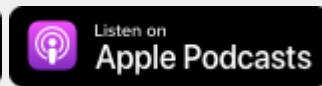


Pierwsze kroki w IT

PODCAST



Shopify - ecommerce, który pokochają Twoi klienci

Gość: Bartosz Lewandowski

Wszystkie polecane materiały i linki znajdziesz na stronie odcinka:

<https://devmentor.pl/b/shopify-ecommerce-ktory-pokochaja-twoi-klienci>

Dziś moim gościem jest Bartosz Lewandowski. Bartek opowie nam o platformie Shopify, która pozwoli uruchomić sklep internetowy dla Twojego klienta. Bartku, dziękuję, że przyjąłeś moje zaproszenie na rozmowę.

Witam wszystkich serdecznie i dziękuję za zaproszenie.

Zacznijmy od Twojej osoby. Powiedz nam, co łączy Cię z branżą IT?

Nazywam się Bartosz Lewandowski. Od ponad trzech lat jestem programistą Shopify. W swojej karierze tworzyłem sklepy Shopify w technologii headless, to znaczy używałem Shopify jako CMS-a. Do tego używaliśmy Next.js bądź Reacta do obsłużenia frontendu. Dodatkowo tworzyłem wiele aplikacji na Shopify. Bazowałem na gotowych szablonach i tworzyłem szablony od podstaw. Od kilku miesięcy prowadzę swojego bloga, na którym dzielę się informacjami o Shopify i o technologiach frontendowych.

Skoro mamy dzisiaj mówić o Shopify, to może zaczniemy od tego, czym w ogóle to jest. Czy to taki odpowiednik SaaS-owy WooCommerce'a, znanego z WordPressa?

Shopify to usługa SaaS, która umożliwia zakładanie i prowadzenie sklepów internetowych. Ważne jest to, że WooCommerce to jest wtyczka do WordPressa i tam musisz mieć własny hosting. Na Shopify hosting jest gwarantowany przez Shopify i jest on bardzo wydajny. Dodatkowo Shopify oferuje bardzo dużo darmowych funkcji. Przykładowo: analityka, płatności, darmowe integrację z bramkami płatności. Shopify oferuje bardzo dużo aplikacji. Mówimy tutaj o ponad 8 tysiącach aplikacji na samym sklepie.

Te aplikacje, to jest coś takiego jak pluginy w WordPressie, tak?

Tak, dokładnie. To są aplikacje, pluginy od mailowych po aplikacje z gotowymi sekcjami, które możemy sobie dodać do swojego sklepu.

Rozumiem, że każda aplikacja jest płatna, czy znajdziemy też takie, które są bezpłatne? Na WordPressie często mamy darmowy plugin

który potem możemy rozszerzyć na wyższe pakiety, które dają więcej możliwości. A jak jest tutaj ?

Na Shopify jest jeszcze troszeczkę inaczej, ponieważ Shopify oferuje sklepy developerskie. Na tych sklepach możemy sobie zacząć tworzyć swój sklep, a dopiero później, gdy chcemy usunąć hasło z tego sklepu, musimy wykupić plan. Bardzo wiele aplikacji jest zupełnie darmowych na takich developerskich planach i oferuje wszystkie funkcje. Oczywiście, jest też bardzo dużo aplikacji, które oferują stricte darmowe plany, ale później trzeba wykupić większy plan.

Mam wrażenie, że jak zaczynałem tworzyć sklepy internetowe czy strony, to było dużo łatwiej, choćby dlatego, że polityka prywatności, regulaminy, cookies i inne rzeczy były prostsze. Teraz to dość zawiłe. Czy Shopify udostępnia gotowy plan związany z tego typu usługami? Czy jest osobna aplikacja, która to ułatwia? Czy to jednak gruby temat i trzeba kontaktować się z prawnikiem?

Shopify oferuje wbudowaną funkcję cookies, którą można dostosować do różnych krajów, i to jest darmowe. Jeżeli chodzi o polityki, oferuje takie templatki, aczkolwiek, z tego co się orientuję, są one tylko na zagranicę, nie ma polskiej templatki. Ja zawsze wychodzę z założenia, że coś takiego trzeba skonsultować z prawnikiem.

Jak myślisz, czy ludzie są przerażeni ilością makulatury, którą trzeba przerobić, żeby móc postawić sklep internetowy?

Myślę, że ludzie tak do tego nie podchodzą. Wychodzą z założenia, że to dosłownie chwila i wszystko będzie załatwione. Zaczynają o tym myśleć dopiero wtedy, gdy sklep jest gotowy.

To w zasadzie dobrze dla nas, bo gotowy, zapłacony.

Tak i dopiero później klient chodzi po prawnikach i myśli o polityce prywatności.

Powiedz nam, jak wygląda uruchomienie sprzedaży w takim sklepie. Czy jest tu potrzebna znajomość programowania? Jak wysoki jest próg wejścia?

Znajomość programowania nie jest potrzebna. Myślę, że próg wejścia jest stosunkowo niski, ponieważ polega to na wybraniu odpowiedniej templatki. Są templatki darmowe i są też płatne. Ja wychodzę z założenia, że jeżeli ktoś dopiero zaczyna, to darmowa templatka w zupełności wystarczy, szczególnie jeśli sprzedaje jeden lub kilka produktów.

Czy darmowa templatka równa się darmowemu planowi, czy to dwa różne tematy?

Nie, to są dwa różne tematy, trzeba mieć wtedy płatny plan.

I jaka to jest mniej więcej cena?

Jeżeli chodzi o najniższy plan, bodajże zaczyna się on od 32 dolarów miesięcznie. Także, jak wspomniałem, na początku zachęcam do użycia darmowej templatki. Jeżeli ktoś ma tych produktów więcej niż dziesięć, kilkadziesiąt, to musi użyć tej płatnej templatki. Ceny takich templatek zaczynają się od 200 do 400 dolarów. Jest to płatność jednorazowa. Oczywiście te templatki można dalej obudowywać. Czyli jeżeli ktoś będzie chciał dobudować jakąś sekcję, której nie ma, to też jest taka

możliwość, tylko że wtedy są wymagane umiejętności techniczne – trzeba znać, założmy: JS, Liquid i CSS.

Zastanawiam się na ile Liquid jest podobny do szablonów, na przykład z PHP Smarty. Teraz, chyba już nie są one tak bardzo popularne, ale czy działa to na podobnej zasadzie? Czy trudno Ci powiedzieć, bo akurat nie miałeś do czynienia ze Smarty?

Nie miałem do czynienia ze Smarty, ale Liquid to jest język szablonów w Shopify. To jest, założmy, HTML, który jest wzbogacony o dodatkowe funkcjonalności, jak logika, pętle, warunki.

Nie wydaje się, żeby to było bardzo trudne. Jak ktoś zna JavaScript, to myślę, że sobie poradzi z czymś takim bardzo szybko.

Tak. Myślę, że to będzie kwestia dosłownie kilku godzin, żeby się zaznajomić ze wszystkim.

To wydaje się dość wygodne, ale czy osoby, które na przykład chcą sprzedawać, są w stanie ogarnąć wszystko czasowo? Czy ustawienie takiego sklepu internetowego zajmie dużo czasu osobie, która nie jest doświadczona? Czy lepiej to komuś zlecić?

Jeżeli ktoś ma już jakiś background techniczny, to myślę, że jest to w stanie zrobić sam. Aczkolwiek osoby, które nie mają żadnej wiedzy technicznej, też są w stanie zrobić to na podstawie poradników. Jeżeli chodzi o taki ogólny setup sklepu na Shopify, to jest kwestia zintegrowania kurierów czyli zainstalowania odpowiedniej aplikacji, dodania bramki płatności, kupienia szablonu lub bazowania na nim. Później, jeżeli ktoś chce sobie ten szablon customizować, polega to na przesuwaniu bloków.

A co dostajemy w darmowej opcji? Czy ta darmowa opcja pozwala nam sprzedawać na polskim rynku? Wiem, że różnie z tym bywa, jeśli chodzi o płatności, faktury itd. Czy w tej bazowej opcji faktycznie możemy zacząć sprzedawać, czy to jest dość trudne i trzeba mocno kombinować, żeby to miało sens?

Żeby rozpocząć sprzedaż na Shopify, tak jak wspomniałem, potrzebujemy szablonu, może być to darmowy szablon. Potrzebujemy też integracji z kurierem. W Polsce na przykład bardzo popularne są paczkomaty InPost. Na szczęście aplikacja paczkomatów InPost jest zupełnie darmowa, więc można ją sobie zainstalować. Bramki płatności też są darmowe, oczywiście pod warunkiem, że mamy wcześniej podpisaną z nimi umowę. Shopify pobiera jednak opłatę za bramkę płatności, bodajże jest to ponad 1% od transakcji.

Jeszcze powiemy jedna rzecz odnośnie płatnych szablonów. Wspomniałeś, że one kosztują nawet 400 dolarów. Znalazłem też na jakimś konkurencyjnym serwisie troszkę taniej, ale warto przestrzec słuchaczy, że te szablony mogą nie współgrać dobrze z tym sklepem, do którego są dostosowane, bo nie są weryfikowane.

Tak, potwierdzam.

Jakie są zalety Shopify w porównaniu z innymi popularnymi platformami. Troszkę wspomniałeś o WooCommerce. Mamy też PrestaShop, Magento. Co wyróżnia Shopify na ich tle?

Przede wszystkim Shopify oferuje hosting, to znaczy, że nie musimy się martwić o przeciążenia. Shopify jest w stanie obsłużyć bardzo duży ruch.

Na Shopify Plus, czyli na najwyższym planie, Shopify jest w stanie obsłużyć nawet 40 tysięcy koszyków na minutę, to jest bardzo duża liczba. Shopify jest moim zdaniem bardzo intuicyjną platformą w przeciwieństwie do pozostałych. Jak już wcześniej mówiłem, Shopify jest płatny, więc musi oferować coś dodatkowego, coś lepszego.

I tymi rzeczami są na przykład wbudowana analityka. Możemy tak śledzić swoją sprzedaż, Shopify udostępnia bodajże ponad 100 gotowych raportów. Dodatkowo mamy wbudowane maile oraz bardzo dużo gotowych integracji z aplikacjami. Integracja z kanałami sprzedażowymi również nie stanowi problemu.

Zastanawiam się teraz, czy możesz nam powiedzieć, ile średnio Twój klient musi wydać miesięcznie na sklep, żeby działał zgodnie z jego oczekiwaniami? Czy to jest 100 dolarów miesięcznie, czy może więcej lub mniej?

To zależy od skali sprzedaży i zapotrzebowań klienta. Załóżmy, że klient ma 30 produktów, czyli jest to mały sklep. Taki sklep będzie kosztować 32 dolary miesięcznie. Do tego dochodzą aplikacje. Jeżeli klient chce mieć na sklepie Orlen Paczkę, to musi dopłacić za taką aplikację, która kosztuje około 15 dolarów miesięcznie. Wtedy wychodzi już około 47 dolarów miesięcznie. Jeżeli klient chce dodatkowe funkcje, to oczywiście 'musi liczyć na dodatkowe opłaty.

Ja miałem do czynienia z PrestaShop i WooCommerce, gdzie każda mała aplikacja wymagała zakupu, co oznaczało wysokie koszty, nawet do 800 złotych. Czy tutaj też musimy się liczyć z takimi kwotami?

Raczej nie. Średnio aplikacje kosztują od 10 do 20 dolarów, a droższe plany są przeznaczone dla rozwiązań enterprise'owych. Myślę, że klient powinien się zamknąć w kwocie do 100 dolarów, jeżeli to ma być już większy sklep.

Przejdźmy teraz do modyfikacji tego, co otrzymujemy od Shopify, czyli wyglądu i funkcjonalności. Czy programiści mogą w łatwy sposób wpłynąć na wygląd? Już wspominałeś trochę o skórcie, ale jak wygląda to z punktu widzenia funkcjonalności i aplikacji?

Modyfikować szablon możemy z poziomu edytora, gdzie przesuwamy bloczki, edytujemy teksty, zmieniamy kolory, zdjęcia i tak dalej. Jeżeli chcemy dodać sekcję, której nie ma w danym szablonie, możemy zrobić to samodzielnie, ale wymaga to znajomości Liquid'a, JS'a i CSS'a.

A co z wersjonowaniem zmian? Czy możemy pobrać kod, zmodyfikować go, zapisać na GitHubie, wrzucić na serwer i móc do niego wracać? Albo może jest taka opcja w panelu administracyjnym? Czy nie mamy tu możliwości cofania się w historii, posiadania większej kontroli albo może nawet automatyzacji?

W panelu Shopify możemy mieć wiele szablonów, czyli pracować możemy na jakimś szablonie, ale opublikowany może być zupełnie inny. Gdy skończymy pracę nad danym szablonem, możemy go opublikować. Możemy też pobrać szablon i pracować na nim bezpośrednio z VS Code.

A co z tą funkcjonalnością? Co z pluginami? Czy modyfikując jakieś rozwiązania, mam tu na myśli te aplikacje, o których

wspominałeś, możemy od razu je dodać do naszego sklepu, czy to musi przejść jakąś weryfikację?

W momencie, gdy chcemy zainstalować taką aplikację, musimy wejść na szablon i tę aplikację po prostu włączyć. Jeżeli mówimy o aplikacji, która faktycznie coś pokazuje w kodzie, czyli, założymy, dodaje nową sekcję, to wtedy musimy wejść do edytora i tam dodać kolejny bloczek, którym już nie będzie ta sekcja, tylko aplikacja.

To weryfikacja jest potrzebna, czy na naszym sklepie możemy robić wszystko, co chcemy? Mam tu na myśli weryfikację aplikacji. Jeżeli chcielibyśmy ją dodać, to ona musi być zweryfikowana, czy możemy ją sobie dodać do własnego sklepu dowolnie, kiedy chcemy i jak chcemy?

Jeżeli chodzi o aplikacje, które są w sklepie Shopify, to one wszystkie są zweryfikowane pod względem wydajności i tak dalej. Wszystko jest dokładnie sprawdzone przez zespół Shopify. Jeżeli chodzi o klienta, który ma sklep i chce sobie dodać taką aplikację, po prostu ją instaluje i to wszystko.

A jeżeli Ty dostajesz dodatkowe zlecenie na super funkcjonalność, której nie ma w Shopify i ją tworzysz, to musisz ją wrzucić do sklepu, żeby ten klient mógł sobie to dodać, czy możesz od razu dodać do sklepu klienta?

Jest możliwość tworzenia aplikacji tylko dla określonego sklepu. Czyli tworzymy aplikację, udostępniamy ją tylko dla konkretnego sklepu i wtedy ta aplikacja nie musi przechodzić już tej całej weryfikacji na Shopify App Store.

Jakich technologii potrzebujemy, żeby móc coś takiego zrobić?

Jeżeli chodzi o budowanie szablonu, to, tak jak już wspomniałem, potrzebujemy Liquid, CSS oraz JavaScript. Jeżeli ktoś pisze szablon od podstaw, to nie będzie tego raczej pisał w czystym JavaScriptcie czy CSS-ie. Do tego już musi być skonfigurowane repozytorium, tam wtedy używamy Typescript i założymy SCSS-a.

Jeżeli mówimy o technologii headless, to znaczy łączymy Shopify jako CMS plus Next.js lub React i tak dalej, to wtedy musimy znać te technologie plus GraphQL i jakiś framework frontendowy.

Rozumiem, że mamy tutaj REST API normalny, nie musi tu być GraphQL czy coś takiego? W zasadzie może być React, może być Next.js, cokolwiek, tak? Wystarczy, żebyśmy się tam łączyli z bazą danych Shopify i to nam wystarczy, potwierdzasz?

Tak, łączymy się z Shopify przez API, może to być REST API, może to być GraphQL. Nie ma to żadnej różnicy.

Jacy klienci decydują się na takie rozwiązanie? Bo rozumiem, że to więcej kosztuje i może być bardziej pracochłonne, zarówno dla Ciebie, jak i dla klienta, który będzie musiał określić, czego dokładnie potrzebuje.

Na sklep typu headless raczej decydują się klienci, którzy mają budżet i są w stanie później ten sklep utrzymywać. W takim sklepie klient sam sobie nie doda nowej sekcji i tak dalej. Muszą to zrobić programiści, którzy znają na przykład Reacta. Koszty utrzymania takiego sklepu są więc na pewno wyższe.

Czy klienci chętniej decydują się na obsługę abonamentową? Czyli na przykład umawiacie się na 10 godzin miesięcznie, na jakąś stawkę i klient wie, że jesteś dostępny, czy wolą nie płacić i czekać na realizację oraz Twoją dostępność?

Jeżeli chodzi o sklepy headless, to tak jak wspomniałem, na to rozwiązanie przeważnie decydują się bardzo duże sklepy i tam budżety są naprawdę ogromne. Nie mówimy o 10 godzinach miesięcznie, to może być nawet 500 godzin na utrzymanie sklepu, jego rozbudowę, testy A/B i tak dalej.

Czyli tutaj cały zespół jest potrzebny, a nie jedna osoba. To faktycznie poważniejszy temat.

Tak, jeśli mówimy o headless, to raczej o całym zespole, który utrzymuje i buduje taki sklep.

Chciałbym teraz zapytać o wsparcie polskiego użytkownika. Wiem, że w różnych rozwiązaniach czasami są problemy z podatkami, fakturami czy wsparciem. Jak to wygląda w Shopify? Czy Shopify jest już gotowy na obsługę polskiego użytkownika?

Moim zdaniem Shopify jest gotowy na obsługę polskiego użytkownika, jeżeli sprzedaje on w jednej walucie. Na przykład, jeśli mamy sklep w Polsce i sprzedajemy w złotych, to jak najbardziej możemy to zrobić. Jeśli jednak chcemy sprzedawać w kilku walutach, są pewne ograniczenia, ponieważ w Polsce nie mamy Shopify Payments, więc na stronie koszyka można wyświetlać tylko jedną walutę. Klient może robić zakupy tylko w domyślnej walucie.

A jak wygląda sytuacja z fakturami? Wspominałeś o integracji z InPost czy Orlen Paczką, więc tutaj nie ma problemu, ale co z innymi kurierami, typu DPD, oraz z integracją z Przelewami24? Czy to wszystko jest dostępne?

Fakturownia ma gotową integrację, czy to oficjalną, czy przez Baselinker, zależnie od wybranego rozwiązania. Chodzi o wysyłanie klientowi faktury po opłaceniu zamówienia. Jeśli chodzi o kurierów, mamy też darmową oficjalną integrację z InPostem. Dodatkowe funkcje, jak Orlen Paczka, są płatne, podobnie jak Przelewy24. Działa to na zasadzie zainstalowania dodatkowej aplikacji. Te aplikacje są darmowe, ale Shopify pobiera opłatę od każdego zamówienia.

Jeszcze chciałem zapytać o gotowe rozwiązania. Czy Stripe jest dostępny? Zastanawiam się, czy nie rozwiązuje problemów, o których wspomniałem, jak automatyczne faktury czy płatności w różnych walutach.

Spotkałem się, że Stripe jest używany w sklepach, by klienci mogli płacić kartą, co na checkoucie fajnie widać, bo ktoś może po prostu podać kartę. Jednak polscy klienci z mojego doświadczenia są przyzwyczajeni do polskich bramek płatności, jak Przelewy24, Tpay czy imoje. Więc klienci decydują się na Stripe tylko dlatego żeby na checkoucie mieć tę kartę, że możesz podać numer i opłacić zamówienie. To jest raczej taki dodatek.

Nie wiem, czy Twoi klienci się skarżą, ale pamiętam, jak chciałem podpisać umowę z Przelewy24. Był to plik dokumentów i czas liczony w miesiącach, żeby wszystko załatwić. Z kolei w przypadku

Stripe to było kilka kliknięć i po sprawie. Potwierdzasz, że tak nadal jest?

Tak, podpisanie umowy z Przelewami24 jest bardzo uciążliwe. Radzę klientom pisać do nich przynajmniej jedną wiadomość tygodniowo, żeby to przyspieszyć. Wtedy można to załatwić w ciągu dwóch, trzech tygodni.

Czyli trzeba uzbroić się w cierpliwość i trochę ich pomęczyć. Niewiele się zmieniło od pięciu lat. Wracając do Shopify, wspominałeś o tym, że hosting nie jest potrzebny i mamy tu 40 tysięcy zakupów na minutę. Brzmi to super, ale czy pojawiają się tu problemy optymalizacyjne albo zwiększonego ruchu, kiedy coś się dzieje? Czy to faktycznie wytrzymuje? Przyznam, że jestem mocno zdziwiony, bo wszyscy mają problemy wydajnościowe, prędzej czy później się pojawiają. Czy była taka historia, czy my jakoś na to mamy wpływ? Na przykład nie powinniśmy instalować nie wiadomo ilu aplikacji albo czegoś nie robić, żeby tych problemów nie było.

Jeszcze nie spotkałem się z sytuacją, gdzie sklep Shopify miał problemy z wydajnością. Oczywiście zdarzają się jakieś problemy, że panel administracyjny ma lagi bądź się zacina i nie jest dostępny przez godzinę. Takie błędy się zdarzają, aczkolwiek mogę śmiało powiedzieć, że raz na kilka miesięcy. Myślę, że to nie jest jakiś duży problem. Jeżeli chodzi o aplikacje, spotykałem się z klientami, którzy mieli zainstalowane 30 aplikacji, a takie aplikacje oczywiście wpływają na wydajność. Dlatego zawsze zalecam używanie ich jak najmniej. Jeżeli jakiejś aplikacji nie używamy, to ją usuńmy.

Mówiliśmy o polskim wsparciu, ale nie zapytałem, jak wygląda wsparcie supportu. Czy jako klienci, a nie programiści, możemy się zgłosić do supportu? Czy jest czat, może telefon? W jakim języku możemy porozmawiać?

Shopify oferuje wsparcie całodobowe. Możemy wejść na stronę ich supportu i do nich napisać na czacie. Nie ma aktualnie wsparcia w języku polskim, tylko w angielskim. Shopify ma to rozwiązane tak, że na początku wybieramy kategorię problemu, a później łączymy się z odpowiednim konsultantem. Ten konsultant jest wykwalifikowany w danym temacie i jest w stanie bardzo szybko pomóc. Dodatkowo ma dostęp do naszego sklepu, także może nas instruować.

A na ile faktycznie to jest pomocne? Mam do czynienia z wieloma różnymi platformami, niekoniecznie e-commerce. Ale po pierwsze, żeby się przedostać do człowieka, przez bota to męka. A po drugie, problem jest taki, że okazuje się, że ta osoba ma mniejszą wiedzę na temat platformy niż ja. Przynajmniej często tak mi się wydaje. Czy spotkałeś się z czymś takim, że ten support nie jest najwyższych lotów?

Szczerze mówiąc, nie. Tak jak wspomniałem, przed połączeniem się z konsultantem wybieramy kategorię problemu, a Shopify łączy nas z odpowiednim konsultantem. Na przykład, jeżeli są to problemy z płatnościami, łączymy się z konsultantem, który tylko tym się zajmuje. I naprawdę ma całą potrzebną wiedzę, żeby nam pomóc.

Przejdźmy teraz do wsparcia programistów. Wiemy, że możemy tworzyć własne rozwiązania i mamy opcję testowania ich na wersji testowej. Czy mamy tu jakiś proces weryfikacji zewnętrznych rozszerzeń? Już wspominałeś, że tak, ale możesz nam powiedzieć, jak wygląda taki proces? Czy jest trudny? Czy za to się płaci? I czy warto to zrobić, bo można na tym zarobić?

Każda aplikacja, którą chcemy mieć na Shopify App Store, musi przejść weryfikację. Taka weryfikacja kosztuje bodajże 19 dolarów. Aplikacja jest sprawdzana pod kątem błędów bezpieczeństwa oraz wydajności. To samo dotyczy szablonów, jeżeli chcemy opublikować szablon na oficjalnej stronie Shopify, musimy przejść weryfikację. Bada się, czy szablon nie zawiera błędów i czy jest szybki.

Możesz zdradzić, czy czegoś nie ma w aplikacjach, co warto byłoby zrobić, ale nie miałeś czasu, żeby to napisać?

Tak, nie ma bezpośredniej integracji z Allegro. To znaczy, jest integracja, ale nie z poziomu aplikacji, tylko obsługiwana przez Baselinker.

W takim razie, jeśli ktoś słyszy nas z Allegro, to można coś takiego napisać. Czas chyba na dobre rady albo i niedobre. Jakie problemy mogą napotkać programiści podczas pracy z Shopify?

Jeżeli chodzi o rozwiązania headless, to jak wspomniałem, tutaj potrzebna jest wiedza stricte techniczna. Programista nie wystarczy, że zna tylko JavaScript, musi też znać jakiś framework, na przykład Next.js albo React. A przy zwykłych szablonach tak naprawdę wystarczy znajomość JavaScript i CSS.

Teraz czas na dobre rady dla osób, które uczą się programowania i chcą uruchomić swój sklep internetowy albo dla swojego znajomego.

Jeżeli ktoś zakłada pierwszy sklep, ja zawsze radzę, żeby bazował na darmowym szablonie albo kupił sobie płatny i go dostosował. Takie rozwiązanie jest szybsze, niż pisanie szablonu od podstaw. Dodatkowo, jeśli ktoś dopiero zaczyna, może kupić gotowy szablon, zajrzeć w kod i zobaczyć, jak to wszystko wygląda, jak ktoś to napisał i jak się powinno pisać. Jak wspomniałem, te szablony są sprawdzane, żeby były zgodne z dobrymi praktykami i były dobrze napisane. Czyli kupujemy sobie szablon albo bazujemy na darmowym i możemy zobaczyć, jak stworzyć taki szablon, aby w przyszłości napisać go samodzielnie.

Jak już wiemy, jak to zrobić, to czas zadać pytanie, ile możemy na tym zarobić, bo przecież do tego to się sprowadza.

Zarobki są naprawdę różne i zależą od tego, co dany programista robi. Rozróżnimy programistę, który tylko dostosowuje szablon dla klienta, a programistę, który pisze sklepy headless. To zupełnie inny poziom technologiczny i umiejętności, więc można śmiało powiedzieć, że programiści headless zarabiają o wiele więcej. Dodatkowo trzeba też odróżnić pracę freelancera od pracy w agencji oraz to, czy pracujemy dla polskiej agencji, czy dla zagranicznej, bo oczywiście z zagranicznej agencji można zarobić o wiele więcej.

Podejrzewam, że podobnie jest z klientami. Polscy klienci mogą zapłacić dużo mniej niż zagraniczni. Mam wrażenie, że za granicą Shopify jest dużo lepiej znane niż w Polsce. Pewnie też dlatego tych Payments Shopify jeszcze nie ma w Polsce, ale myślisz, że w

niedalekiej przyszłości to się zmieni? W sensie, że rynek polski rozwija się na tyle, że Shopify będzie bardziej zainteresowane tym tematem?

Tak, myślę, że to się niedługo może zmienić. Tutaj zdradzę taki smaczek, że ostatnio znaleziono wzmiankę o Przelewach24 w kodzie Shopify, to może być jakiś ruch w kierunku wprowadzenia Shopify Payments w Polsce. Dodatkowo Shopify ostatnio przetłumaczyło swoją stronę na język polski, co również przybliży nas do tego, aby wprowadzić Shopify Payments.

A jest jakaś społeczność Shopify, która się wspiera? Mam na myśli ogólną społeczność oraz czy istnieje już jakaś polska społeczność, która ma swoje forum albo jakieś miejsce, gdzie można szukać informacji na ten temat?

Jest bardzo dużo grup na Facebooku, też jestem na takich grupach. Pojawia się coraz więcej postów, ludzie zadają pytania i sobie nawzajem pomagają. Na tych grupach są też programiści, którzy służą pomocą techniczną i doradzają, na przykład czy dana aplikacja jest dobra, czy dane rozwiązanie jest sensowne. Jeżeli potrzebujemy jakiegoś wsparcia, wskazówek czy pomocy, to zachęcam do dołączenia do takich grup.

Zapytałem Cię o to, ile możemy zarobić, a tak naprawdę nie padły żadne konkretne kwestie finansowe ani ceny. Możesz nam podać, jaki jest koszt dla klienta, co pomoże zrozumieć, ile możemy zarobić? Wiem, że wszystko zależy od różnych czynników, ale może jakiś przykład, żeby było wiadomo, czego się spodziewać i nie psuć rynku, jak to się ładnie albo i brzydko mówi.

Stworzenie sklepu na gotowym szablonie zaczyna się od 12 tysięcy, według mojego doświadczenia, to są ceny rynkowe. Mówię tutaj o agencjach, ponieważ większość z nich zaczyna rozmowy od 12 tysięcy w górę, poniżej tej kwoty tak naprawdę nie mamy o czym rozmawiać. Freelancerzy mogą liczyć na fajne zarobki, a dostosowanie takiego szablonu powinno zająć od 20 do 40 godzin, jeżeli ktoś już ma wiedzę na temat Shopify i wie, jak to działa. Mówię tutaj o samym developmencie, czyli ustawieniu tego szablonu. Oczywiście trzeba też doliczyć czas na setup, dodanie aplikacji, płatności, kurierów i tak dalej.

Są też miejsca, w których możemy zoptymalizować swoje działania. Ty jako osoba, która tworzy sklepy, możesz mieć na przykład jakieś narzędzie do eksportu i importu ustawień. Dzięki temu nie trzeba robić wszystkiego od nowa za każdym razem, można to zrobić raz, a potem używać ponownie. Na przykład klienci polscy mają podobny układ albo konfigurację, która pozwoli nam przyspieszyć tworzenie sklepu.

Zawsze jak zaczynam tworzyć sklep dla klienta na gotowym szablonie, mam listę rzeczy, które muszę wykonać. Dzięki tej liście nie muszę pamiętać czy wszystko zrobiłem, po prostu odznaczam. Myślę, że to jest kluczowa rzecz, żeby mieć taką checklistę i realizować zadania.

Czy jesteś w stanie polecić jakąś książkę dla osób, które chcą lepiej poznać tajniki e-commerce?

Szczerze mówiąc, nigdy nie czytałem książek stricte o e-commerce, ale jeżeli kogoś interesuje tematyka Shopify, to zachęcam do czytania

blogów agencji. Można się z nich bardzo dużo dowiedzieć, zarówno o sprawach technicznych, jak i o ogólnych kwestiach sprzedażowych czy UX. Myślę, że takie blogi są skarbnicą wiedzy.

Bartku, na koniec, gdzie możemy Cię znaleźć w sieci? Gdzie ludzie mogą Cię pytać o rozwiązania lub jeśli chcą stworzyć własny sklep internetowy i potrzebują kogoś, kto się tym zajmie, to gdzie mają Cię szukać?

Prowadzę swojego bloga, gdzie jest zakładka o mnie. Można do mnie napisać na bartoszlewandowski.dev. Jestem też aktywny na LinkedIn, więc można śmiało dodawać mnie do kontaktów.

Super! Bartku, bardzo dziękuję Ci za rozmowę i podzielenie się z nami swoimi doświadczeniami.

Ja również dziękuję!