

CAFLOU

PETRA MACKA

Petr Macek je vzděláním stavební inženýr. Osud tomu ale chtěl, že dnes nestaví domy, ale webovou aplikaci pro podnikatele nazvanou Caflou. S ní zaplnil mezeru, kterou našel na trhu podnikatelských aplikací, etabloval se na domácím trhu a postupně se mu daří pronikat i na okolní zahraniční trhy. To všechno pěkně postupně, za vlastní peníze, bez investora v zádech. Tady je jeho podnikatelský příběh.

PETŘE, POKUD VÍM, PŮVODNÍ PROFESÍ JSTE STAVARĚ, TO MÁ K VÝVOJÁŘI WEBOVÉ APLIKACE POMĚRNĚ DALEKO. CO STÁLO ZA VAŠÍM ROZHODNUTÍM PŘEJÍT NA VOLNOU NOHU?

Moje cesta k podnikání byla pozvolná. Vystudoval jsem stavařinu v Brně, ale chtěl jsem si ještě prodloužit mládí i studijní léta. Proto jsem ještě další tři roky studoval projektové řízení na druhé vysoké škole v australském Sydney. Byla to skvělá zkušenost, která mi mimo jiné ukázala, jak se mají na vysoké škole vychovávat profesionálové pro praxi. Navíc mi právě toto studium hodně rozšířilo obzory. Před tím by mě ani nenapadlo,

že mohu pracovat v jiném oboru než ve stavařině.

Mezi tím ČR vstoupila do Evropské unie a já se přesunul do Irska, kde jsem pracoval jako projektový manažer. Dalších několik let jsem pracoval na různých IT projektech v bankovníctví v Irsku, ČR, Rusku nebo na Ukrajině, což mi dalo velmi dobrý základ pro podnikání, ať už šlo o pochopení představ klientů, nastavení cílů a jejich plnění nebo o řízení práce, týmu, ale i sebeřízení a také o práci s daty a jejich analýzou.

Pro přechod na volnou nohu jsem se pak rozhodl asi z celkem triviálních důvodů, jako je otrěsný šéf, jiná představa o náplni práce, pochyby o tom, že v další firmě to bude výrazně odlišné. K tomu pak touha po „svobodě“, ale i touha vytvářet trvalé hodnoty i pro sebe a ne pouze pro někoho cizího. Moje představy o práci na volné noze byly v té době velmi idealizované, což zásadně uspíšilo mou cestu na volnou nohu. Dnes toho ale vůbec nelituji.

NA VOLNÉ NOZE JSTE ZAČÍNAL JAKO MARKETÉR, JAK SE VÁM DAŘILO?

Kupodivu se mi dařilo dobře téměř od úplného začátku. Jen jsem musel velmi rychle pochopit, že na začátku musím sám vyrazit za prací, ne že práce přijde sama za mnou.

GARÁŽ UŽ VÁM BUDE MALÁ



NA
STAR
TUJTE
SE.CZ

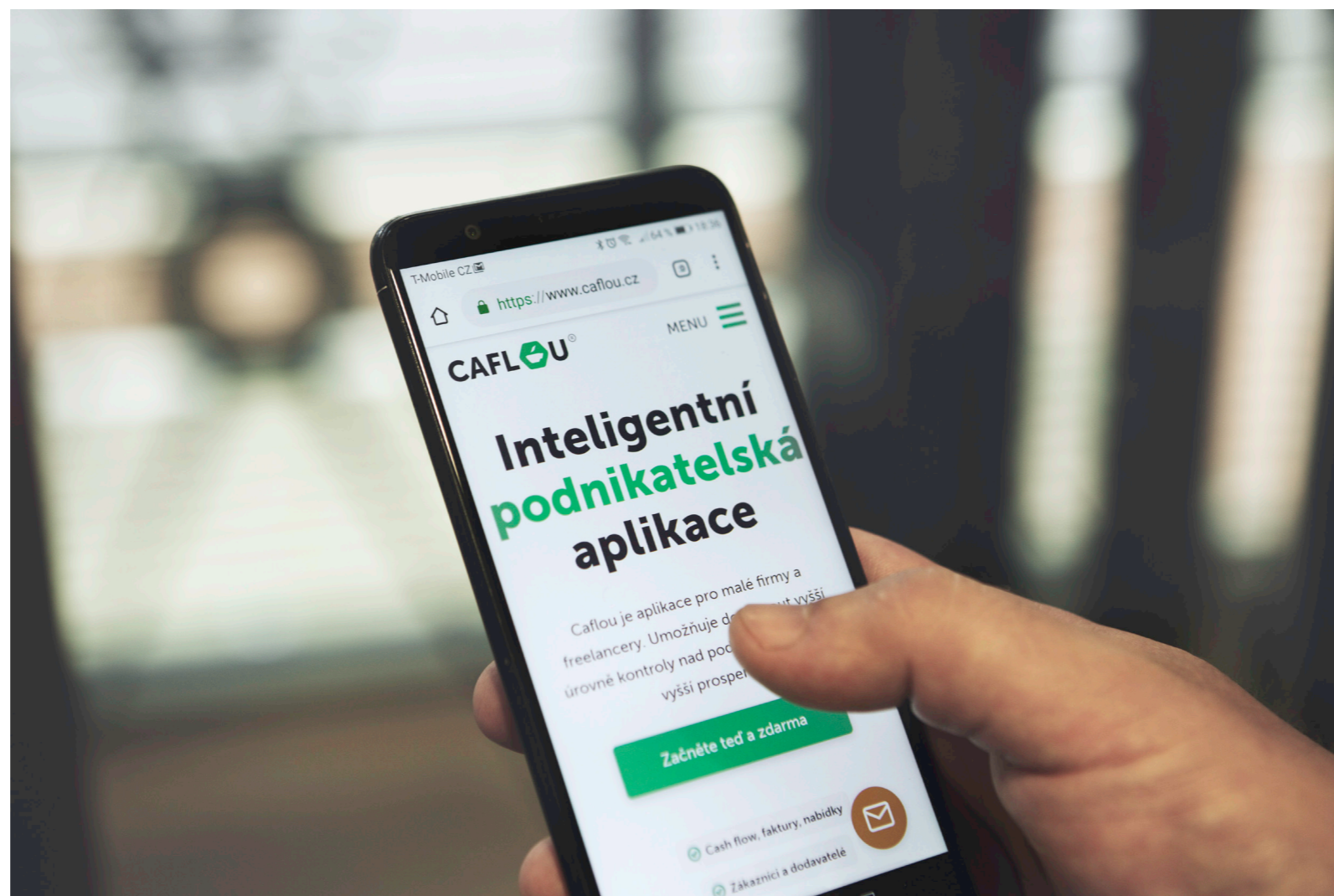
KB

Také jsem musel pochopit, že je třeba začít s malými zakázkami, abych se dostal k těm větším. A také, že musíte víc dávat než brát, aby spolupráce vydržela a vzkvétala, což už bohužel nepovažuji za standard dnešní marketingové branže.

Během pár měsíců jsem dokázal pokrýt náklady na život a během půl roku jsem začal velmi obstojně vydělávat. Mojí výhodou bylo a stále je, že se vždy snažím myslet na dobro klienta, a nejen na to své. Neměl jsem problém pracovat víc, než za kolik jsem byl placen, abychom dosáhli společného úspěchu. Navíc věřím, že jsem svoji práci dělal dobře. Díky tomu jsem neztrácel stávající klienty a nových klientů přibývalo. Vlastně celkem rychle začala práce chodit sama a snad už po prvním půl roce jsem přestal klienty hledat, nacházeli si mě sami. Objevily se i dlouhodobé zakázky pro známé značky, třeba Lenovo, kurýrní služba GLS, výrobce oken Svět oken, iDoklad nebo Autodesk.

ROZJÍŽDĚL JSTE SVÉ PODNIKÁNÍ PŘI PRÁCI NEBO JSTE DO NĚJ NASKOČIL HNED NA FULL TIME?

Podnikat jsem začal „rychlým trhnutím“, jen s menší finanční rezervou, nešlo o žádný pomalý postupný přechod. Jak už jsem zmínil,



měl jsem idealizované představy o podnikání, a proto jsem nezvolil bezpečnou variantu, ale skočil do podnikání rovnýma nohama. Jsem za to dnes opravdu rád, protože bez záložní varianty a s penězi na 3-4 měsíce jsem prostě musel šlapat na 100% od úplného začátku.

VZPOMENETE SI JEŠTĚ, S ČÍM JSTE NA ZAČÁTKU NEJVÍC BOJOVAL?

Určitě vzpomenu. Bojoval jsem s tím, že se musím umět prodat. Jsem

upřímný a spíš introvertní, což asi nejsou ideální startovací parametry pro podnikání. Tedy prodat svoje služby někomu, kdo jde na schůzku s přesvědčením, že nic koupit nechce, byl pro mě oříšek. Ale kupodivu jsem dokázal přesvědčit hodně lidí svým elánem, vírou, že dokáží pomoci, a s dobrými podmínkami pro spolupráci – věřil jsem si, a proto jsem vždy nabízel „pilotní“ spolupráci na jeden, dva nebo tři měsíce za rozumné peníze. Velká většina takových projektů pak vedla

k dlouhodobé spolupráci za lepších podmínek.

KDE JSTE ČERPAL INSPIRACI PRO SVÉ PODNIKÁNÍ?

8-9 let zpátky lokálních zdrojů o podnikání nebo online marketingu zase tolik nebylo, čerpal jsem proto hodně ze zahraničí, četl různé blogy, nebál jsem se zkoušet nové věci a hlavně se učil za pochodu. Každý nový klient a nová kampaň byla zdrojem nových zkušeností a poznatků, které mě posouvaly dál.

KDYBYSTE SE MĚL OHLÉDNOUT ZPĚT, JE NĚCO, CO VÁM PODNIKÁNÍ DALO A CO NAOPAK VZALO?

Podnikání mi vzalo možnost na 100% vypnout a třeba na týden nebo dva být na dovolené bez počítače. Už jako zaměstnanec jsem těžko vypínal, jako podnikatel to zatím neumím vůbec. Ale cítím, že se vše mění k lepšímu. Pracoval jsem několik let 7 dní v týdnu, v pracovních dnech minimálně 12 hodin denně, o víkendech 4-5 hodin, bez výjimek. Dnes pracuji během týdne od 7 ráno třeba do dvou/tří odpoledne a o víkendech sem tam hodinu někdy dvě, někdy vůbec. Ráno, v poledne a večer jdu se svým loveckým psem do přírody na delší procházky, což je mimochodem ohromný relax. Jsem

sice stále na telefonu a emailu, ale řeším jen pohotovosti.

Podnikání mi na druhé straně dalo ohromnou svobodu. Vím, že to může znít jako klišé, ale je tomu opravdu tak. Musím sice hodně pracovat, ale může to být kdekoliv, kdykoliv, vlastně i na čemkoliv. Sám si volím, na čem právě pracuji. Udělám si pauzu, kdy potřebuji, svoji práci udělám, kde se mi to hodí. Dnes už se téměř nemusím ani nikomu zpovídat. Od marketingu pro jiné jsem se posunul k práci pro Caflou a Caflou je moje. Díky tomu má moje práce přímý vliv na můj produkt, a když ji odvedu špatně, trpím hlavně já. Nemám žádné trvalé záruky, jako mzdu nebo dovolenou, ale mám svobodu. Navíc mě podnikání přivedlo do stavu, kdy nemám potřebu vydělávat stále víc a víc. Moje hodnoty se v tomto díky podnikání změnily.

PŘEMÝŠLEL JSTE NĚKDY NAD TÍM, ŽE SE VRÁTÍTE DO ZAMĚSTNÁNÍ?

Když se nad možností návratu do zaměstnání pozastavím, třeba když se bavím s kamarády nebo kolegy podnikateli, tak v 10 z 10 případů je vždy výsledek stejný – zatím si neumím představit situaci, že bych se měl vrátit do zaměstnání. Ale jak se říká, nikdy neříkej nikdy. Pokud budu zabezpečený a mnou započatá práce bude v dobrých rukou, dokáži si představit práci na zajímavém

projektu, který povede někdo jiný. Ale nebude to pro peníze.

JEDNOHO DNE PAK PŘIŠEL NÁPAD NA CAFLOU. ODKUD SE VZAL?

Caflou vzniklo z mojí vlastní reálné potřeby kontroly a administrace vlastní práce. Měl jsem hodně práce a tím i hodně administrativy, množství klientů a projektů, ještě více úkolů, termínů, rozpočtů, poznámek, reportů. Účtoval jsem často za čas, tedy i mraky výkazů, pak fakturace, řízení a plánování cash flow, které se často pohybovalo kolem nuly.

Klienty jsem si vedl v Excelu, úkoly a poznámky na papíře, výkazy v Excelu, faktury v iDokladu, cash flow opět v Excelu. Vše bylo nepropojené a hodně manuální. Žádná automatizace, žádné chytré funkce, žádná štábní kultura, a tím pádem spousta času, kterou mi kontrola a administrace mé práce zbytečně kradla. Potřeboval jsem zkrátka nějaký chytrý systém.

Nejprve jsem zkoušel najít nějakou vhodnou aplikaci, jenže na trhu nebylo, a dosud není, moc aplikací dostupných malým firmám a podnikatelům, které na jednom místě nabídnou všechny potřebné procesy. Jednosměrně zaměřených aplikací, třeba jen na úkoly, jen na fakturaci, jen na evidenci zákazníků, jen

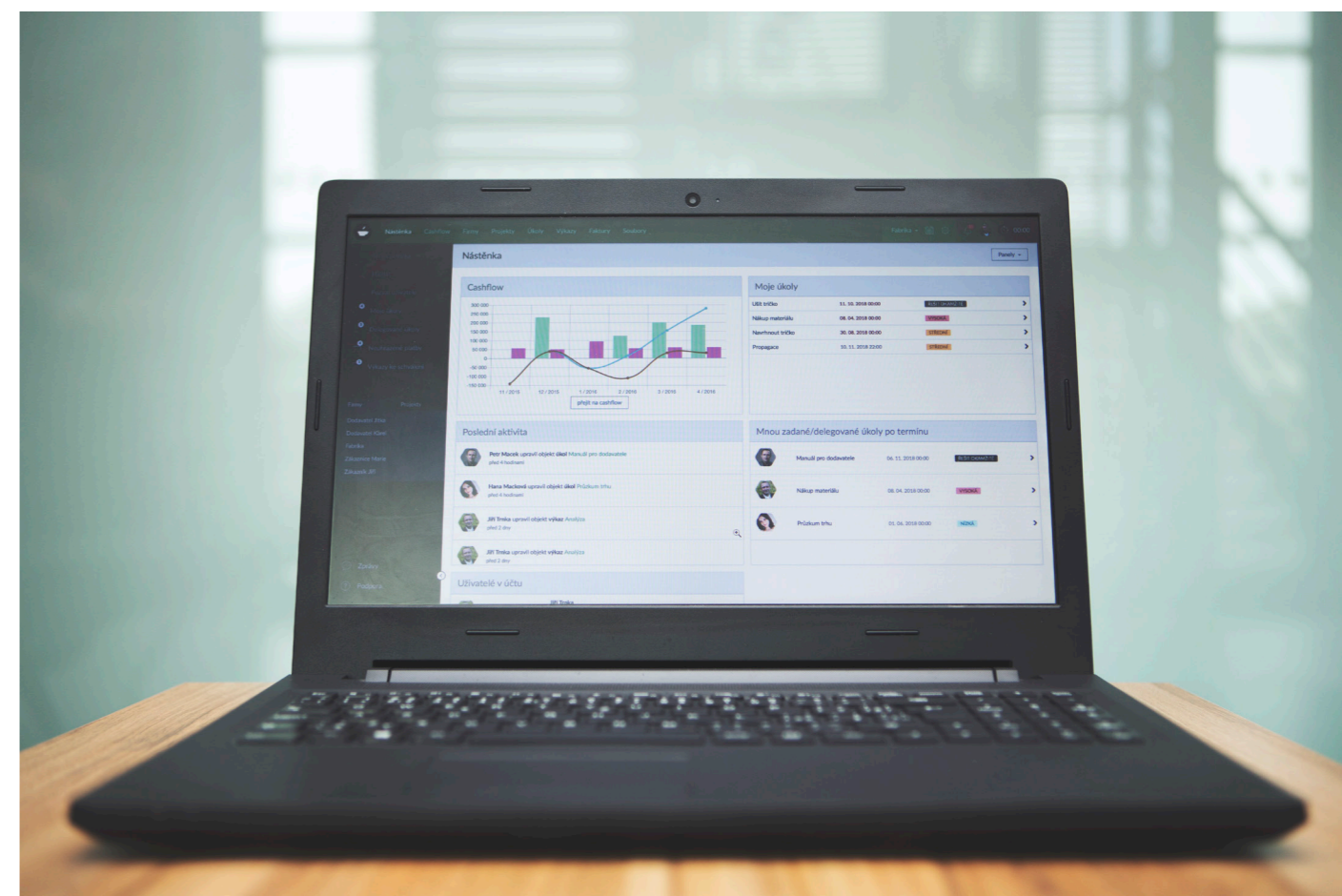
na výkazy, jsou desítky. Žádná z nich ale nenabízí za rozumné peníze více logicky seskupených funkcionalit tak, aby byla snadná na používání. A třeba systém na plánování cash flow, navíc propojený s další firemní agendou, budete hledat dlouho. Bylo mi jasné, že podnikatelů se stejnými problémy, jako mám já, budou mraky, alespoň těch z marketingu, kterým Caflou mělo být šité na míru. To všechno mě dovedlo k nápadu, že si nechám postavit vlastní aplikaci.

JAK CAFLOU VZNIKALO? MĚL JSTE OD ZAČÁTKU JASNO

OHLEDNĚ JEHO PODOBY A FUNKCÍ?

Měl jsem celkem jasnou představu o tom, co v první řadě potřebuji já sám. Potřeboval jsem kontrolu nad evidencí klientů, zakázek, úkolů, výkazů práce, potřeboval jsem řídit firemní cash flow. To byly na začátku základní funkce.

Svoji představu včetně logiky aplikace jsem dal na papír během rodinné dovolené a návrh předal svému kolegovi programátorovi Nikosi Timiopulosovi, který mi pomáhal s předchozími projekty. To se nyní ukazuje jako skvělá volba, Nikos





stojí za celou technickou stránkou Caflou a i díky němu je Caflou stabilní a posouvá se rychle kupředu s minimem zaškobrtnutí. Jeho myšlení je podobné tomu mému, je perfekcionista a nic nedělá jen na půl nebo naopak přesně dle zadání (což je někdy problém mnoha programátorů). Nikos o všem přemýšlí a umí logicky oponovat mým návrhům nebo je vylepšit. Právě díky skvělé spolupráci a jeho nepostradatelnosti jsme se stali v Caflou partnery.

DĚLAL JSTE SI PRO CAFLOU
NĚJAKÝ PRŮZKUM TRHU
A BUSINESS PLÁN?

Celý business okolo Caflou vedeme velmi agilně, včetně business plánu. Stejně jako předtím do podnikání, i do Caflou jsem skočil rovnýma nohama. Věřil jsem svému úsudku, že když já jako marketér takový celistvý podnikatelský systém postrádám, nebudou na tom jinak další, hlavně menší, marketéři a agentury. Nahlížím na to tak, že jsem byl ideální persona pro ověření konceptu. Průzkum trhu nebo spíše průzkum potřeb a zájmů jsme proto vynechali.

Business plán jsme měli velmi triviální. Základem bylo, že jsem měl zbytné příjmy, pro které se zdál být projekt Caflou ideální. Znal jsem

▼
PŘIDEJTE SE!

K FACEBOOKOVÉ SKUPINĚ
**ZAČÍNÁJÍCÍ PODNIKATELÉ
A PODNIKATELKY**

cenu průběžného vývoje aplikace a věděl jsem, kolik si můžeme dovolit investovat do propagace. Měsíční náklady tedy byly přibližně dány. Zároveň jsem věděl, že s danými náklady dokáží existovat delší dobu, aniž by Caflou cokoliv vydělalo, protože můj marketingový business byl celkem stabilní. Měl jsem dále hrubou představu, že Caflou ve svém 2. roce existence začne přinášet více peněz než brát. Toť vše k business plánu.

Postupem času pak Caflou sice začalo generovat příjmy, ale také si žádalo více pozornosti. Postupně jsem tedy tlumil svoje marketingové podnikání a začal jsem více řešit cash flow Caflou, abychom jen nepálili peníze. Klíčové je, že dnes si na sebe Caflou vydělá od vývoje až po marketing. Vyplnila se tak moje představa.

Asi nejsem ideálním vzorem, jak se připravit na nějaký větší podnikatelský projekt, ať už jde o průzkumy trhu nebo business plány. Šel jsem na to od lesa, selským rozumem, přizpůsoboval jsem se situaci a vychází to.

KDO JSOU ZÁKAZNÍCI CAFLOU?

Dnes, po 3 letech od startu Caflou, tvoří marketingové firmy a freelanceři 40% platících zákazníků, což beru jako potvrzení původní hypotézy.

Nad rámec našich představ nás pak velmi příjemně překvapily jiné obory, např. 20% platících zákazníků jsou firmy kolem stavebnictví, projektanti, architekti, výrobci nábytku nebo kuchyní, zbytek je ohromná všehochuť, z čehož jsme nadšeni. Caflou je dnes aplikace vhodná skoro pro každého podnikatele, každou malou firmu, i kdyby jen pro řízení cash flow.

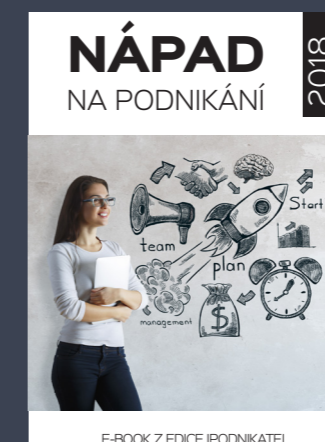
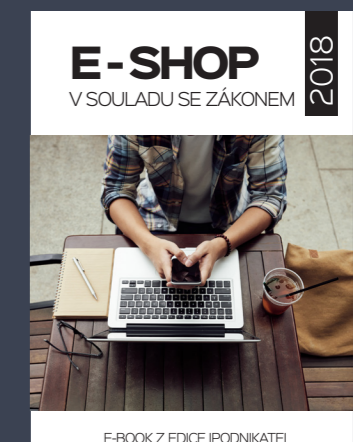
JAK DLOUHO TRVAL VÝVOJ A V JAKÉM OKAMŽIKU JSTE ŠLI S KŮŽI NA TRH? SPOLEČNOST JSTE ZAKLÁDAL AŽ PŘI SPUŠTĚNÍ OSTRÉ VERZE?

Aplikaci jsme stavěli rok a pak ji pustili do světa. Šlo více méně o velmi funkční systém, nejen prototyp pro ověření konceptu. Vypustili jsme Caflou nejprve mezi „dobrovolníky“, tedy pilotní uživatele. Jejich odezvy byly velmi pozitivní a během pár týdnů a odladění základních nedostatků jsme mohli začít rozšiřovat aplikaci i mezi další zájemce.

Nicméně to byl jen začátek. Caflou určitě nebylo z počátku dokonalé, ale od té doby ušlo obrovský kus cesty, a to hlavně díky našim uživatelům, kteří nám jej pomáhají tvarovat.

Založení společnosti bylo nevyhnutelné. I kdyby nepřišlo Caflou, pro mé marketingové aktivity začalo

E-BOOKY, KTERÉ BY SE VÁM MOHLY HODIT



být s.r.o. výhodnější než živnost. Takže nejspíš by s.r.o. přišlo trochu později. Díky Caflou to ale byla nutnost. Naši zákazníci jsou v 60% firmy a cítili jsme, že potenciální zákazníci mají větší důvěru, pokud za Caflou stojí firma a ne jednotlivec.

Nemám tento pohled úplně rád, protože i u marketingu jde o to, co umíme a jak jsme spolehliví, než o to, jaký subjekt za Caflou stojí, ale bohužel je to realita. Dokonce nám jeden uživatel napsal, že si Caflou nekoupí, ať umíme, co umíme, protože za námi nestojí velká firma. Představte si tedy, co kdyby za Caflou stál „jen“ živnostník ...

PROŠLI JSTE SI PŘI VÝVOJI A VSTUPU NA TRH NĚJAKÉ SLEPÉ ULIČKY?

Opravdových slepých uliček jsme potkali málo. Stavěli jsme produkt, kterému jsme věřili, který podle nás měl smysl. Navíc téměř vše nové, co do Caflou doplníme, vzniká na základě zpětné vazby od uživatelů, víme tedy, že je to potřebné. Také jsme nikdy neplánovali postavit mašinu, která raketově poroste díky investorům nebo masivnímu marketingu. Vždy jsme chtěli růst a rosteme organicky a i to určitě pomáhá tomu, že chybné úvahy odhalíme dříve, než se z nich stane problém.

Jediná „bota“, kterou si teď vybavím a která mne ještě občas straší, byla ta, že jsme aplikaci převedli na lokálního dodavatele serverů kvůli nižší ceně a umístění v ČR, oslovila nás jejich reklama. Dopadlo to tak, že během dvou dnů jsme byli zpět na původních serverech. Pro Caflou, stejně jako i pro jiné aplikace, je zásadní, aby bylo permanentně přístupné a rychlé. Nový dodavatel měl ale bohužel k naší představě velmi daleko. Proto jsme zpět na ověřených serverech a databázích.



JAK JSTE ŘEŠILI BEZPEČNOST A ZÁLOHOVÁNÍ UKLÁDÁNÍ DAT? PŘECE JEN SE JEDNÁ O CITLIVÁ A PRO KAŽDÉ PODNIKÁNÍ KRITICKÁ DATA?

Bezpečnost je pro nás velké téma, které v Caflou řešíme na několika rovinách. V první řadě má majitel účtu anebo jím delegovaná osoba plnou kontrolu nad tím, kdo má do jejich účtů, projektů, faktur apod. přístup a na jaké úrovni. Jinými slovy, co kdo

může vidět nebo dělat. Přístupy lze flexibilně uzpůsobovat. Obecně je správa práv a přístupů jednoduchá, což je v souladu s naší filosofií – Caflou nemá být moloch, jehož obsluhu je třeba se měsíc učit. Logujeme také přístupy do aplikace, exporty dat a stejně tak každá změna v aplikaci má svoji stopu. Nutíme uživatele také používat silná hesla a umožňujeme jim zapnout dvoufaktorové ověřování vstupu do účtu.

Pro ukládání dat jsme zvolili špičkové dodavatele. Databáze aplikace i aplikační server jsou u DigitalOcean, Amazon Web Services využíváme jako úložiště dat. Obojí máme zálohované (replikované) na geograficky oddělených místech.

Vše nyní zálohujeme 2x denně a k tomu jsou tyto zálohy okamžitě zálohovány na jiném místě. Servery jsou umístěny v různých lokalitách Evropské unie. V případě hypotetického výpadku přesouváme provoz mezi servery, kdy maximální hypotetická nedostupnost aplikace je v řádech jednotek minut. Přesun do jiné lokality je nastaven při nedostupnosti trvající 8 minut a taková situace u nás doposud nenastala. Nejdelší výpadek, který si vybavuji, trval necelých 6 minut.

No a k tomu všemu je Caflou plně v souladu s GDPR.

GARÁŽ UŽ VÁM BUDE MALÁ

V JAKÝCH ŘÁDECH SE POHYBUJE INVESTICE DO VÝVOJE TAKOVÉ APLIKACE?

V našem případě jde o nižší jednotky milionů korun. Věřím ale, že jsme velmi efektivní a dovolím si odhadnout, že stejnou aplikaci lze postavit i mnohem dráž.

FINANCOVALI JSTE VÝVOJ Z VLASTNÍCH ZDROJŮ NEBO JSTE SE POOHLÍŽELI PO NĚJAKÉ INVESTICI?

Caflou financujeme pouze z vlastních zdrojů. Hotovost dodávám hlavně já, můj partner Nikos investuje bezplatně velkou část své kapacity.

Financování vlastními zdroji bylo naším rozhodnutím od počátku. Zvolili jsme organický rozvoj aplikace před během za agresivním růstem a moderními metrikami,

kteří uspokojí investory. Líbí se nám filosofie zakladatelů Basecampu, kteří jdou v růstu trochu proti současným trendům a neženou se za růstovými metrikami. Rozvíjí aplikaci po svém, bez vnějších tlaků na jejich růst. Podobně fungují i se zaměstnanci. Ti pracují často vzdáleně a mají volné ruce v řešení úkolů a problémů.

V ČEM JE CAFLOU JINÉ NEŽ OSTATNÍ SYSTÉMY? NA TRHU JE POMĚRNĚ DOST KONKURENCE...

Já bych to tak černě neviděl, na trhu jsou sice opravdu kvanta specializovaných aplikací, v jednotlivých kategoriích se setkáváme se specialisty na projektové řízení, úkoly, vykazování práce, se CRM aplikacemi, s nástroji na fakturaci, ale zpravidla konkurence umí jen to své jedno.

Caflou není specialista na jedno, ale je to inteligentní „podnikatelská aplikace“, která zvýší kontrolu nad podnikáním firem a podnikatelů tím, že logicky a na jednom místě propojuje firmy, projekty, úkoly, výkazy, cashflow, faktury nebo nabídky. Specializovaní konkurenti takto život skrze jeden systém zjednoduší nedokáží. My nahradíme několik aplikací, a ještě vše propojíme smysluplně, logicky.

Komplexnější firemní systémy mají zase vysokou cenu. Jsou podnikatelům a malým firmám méně dostupné, často pro uživatele hůře použitelné, nedobré to u nich bývá i s dostupností a rychlostí podpory. My se naopak snažíme být dobrou nabídkou i díky tomu, že se Caflou snadno používá, je cenově velmi dostupné a naše podpora uživatelům proaktivně pomáhá a je po ruce, když je potřeba.

Nesmím zapomenout na modul řízení a plánování cash flow, který na našem trhu budete mimo Caflou těžko hledat, navíc s napojením na ostatní firemní agendu. Potřebu řídit a plánovat cash flow se snažíme popularizovat i díky Caflou akademii, která povědomí o řízení cash flow rozšiřuje. Caflou je své, originální, neposkládané z funkcí okoukaných jinde.

Dovolím si říct, že u firem, které využijí celý potenciál Caflou nebo jeho větší část, se z Caflou stává mezi platícími uživateli takový malý „lovebrand“, slyšíme to od našich uživatelů pravidelně, Caflou je baví. Silné signály vidíme i v datech. Caflou je používáno tak, jak jsme si to vlastně vysnili - napříč funkčnostmi, tedy opravdu jako celistvá firemní aplikace. I proto k nám dvě třetiny uživatelů chodí alespoň jednou denně.

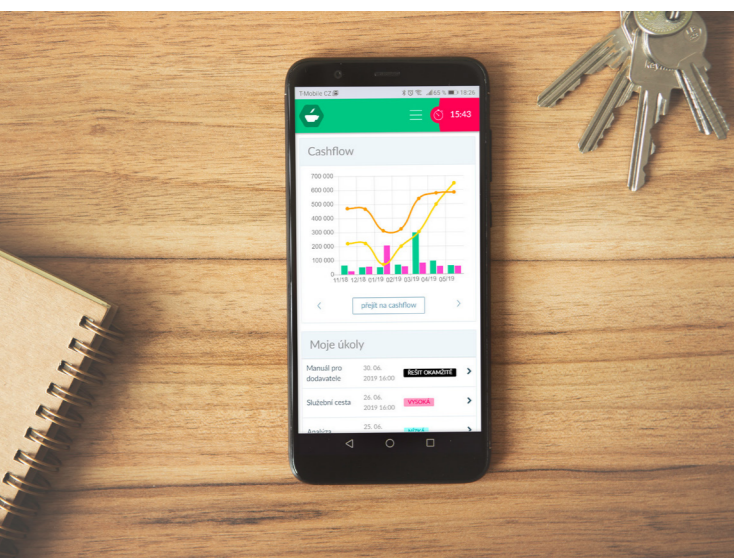
CAFLOU DNES POUŽÍVÁ PŘES 12 000 UŽIVATELŮ. JAKÉ BYLY ALE ZAČÁTKY? JAK JSTE

HLEDALI PRVNÍ ZÁKAZNÍKY? ŠLO VŠECHNO HLADCE?

Nespouštěli jsme Caflou nijak agresivně, obecně se k propagaci stavíme spíše konzervativně a spoléháme na organický, postupný, růst, ne na hon za uživateli a růst skoro za každou cenu.

Začali jsme plánovaně s pilotní skupinou uživatelů, které jsme oslovili v relevantních skupinách na Facebooku a LinkedIn, a povedlo se získat pár desítek lidí, kteří nám svojí zpětnou vazbou výrazně pomohli vypilovat první veřejnou verzi. Během pár týdnů od zprovoznění a po pár úpravách jsme už spustili placené kampaně a první uživatele a zákazníky jsme získávali přes placenou propagaci. Zkoušeli jsme různé propagační kanály a celkem rychle se vykristalizovaly kampaně, které akvizice nových uživatelů táhly. Do nich jsme investovali nejvíce, nadále jsme ale kampaně diversifikovali. Výkon kampaní jsme průběžně vyhodnocovali a investice adekvátně usměrňovali. Až do poslední doby jsme se vyhýbali různým PR aktivitám nebo kontaktním kampaním, protože jsme chtěli energii soustředit především na rozvoj produktu.

Během prvních měsíců, nebo spíše prvního roku, se určitě objevily menší či větší překážky, které jsme museli řešit, ale nikdy to nebyly katastrofy. Šlo o proces, se kterým jsme počítali.



Museli jsme nicméně trvale ladit všechny úrovně, tedy marketingové kampaně, webové stránky, registrační formuláře, vstup uživatelů do aplikace a také to, aby ji vůbec začali používat, a hlavně aplikaci samotnou.

Klíčová a neocenitelná byla pro nás zpětná vazba od uživatelů. Od prvních měsíců od spuštění naši uživatelé tvarují Caflou svými postřehy a komunikací s námi. K tomu je aktivně nabádáme a oni s námi opravdu mluví. Díky nim Caflou funguje, jak funguje, a obsahuje funkce, které obsahuje. Upravili jsme i proces výběru změn a nových funkcí, které do aplikace zavádíme – implementujeme takové změny a funkce, kterými reagujeme na potřebu většího množství uživatelů a které nám zároveň zapadají do konceptu Caflou.

PROMĚNIL SE NĚJAK V ČASE VÁŠ MARKETING? JAK ZÍSKÁVÁTE NOVÉ ZÁKAZNÍKY DNES?

Něco se změnilo, a něco naopak ne. Nezměnila se naše filosofie, že Caflou nemá být překážkou a jen další administrativou firem, ale praktickým pomocníkem. Nechceme Caflou prodat někomu, kdo v aplikaci nevidí přidanou hodnotu nebo komu spíš práci přidělává, proto nikdy nebudeme agresivními prodejci, ale spíš asistenty,

kterí ukáží, jak díky Caflou lépe kontrolovat své podnikání.

Určitě se změnila proporce investic mezi propagačními kanály. První rok, nebo dokonce dva táhl naši propagaci Facebook, nicméně kampaně na Facebooku jsou díky přetlaku inzerentů čím dál dražší, a i když si držíme výkonnost kampaní, cena je 3–4x vyšší než před dvěma lety. Investice jsme tak přesunuli na jiná místa.

Rozšířilo se i zaměření naší propagace. K čistě výkonnostním kampaním jsme přidali kampaně povědomostní, brandové. Upozorňujeme např. na potřebu firem a podnikatelů řídit cash flow, představujeme naši Caflou akademii, pochlubíme se úspěchy nebo novým partnerstvím. U těchto kampaní nečekáme okamžité registrace. Cílem je spíše představit Caflou lidem, kteří o nás ještě neslyšeli, nebo se připomenout těm, kteří by na nás mohli zapomenout.

V neposlední řadě nám pomáhají nové zákazníky získávat i naši stávající uživatelé. Z doporučení se k nám dostává čím dál více nových firem a podnikatelů a to je skvělý bonus. Máme už i své ambasadory, kteří jejich slovy „o nás mluví, kudy chodí“, aniž bychom je za to platili. Dělají to, protože Caflou věří. Toto jsou dobré signály.

V posledních měsících jsme se také rozhodli více se věnovat PR. Cítíme, že už jsme k tomu dozářili, a chceme být více vidět i jinak než skrze naši vlastní propagaci, nicméně určitě nechceme „externí“ PR formou tvrdé reklamy. Plánujeme proto také kontaktní aktivity. Na podzim spustíme „Caflou tour“ – bude to série bezplatných školení s tematikou řízení cash flow a také efektivního kontrolování podnikání či firmy. Pozveme podnikatele a malé firmy, kteří budou mít zájem se vzdělávat v daných tématech. S „Caflou tour“

bych rád vyjel i do regionů. Caflou bude sponzorem tour, účelem nebude účastníkům vnutit naši aplikaci, ale zvýšit povědomí o našich tématech, třeba proč vůbec řídit cash flow.

ALFOU A OMEGOU KAŽDÉHO PODNIKÁNÍ JE OBCHOD. MÁTE NĚJAKÉ TIPY, KTERÉ VÁM PŘI NĚM POMÁHAJÍ?

Caflou je online aplikace v cloudu, s celkem nízkou cenovkou. Proto je pro nás klíčová automatizace. Aby cesta od akvizice nového neplatícího



uživatele, přes jeho seznámení se s aplikací a následný přechod z neplacené verze na placenou byla co nejvíce automatizovaná. Sice jsme v každém kroku obchodního procesu plně k dispozici online a vyzýváme uživatele ke komunikaci s námi skrze automatické zprávy v aplikaci, ale opravdový kontakt vlastně není téměř nutný. Uživatelům během prvních dnů a týdnů dáváme do ruky návody, praktické rady, instrukce, aby zvládli aplikaci sami – šetří to i jejich čas. Samozřejmě jsme každému k dispozici, ať už přes online chat, telefon, nebo také přes bezplatné virtuální konzultace, kdy aplikací uživatele provádíme či odpovídáme na dotazy.

Jako radu mohu dát asi toto: neslibujte, co neumíte dodat, buďte vždy upřímní, a hlavně myslíte nejen na své dobro, ale také na dobro zákazníka - prodat by nemělo být to prvořadé, dodat zákazníkům jimi očekávaný výsledek díky vaší službě nebo produktu ano.

CO ZAHRANIČNÍ TRHY?

Caflou je už nyní mezinárodní aplikací. Máme anglickou, německou, španělskou, francouzskou a italskou lokalizaci. Přibližně 20% příjmu Caflou je pak od zákazníků mimo ČR, a to převážně z Evropy. Kromě Slovenska jde o Maďarsko, Rumunsko, Itálii, Portugalsko

nebo Německo. Německý časopis StartingUp nás, bez našeho přičinění, zařadil do jejich TOP 10 ERP systémů a dokonce TOP 5 neněmeckých.

Propagaci v zahraničí máme opravdu minimální, takže každý nový zahraniční zákazník je pro nás velký bonus a víme, že si nás našel a vybral sám. Pomáhá nám to ladit Caflou i směrem pro mezinárodní trh.

Caflou je tedy už nyní připravené na zahraniční trhy. Hlavně díky dostupnosti podpory v pracovní době nás zajímá primárně Evropa. Máme některé resty, které nám brání v masivnější expanzi, ale věřím, že pro rok 2020 bude Evropa větším tématem.

V KVĚTNU OSLAVILA VAŠE SPOLEČNOST TŘETÍ ROK SVÉ EXISTENCE. KDE JI VIDÍTE ZA DALŠÍ TŘI ROKY?

Za tři roky určitě bude Caflou oblíbenou, vyhledávanou volbou pro freelancery, podnikatele a malé firmy, kteří budou chtít mít své podnikání pod kontrolou. Caflou bude ještě kompletnější a celistvější podnikatelská aplikace. Bude přehlednější, inteligentnější a automatizovanější. Bude nadále spoluvytvářena uživateli a jejich náměty. Budeme za ní stále my, včetně přístupu, který k našim uživatelům máme. ■

lepší péči

být více spolu

klidnější spánek

veselejší maminku

porozumění



Anežka (8), leukémie

KDYŽ VÁŠ DAR ZNAMENÁ VÍC

Pro rodiny, které zasáhla vážná nemoc, představuje naději, porozumění i méně starostí. Pomáhejte s námi!

Staňte se Dobrým andělem na www.dobryandel.cz

