

Blog me baby



IAI czyli jak się naprawdę zarabia na e-commerce

12:45 14th April 2010



W IAI hostuje swoje sklepy ([Apteo](#) i [Fitwell](#)) i wybrałem tę firmę z powodów sympatii do polityki obsługi klienta. Nie wszystko jest idealnie, nie wszystko jest super ale mam poczucie, że zespół IAI się stara (specjalne podziękowania dla Patryka Matusiaka, Dawida d’Hueta, Pawła Kacperskiego!). Pomysł na wywiad zrodził się z mojego poczucia winy (tak, jestem mega upierdliwym i wymagającym klientem) ale również aby przybliżyć działanie dużej, giełdowej firmy, która naprawdę zarabia na e-commerce. [Paweł Fornalski](#) (założyciel IAI) zgodził się opowiedzieć jak z firmy “ja + kolega” doszedł do notowanej na giełdzie spółki z całkiem fajnymi zyskami...

AK74 – Pawle opowiedz o początkach IAI-Shop.com – po co firma została założona, jakie były pierwotne cele i czy coś się zmieniło od tego czasu?

Paweł Fornalski – Działalność komercyjną jako coś co dało podwaliny pod IAI zacząłem w 2000 roku. Był to portal, który do dzisiaj istnieje, czyli Hip-Hop.pl (www.hip-hop.pl). Kod portalu pisałem sam, co jak na roku 2000 mocno odstawało na plus od tego co można było zobaczyć w tamtym czasie nawet na www.mtv.com. Tak więc w Szczecinie wielu ludzi angażowało mnie do różnych zleceń.

Chętnie je przyjmowałem żeby dodać trochę gotówki do Hip-Hop.pl. Los chciał, że szukając sponsora i reklamodawcy do Hip-Hop.pl natrafiliśmy na człowieka, który powiedział, że zasponsoruje nam części do serwera, na które potrzebowaliśmy pieniędzy, ale musimy dla niego napisać sklep internetowy. Kiedy powiedziałem, żaden problem, zaczęły się schody, bo na kolejnych spotkaniach dotarło do mnie, że inni programiści źle podchodzą do tego tematu.

Robert, właściciel tego sklepu, od początku był wizjonerem. Mówił, że nie jest problemem kupienie towaru, lecz jego logistyka, kontrola i oferowanie tylko tego co można sprzedać, zarządzanie płynnością. Sklep Roberta sprzedawał odzież, więc od początku musiałem rozwiązać problem sprzedaży odzieży. Całe szczęście, że nie były to łatwe do sprzedaży np. artykuły AGD.

W ten sposób powstała idea, która nas wyróżniała na tle konkurencji, bo w tym czasie nikt nie sprzedawał skutecznie odzieży, a sklep Roberta dynamicznie się rozwijał. Robert był na tyle mądry, że wiedział, że musi mieć moje pełne zaangażowanie aby przedsięwzięcie nie tylko ruszyło, ale się rozwijało. Dlatego od początku nie chciał kupić programu, ale go wynajmować, za 4% od obrotu.

Dzięki temu zabiegowi, rzeczywiście przez kilka lat miał moje pełne zaangażowanie, dzięki czemu pracowałem też w jego firmie jako pakowacz, człowiek od zdjęć itp. Potem los wysłał go na drugi świat, więc dzisiaj to już jest tylko historia. Temat sklepów jednak tak bardzo mnie wciągnął, że kiedy kolejni ludzie zaczęli się zgłaszać, żeby zrobić im sklep internetowy, chętnie przyjmowałem zlecenia.

Kolejne zrzędnienie losu chciało, że klientem nr 4 był Andrzej, człowiek szalonej wrażliwości estetycznej. Otóż Andrzej zrobił pierwszy sklep w oparciu o template taki jak 3 inne sklepy, które wcześniej zrobiłem. W przypadku drugiego sklepu chciał zupełnie inny template, podobny do sklepu Esprit a do tego chciał to wszystko obsługiwać z jednego panelu administracyjnego.

Dlatego musiałem znowu, już na samym początku rozwiązać kwestię rozdzielenia warstwy prezentacji od aplikacji i skalowalności systemu przy wielu maskach i możliwość ich połączenia w jednym panelu. To kolejne 2 cechy, które do dnia dzisiejszego rozkładają wielu naszych konkurentów a ja miałem to od początku.

Co więcej, potrzeba przeprowadzenia tej operacji również na pozostałych klientach spowodowała, że od początku stało się jasne, że dla dobra klientów, muszę mieć dostęp do każdego sklepu od strony jego kodu i struktur danych. W roku 2003 skupiłem się z Sebastianem Mulińskim (drugim założycielem) nad przeobrażeniem tego w regularną firmę.

Ja skończyłem studia magisterskie, Sebastian miał je niedługo skończyć, więc trzeba było albo się rozstać i pójść do normalnej pracy, albo zacząć przeobrażać to w regularną firmę. Pierwsze sukcesy i zysk z działalności garażowej przeważał szalę na rzecz otwarcia biura, zatrudnienia pierwszych ludzi. Najpierw firma koncentrowała się na portalach społecznościowych. Ja zarządzałem tym wszystkim, a po godzinach obsługiwałem klientów od sklepów internetowych.

Później z Sebastianem ustaliliśmy, że sklepy internetowe (już wtedy nazywane IAI-Shop.com) wejdą w skład spółki IAI-System.com sp.j. która będzie obsługiwała zarówno portale społecznościowe jak i sklepy internetowe. Od roku 2004 nad projektem pracuje wielu programistów. Od mniej więcej 2006 wycofałem się z programowania systemu, z uwagi na brak czasu i potrzebę koordynacji dużego zespołu. Reszta to historia. Dzisiaj mamy 2 spółki: Hip-Hop.pl s.c. i IAI S.A. a reszta serwisów społecznościowych została zamknięta.

AK74 – Co jest najtrudniejsze w zarządzaniu firmą usługowo-programistyczną?

PF – W zarządzaniu firmą usługowo-programistyczną najtrudniejsze jest znajdowanie rozwiązań optymalnych. Wiadomo, że każdy klient ma swoją wizję na to co powinniśmy robić i najlepiej, żeby sprzedawać to za symboliczną złotówkę. Budowanie platformy takiej jak IAI-Shop.com to nieustanny rozwój, wielki plac budowy.

Rozwiązana budowane dzisiaj zostaną zastąpione nowymi w ciągu 3-4 lat maksymalnie. Ważne zatem aby tak kierować zmianami, aby system się rozwijał, nie tracił szybkości, łatwości używania, a do tego wszystkiego aby użytkownicy nadal go lubili i chcieli używać.

Do tego, zmiany muszą być wykonywane w locie, bez przerw i utraty informacji. Połączenie tego wszystkiego w jedną, spójną wizję jest kluczowe. To jest właśnie moja działka i moim zdaniem jest to ważniejsze niż np. rozliczanie faktur. Dlatego jako prezes pełnię funkcję CEO i CTO. Operacyjne obowiązki stopniowo przejmował od 2 lat Sebastian, który ma tytuł COO.

AK74 – Co dało Wam wejście na giełdę? Z Jakimi problemami spotkaliście się przed debiutem i z jakimi kosztami należy się liczyć?

PF – Wejście na giełdę to była droga przez mękę. Mimo tego, że mieliśmy zyskowną firmę, zapas gotówki, wiedzę, sprawdzony model i chętnych do kupienia akcji klientów, trwało to 2 lata. Na pewno przeprowadziliśmy debiut możliwie najtaniej i najszybciej, bo ja i Sebastian bardzo dużo wiedzieliśmy i mogliśmy zrobić sami.

Poza założeniem Hip-Hop.pl i wyodrębnieniem go nie musieliśmy prawie nic zmieniać. Wynegocjowaliśmy też dobrą dla nas umowę z Autoryzowanym Doradcą. Ponieważ w dużej mierze sami dostarczyliśmy im inwestorów, cały debiut zamknął się w około 80 tysiącach złotych (wszystkie koszty i opłaty). Były to koszty, które spokojnie pokryliśmy z wypracowanej w spółce jawnej rezerwy.

Niestety, ale w Polsce najtrudniejsze okazują się formalności, niekompetencja urzędników i ogólna obstrukcja. Z planowanych 9 miesięcy do debiutu zrobiły się 22 miesiące. Były momenty, że chcieliśmy zawrócić z drogi, nawet już tuż przed ofertą prywatną, już jako spółka akcyjna.

Ciężką pracą przypłaciliśmy z Sebastianem wieloma siwymi włosami, brakiem anie jednego dnia urlopu przez prawie 2 lata i pracą często po 60-70h przez 22 miesiące. Myśleliśmy, że zajmie nam to 9 miesięcy, a tu trzeba było przez 13 następnych miesięcy, bez żadnego urlopu dosłownie tyrać, bo przecież mieliśmy obowiązki w firmie. Do tego byliśmy już pod lupą wszystkich.

Koszty prowadzenia spółki akcyjnej znacząco zmniejszyły nasz osobisty dochód mimo iż było nas tylko 2, a do tego trzeba było pokazać wynik. Musieliśmy zatem prawie dwa razy zwiększyć przychody, a do tego sami przepchnąć debiut.

Stąd praktycznie praca na 2 etaty w tej samej firmie. Jeżeli ktoś myśli przy tym, że może ten proces przeprowadzić od początku do końca ktoś z zewnątrz to się myli. Wiadomo, że to super fajne, jeżeli jako 29 latek zostałem prezesem spółki giełdowej i jej większościowym akcjonariuszem.

Koszty osobiste są były ogromne, więc nigdy nie wolno patrzeć na stronę wyłącznie finansową tego procesu. Tym bardziej, że jako współnicy spółki jawnej, zarabialiśmy zdecydowanie więcej niż członkowie zarządu w spółce akcyjnej. Jest jednak aspekt prestiżu i większego zaufania, który jest nie do przecenienia w tej branży.

Pewnie, jak zapytasz się mnie o to wszystko za rok, powiem że zdecydowanie była to dobra decyzja i nie będę pamiętał tych wszystkich nerwowych momentów.

AK74 – Obsługiwanie dużej ilości klientów na dobrym poziomie jest sztuką. Jak IAI-Shop.com radzi sobie z tym, jakie narzędzie wykorzystuje jak dba o rozwój pracowników?

PF – Obsługa na dzień dzisiejszy grubo ponad 700 sklepów to sztuka, tak to traktujemy i stale dopracowujemy. Od początku stawiałem na technologię, nie na ilość ludzi do obsługi. A więc wydajemy mnóstwo na rozwój własnych narzędzi do obsługi klientów i ciągłe polepszanie procedur.

Nigdy nie staram się przyjmować że coś co działa dobrze nie może być zastąpione czymś lepszym. Dobrałem pracowników, którzy też tak uważają i dzięki temu moja praca stała się prostsza, bo sami starają się rozwijać, a my stwarzamy im do tego możliwości.

Jeżeli chodzi o narzędzia i technologie, to są to w 100% nasze własne rozwiązania. Staramy się być najlepsi i najtańsi zarazem, więc to wymaga ogromnej dyscypliny. Jeżeli spotykałoby się np. z każdym klientem jadąc do niego pociągiem, to wdrożenie sklepu byłoby 10 razy droższe.

A więc ulepszając jedną rzecz, po drugiej, doszliśmy do masy krytycznej, kiedy wszystko idzie sprawnie na odległość i nie musimy się spotykać. Dzięki temu wdrożenie trwa parę tygodni i kosztuje zazwyczaj do 3000zł z własną, indywidualną grafiką.

Jeżeli zrobisz to samo z każdym aspektem firmy, a potem znowu z każdym nowym problemem i tak dalej, nawet nie zorientujesz się, kiedy Twoi konkurenci zostali z tyłu. Tak ja to widzę dzisiaj. Dlatego zawsze staram się konkurować wyłącznie z nami samymi.

Ponieważ zatrudniamy więcej ludzi niż wszystkie firmy tworzące soft do sklepów internetowych razem wzięte, nie staramy się mieć wyłącznie więcej funkcji, ale wdrażać je równie tanio, co przy firmie 3 osobowej. Pewnie, jest to duże wyzwanie i nie każdy się nadaje do pracy w IAI.

Ludzie muszą mieć mentalność olimpijczyków. Muszą chcieć wygrywać, być najlepszym, często od siebie samego na poprzedniej olimpiadzie. Ja jestem tylko ich trenerem. Takich pracowników mamy i stale szukamy kolejnych.

AK74 – W czym jesteście lepsi a w czym gorsi niż konkurencja? Czy w Polsce jest jeszcze miejsce na kolejną platformę e-commerce?

PF – W mojej ocenie nie ma miejsca na kolejną platformę, gdyż mogę napisać tylko jedno – szczerze wierzę, że jesteśmy najlepsi. Jesteśmy lepsi pod każdym względem i współczuję każdemu kto będzie chciał z nami konkurować. Oczywiście możliwe jest zrobienie systemu, który będzie miał lepiej zrobiony import z CSV, albo lepiej zrobioną edycję jednego elementu.

Żadna firma nie jest w stanie dostarczyć taki system dla każdego klienta, nie zapominając o różnych potrzebach. Można to porównać do Intela. Ktoś może być w stanie wyprodukować jeden procesor o większej mocy obliczeniowej, ale nikt nie jest w stanie dostarczyć wszystkim, którzy chcą kupić najnowszy, najszybszy procesor i to jeszcze w przystępnej cenie. My zatem dostarczymy system który robi wszystko na raz, połączone w jedną całość, gotowe do użycia.

Naszą siłą, od zawsze, był model SaaS i silny kręgosłup etyczny. Byliśmy jego pionierami w Polsce. Dzisiaj cloud computing stał się sloganem. Tylko, że my robimy SaaS od 2000 roku. Każda kopia sklepu jest u nas, a więc każda zmiana technologii i konwersja jest możliwa. Na taki luksus zmian nikt nie może sobie pozwolić. Nawet potencjalni tacy jak Microsoft, po kilkuset aktualizacjach każą Ci kupić nowy system operacyjny i przenieść swoje dane.

My oferujemy od 10 lat system, który sam się aktualizuje. Wyobraź sobie że Twój desktop od czasu Windows Me nieustannie się zmienia do potrzeb rynkowych, zawsze ma wszystkie sterowniki, a wszystkie dane są dostępne od zawsze. To jest właśnie to co oferujemy. Wiadomo, że to nie są rzeczy które docenia się od razu. Wiadomo też, że kiedy ktoś siada do pustego projektu, początkowy przyrost jest szybki.

My natomiast popełniliśmy tysiące błędów projektowych i je wszystkie skorygowaliśmy. Ktokolwiek popełni nawet ułamek tych błędów u siebie i nie będzie miał SaaS, jego system zabrnę w ślepią uliczkę. W uliczkach tych tkwi wielu naszych konkurentów, którzy oferują programy pudełkowe, które ciągle chwalą się większą ilością wdrożeń.

O wielu z nich nawet się już dzisiaj nie pamięta. Z większością z nich trzeba będzie jeszcze się uporać. Koniec może być tylko jeden, wygra SaaS, a my od zawsze jesteśmy w nim najlepsi.

AK74 – Jak z perspektywy działania IAI-Shop.com oceniasz rynek e-commerce w Polsce? Jakie widzisz zagrożenia, wyzwania stojące przed właścicielami sklepów?

PF – Paradoksalnie zagrożeniem dla sklepów internetowych są one same. Sklepy internetowe nie konkurują ze sobą, ale przyzwyczajeniami i klasyczną sprzedażą. Nie jest to zresztą wyjątek. Każda firma służy klientom i musi możliwie najlepiej odpowiadać ich potrzebom.

Niestety nie wszyscy sprzedawcy internetowi to rozumieją. Kiedy widzę różne inicjatywy w rodzaju magicznych patentów na zwiększenie konwersji to przypomina mi to dawny ruch NLP. A więc, jak zmanipulować klienta lub zmusić do zakupu. Tym czasem magia leży w najprostszych rzeczach, doprowadzonych do perfekcji. Należy po pierwsze mieć dobrą ofertę, a więc produkty, które chcą kupić klienci, w dobrej cenie.

Następnie należy dostarczyć produkt szybko i sprawnie, nie robiąc przy tym błędów i wygenerować na koniec zysk. Jest to bajecznie prosta metoda, tylko że stosuje ją może 10% sprzedawców. Reszta sprzedaje coś czego sami by nie kupili, nie wyróżniając się z tłumu, obsługując wolno i just-in-time, generując przy tym ogromne koszty i opóźnienia oraz możliwości popełnienia błędów.

IAI-Shop.com ma ułatwić pracę, zmniejszyć koszty pracy i zwiększyć nieomyślność oraz włączyć klienta w samoobsługę. Resztę musi wykonać nasz klient. Pocieszające jest to, że właściciele sklepów, którzy to robią, odnoszą sukces i widzimy ich dynamiczny wzrost.

Reszta, po pewnym czasie znika i zastępują ich kolejni. Zawsze też ktoś kto znika z rynku doszukuje się winy w innych czynnikach niż on sam. Tak jest wygodniej. Za kilkanaście lat zapewne zostaną już tylko Ci którzy rozumieją, że klient i 4P są najważniejsze.

AK74 – Możesz opisać swojego standardowego klienta? Jakie ma potrzeby, problemy?

PF – Nie ma standardowych klientów. Każdy ma inne potrzeby. Natomiast naszym zadaniem jest zrozumieniem nie potrzeb, ale źródła potrzeb. Czasami ktoś patrząc z boku może się zastanawiać, po co to robimy? Skoro klient prosi o coś prostego, to po co budujemy coś skomplikowanego.

Problem w tym, że klienci nie wiedzą czego chcą i to charakteryzuje standardowego klienta. Klient chce coś prostego, drugi klient też i 700 też. Tylko robiąc to każdemu od nowa, nie uzyskujesz kosztowego efektu skali, musisz mieć 1400 pracowników i system przypomina monstrum. Wyobrażenie standardowego klienta o jego potrzebach odnosi się do tego, czego nie potrafią rozwiązać sami.

Tym czasem my musimy zrozumieć z czego bierze się dany problem i wyeliminować go możliwie blisko źródła. Jeżeli to robimy, każdy klient staje się standardowym. Dobre algorytmy i pomysły dają się bowiem zastosować u każdego, a do tego elegancko działają.

Problem w tym, że my jako pierwsi musimy je wymyślić. Nasi konkurenci mają prościej, bo tylko kopią nasze pomysły. Standardowego klienta trzeba jednak mocno wyedukować i to też jest zawsze kłopot dla lidera. Dla nas to zawsze frajda, że możemy być pionierami i to jest dla nas ważniejsze niż wygoda bycia drugim.

AK74 – Rozwój – nad czym pracujecie obecnie, co chcecie zmienić i jak dalej postrzegasz rozwój firmy (SaaS, cloud?)

PF – Aktualnie tematem numer jeden jest transformacja systemu w platformę wielojęzyczną od strony panelu administracyjnego, materiałów reklamowych i supportu. Umożliwi to kupowanie i używanie systemu przez firmy zagraniczne.

Wdrażamy wiele zmian w obsłudze klienta w Polsce, właśnie po to aby sprawdzić te procedury z tymi, które będziemy stosowali za granicą. Jedną z takich zmian jest ostatnio wprowadzony zupełnie nowy system bilingowy. Obsługa klientów na całym świecie na poziomie takim jak robimy to w Polsce to dla nas zdecydowanie temat numer 1.

Jednym z projektów ubocznych przygotowywania systemu dla naszych oddziałów jest tzw. IAI-Affiliate Project, czyli

program partnerski, który aktualnie testujemy. Dzięki niemu, za polecenie, a w przyszłości obsługę „swoich” klientów partnerzy mogą otrzymywać nawet kilkadziesiąt procent od faktur wystawianych dla klientów.

Na tym etapie chętnie widzimy wszystkie firmy z branży chętne do tego typu współpracy. Będzie zatem wyzwaniem obsługa tych wszystkich partnerów i jeszcze większej ilości sklepów. Zdaję sobie jednak sprawę z tego, że dla klientów z Polski może to być mało interesujący temat, więc wykonujemy mnóstwo zmian w zakresie dodawania nowych integracji i modułów marketingowych.

Jednym z projektów jest to, aby nasi klienci mogli zmienić 100% rzeczy w swoim sklepie w zakresie maski, domen, serwerów itp. To wymaga wielu zmian w usability, bo im bardziej masowym staje się system, tym więcej osób które dopiero zaczynają swoją przygodę z tego typu systemami.

To ogromne wyzwanie logistyczne, gdyż weszliśmy już dawno w obszar budowania własnych systemów operacyjnych, narzędzi programistycznych itp. Klienci z Polski doświadczają też coraz lepszego serwisu, mimo iż ich ilość podwaja się co roku, a ilość przechowywanych produktów i składanych zamówień nawet więcej niż się podwaja. Zapewnienie takiego poziomu jak rok temu również dzisiaj jest już nie lada wyzwaniem.


W myśl angielskiego powiedzonka „*Everyday in every way, I'm getting better and better*” po prostu rozwiązujemy jeden problem za drugim. Nie ma jednego problemu, nad którym musielibyśmy pracować, rzucając wszystko inne.

Celem firmy jest od wielu lat stworzenie marki i systemu globalnego. Moja wizja zakłada ponad 50% udział w rynku obsługi transakcji sprzedaży w każdym kraju świata. To ambitny cel jak na firmę z kraju trzeciego świata technologicznego.

Dlatego cel ten zamierzam osiągnąć w 20 lat. Te 20 lat wystarczy aby uporać się z każdym możliwym problemem i stworzyć produkt idealny. Pierwszych 10 poszło bardzo dobrze. Mamy firmę na giełdzie i dostęp do nieograniczonego kapitału. Dzisiaj problemem dla nas jest głównie sprostanie naszym własnym oczekiwaniom i utrzymanie kursu wcześniej obranego.

Moja energia życiowa zasilana jest każdym kolejnym „niemożliwe” i „nie uda się”. Wszystko to polewam dużą ilością kawy i tworzy to baterię którą zasilam siebie i wszystkich dookoła. Z pewnością tej baterii wystarczy dla tysięcy partnerów i tysięcy pracowników IAI, również na całym świecie.

Sponsorzy strony



[Kliknij, aby dodać reklame](#)

AdTailor.pl

napisane przez **artur** w kategorii [Biznes](#), [Internet](#), [Marketing](#), [Nowe Technologie](#), [Wywiady](#), [e-commerce](#)
[3 komentarze »](#)

3 odpowiedzi do “IAI czyli jak się naprawdę zarabia na e-commerce”

1. [Tweets that mention IAI Shop czyli jak się naprawdę zarabia na e-commerce | AK74 - Artur Kurasinski blog \(cc\) 2007-2010 -- Topsy.com:](#)
[April 14th, 2010 at 1:11 pm](#)

[...] This post was mentioned on Twitter by Artur Kurasinski. Artur Kurasinski said: <http://rdir.pl/92obg> > jak się zarabia na sklepach, e-commerce, giełdzie w Polsce? Zapraszam do przeczytania wywiadu z Pawłem Fornalskim ...
 [...]

2. [Arkadek:](#)
[April 14th, 2010 at 1:22 pm](#)

Witam

Pan Paweł prawi niezłe komunały, a przecież wiadomo, że niektóre elementy oprogramowania zostały zrobione w oparciu o gotowe frameworki. Wiadome też jest, że jak coś jest do wszystkiego to jest do niczego, a cudowne wręcz

rozwiązania nie istnieją. Radzę nieco spuścić z tonu i zachować dozę skromności bo usługa jest rzeczywiście bardzo dobra ale na tym koniec.

Pozdrawiam

3. *Marcin:*

[April 14th, 2010 at 1:48 pm](#)

Usługa jest najlepsza w Polsce, z dnia na dzień coraz lepsza i coraz bardziej odstaje od konkurencji. Wiem co mówię, bo jestem w temacie od dawna. Na rynku brytyjskim rozwiązania są takie, że IAI ma wielkie szanse i tu zawojować. Podejrzewam, że na innych także. Kropka.

Reszta Twojego postu to typowe zachowanie 99% Polaków – ktoś odnosi sukces i o tym głośno mówi, a dookoła pełno jakichś burków którzy tylko podgryzają mu nogawki.

Każdy prezes spółki giełdowej musi zachowywać się w pewien określony sposób i Pan Paweł trafia tu w 100% ze swoimi odpowiedziami w tym wywiadzie. A kiedy widzę rozwiązania konkurencji, to wierzę w jego plany, nawet te wydawałoby się nierealne.

Gdyby to było w USA, pod tym wywiadem mielibyśmy już z 50 postów “brawo, tylko tak dalej”. Już sobie wyobrazam, co tu będzie za chwilę... Ciągle sobie przypominam, jak to jest w PL.

Zostaw coś po sobie

Imię lub pseudonim

Adres email (nie będzie widoczny)

strona www

Zapisz komentarz »

• Kim jest autor tego bloga?



Nazywam się Artur Kurasinski

specjalizuję się w nowych mediach i rozrywce elektronicznej z naciskiem na Internet, usługi mobilne i telewizję interaktywną. Na co dzień zarządzam butikiem kreatywnym [Revolver Interactive](#).

[przeczytaj więcej o mnie tutaj >>](#)

2 2

Anemiczny Adept

556

REKLAMA

Już jest 5

34	08	44	07
dni	godziny	minuty	sekundy

Sprawdź co potrafi Adobe CS5 i wygraj netbook HP Mini

Nowy program Adobe w pakiecie CS5 upraszczający tworzenie aplikacji flash to:

- Adobe Flash Catalyst
- Adobe Flash Xperience
- Adobe Flash Lightstorm

Jakie jeszcze funkcje chciałbyś zobaczyć w Adobe Flash?

wpisz swój komentarz

Zobacz więcej pytań - wygraj dodatkowe nagrody



flaker.pl/ak74

- [rdir.pl/92obg](#) > jak się zarabia na sklepach, e-commerce, giełdzie w Polsce? Zapraszam do przeczytania wywiadu z Pawłem Fornalskim z IAI SA [zobacz wpis / skomentuj](#)
- [rdir.pl/9212n](#) > dajmy spokój polityce - jest w końcu iPad :) [zobacz wpis / skomentuj](#)
- [rdir.pl/91539](#) > największy polski bloger robi uber test iPada specjalnie dla wszystkich fanów. i nie pociągnę przy tym ręce. to jest gość :) [zobacz wpis / skomentuj](#)
- straszna tragedia. [zobacz wpis / skomentuj](#)
- [rdir.pl/8uac7](#) > bezpłatna konfa dot. wideo: produkcji, platform, marketingu. W 4-ech miastach w Polsce. czytacie i wbijacie się. organizuje Divante. [zobacz wpis / skomentuj](#)

Ostatnie wpisy

- o [IAI czyli jak się naprawdę zarabia na e-commerce](#)
- o [iPad – fajny ale jednak gadżet \(przynajmniej w Polsce\)](#)
- o [Wyłączmy telewizory](#)
- o [Wykorzystaj siłę wideo w Internecie. Bezpłatna konferencja.](#)
- o [iAd – mobilna sieć reklamowa od Apple](#)
- o [Rozdaje wejściówki na Polish IA Summit](#)
- o [Aula Polska rozdaje 100 tys. pln!](#)
- o [Fitwell.pl – bo sport to zdrowie](#)
- o [Pizza, która zachorowała na social media](#)
- o [Finansowo.pl łączy się ze Smava Poland](#)

o Kategorie

- o [Apple](#) (28)
- o [Aula Polska](#) (63)
- o [Biznes](#) (330)
- o [Blogi](#) (140)
- o [e-commerce](#) (41)
- o [Film](#) (11)
- o [Gadżety](#) (83)
- o [GetApple.pl](#) (10)
- o [Gry i Granie](#) (53)
- o [Internet](#) (396)
- o [Konferencja i spotkanie](#) (1)
- o [Marketing](#) (245)
- o [Mobile](#) (57)
- o [Nauki Społeczne](#) (98)
- o [Nowe Technologie](#) (283)
- o [Ogłoszenia](#) (30)
- o [POIG 8.1](#) (5)
- o [Polityka](#) (61)
- o [Różne](#) (134)
- o [Raporty i Analizy](#) (6)
- o [Recenzje](#) (215)
- o [social media](#) (1)
- o [Sport](#) (11)
- o [Sztuka](#) (33)
- o [TSNMB](#) (8)
- o [Web 2.0](#) (207)
- o [Webdesing](#) (10)
- o [Wywiady](#) (47)



◦ Czytam i polecam

- [AntyWeb](#)
- [Apocalypse – blog o wojnie](#)
- [Biznes 2.0](#)
- [E-commerce](#)
- [Ideas to Action](#)
- [Interaktywnie.com](#)
- [Jacek Gadzinowski](#)
- [Janek Rychter](#)
- [Kultura 2.0](#)
- [MediaFun](#)
- [MoMo](#)
- [Robert Drózd](#)
- [Think-a-head](#)
- [Yashke.com](#)



Ten utwór jest dostępny na [licencji Creative Commons Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 2.5 Polska](#).

AK74 – Artur Kurasieński blog (cc) 2007-2010 wykorzystuje schemat [Simpla](#) w oryginalnej wersji zaprojektowany przez [Phu](#). To wszystko działa na silniku [WordPress](#) ☺