

19.09.2025 r.



# #410

---

TRANSKRYPT ODCINKA

## Kulisy Pancernika

Partnerami tego podcastu są: [iDream.pl](https://idream.pl) oraz [Pancernik.eu](https://pancernik.eu).

[MUZYKA]

***Tu Krzysztof Kołacz, a ty słuchasz właśnie podcastu, „Bo czemu nie?”. Usłyszysz w nim o technologiach, które nas otaczają i nas w tych technologiach zanurzonych. Sprawdzam, pytam i podpowiadam jak korzystać z nich tak, aby to one służyły nam, a nie my im.***

W dzisiejszym [odcinku](#) zaglądamy za kulisy działalności Pancernika.

Proszę, zostaw opinię na [Apple Podcasts](#) lub na [Spotify](#). Twój głos ma znaczenie!

Zaczynamy.

---

[MUZYKA CICHNIE]

[KRZYSZTOF] Czołem, Moi Drodzy!

Dziś mam dla Was, a właściwie to mamy, obiecany dawno, dawno temu odcinek, odcinek, w którym zajrzemy za kulisy pracy i działalności tak dużego przedsięwzięcia, jakim jest Pancernik.eu, partner tego podcastu. Z tego odcinka dowiecie się zatem, jak to jest prowadzić firmę dostarczającą akcesoria do tak wielu technologicznych gadżetów i same gadżety w 2025 roku, gdy ilość tych technologicznych premier, zarówno za nami, jak i przed nami, jest naprawdę przeogromna. Jak za tym nadążyć? Jak słuchać potrzeb klientów, czyli Waszych potrzeb? Będzie także o tegorocznych targach IFA, na których załoga Pancernika wystąpiła w roli wystawcy po raz pierwszy. Zapnijcie zatem pasy, a zanim przedstawię Wam moich dzisiejszych gości, przypomnę jeszcze, że wszelkie linki do osób, rzeczy i innych spraw, które padną w tym odcinku, znajdziecie w jego opisie i pod adresem [bochemunie.pl/410](https://bochemunie.pl/410), jak 410. odcinek, który niniejszym rozpoczynam.

Tam także namiary na mój autorski, okołotechnologiczny [newsletter](#), który wysyłam w każdą sobotę o poranku. Sprawdź, może to coś dla Ciebie. I żebyśmy mieli już jasność na samym początku, jeszcze pozwólcie, że przypomnę pierwszy i ostatni raz, że z kodem „**pancernebochemunie**” pisane razem, bez żadnych udziwnień, dostajecie również bez żadnych udziwnień -12% zniżki na cały koszyk. Po prostu, ode mnie i od Pancernika, rzecz jasna.

A dziś są ze mną Kacper Lorenc i Maciek Klepacz. Cześć, Panowie!

[KACPER I MACIEK] Dzień dobry, cześć!

[KRZYSZTOF] Takie synchro, piękne, powitanie. Na początek, ja bym nie był sobą, oczywiście, gdybym nie zapytał Was o to, jak zaczęła się Wasza przygoda z nowymi technologiami i, doprecyzowując od razu, bo wiem, że obydwoje korzystacie z Maków, z Makami również, z całym Apple, ale zaczynając po kolei od tych technologii *sensu stricte*, to może od Ciebie, Kacper, zaczniemy. Kiedy to było i jak się zaczęło?

[KACPER I MACIEK] W porządku, zastanawiając się nad tym pytaniem, stwierdziłem, że nie wiem, czy odpowiadać Tobie, kiedy zaczęła się przygoda z Apple, bo tutaj pewnie bardziej by Cię to interesowało, ale... stwierdziłem, że w sumie zaczniemy od samych początków i moje pierwsze początki to był... to był pecet odpalony w łazience bodajże, bo nigdzie indziej nie było wolnego gniazdka i pierwsza gra, Colin McRae 2! Także tam się zaczęło tyle, że technologicznie podchodziłem do tego tak, że po pół roku ja... musiałem umieć wgrać tam nowego Windowsa, musiałem crackować grę, jak to bywało w dawnych czasach, także od samych podstaw rozgrzebałem ten komputer, złożyłem ponownie, później usprawniłem. Tak chyba zaczęła się ta historia, a później przeskoczę już bardzo szybko do iPhone'ów i Apple, bo to też była historia, na którą nie ma co, wtedy bardzo czekałem. To były lata studenckie, to już trochę lat temu, ale z kolegą cały czas rozmawialiśmy o Apple, o designie, o Johnym Ive'ie, o wszystkich rzeczach, które się dzieją wokół marki. Pierwszym moim telefonem marki Apple to był iPhone 5S. I pamiętam moment zakupu, kiedy jakiś dziwny pan przyjechał na dziwnym skuterze typu Glovo, przywiózł mi go w pudełku, w różowym etui i z małym wgnieceniem na obudowie.

[KRZYSZTOF] Czyli używanego kupowałeś?

[KACPER I MACIEK] Używanego, tak, tak, tak. To były wówczas niewyobrażalne pieniądze, bodajżeE tysiąc dwieście złotych. Ale następnego dnia, kiedy ja

wchodziłem z tym iPhone'em w kieszeni, w koszuli, na piersi, no to było niesamowite uczucie. Nawet w tym różowym etui, to już nie miało znaczenia.

[KRZYSZTOF] Do zadań specjalnych.

[KACPER I MACIEK] Zgadza się. Ale wówczas ucząc się na studiach o skeumorfizmie, o designie aplikacji, a później doświadczając tego, to wówczas był iOS 7, no to ja byłem w niebie. Przez bite miesiące chodziłem i poznawałem system na nowo i od tego czasu, no, z małą przerwą, to też zaznaczę, cały czas jestem z Apple, także przygoda bodajże 11-12 lat temu już tak się zaczęła. No a pierwszy maczek to był MacBook Pro. To był jeszcze te wersje ulepszane, gdzie też dorzucałem sobie dysk i wiecie jak to jest, nowy sprzęt przez tam bity rok. Dbam o niego, czyszczę, sprawdzam, aktualizuję, ale później jak jest mało miejsca, no to trzeba było wziąć śrubokręt w swoją rękę i ulepszyć. To jest niesamowite uczucie, wiecie, kiedy wybierasz coś tak ładnego, które jest równie ładne w środku, które ma swój design, które widać, że ktoś tam nad tym pomyślał i to jest mega fajne uczucie. Ostatnio param się wymianianiem ekranów dla członków rodziny. To też się zdarza.

[KRZYSZTOF] SuperDrive, bo już były takie jakby, Maki były zawsze długowieczne i ja pamiętam swojego pierwszego MacBooka Pro, również 13-calowego, MDA100 chyba seria, który był już w unibody, ale był ulepszalny, tak powiedzieliście o budowie, nie? I wymontowywałem SuperDrive, bo już mi nie był potrzebny napęd optyczny i tam w ogóle jakieś dyski, SSD, RAMu więcej. Matko, jak to można było robić, to piękne czasy.

[KACPER I MACIEK] Tak, tak.

[KRZYSZTOF] Maciek, jak było u Ciebie? Bo u Kacpra się zaczęło w łazience, bo boję się, co dosłownie...

[KACPER I MACIEK] Nie, nie. Sama przygoda z technologiami się zaczęła w sumie od kupna komputera za pieniądze z komunii. Jestem jedną z nielicznych osób w tym kraju, która wie, co się stało z jego pieniędzmi z komunii.

[KRZYSZTOF] Ja też wiem, dałem na Lego. Wszystkie.

[KACPER I MACIEK] Stacjonarka, oczywiście, taka z drukarką, ze skanerem, wtedy do nauki kupiony, ale oczywiście tej nauki na nim za dużo nie było. No i też potem w rodzinie gdzieś byłem tą osobą, która jak coś na komputerze, to Maciej naprawi. Jeżeli chodzi o same telefony, to gdzieś tam w 2013... w 2014 roku jak stanąłem przed wyborem nowego urządzenia, to obejrzałem sobie jedną, drugą, trzecią

recenzję na YouTube jakiegoś urządzenie, które były w moim budżecie i w sumie zainteresowało mnie to na tyle, że zostałem gdzieś z tymi urządzeniami. Też chwilę później kupowałem Xiaomi gdzieś tam z Chin w momencie, gdzie o oficjalnej jakiegś dystrybucji w Polsce Xiaomi to nawet nie było mowy, nie? To były takie czasy, że to trzeba było z Chin zamówić, czekać na to 2-3 miesiące, w sumie nie mieć pewności, czy ta paczka dojdzie. To było bodajże Redmi Note 2 Prime, takie urządzenie.

[KRZYSZTOF] A pamiętasz, były też czasy, kiedy Xiaomi nie miało 50 tysięcy modeli w portfolio, nie?

[KACPER I MACIEK] Tak, tak, dużo łatwiej było wybrać ten telefon. Ja też dużo się potem zacząłem bawić możliwością customizacji i personalizacji systemu. Dużo była łatwiejsza, producenci na to zezwalali i też dużo się z tym bawiłem. Gdzieś tam nawet na początku byłem trochę anty-apple'owy, anty-iphone'owy. Ale kiedyś, widząc, jak znajomi też korzystają, jaka jest płynność systemu w tamtych czasach, to faktycznie ta różnica w stosunku do Androida była w tamtych latach moim zdaniem bardzo duża. No i kiedyś postanowiłem spróbować też po prostu. Kupiłem wtedy bodajże iPhone'a 7 i tak już zostałem, a obecnie jestem wierny iPhone'owi Mini i tak co roku czekam na jego powrót... Po prostu rozmiar, rozmiar robi robotę, dla mnie. Co roku już ta bateria niestety nie dojeżdża, bo jest to największa wada tego telefonu, że jednak ta bateria nie dojeżdża i z każdym miesiącem widzę, że nie dojeżdża coraz bardziej. Jeszcze póki co mnie nie przekonały te nowe. Tak co roku już od piętnastki w sumie patrzę, że może w tym roku zmienimy. Cały czas jeszcze nie zostałem przekonany, żeby zmienić. No a też chyba nie zapowiada się na to, żeby miały wyjść kolejne serie mini.

[KRZYSZTOF] Niestety nie, bo wiele osób, które znam, również jest fanatykami tego modelu i mało tego, znam jedną osobę, która jest do tego stopnia fanatykiem, że jak ogłosiło Apple, że wycofuje się z serii mini, to sobie kupiło dwa Miniaki i leżą zafoliowane na kiedyś. No, co i tata.

Dobrze, panowie, myślę, że możemy płynnie przechodzić do tego, czego doświadczyliście w ostatnim czasie i zacznę, chcę powiedzieć o IFA 2025, ale zacznę też od premier, bo te dwa wydarzenia się, premier apple'owych, bo one się ze sobą łączą nierozzerwalnie. Jak co roku zresztą na IFIE, właściwie dostajemy już oficjalne potwierdzenie tego, jak te telefony będą wyglądały za parę dni po tych targach, bo przecież producenci akcesoriów już wtedy pokazują chociażby etui do nadchodzących iPhone'ów. I myślę, że dobrym punktem wyjścia też do tego wątku będzie jeszcze powiedzenie krótko, czym Wy się w Pancerniku zajmujecie,

zaczynając znowu od Kacpra. Krótko Kacper, kim ty w Pancerniku jesteś i no też co robiłeś na IFA?

[KACPER I MACIEK] A, no dobrze. Także w Pancerniku jestem kierownikiem działu marketingu, chociaż w sobotę bodajże udzielałem wywiadu dla takiej lokalnej telewizji i podałem dokładnie to samo. Kierownik z działu marketingu. Zostałem podpisany jako dyrektor, więc być może coś się święci. Być może to jest jakaś przepowiednia. W każdym razie tak. A co do IFA, no to pierwszy raz zdarzyło nam się tam pojawić jako wystawca. A to już zdaje się zupełnie inna para kaloszy niż odbiorca taki bierny, który chadza po stoiskach, przegląda dostępne technologiczne gadżety i innowacje. Ja w ogóle mam taką myśl, że IFA, już w swojej nazwie, zawiera to "Innovation for All". Zatem umieszczenie tam resellerów w takim jednym pomieszczeniu dość dużym, było widać, że ci resellerzy trochę traktowani są już jako taki... drugi sort wystawców, tak bym to określił. Tam już nie było takiego ładnego dywanu, może trochę gorsza akustyka, trochę mniejsze... Jako wystawca po raz pierwszy mieliśmy okazję spotkać się z klientami takimi na co dzień. Pewnie jeszcze będziemy rozmawiać szerzej o tym, ale jednym z takich aspektów było to, że oferowaliśmy potencjalnym klientom dość sporo gadżetów, darmowych gadżetów, czy tam jakieś koło fortuny i mieliśmy bardzo dużo gadżetów do samochodów. Natomiast na pytanie, czy ktoś w ogóle ma samochód, tam bardzo dużo odwiedzających odpowiadało, że nie. „Nie, nie, w ogóle nie mamy tutaj samochodu, nie jeździmy, nie korzystamy”. Co nas trochę zdziwiło, bo nasza oferta samochodowa jest dość bogata. I tak pomyślałem sobie, że to widocznie jakaś tam, no, może znak czasów, może duże miasto, które trochę uniemożliwia... albo wręcz daje inne możliwości, co nie?

[KRZYSZTOF] Maciek, a jak to jest u Ciebie, kim w Pancerniku jesteś i też jakie te pierwsze wrażenia, na razie po targach IFA, jedno zdanie i przejdziemy później do szczegółów.

[KACPER I MACIEK] Ja w Pancerniku mam okazję pracować znacznie dłużej niż Kacper i przeleciałem tutaj przez dużo zadań i też pracowałem tutaj w znacznie innym Pancerniku, jak zaczynałem pracować. Przez lata też stworzyłem dział zamawiania produktów tutaj do firmy, a aktualnie od kilku tygodni pełnię obowiązki dyrektora sprzedaży. Także rola odpowiedzialna. Co do samych targów IFA, ja w tym roku się nie wybrałem. Ja bywałem, no, już... parę lat temu dobrych na nich i ja z tej perspektywy właśnie osoby kupującej produkty, szukającej jakiejś rzeczy, trochę już też byłem zmęczony. Tym, że właśnie z tej perspektywy typowo biznesowej często jest tam dużo kurtuazji, dużo relacji, dużo takiego po prostu pokazania się, spotkania się. Można się złapać w jednym miejscu z wieloma

producentami, z wieloma innymi sprzedawcami, ale tak na koniec dnia to te biznesy się robiło gdzie indziej, a nie na IFA. Także w tym roku...

[KRZYSZTOF] Często się z tym spotykam, powiem Ci szczerze, bo też mam to środowisko jednak takich technologicznych mediów za sobą już prawie 20 lat i kurczę, to zawsze jest tak, że na targach wszyscy są turbo mili i chętnie wymieniają się telefonami, ale z tego trzeba odsiać jakiś tam duży procent tych, którzy później faktycznie na te telefony odpowiadają czy czytają maile. Tak jak powiedziałeś, biznes i tak robi się nie na takich targach, nie, także tu się akurat zgadzam, mam podobne wrażenia zawsze, na jakichkolwiek targach nie jestem.

Słuchajcie, a czy Wy nie macie wrażenia, że takie targi jak IFA albo jak CES na początku każdego roku w Vegas, to jest trochę już taki poligon prezentacyjny albo scena dla głównie marek z Chin? Ja wiem, że można odbić argumentem, że wszystko jest z Chin, tak samo produkty Apple i to jasne, nie? Po pandemii wiele osób ma takie obserwacje, że te targi są zdominowane przez marki chińskie. Jak Wy się z takim argumentem, albo taką tezą czujecie?

[KACPER I MACIEK] Może od Ciebie, Maciek, bo Ty pamiętasz z zeszłych lat. Największą halę zawsze ma Samsung na IFA. Na CES nie miałem okazji być. A, ile widziałem relacje z CES-u, to tam może być więcej takich projektów start-upowych poszukujących finansowań. Natomiast na IFA tych Chińczyków jest dużo i chińskich marek jest bardzo dużo. Mam też wrażenie, że oni faktycznie przejeżdżają tam biznesowo i że tam da się coś załatwić i współpracę. Ale, ale te największe stoiska takie też najbardziej głośne, najbardziej takie ekstra, może nie ekstrawaganckie, ale, ale takie, na które wydano najwięcej pieniędzy, to jednak są te... te marki Samsung, LG też zawsze ma fajne, fajne stoisko, Sony swego czasu miało bardzo duże. To niekoniecznie te typowo chińskie, chińskie marki jednak. Nie, ale, ale Chińczyków jest, z tego co z tego co ja pamiętam, to zawsze... zawsze było ich i z każdym rokiem mam wrażenie coraz więcej.

Mhm, zgadzam się, zgadzam się. Tak jak Maciek wspomniał, no są tam duzi producenci, którzy zawsze byli duzi, chociaż w tym roku usłyszałem, że na przykład Panasonic nie jest... jest już tak duży i tak obszerny, ani nie cieszy się takim zainteresowaniem, jak we wcześniejszych latach. Nadal trzeba oddać Samsungowi, LG, tym dużym, dużym markom, które się tam pojawiają, że cały czas reprezentują się godnie i dość mocno, ale ta perspektywa po pandemii zdaje się też... zmieniła się. Masz rację co do chińskich marek, co do chińskich akcesoriów. Bodajże tam jedna hala w połowie była wypełniona chińskimi akcesoriami dla gamingu, tak?

Także to jest ogromny rynek, a i też technikalnia IFA wyglądają tak, że można się połączyć przez aplikacje i później gdzieś tam sparować. Zatem te rozmowy biznesowe, tak jak Maciek mówi, odbywają się jak najbardziej. Możesz to sobie zabukować, kogoś zaprosić do rozmów. Nie zdążyliśmy pojechać na targi, a w mojej skrzynce wiadomości IFA miałem już 3-4 zaproszenia od dostawców chińskich, którzy chcieliby zrobić jakiś biznes. Zatem są bardzo ekspansywni.

I trzeba o tym mówić i to też odniósłbym, chociaż nie wiem, czy to miejsce na to, to też odniósłbym na taki trend, który w ogóle się dzieje w internecie z racji, że gdzieś tam w moich obowiązkach, zadaniach leży pozycjonowanie Pancernika, a także reklamy, reklamy Google'owskie, no to Google Ads. Od jakiegoś tam roku, półtorej, on zwyczajnie nie wie, co zrobić z takimi budżetami, jakie są w stanie wydać chińskie marki, chińskie firmy na reklamę. I tu zrobiłbym taką analogię do... piłkarską trochę, że to jest trochę jak z klubami Arabii Saudyjskiej. Jakie tam są budżety? A no są takie, jakie potrzeba, nie? Są wręcz nieograniczone. i to trochę przeraża lokalnych, ale też europejskich wystawców, bo kwoty są niebotyczne.

[KRZYSZTOF] Tak sobie myślę o tym, co powiedziałaś w kontekście tych marek, które u mnie, że tak powiem, w tych mediach apple'owych, dookoła Apple skupionych, no serwisach typu 9to5mac, MagRumors i tak dalej, i tak dalej, no to IFA jest zawsze widziana poprzez pryzmat tych marek już takich z dobrą pozycją na rynku akcesoriów premium, nie? Mam na myśli tutaj Belkina, tak, nie wiem, teraz niedawno też MOFT tam dołączył, później Nomad, jakieś takie marki już naprawdę, naprawdę znane od lat i też tam pokazują jakieś swoje nowości, tak? Przeważnie się wystawiają i to też jest zupełnie inna perspektywa takiego człowieka, który jest tylko w tej bańce apple'owej, kojarzy parę marek, no Spigen na przykład, którego wy też dystrybuujecie od paru lat, też się mocno tutaj rozpycha, ale to jest zupełnie coś innego niż człowiek, który ogólnie interesuje się gadżetami jest tam jeszcze w innej roli, nie w roli gościa, to jednak Wy zauważacie zupełnie inne targi IFA. Albo odbieracie zupełnie inaczej te targi niż taki człowiek, fan Apple'a. To też trzeba podkreślić.

[KACPER I MACIEK] To prawda, pełna zgoda, pełna zgoda, że trochę inaczej patrzemy na producentów i niektóre marki są markami, do których stwierdzamy... Właściwie nie warto się nimi interesować, bo nie o to chodzi, żeby tutaj prowadzić szeroką grę, świecące kolory i różne udziwnienia, a jednak trzymamy się trochę tej, trochę... rdzeniem naszej działalności zdaje się jest ta jakość i rozpoznawalność, powtarzalność. Tak jak mówisz Belkin, Mophie, Satechi, to są marki topowe, znane fanom, ale i też godne zaufania, tak bym to określił.

[KRZYSZTOF] I to jest dobry punkt przejścia do historii Waszej, czyli historii Pancernika.

Moi drodzy, ja bym chciał ją rozpocząć od takiego trochę skoku w przeszłość. Mianowicie do lat moich nastoletnich, a nawet jeszcze i wcześniejszych momentami, bo ja w ogóle telefonami, tak zwanymi komórkami, czasopismo „Twoja komórka” była kiedyś w Polsce, jakieś tam „Bajtki”, „Komputer Świat”, to ja to wszystko tam czytałem, recenzję tych Nokii i tych wszystkich pierwszych Ericssonów, które się nad Wisłą pojawiały. I się już wtedy interesowałem tą branżą, jeszcze na wiele lat zanim się Apple w moim życiu pojawiło. No i tak sobie myślę o przełomie lat dwutysięcznych, kiedy ten rynek akcesoriów do telefonu w ogóle wyglądał zupełnie inaczej nad Wisłą, tak? No i prym wiodły komisy GSM, jakość tam w ogóle oferowanych produktów, przewodów, różnych innych "dodatków" w cudzysłowie, często pozostawiała wiele do życzenia. No i jak wspominał sobie tamten okres, to myślę sobie, że zapytam Was, co pewnie też go pamiętacie, czego szukał wtedy konsument, przychodząc po akcesorium do telefonu? Nie mówimy jeszcze o smartfonach, nie? Myślę, że to jest dobry punkt, żeby sobie wspomnieć tamte czasy, bo sporo się zmieniło od tej pory. Maciek, może?

[KACPER I MACIEK] Ja myślę, że tutaj od czasów w początku dwutysięcznych do dzisiaj to minęły co najmniej trzy epoki i to jest bardzo ciężkie porównanie, tym bardziej, że patrząc na tak prozaiczną rzecz, jak końcówki do ładowania w tamtych czasach, to w sumie każdy producent robił swoją końcówkę do ładowania. Dzisiaj jeszcze jakieś niedobitki Lighting mamy, chociażby ja korzystam, ale już za parę lat to będziemy zunifikowani, wszyscy będziemy mieli USB-C w telefonach. Mi się kojarzą z tamtymi czasami na pewno te pokrowce mniej lub bardziej uniwersalne, niededykowane jednemu modelowi i telefonu, tylko które mogły pasować do kilku modeli. Takie, no, wsuwki powiedzmy też, które ludzie bardzo chętnie nosili. Ale problemy jakie były w tamtych czasach, w moim dzieciństwie, jakie teraz mają klienci, jakie mają też potrzeby, to co najmniej, moim zdaniem, trzy epoki upłynęły i to jest przepaść jednak te dwadzieścia parę lat w stosunku do tego, czego ludzie wtedy potrzebowali, czego też szukali. A też często, gęsto w tamtych czasach jednak standardem było to, że wszystko do telefonu, albo bardzo dużo rzeczy do telefonu było już w opakowaniu, co dzisiaj standardem jest z kolei, poza telefonem ciężko coś znaleźć w tym opakowaniu jeszcze.

[KRZYSZTOF] Albo były to akcesoria u operatorów, bo wtedy też pamiętajmy, że kupowało się na bardzo drogie abonamenty w salonach różnych sieci i tam była taka półeczka. Właściwie człowiek bardzo często traktował, że więcej pewnie nie ma, niż to, co oni tam mają. To nie było jeszcze takiej świadomości. Zgadza się

z Tobą o tych etui, co powiedziałaś, to ja mam zawsze w głowie taką markę nieśmiertelną w mojej pamięci, Kampa się nazywało? Chyba tak, to było takie etui zasuwane na zameczek, które było całe czarne i z przodu miało przezroczystą plastikową szybkę...

[KACPER I MACIEK] Dokładnie o tym myślałem, taki właśnie plastik jakiś też na przodzie, pleksa taka...

[KRZYSZTOF] I myśmy to przyklejali na ekrany Nokii 3510i plastikowej! Plastikową folię poliwęglanową, żeby ochronić samą szybkę, która, wiadomo, no to różne były wtedy czasy. Kacper, jak je wspominasz?

[KACPER I MACIEK] Niesamowite. Moją taką refleksją jest to, że z tamtych czasów pokutują jeszcze określenia na etui, no bo teraz... Wówczas co, szukamy case'a, szukamy etui, okej, ale wówczas wchodząc tutaj do Pancernika i przeglądając ofertę, czy też same kategorie, czy też frazy, na jakie się pozycjonujemy, no to, nie wiem, słowo "kabura", "futurał", "wsuwka", jak mówi Maciek, to są właśnie z przeszłości, z tamtych lat.

[KRZYSZTOF] Tak jak u mojego dziadka i ojca.

[KACPER I MACIEK] Taka przy pasku noszona, tak. To są takie chyba wędkarskie akcesoria, to może kategoria do stworzenia.

Pewnie wtedy warto było się zaopatrzyć, nie wiem czy kojarzycie, pamiętacie takie naklejki na telefony, które reagowały na fale podczas przychodzącego połączenia i one tam dziwnie świeciły! To jest moje wspomnienie, jedyne jakie mam, bo wówczas też sam nie byłem użytkownikiem, mam ile świeżo po komunii byłem, Panowie.

Też te czasy, te czasy mi się też bardzo kojarzą z tymi gazetami z tapetami, dzwonekami do pobrania za dwa złote plus dwa, za trzy złote plus dwa, nie? To są wtedy potrzeby w tamtych latach, że po prostu tapeta...

[KRZYSZTOF] No, ale jak już jesteśmy przy tych tapetach, to jeszcze ja pamiętam na przykład klatkę schodową w bloku trzydzieści cztery, na którą się przychodziło do kolegi Guzika, który miał peceta z różnymi końcówkami i wsuwkami podbaterijnymi tak zwanymi do Nokii przeróżnych, bo w taki sposób wygrywał wtedy dzwonki remasterowane z mp3 na polifonie, nie? To jest w ogóle jakieś szaleństwo, ja to pamiętam do dziś, tam się kolejka ustawiała, żeby on wygrał ten dzwonek zamiast go kupować właśnie w wspomnianym serwisie gazetowym. No, aż się łezka w oku kręci.

Natomiast, żeby nie było tak różowo, też mam te wspomnienia w kontekście wszelkiego rodzaju szemranych rzeczy, które można było w tych punktach GSM spotkać i na które można było trafić. I to akurat takie wspomnienie, które dobrze, że odeszło do lamusa, bo tam jakby kreatywna księgowość i pomysły w ogóle na biznes, no mam wrażenie, że nie miały skali, jeżeli chodzi o tamte czasy w Polsce.

Teraz się to na szczęście już zmieniło i myślę sobie o tym Pancerniku Waszym w kontekście dość dużego portfolio i też selekcji, którą mimo wszystko wykonujecie na nim, no bo smartfonów nam co roku tylko i wyłącznie przybywa, takie marki w ogóle budżetowe jak Xiaomi, jak Oppo, Honor swego czasu, to wszystko jest duplikowane, jeżeli chodzi o ilość, nie? I do każdego tak naprawdę no klient powinien mieć jakiś wybór, przynajmniej podstawowy etui, a to już jakby mnoży produkty u Was, mnoży przestrzeń magazynową i tak dalej, i tak dalej. No i też musicie coś zrobić z tym, żeby kalkulować opłacalność dystrybucji konkretnego produktu, więc to jest dla mnie trochę czarna magia, ogromnie jakby nieogarnialna głową skala, jakby to robicie, że zachowujecie tę selekcję marek premium, bo u Was te marki wspomniane Belkin, tak, właśnie Nomad, czy Xtorm holenderski, czy Spigen, taki już z tej półki bardziej budżetowej, Mophie. Tak jak Kacper wspomniał, one są i jakby okej, ale oprócz... czego mam wrażenie, że wchodząc na Pancernik, to no w każdym budżecie da się coś znaleźć, nie? To musi być spore wyzwanie, więc nie wiem, kto tutaj lepiej się czuje w tym, żeby nam to odpowiedzieć prostym językiem, strzelam, że Maciek?

[KACPER I MACIEK] Chyba ja, chyba ja, chyba ja. Z racji, tym bardziej, że to przez ostatnie lata to ode mnie, w dużej mierze ode mnie zależy, czy do jakiegoś telefonu będziemy mieli coś w ofercie, czy nie mieli w ofercie. I tak naprawdę nie ma tutaj jakiegoś jednego systemu, jednego procesu, który by to regulował. My może byśmy chcieli to trochę uporządkować, ale... ale też to właśnie, co, o czym mówiłeś, jak ile tych telefonów się pojawia, ile też się pojawia w Chinach, a jaka część faktycznie trafia do Europy czy do Polski. Bo to nie wygląda jak w przypadku iPhone'ów, gdzie premiera jest równocześnie na całym świecie, tylko jednak w Chinach często gęsto te telefony się pojawiają pod nazwą Redmi Note 15, a w Europie też będzie Redmi Note 15, ale czy to będzie ten sam, nigdy nie wiadomo. I tutaj no, to przychodzimy do pracy i pracujemy tak naprawdę, bo tutaj nie ma jednego złotego środka. Często też jednak to rynek weryfikuje, czy dane urządzenie się sprzedaje, czy się nie sprzedaje. Ja pamiętam, że takim super strzałem w ostatnich latach był Honor wracający do Polski. Wrócili z modelem chyba Magic 6 wtedy. I pamiętam, że jak my... mieliśmy to etui, to wpisując w polski internet, no nikt nie miał wtedy etui do tego. Mieliśmy jakieś dwa i po prostu klienci to kupowali, bo nie mieli żadnej

alternatywy. I to takie były strzały, ale to jest po prostu codzienne śledzenie tego rynku i codzienne próbowanie. Tutaj też mamy zielone światło od właściciela, że... jeżeli raz na jakiś czas się pomylimy i jakieś urządzenie się nie pojawi albo nie zaskoczy tak, jak mogłoby zaskoczyć, to nikt nam głowy nie ucina z tego powodu. Po prostu ważne, żeby te, które zaskoczą, spląciły to, które nie zaskoczyły.

[KRZYSZTOF] To też jest ważna perspektywa, bo daje pewnego rodzaju wolność i chyba dzięki temu możecie pozostawać również z sobą w kontakcie w kontekście bycia takimi fanami technologii prywatnie, bo myślę, że ta perspektywa się też szalenie przydaje. Wyobrażam sobie, że jak ktoś śledzi technologicznego X-a czy Reddita, no to widzi też pewne trendy. Nie wiem, spoglądam teraz na półeczkę i patrzę na stand taki do ładowarki Apple Watcha, który przypomina iMaca G3. I też to jest taki produkt, który Spigen wypuścił totalnie dla fanatyków Apple'a, a on się u Was pojawił chyba, tylko u Was w Polsce można go kupić i swoją drogą, no jasne, to jest gadzeciarski, jakby taki geekowy, można powiedzieć, niepotrzebny nikomu gadżet, a mimo tego, no fajnie takie coś mieć, lubiąc markę Apple. I cieszy to oko. I też wyobrażam sobie, że takie rzeczy w tej przestrzeni bycia samemu fanem technologii też wyłapując, macie to zielone światło i możecie trochę wyprzedzić kroki konkurencji, wprowadzając właśnie coś, co się wydaje może mało oczywiste, a jednak zaskakuje właśnie tym sentymentem czy po prostu uderzeniem w konkretną grupę docelową.

[KACPER I MACIEK] Tak sobie myślę. To co też powiedziałeś o śledzeniu, ja akurat jestem bardziej twitterowy, czy X-owy już, ale kiedyś twitterowy. I chociażby komentarze, no wiadomo, przecieki na temat tego, jak będą wyglądać nowe iPhone'y już były z nami od miesięcy. I ja nie widziałem w komentarzach jakiegoś dużego zachwytu, "wow, muszę kupić Aira, muszę kupić tego nowego era, marzę o takim cienkim telefonie". I mając wpływ jakiś na to, jakie my ilości zamawiamy tych produktów, to też sugerowałem, że z tym erem ostrożnie jednak, bo nauczony też Plusem, który też był raczej niewypałem sprzedażowym, to tutaj miałem takie też wrażenie, że ten Air też może być taką ciekawostką, że oczywiście miejmy coś, ale tutaj jednak ten stan magazynowy nie może być aż tak duży. To też jakieś ryzyko, no bo to oczywiście zawsze rynek to zweryfikuje, ale te komentarze, jakie widziałem przed premierą, nie powodowały tego, że "wow, to będzie hit".

[KRZYSZTOF] Nawet rano sprawdzałem, jak nagrywamy jest 15 września, to jeszcze trwa tak naprawdę przedsprzedaż na nowe iPhone'y i iPhone'y 17... absolutnie chore czasy dostawy już teraz w momencie nagrywania tego odcinka, jakieś tam półtorej miesiąca trzeba czekać, a przypominam, to podstawowy iPhone. Swoją drogą, jak jesteście ciekawi, dlaczego 17-ka jest lepsza chociażby od 16 Pro,

to zachęcam do zajrzenia [do ostatniego wydania newslettera](#) – tam to porównałem szczegółowo i wracając do meritum, to tak samo jest z pro-modelami, a ery ciągle dostępne na piątek w dostawie, więc chyba się nie pomyliliście.

Kacper, jak to wygląda z Twojej perspektywy?

[KACPER I MACIEK] Co Maciej powiedział, że tutaj u nas każdy chodzi jednak z trochę innym kalendarzem niż ten dla zwykłych ludzi. Nasz kalendarz wygląda trochę tak, jest poszatkowany premierami urzędzeń i całe szczęście, że zebraliśmy się w takim gronie, których to interesuje, którzy są gadżeciarzami, którzy śledzą te trendy, bo tutaj... siedzę obok gościa, który takimi premierami żyje i on opowiada o jakiś, wiesz, naprawdę nowych urządzeniach, które się zaraz pojawią. Dbą o to, żeby oferta była wypełniona, więc tak, no to jest taki trochę profil pracownika, że tutaj nie wypada nie obejrzeć premiery albo przynajmniej wiedzieć, co tam się pojawiło i co to wniesie dla naszej oferty. Przykładem może być ostatnio chociażby premiera Qi2, która jest dość dużym tematem, z którym też się teraz zmagamy. Bodajże wczoraj podrzucił mi właśnie post Baseusa, jak się nie mylę, który już chwali się tym, że te ładowarki są u nich, zaczynają sprzedaż i tak dalej. Pancernik również będzie miał, więc pora odpowiadać na te potrzeby. Być może nawet trochę edukować już klienta, bo zdaje się jesteśmy już w całkiem niezłej pozycji, aby ta informacja szła też od nas. Dla kogo w ogóle jest Qi2 i czy klientowi jest to potrzebne? Tym niemniej, no ta informacja u nas... się pewnikiem pojawi, a i później będzie procentować na przyszłość, no bo domyślam się, że ten standard jednak przyjmie się i dalej będzie wykorzystywany.

[KRZYSZTOF] I to o czym mówisz też warto nadmienić, dla kogo to jest potrzebne w kontekście dostępności też przewodów MagSafe i nawet tych oryginalnych apple'owych ze wsparciem właśnie dla Qi2, które znowu rok z rzędu się zmieniły i po premierze, po premierach iPhone'ów pojawił się nowy przewód MagSafe w Apple Online Store, nie? I tam małym fontem jest dopisane, że chodzi o ten nowy standard, nie? Więc nawet samo Apple tutaj nie pomaga klientom, a bardzo często klienci nie wiedzą, czy oni mają kolejny przewód za tym kupować, skoro rok temu też kupowali, bo coś się tam zmieniało, czy nie. Nie, czy może im to w ogóle nie będzie działać, a może wystarczy wyparcie akcesorium właśnie, nie wiem, od Spigena chociażby, tak, który się naładuje Watcha i AirPods Pro przy okazji i kosztuje pół ceny przewodu samego Apple'a. No nie wiedz... u tego, nie? Więc faktycznie, chciałbym, żeby mówić o tej edukacji, edukacji, bo tej jest za mało w internecie w Polsce.

[KACPER I MACIEK] Zgadza się, zgadza się. To już w momencie premier iPhone'ów z USB-C mogliśmy się trochę przekonać, że nie każdy kabel USB-C jest kablem USB-C odpowiednim do wszystkiego, bo i dane się przesyła trochę szybciej, bo i energię się przesyła trochę inaczej. Zatem ogrom czasu, ale też pewnie i okrajania naszej... oferty do stosowania i dla klienta, żeby ten kabel faktycznie się sprawdzał, żeby on miał sens, nie? Także tutaj ogromna zasługa.

[KRZYSZTOF] Nie trzeba interesować się ilością kolorów przewodów, jak klient i tak zrobi zwrot, nie? Bo mu nie działa.

[KACPER I MACIEK] Tak, tak, tak. Pewnie Maciek też co nieco na ten temat wie, co się sprawdziło, a to trzeba było zupełnie wycofać, bo nie miało totalnie sensu.

No to jednak też staramy się gdzieś tam te produkty testować albo inaczej, może nie zawsze. Inaczej, dowiadujemy się czasem o tych problemach dopiero od klienta jednak, ale też staramy się zawsze jak najszybciej wtedy reagować i tak jakby chociażby było przy wprowadzeniu wspomnianego USB-C do iPhone'ów, to tam dopiero dowiedzieliśmy się od klientów, którzy odebrali pierwsze sztuki, że coś z niektórymi kablami nie styka, że one nie ładują albo nie ładują z taką mocą, jaką powinny ładować. I tutaj, no ale dosyć szybko, wspomniany kolega Kacpra, to wtedy pilnował, sprawdzał, testował po prostu kabel po kablu. Często producenci byli trochę zdziwieni wtedy, że to jednak nie działa tak, jak powinno. I tutaj musieliśmy dosyć szybko reagować, także takie rzeczy się dzieją.

[KRZYSZTOF] Super, że to mówisz wprost, bo ta otwartość faktycznie też u Was w Pancerniku jest przeogromna, nie tylko na wpadki, ale również na wyciągnięcie z tego... konsekwentnych wniosków i żeby zabezpieczyć się na przyszłość przed tymi błędami. To, myślę, dla osoby, która ceni sobie informację zwrotną, a ja nią jestem, zawsze jest miło słyszeć. Myślę sobie o tych czołowych producentach - Belkin, Mophie, tak, wspomniany Nomad. Jak to wygląda z punktu widzenia dystrybutora? Bo u mnie, z punktu widzenia człowieka z prasy, twórcy, wygląda to tak, że na przykład, no ja dostaję też wcześniej pod oczywście NDA, co nadchodzi tak, też wiedząc, jak będą te produkty wyglądać i tak dalej, i tak dalej. To to nie jest żadna wiedza wzajemna, teraz już można o tym śmiało mówić. Natomiast jak wygląda z punktu widzenia dystrybutorów? Czy wy na przykład macie, mając takie marki premium, okej, gdzie wiecie, że no to jest to blisko. W ciemno od razu sobie zamawiacie, zatowarowujecie się, na przykład jak wychodzi nowy iPhone dość dużo, bo wiecie, że to się sprzeda, czy też raczej jesteście tutaj ostrożni, no bo wyobrażam sobie, że tego typu producenci błędów, nie wiem, nie chcę powiedzieć, że nie popełniają, ale na pewno mniej niż te tańsze marki. Może się mylę, nie wiem.

[KACPER I MACIEK] Nie ma reguły. Ja mam wrażenie, że to jest taki temat, o którym w ogóle byśmy chyba mogli osobny odcinek nagrać i to też co dwie godziny o współpracy z producentami, dystrybutorami moglibyśmy długo. Tych producentów, których wymieniałeś przed chwilą, to tak nawet dobrałeś akurat takiego, z którym współpracujemy bardzo blisko, dobrałeś takiego, którego po prostu... po prostu mamy w ofercie i on jest, bo, bo ktoś go tam w Polsce dystrybuje i dystrybuował go zawsze. Po prostu kupujemy, sprzedajemy i tutaj nie ma jakiejś większej współpracy. Ale jest też jeden z tych producentów, których, których wymieniałeś przed chwilą, to nie wchodząc w szczegóły, który, ale odezwał się do nas sam przez, może nie bezpośrednio producent, ale przez oficjalną dystrybucję w Polsce, odezwali się do nas, że: Czemu tej marki nie ma w Waszej ofercie i co możemy zrobić, żeby była? Więc też tych modeli rozpoczęcia współpracy czy potem prowadzenia współpracy jest kilka.

A co do tego drugiej części pytania, to ja mam wrażenie, że przy każdej premierze iPhone'ów jeden albo dwóch producentów zawsze coś zrobi źle, zawsze nie dojedzie. To są różni producenci, ale co premierę się zdarza, że ktoś mając podpisaną jakąś NDA-kę z Apple'em, znając wymiary, coś zrobił źle, że a to się szkło nie przykleja, a to etui ma nie takie wycięcia, i to się zdarza po prostu, no i tyle. Ale czy... no właśnie, bo teraz ja chciałem jeszcze nawiązać, czy ci producenci trafiają, czy oni jakby mają sensowny pomysł na te produkty. Maćku, wspominasz może te plecki marki Nomad, które tam, które wprowadził chyba rok temu, nie, dwa lata temu, przepraszam, dwa lata temu, do piętnastek. To był ciekawy produkt. Ja sam chyba nie mieliśmy jeszcze ich w ofercie. Sam je sobie zamówiłem. I to było kurczę takie świeże. Ja nie rezygnuję z designu mojego iPhone'a. On tam na przodzie wygląda super. Jest ten tytan, który chce oglądać. No i z tego co pamiętam, to my później wprowadziliśmy te plecki. One teraz są u nas do znalezienia. Pamiętam też rzecz, kiedy ja pozbywałem się tych plecków, bo jednak wybrałem full etui, okalające też boki i jeden z rozmówców na popularnym serwisie aukcyjnym podpytywał mnie, czy ja nie mam czasem do Pro Maxa? Wówczas na 15 Pro miałem takie plecki. Fajna rzecz, myślę. Coś świeżego. W końcu w kategorii etui. Jak chroni, no to już dyskusyjne, ale skóra jest na tyle i tak jak mówię świeże to wyglądało.

[KRZYSZTOF] Akurat Nomad jest taką marką, którą ja lubię od lat też, aczkolwiek oni w moich oczach słyną z tego, że nie mają może turbo rozbudowanego portfolio, ale co jakiś czas wprowadzają jakiś nowy produkt, który nigdy nie jest przypadkiem, nie? Albo prawie nigdy i za to ich na przykład cenię, tak samo jak cenię Spigena za to, że ma podobną linię akcesoriów wyglądem do różnych producentów

smartfonów i to ich na przykład też wyróżnia i jest takie unikatowe, nie? Więc jak marka sobie coś takiego znajdzie, to super, nie? Lepiej w tę stronę niż w ilość kolorów dostępnych. To tak mi się wydaje, przynajmniej prywatnie.

[KACPER I MACIEK] Jeśli się mogę tylko do tego Spigena odnieść, to moim zdaniem dużą przewagą Spigena nad innymi producentami jest to, że nie zamknęli się tylko na iPhone'a, nie zamknęli się na te flagowe Galaxy, tylko jasne, najwięcej etui dalej zrobiłem do iPhone'a, do Galaxy S zrobiłem dużo, ale nie zamykałem się też na OnePlusa, na Xiaomi, na te marki, które mają mniejszy udział w rynku, ale też tam są klienci i oni mogą też coś z tego popularnego Spigena sobie kupić po prostu do swojego urządzenia.

[KRZYSZTOF] No tak, a później ulepszając na jakiś bardziej wyższy model albo inny produkt premium, zostać dalej z tym wyglądem etui, który mieli poprzednio. I to jest ten wyróżnik, nie? Bo te marki, o których wspomniałeś, to są też marki abonamentowe. Fundamentowe, więc to wcale nie mały udział rynku, zwłaszcza w Polsce, tak sobie myślę. Dobrze, ja sobie zostawię ten temat, zaparkuję, bo chętnie bym o tym posłuchał więcej. Myślę, że moi słuchacze również na kiedyś, na karteczce ołówkiem zapisuję, jak to się mówi. Natomiast teraz chciałbym Was jeszcze podpytać o te szkła, bo tutaj padły te szkła i to wiem, że macie też swoją markę szkieł. Ja zawsze lubię słuchać tych historii, bo sam nienawidzę tego typu sytuacji, kiedy mają miejsce. No właśnie, jak to jest z tymi szklami, w sensie czy szkło na telefon to jest najczęściej szukany produkt, akcesorium w Polsce teraz, Kacper, można tak powiedzieć, czy to jest zbyt duże uogólnienie, a jeżeli tak, to co nie?

[KACPER I MACIEK] Nie, nie jest. Szkło jeszcze, jeszcze nim nie jest. To prawda, wygrywa cały czas etui, etui, case, to są najpopularniejsze frazy, na które zdobywamy ogrom ruchu, zatem etui przede wszystkim. Co do szkieł, to i ja sam osobiście znam parę osób, które mówią, że szkło totalnie zmienia odbiór, że trochę im kolory pozmienia, że trochę ten feeling jest inny, że być może czucie ekranu, no cokolwiek, wybierzcie powód. Tym niemniej uważam, że dobrego szkła to nie ma co się wstydzić, a później zwyczajnie odkleić szkło, nakleić nowe jeżeli się potłucze, bo wymiana ekranu tym bardziej... bardziej w telefonach, w tych konstrukcjach teraz to jest nadal spory koszt. I możemy sobie mówić o tym, że ktoś ułatwia wymianę baterii, jak na przykład Google w tym roku, który tam specjalnego pull-tab'a dodał i tutaj w ogóle będzie już dużo prościej, no ale nadal, żeby ją wymienić, trzeba potrzebować telefon i gdzieś tam dość profesjonalnie do tego podejść. Także no lepiej nosić niż się prosić, to nie bez powodu jest takie chyba powiedzenie. I gdzieś sam jestem fanem tych szkieł, aczkolwiek odnosząc się już chyba w ogóle do rynku,

no to często można spotkać takich dobrze wyglądających producentów w mediach społecznościowych i jest taki jeden amerykański chyba dystrybutor, jak zamówiłem tam to szkło, bo chciałem je totalnie sprawdzić, no to paczka została wysłana z Chin, przyszło do mnie i jakość pozostawiała wiele do życzenia, więc tam było dużo, dużo marketingu, ale jakości już niekoniecznie. Natomiast same szkła...

Tak, mówimy jeszcze o foliach, mówimy o foliach hybrydowych, ogrom, ogrom.

Ostatnio też coraz bardziej popularniejsze prywatyzujące, gdzie też ta świadomość klientów, że taki produkt w ogóle istnieje, się zwiększa i my sami widzimy, że tych szkieł prywatyzujących z każdym kwartałem się sprzedaje coraz więcej i też producenci zaczynają to dostrzegać i te szkła się pojawiają do coraz większej liczby modeli telefonów. A jeszcze, Kacper, tak się odniosę, fajną rzecz powiedział o tym właśnie, że szkło ma przede wszystkim chronić to urządzenie i szkło jest wydatkiem rzędu kilkunastu, kilkudziesięciu złotych w takim standardowym, za standardowy produkt i jeżeli ten telefon upadnie, się zbije, to znaczy, że spełniło swoją funkcję, a jeżeli wyświetlacz się nie zbił, to w ogóle spełniło swoją funkcję, bo ochroniło coś znacznie droższego, nie?

[KRZYSZTOF] No wymiana na przykład nowych ekranów przednich od 729 do 2149 zł, w zależności od modelu, więc plus tył, gdyby się zbił... no to tak z trójkę można w najgorszym scenariuszu ponad nawet musieć wydać, więc zdecydowanie nie warto. To co powiedziałaś o tej funkcji podstawowej szkieł, faktycznie jest prawdą, plus szkło może też być zbyt twarde na przykład? To też jest coś na co trzeba zwracać uwagę, czy czytać jak ten producent to szkło testował w ogóle, bo zbyt twarde szkło też może na przykład pociągnąć to, co jest pod nim. I to też nie jest wyjście, a to też jest czysty marketing. W sensie nasze szkło jest tak twarde, że nawet uderzenie meteorytu przeżyje, nie?

[KACPER I MACIEK] No, zgodzę się, a teraz jeszcze chciałem dopowiedzieć, wybacz, chciałem dopowiedzieć, że w temacie przecież czytnika linii papilarnych, bo my tutaj mówimy o iPhone, nie myślimy trochę o tym, domyślnie gdzieś to nam umyka, ale czytnik linii papilarnych... też inaczej się zachowuje z odpowiednim szkłem. Więc tutaj selekcja dobrych szkieł, które będą zwyczajnie działać, będą działać tak, jakbym czytał ten odcisk palca bezpośrednio z ekranu, jest dość istotna i staramy się to dowozić. I tu już taka autoreklama totalnie, ale to jest przykład z życia. A bodajże w tamtym tygodniu napisał mi, że w końcu zamówił szkło od nas i to szkło działa, a był totalnym przeciwnikiem i on zawsze z folii na folię się przysiadł. Zamówił szkło od nas, ono działa i czytnik linii papilarnych w Google Pixel 9 Pro bodajże działa bez zarzutu. No to mnie cieszy.

[KRZYSZTOF] No dobrze, dobrze. To jak faktycznie polski klient szuka przede wszystkim etui, to on, ja już mamy myślę dotknięte, szkiełka omówiliśmy, to jeszcze w takim razie myślę, że zadam Wam takie pytanie dosyć z tych niewygodnych, ale jesteście otwarci, to myślę, że się dogadamy. Otóż, a co jest takim piątym kołem u wozu dla Pancernika w tym biznesie? Co jest najtrudniejsze, w takim razie?

[KACPER I MACIEK] To może ja. Na ten moment dla mnie najtrudniejsze jest to, że my często musimy zajmować się rzeczami, które nie są związane, czy to właśnie z dbałością o jakość, z dbałością o klientów, czy nawet ze zwiększaniem sprzedaży, jakiejś dostępności, tylko przez perspektywy różnego rodzaju, które nam serwuje Unia Europejska, to właściwie nie ma miesiąca, żebyśmy nie musieli poświęcać czasu na jakieś takie rzeczy administracyjno-prawne, powiedzmy, tego jak ta oferta ma wyglądać, czy kolejny załącznik trzeba dodać, w którym miejscu, żeby to było zgodnie z prawem. To jest właśnie to, jak się myśli, tak, tak, to często, często nie wiadomo dla kogo to tak naprawdę jest i to jest taki przepis dla przepisu, a to też w nawiązaniu do tego, co mówiliśmy na początku właśnie o tych budżetach chińskich, to tam tych regulacji tyłu nie ma z tego, co się słyszy i trzeba, nie trzeba się po prostu na to na tym skupiać aż tak bardzo. Te pieniądze. Czas może być przekierowywany na dowożenie jakości, dowożenie sprzedaży, a my tutaj często musimy się spotykać, ludzie z różnych zespołów, żeby dowieźć jakąś dyrektywę.

[KRZYSZTOF] To dobrze, że mówisz liczbę mnogą zespołów. Ile jest teraz osób w Pancerniku, bo to też nie jest pięć elektronów walencyjnych i każdy sobie. Jak już to wybrzmiało, myślę, Kacper, ile liczy Wasz zespół i no właśnie, czy jest sufit gdzieś, no bo regulacji przybywa, wyzwań przybywa. Jak to wygląda teraz w 2025?

[KACPER I MACIEK] A, no przewrotnie odpowiem, że nasz dział marketingu jest... świeżo stworzone, więc tutaj współpracuję z koleżanką, to akurat taka odpowiedź, ale nasz zespół Pancernika liczy około, Maciek, popraw mnie, jeśli się mylę, 60-70 osób?

Pytanie, jak firmy liczymy, ale mówimy często, że około stówki jednak, że to jest około stu osób.

Tym niemniej specjalizacja i jednak to wstępne zainteresowanie technologią staje się chyba wyraźniejsze we wszelkiej rekrutacji. Zatem zdaje się, że na Ostrów Wielkopolski to gdzieś tam już wyczerpujemy tę pulę fanów GSM-ów, bo trzeba powiedzieć też o firmie dość dużej, z Ostrowa się wywodzi, no to... jest to 3MK, firma 3MK, która, która też chyba, chyba wcześniej zaczynała nawet i była popularniejsza niż Pancernik z tego, co się, co się orientuję. Natomiast teraz, no idziemy ramię w ramię.

Jeszcze jest drugi producent. Gris, który też jest zaprzyjaźniony, którego serdecznie pozdrawiamy z tego miejsca, jeżeli chłopaki słuchają i także mamy trzy firmy takie z branży akcesoriów GSM tutaj w zagłębiu, w stosunkowo niedużym mieście i tutaj się już śmiejemy, że to takie małe zagłębie, więc jakby z jedną czy drugą firmą żyjemy powiedzmy w niezłych relacjach, ale... ale gdzieś tam pewnie na tym rynku pracy sobie też tych ludzi trochę podbieramy.

[KRZYSZTOF] No jasne, jasne. Ale widzicie, to może nie powinniśmy już szukać Doliny Krzemowej w Polsce, tylko wsadzać ją po prostu na mapie. Tak mi się od razu do głowy nawinęło.

A słuchajcie, w takim razie powiedzmy jeszcze o tym marketingu, Kacper, bo tak trochę... Mówisz o początkach, a tu już się całkiem sporo dzieje w tym temacie i nie mam na myśli tylko otwarcia na twórców takich jak ja czy Mateusz z kanału Twoja Rzecz. Jeszcze raz, czy Mateusz z kanału „Twoja Rzecz”, serdecznie cię Mateusz pozdrawiamy z tego miejsca rzecz jasna i tylko też Wasz kanał YouTube, wśród producentów akcesoriów, a już dystrybutorów w ogóle, to... to też nie jest w kontekście narracji, jaką na Pancernik.tv prowadzicie, coś oczywistego, a wręcz bym powiedział, że znowu wyróżniającego Pancernik?

[KACPER I MACIEK] Tak, chyba się z tym zgodzę, bo ta koncepcja istnieje już od wielu lat i bodajże miesiąc zaczynał z samymi początkami niemalże Pancernika, bądź też trochę później. Mateusz, pozdrawiam serdecznie i trzeba sobie to powiedzieć o tym, że można co robić, no w mojej opinii na dwa sposoby. Albo kogoś tam zaangażować krótkoterminowo, krótkotrwanie, bądź też, nie wiem, pojawić się gościnnie, lub też trochę w tym duchu edukacji, postawić na swoje medium, jakim jest Pancernik.tv i budować tutaj swój brand, który mam nadzieję, co też przebija się z filmów Miśka, bo zahacza o naprawdę szerokie tematy i takie już nie tyle stricte technologiczne, trochę właśnie edukować tych klientów i oswajać ich z naszą firmą. Ale też przekazywać ten core Pancernika, jakim jest jednak jakość, dbałość, trwałość też, a także troska o to, żeby świadomy klient przychodził, świadomie zostawiał swoje pieniądze, darząc nas zaufaniem, za co bardzo dziękujemy. Bardzo fajnie to wygląda, tak myślę.

[KRZYSZTOF] Tak sobie jeszcze dopowiadając, myślę, że warto zaznaczyć, iż też na kanale właśnie Pancernik.tv Mateusz porusza takie tematy ludzkie, mi bliskie na przykład, bo to też bardzo spójna ze mną narracja. I tutaj też podlinkuję Wam w opisie do aktualnie słuchanego odcinka, odcinka taki materiał o, chyba miał tytuł „Odlóż telefon!”.

[KACPER I MACIEK] Tak, tak.

[KRZYSZTOF] O zdrowiu mentalnym, psychicznym.

[KACPER I MACIEK] Tak, tak, tak.

[KRZYSZTOF] Bardzo fajny materiał, krótki, ale treściwy i też myślę, że w kontekście również mojego nadchodzącego e-booka, który będzie również człowieka w centrum uwagi stawiał. **Premiera 22 września w poniedziałek, zapisy na newsletter „Bo czemu nie?”**. Myślę, że warto też jako uzupełnienie sobie go obejrzeć, bo faktycznie tych tematów się nie dotyka w polskiej pamięci technologicznej zbyt często, a mam wrażenie, że to się rychle i radykalnie zmieni w najbliższych latach, bo po prostu wszyscy mamy już dość precyzowania specyfikacji technicznej powoli ze stron producentów, a bardzo często grabimy się w głowę i zastanawiamy, no dobra, ale ja już mam w ogóle dość tej technologii, co teraz, drogi youtuberze, twórczo...

[KACPER I MACIEK] Świetnie, że o tym wspominasz, bo jak pytałeś jeszcze o te technologiczne nasze zajawki na wstępie, to ja chciałem w sumie nawiązać do tego i myślałem, że kłębiło mi się gdzieś w głowie, bo po odcinku Mateusza, ja też... spojrzałem na ten Screen Time iphone'owy i można by się za głowę złapać. Chociaż pewnie nie jest aż tak źle. Ale to było nadal ponad 3-4 godziny. I tak pomyślałem. Zrobmy coś, żeby to ograniczyć. I teraz jednym z moich akcesoriów, które całkiem niedawno zakupiłem, jest zwykły budzik. Dobra, zwykły i niezwykły. zwykły. Dusza gadzeczara jednak kazała znaleźć coś, coś, coś fajnego. No i no i udałem się tam do jakiejś firmy Loft i niesponsorowane przez nich absolutnie, ale... ale, którzy produkują super budziki. Oczywiście jest do tego aplikacja. Oczywiście można sobie to odpowiednio skonfigurować, natomiast nie zabieram elektroniki do sypialni. To jest moje postanowienie i od dwóch, trzech tygodni tego się trzymam. Przyczynkiem do tego był odcinek Mateusza.

[KRZYSZTOF] Mega. Mega też polecam. Ewentualnie można sobie kota sprawić, jak wam nie przeszkadzał, też bez opóźnień analogowo. O piątej trzydziści nawet, jak się postaram.

Dobrze. Słuchajcie, moi drodzy, myślę sobie, czego – w związku z Waszą nazwą, Pancernik, która sugeruje wytrzymałość i ochronę, przynajmniej w moim odczuciu semantycznym – życzyć Wam w Pancerniku oprócz właśnie wytrzymałości i ochrony na przyszłość w tym biznesie?

[KACPER I MACIEK] Jak najmniejszej liczby regulacji, ale też chyba... Takiej stabilności, żeby tam też nie zabrakło tej chęci rozwoju, o której tu Kacper teraz też wspominał i żeby zawsze starać się być jak najbardziej na bieżąco, nie tylko

z urządzeniami, ale też z tym, co się na rynku sprzedaży internetowej dzieje tak ogólnie, bo tu o tym nie wspominałem, zapominaliśmy, ale to też jest taki z jednej strony musimy dbać o aktualność oferty, a z drugiej strony też tak dbać o tę aktualność oferty, żeby ona wpasowywała się w trendy całej sprzedaży w internecie i tak te dwa światy musimy ze sobą łączyć i wiem tego, co by nam życzył wszystkim, żeby nam nie zabrakło po prostu tej werwy i chęci.

[KRZYSZTOF] Do poprzedniego tematu zaparkowanego na przyszłość. Kacper, to jeszcze Tobie pozwolę zamknąć tę dzisiejszą rozmowę.

[KACPER I MACIEK] Dobrze, to powiem tak, żeby nam nie zabrakło ciekawości, tak myślę. Bo ty tu wspominałeś wcześniej, że nie trzeba szukać w Polsce Doliny Krzemowej. I ja tak już całkiem serio chciałbym powiedzieć, że gro osób w Pancerniku zupełnie zajawkowo zainteresowało się, wiesz, AI-em, zainteresowało się trochę programowaniem i my naprawdę dość dużo rzeczy robimy sami dla siebie i są to nasze customowe rozwiązania, które, które działają. Pancernik ma czas, ale ma też takie zasoby, żeby zrobić coś na tyle dobrze i wykorzystywać to później w pracy.

Więc nowe technologie są naszą drugą skórą tutaj, tak bym to powiedział i oby ta ciekawość nigdy nie zgasła, a na koniec, chciałbym powiedzieć, bo tak parę razy wspomnieliśmy o koledze, obok którego siedzę i Maciek również, pozdrawiamy cię, Max! A jeszcze jeśli mogę jeszcze zdanie, to chciałem też pozdrowić przy okazji wszystkich, którzy tego słuchają z Pancernika, a chciałem szczególnie pozdrowić kolegę Łukasza – to w temacie wspomnianego, zdrowego podejścia do korzystania z technologii, który raz na jakiś czas sobie robił takie cyfrowe detoksy i przechodził na jego daily phone'em był właśnie jakiś taki telefon bez kolorowego z klawiaturą i też tak potrafił miesiąc funkcjonować. Także serdecznie pozdrawiam Łukasza!


[KRZYSZTOF] Ja też pozdrawiam całą Waszą załogę. Myślę, że nie braknie Wam tej werwy i przede wszystkim ciekawości, o której Kacper wspomniał, no bo jeżeli tworzy ten team wiele fanów i fanek, no to myślę, że jakby inaczej, wiem, że geeka i nerda technologicznego bardzo lubię. Bardzo ciężko jest zatrzymać, a czasami trzeba, czasami trzeba wcisnąć ten przysłowiowy przycisk „Sprawdzam!”, swoją drogą tytuł mojego e-booka, autopromocja, i zastanowić się właśnie, czy ta technologia służy nam i co możemy zrobić, żeby tak było. Tego życzę, po ludzku, od siebie, z całego mojego technologicznego serducha i bardzo Wam dziękuję za kawał historii, odkrycie kulis. Nie każda marka, nie każdy dystrybutor na pewno by się na to odważył w tak szczerzy sposób, jakby, także chylę czoła i powodzenia w przyszłości.

[KACPER I MACIEK] Dziękuję, dziękujemy bardzo

[KRZYSZTOF] Dziękuję pięknie i my słyszymy się za tydzień, a za tydzień porozmawiamy o nowych produktach Apple, już na spokojnie, już po unboxingu. Zajrzyjcie w piątek na [Instagram](#) tego podcastu i zostawcie informacje, co Was w ogóle interesuje w nowych iPhone'ach, tak żeby odcinek za tydzień był konkretny, a nie był tylko rozpakowywaniem kartonu, bo od kuriera. Do tego służy również specjalny adres [boczemonie.pl/zapytaj](https://boczemonie.pl/zapytaj), tam anonimowo możecie zapytać o co tylko chcecie.

Dzięki, do usłyszenia za tydzień. Czołem!

[MUZYKA]

*Raz jeszcze, na koniec, żeby nie umknęło. Przypominam, zostaw na [Apple Podcasts](#) lub na [Spotify](#) taką liczbę  gwiazdek, jaką uznasz za stosowną.*

*Do usłyszenia w kolejnym odcinku, a za dziś bardzo dziękuję.*

[MUZYKA CICHNIE – KONIEC ODCINKA]