



**Wojciech Woźniowski** (z lewej) zarządza Tequila Mobile, a **Łukasz Deszczułka** odpowiada za strategię marketingową

# Do sukcesu trzeba dwojga

Wielu laureatów tegorocznego zestawienia Fast 50 swój przepis na sukces oparło na bliskiej współpracy z partnerami.

W pojedynkę o spektakularny sukces nie jest łatwo

Marcin Kaczmarczyk

**W** serwisie Ipla.pl należącym do Redefine – piąte miejsce na liście Rising Stars rankingu Fast 50 – 29 września można było obejrzeć transmisję meczu siatkówki mężczyzn AZS Politechniki Warszawskiej z Delectą Bydgoszcz. W ten sposób Ipla.pl rozpoczęła, jako jedyna telewizja internetowa, prezentację Profesjonalnej Ligi Piłki Siatkowej. Transmisje wzbogaciły i tak już bogatą ofertę serwisu, z którego usług w ciągu miesiąca korzysta ok. 2,5 mln użytkowników. W Ipla.pl można zobaczyć między innymi mecze Ligi Mistrzów UEFA, Mistrzostwa Świata w Piłce Siatkowej, seriale, filmy, najnowsze wiadomości oraz klipy i koncerty muzyczne. Za sukcesem Redefine stoi Telewizja Polsat. Właściciele stacji z Zygmuntem Solorzem-Żakiem na czele (drugie miejsce na Liście Najbogatszych

Polaków Forbesa) założyli spółkę w 2008 roku, aby odpowiadała za działania Grupy Polsat w internecie i realizowała projekty niezależne.

Ipla.pl to szczególny przypadek, jej partnerem jest właściciel. Niemniej jednak przykłady innych laureatów Fast 50 pokazują, że w internecie, uważanym za idealne środowisko do rozwijania nowych pomysłów, trudno odnieść sukces bez znalezienia właściwego partnera. Można posunąć się dalej i stwierdzić, że kluczem do spektakularnych osiągnięć jest integracja produktów lub usług na platformie internetowej, a potem sprzedaż klientom detalicznie. Tak działa Redefine, podobnie funkcjonuje Vola.ro, LiveSport, Internet Shop, NetMedia i Inwestycje.pl – pierwsza piątka rankingu.

Redefine dzięki współpracy z Telewizją Polsat może oferować treści znane z ramów-

ki stacji oraz skuteczniej pozyskiwać prawa licencyjne do transmisji rozgrywek sportowych od niezależnych dostawców.

– Udostępniamy materiały znane z kilkunastu stacji telewizyjnych. Ipla przestała być projektem związanym z jedną stacją, zaczyna przynosić korzyści różnym podmiotom z rynku mediów – mówi Marcin Pery, prezes zarządu Redefine.

Podobny model biznesowy realizuje w Rumunii portal turystyczny Vola.ro i jego bliźniaczy polski serwis [Fru.pl](http://Fru.pl).

– Nasze portale sprzedają bilety lotnicze poprzez Travelport GDS, czyli system agregujący oferty (taryfy i dostępność) wszystkich linii lotniczych – wyjaśnia Michał Wrodarczyk, prezes [Fru.pl](http://Fru.pl) i jeden z trzech założycieli Vola.ro.

Kluczowym partnerem laureata Fast 50 jest gigant z siedzibą w Nowym Jorku, ➔

zatrudniający około 3,5 tys. osób w blisko 40 krajach. Jego przychody w 2010 roku sięgnęły 2,3 mld dolarów. Travelport poprzez swój globalny system dystrybucyjny dostarcza oferty linii dopasowane do potrzeb partnera. Dzięki temu serwisy polski i rumuński zyskują podstawowy produkt, który mogą rozwijać – na przykład bilety na trasie Warszawa-Paryż. **Fru.pl** dostaje oferty w języku angielskim, sam dba o ich dobór i prezentację oraz obudowanie usługami (call center itp.).

– Linie oczywiście chciałyby sprzedawać możliwie dużą część swojej oferty przez kanały bezpośrednie, ale na polskim czy rumuńskim rynku rola agencji, w tym w coraz większym stopniu internetowych, jest istotna. Pomijanie agentów doprowadziło do spadku sprzedaży linii. Straty

– Platforma wspiera marketing, dystrybucję i monetyzację gier w modelu Freemium, w które można grać za darmo, ale oferującym płatne dobra – tłumaczy Wojciech Woziwodzki, dyrektor zarządzający Tequila Mobile i jeden z twórców Carrywater Group. Ten absolwent Wydziału Informatyki i Zarządzania Politechniki Wrocławskiej oraz posiadacz dyplomu MBA po SGH/University of Minnesota/Carlson School of Management zarządzał wcześniej projektami w sieciach handlowych, Telekomunikacji Polskiej, w sektorze paliwowym (PKN Orlen) i energetyce (Grupa Energa). Wśród inwestorów i doradców Tequili jest Andy Smith, były szef Google/AdMob na Europę.

Produkt Tequila Mobile funkcjonuje na różnych platformach mobilnych, m.in.

go roku. Cel jest więc ambitny. Ale spółka działa w internecie, zajmuje się urządzeniami mobilnymi, grami i narzędziami społecznościowymi. Wszystkie te rynki rosną i hojnie nagradzają pionierów.

**Bliska współpraca z wieloma** partnerami jest podstawą działalności Inwestycji.pl. Notowana od blisko roku na NewConnect spółka tworzy serwisy internetowe dla inwestorów, dostarcza im informacji oraz oferuje usługi finansowe: od kont osobistych poprzez maklerskie po kredyty.

– Współpracujemy z ponad setką dostawców treści – mówi Grzegorz Czapla, prezes zarządu Inwestycje.pl.

Są wśród nich agencje informacyjne, analitycy, komentatorzy, specjaliści z domów maklerskich, doradcy finansowi, kancelarie prawne i podatkowe, magazyny i portale branżowe czy agencje PR. Część tych treści spółka otrzymuje za darmo, na przykład od domów maklerskich, które chwalą się swoimi analizami dla celów marketingowych. Drugim filarem jej działalności jest współpraca z instytucjami finansowymi oferującymi swoje produkty w pasażu Inwestycje.pl.

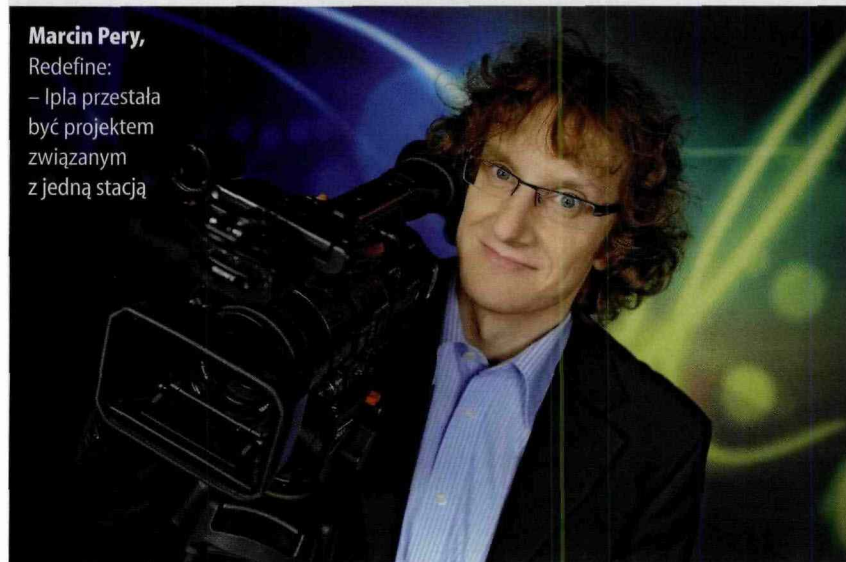
– Znajdziemy tu oferty banków, ubezpieczycieli, domów maklerskich, doradców i pośredników finansowych, firm windykacyjnych, faktoringowych, brokerów forex i funduszy inwestycyjnych – podaje przykłady Grzegorz Czapla.

Wpływy ze sprzedaży usług – oprócz zysków z emisji reklam – są istotnym elementem budżetu. Na przykład za założenie konta osobistego bank płaci od kilkudziesięciu do nawet 100 złotych.

Z kolei NetMedia pobiera prowizję od kilku do kilkunastu procent od sprzedanego przez własne serwisy internetowe biletu lotniczego, wycieczki czy noclegu.

– Klienci przenoszą się do internetu, bo tam jest taniej i wygodniej. A hotele i inni dostawcy usług współpracują z nami, bo zapewniamy dostęp do klientów. Korzystanie z naszych serwisów jest tańsze od budowy samodzielnego systemu – mówi Andrzej Wierzbka, prezes NetMedii.

Internet, upodabniając się do innych sfer gospodarki, traci nieco z romantycznego uroku przystani dla samotnych biznesowych żeglarzy. Choć łatwiej jest tu wyruszyć na szersze wody, a po drodze znaleźć odpowiednich partnerów. **1**



**Marcin Pery,**  
Redefine:  
– Ipla przestała być projektem związanym z jedną stacją

z tego tytułu przewyższyłyby koszty dystrybucji, które ponoszą, korzystając z usług agencji – tłumaczy Michał Wrodarczyk.

**Model biznesowy Ipla.pl czy Fru.pl** próbuje odwrócić Tequila Mobile, spółka z Wrocławia powołana do życia przez twórców Carrywater Group – polski holding świadczący między innymi usługi zarządzania dużymi projektami i doradcze, głównie związane z IT. Spółka, trzecia w kategorii Rising Stars Fast 50, zbudowała internetową platformę do dystrybucji gier na urządzenia mobilne (zwykle komórki, smartfony, tablety) – Tequila Planet. Gracze z całego świata mogą z platformy ściągać gry, a następnie dokupywać ich elementy lub komunikować się ze sobą dla wspólnej zabawy albo wymiany opinii.

Android/Google, iOS/Apple, JAVA. Wojciech Woziwodzki wierzy, że stwarzanie nowych możliwości marketingu i dystrybucji będzie dla producentów bardziej interesujące niż advergaming, czyli gry z reklamami. Tequila Planet zapewnia narzędzia umożliwiające śledzenie zachowań graczy i dostosowywanie oferty do ich potrzeb, z których korzysta kilkunastu deweloperów.

– Nasza platforma zdobyła 3 mln użytkowników z 80 krajów, w dwa lata zamierzamy pozyskać 100 mln – zapowiada Wojciech Woziwodzki i ma nadzieję, że w tym czasie liczba współpracujących deweloperów zbliży się do setki.

Oznaczałoby to, że Tequila Mobile chce odnieść sukces na miarę Twittera. Właśnie 100 mln aktywnych użytkowników miał ten popularny mikroblog we wrześniu te-