy, albo 6, albo półtora roku i oni mówią – mamy pieniądze, możemy robić, ale jest konkurs. Zawsze są konkursy. Stajemy do konkursu, wygrywamy albo nie, bo to różnie bywa. Pieniądze publiczne to pieniądze publiczne. I robimy.

Mariusz: Macie jakąś konkurencję a propos konkursów? Są jakieś inne firmy w Polsce, które robią podobne rzeczy jak Wy?

Zuza: Dedykowanie nie. Jest taka firma z Łodzi, która trochę weszła w branżę. My różnimy się tym, że naprawdę stawiamy na dobry design, na rozwiązanie problemu. Każda instytucja ma jakiś problem i to jest jej własny problem.

Mamy bardziej consultingowe podejście do tego, a nie, że trzaśniemy przewodnik i będzie spoko. I że przewodnik będzie wyglądał tak jak milion innych przewodników.

Mariusz: Mogłabyś się projektami, które macie w swoim portfolio pochwalić? Co fajnego udało Wam się zrealizować dotychczas?

Zuza: Na przykład niedawno robiliśmy bardzo fajną rzecz. To było trochę moje marzenie, żeby mieć wśród klientów Muzeum Powstania Warszawskiego. To się udało. Zrobiliśmy im mobilną wersję ich papierowego projektu, który nazywa się Archimapa.

To są takie mapy architektoniczne po Warszawie. Są zaznaczone punkty na przykład dotyczące architektury XX-lecia międzywojennego, krótkie opisy, zdjęcia itd. Albo Warszawy niezaisntniałej – projektów architektonicznych, które przez wybuch wojny nigdy nie powstały. Zrobiliśmy im to na mobile, na iPhone, Androidy i Windows Phone.

To jest naprawdę bardzo fajna apka, bardzo mnie ona cieszy. Nie dość, że jest ładna to jeszcze ma naprawdę super treść i można pozwiedzać tą Warszawę bardzo fajnie.

Zrobiliśmy też ładny projekt dla Wilanowa. On jest bardziej combo, bo mają kalendarz, krótki przewodnik i mapę po parku w Wilanowie. Nazywa się Wilanów Live.

Albo też taka rzecz dosyć niszowa, ale moim zdaniem bardzo potrzebna. Zrobiliśmy mobilny katalog muzeów, które są dostępne dla osób niepełnosprawnych pod różnym kątem, czy mają niepełnosprawność wzroku, słuchu czy umysłową. Muzeum w Stalowej Woli opracowało katalog tych muzeów w Polsce i na Ukrainie, bo taki mieli grant. Jest to apka, która jest przystosowana do tych wszystkich systemów szczytujących interfejsy, więc osoby niewidomy mogą z niej korzystać – to jest fajne.

Mariusz: Nieźle.

Zuza: Tak. Muzea bez barier się nazywa.

Mariusz: Te wszystkie akcje, o których mówisz, te projekty, które zrealizowaliście są nastawione na to, żeby w jakichś sposób uatrakcyjnić wizytę w muzeum. Łapiecie klientów. Klient to takie słowo, którego pewnie przy ludziach kultury nie powinienem używać, ale tak jest.

Zuza: Niektórzy mają uczulenie. Ale ja nie mam, nie martw się.

Mariusz: Łapiecie klientów, uatrakcyjniacie im pobyt w muzeum. Co z całą resztą osób, które są poza? Trochę powiedziałaś wcześniej, że boimy się trochę muzeów, że obawiamy się, że nie mamy kompetencji do tego, żeby odbierać sztukę.

Ja też w jakiś sposób łapałem się na tym kiedyś, że nie czułem się komfortowo w muzeum. Ale to tak naprawdę nie o to chodzi, to wszyscy o tym wiemy. Ludzi, którzy korzystają z muzeów, strzelam teraz, ale są pewnie jakieś badania na ten temat to jest pewnie kilka procent. 5-6% może.

Zuza: Tak. Nie wiem ile. To nie jest dużo.

Mariusz: Co robicie, żeby pracować nad świadomością osób, którzy są poza muzeami i jeszcze nie wiedzą, czy wejdą do tego muzeum? Robicie jakieś akcje „propagandowe“?

Zuza: To jest trudne. My tak naprawdę trochę pracujemy na tym etapie późniejszym, czyli co zrobić, żeby człowiek wrócił do tego muzeum. My bardziej mamy tą działkę. Ja robię ten dzień wolnej sztuki, o którym mówiłam wcześniej, który ma zachęcić ludzi do tego, żeby weszli.

Ale tak naprawdę to działy promocji mają tą rolę. To jest ich cel, żeby ci ludzie w ogóle weszli pierwszy raz. Nie ma co się oszukiwać, że ktoś przyjdzie specjalnie dlatego, że jest aplikacja. To tak absolutnie nie działa. Trzeba mieć naprawdę mega super fajny projekt na tylu poziomach, żeby to była ta atrakcja.

Mariusz: Noc Muzeów była takim fajnym pomysłem, z którego niestety nie korzystam, bo akurat nie lubię takiej formy zwiedzania masowej. Ale sporo osób korzysta pewnie z tego.

Zuza: Korzysta. Ale też nie ma badań. To jest okrutne, że w ogóle nie wiadomo ile z tych ludzi wraca do tych muzeów po Nocy Muzeów. Nikt nie ma danych. To jest mega dziura i trochę nie wiadomo też, jak to trackować.

Są muzea, które się trochę starają i starają się trochę pompować te rzeczy, które robią – wielkie wystawy, więc idzie za tym wielka promocja. Tworzenie takiego wizerunku, że jest to cool i że trzeba tam być, bo trzeba tam być. Co jest trochę dyskusyjne, ale jeżeli to zaowocuje tym, że ci ludzie wrócą do tego muzeum potem, bo tak będzie im się podobać to spoko moim zdaniem, to ja wspieram.

Mariusz: Zuzo, powiedzieliśmy bardzo ciekawą i inspirującą historię tego, jak udało ci się założyć start-up, wymyśleć start-up, zrealizować swoje marzenia.

Jaki Twoim zdaniem jest przepis na taką organizację? Na co powinni zwrócić uwagę start-upowicze, wszyscy, którzy myślą o start-upie? W kilku punktach bardzo praktycznie.

Zuza: Myślę, że trzeba być bardzo upartym i bardzo zdeterminowanym. To jest podstawa. Jeżeli człowiek się przy tym jednocześnie uczy, jest otwarty na naukę i na jakieś nowe rzeczy to wtedy to przetrzyma i faktycznie, zrealizuje swój cel. To jest chyba tak naprawdę podstawa. To są takie miękkie rzeczy tak naprawdę – właśnie ten upór i determinacja.

Znam wielu ludzi, którzy coś tam robią albo chcą robić i oni się po prostu rozdrabniają. Mają pracę gdzieś tam, mają pracować po godzinach nad swoim nowym projektem, ale są zmęczeni, muszą coś robić, mają rodziny. Wszystkie te rzeczy, wszystkie te bodźce, które im niby przeszkadzają.

Faktycznie, kończy się na tym, że to się nie posuwa do przodu. Myślę, że to jest bardzo ważne. Może być ciężko w pierwszych miesiącach, bo po prostu może nie iść i może być jeszcze za wcześnie, żeby to zaczęło dobrze chodzić. W pewnym momencie to może przynieść owoce po prostu.

Mariusz: Są jakieś grupy wsparcia, które mogłabyś polecić początkującym start-upowiczom?

Zuza: Boże, na szczęście w tych momentach nigdy mnie nie było stać na psychologa. [śmiech] Tutaj tego nie polecę. Boję się, że to są takie miejsca, które mogą działać demotywująco jednocześnie. Przy tej całej propagandzie, że można failować, że można upadać i popełniać błędy, bo oczywiście, że można. Tylko chodzi o to, żeby je popełniać i wyciągać wnioski. No i turlać dalej.

Przy tym całym komforcie wszystkich eventów start-upowych, przy poznawaniu tych wszystkich ludzi, którzy niby są tacy sami, mają takie same problemy można trochę się pogubić i stracić ten cel z oczu. Boże, to było straszne zawiłe co powiedziałam.

Na pewno są takie miejsca, że można przyjść i zobaczyć, że są ludzie, którzy myślą podobnie co jest super fajne i to jest bardzo wartościowe. Mi to bardzo pomogło. Są te właśnie wszystkie eventy organizowane w różnych miastach. Można wymieniać i wymieniać. Jest tego bardzo dużo i poznać tą branżę, która też jest właśnie otwarta i ci ludzie są pomocni, i mogą wskazać jakieś kierunki itd. Ja bym wskazała to, jeżeli już cokolwiek.

Internet jest też pełny pomysłów, jak sobie radzić ze stresem start-upowym. [śmiech]

Mariusz: Zuzo, bardzo dziękuję za ciekawą rozmowę. Moim i Waszym gościem była Zuza Stańska, założycielka firmy Moiseum, pomysłodawczyni aplikacji Daily Art.

Zuza: Dziękuję.

Mariusz: A wszystkich zainteresowanych odsyłamy oczywiście na stronę moiseum.com/pl, gdzie możecie poznać więcej szczegółów na temat tego, co robi firma Zuzy. Oczywiście, zachęcamy do pobrania aplikacji Daily Art i czerpania przyjemności ze sztuki.

Zuza: [śmiech] Dzięki!

Mariusz: Dzisiaj pożegnamy się utworem *To be a Master P*, zespół Boom Boom Beckett, świeżo wyłowiony z Jamendo. Trzymajcie się i życzę Wam udanego tygodnia!