

Przetrwał atak hakerów, chce na giełdę

Marcin Misztal ma dopiero 27 lat, a już zarządza spółką, która tylko w tym roku wypracowała ponad 7 mln zł zysku. Jego talent i przedsiębiorczość doceniła kapituła konkursu „Przedsiębiorca Roku” organizowanego przez Ernst&Young

Zarabiać w internecie zaczął jeszcze w rodzinnym Korfanie na Opolszczyźnie. Jak wielu nastolatków zafascynowanych komputerami i siecią tworzył wtedy strony internetowe dla różnych lokalnych firm.

Na drugim roku studiów na wrocławskim Uniwersytecie Ekonomicznym wpadł na pomysł stworzenia firmy hostingowej. I zaproponował pracę... swojemu wykładowcy, informatykowi. - W sumie to bardziej chodziło o to, żeby uniknąć konieczności zaliczania przedmiotu - śmieje się dzisiaj Misztal. - Bo ja już to wszystko umiałem, więc naprawdę nie potrzebowałem tych zajęć.

Wykładowca ofertę przyjął, a w ramach próbnego zadania za darmo przygotował portal Domenomania.pl. Dziś to jedna ze spółek wchodzących w skład należącej do Misztala grupy Tro Media i jedna z większych firm w Polsce świadcząca usługi hostingowe i rejestrująca domeny.

- A zaczynaliśmy skromnie. Mój wykładowca został moim podwykonawcą, a ja pełniłem funkcję sekretariatu, obsługi klienta, marketingowca, księgowego itd. Chodziłem na zajęcia, zaliczałem sesję, spotykałem się ze znajomymi i przez cały czas odbierałem

dziesiątki telefonów i odpowiadałem na setki e-maili. Obsługiwałem wtedy kilka tysięcy firm - opowiada Misztal.

Najtrudniejszym momentem dla jego firmy był atak hakerów, który przytrafił mu się tuż po tym, jak zaczął korzystać z serwerów w Amsterdamie. Na głównych stronach internetowych około 1,5 tys. klientów jego firmy pojawiła się informacja „zhakowane przez” i tu nazwa grupy hakerów, która postanowiła sprawdzić swoje umiejętności akurat na klientach portalu Domenomania.pl. Hakerzy umieścili też na ich witrynach kopie stron banków i dużych korporacji.

- Miałem więc trzy miesiące zupełnie wycięte z życiorysu, bo przez cały czas odbierałem telefony od przedstawicieli tych dużych międzynarodowych firm i oczywiście od swoich klientów. Prowadziłem rozmowę, a w tym czasie miałem sześć innych nieodebranych połączeń, i tak w kółko - wspomina Misztal.

Przetrwał jednak najgorsze, a wkrótce znalazł nawet inwestorów, którzy postanowili włożyć pieniądze w jego biznes. Potrzebował ich, bo zarabianie na domenach polega na tym, że najpierw trzeba trochę stracić. By zyskać klienta abonamentowego, musi się wcześniej dołożyć do jego dome-

MACIEJ ŚWIERZYŃSKI



Założone przez Marcina Misztala Tro Media w tym roku ma po trzech kwartałach 10 mln zł przychodów i ponad 7 mln zł zysku

ny kilkadziesiąt złotych w skali roku, a potem liczyć na to, że klient przedłuży z nami umowę. Przy jednej firmie to nieduży wydatek. Przy kilkudziesięciu tysiącach to już spory koszt.

Firma zaczęła się rozwijać. Misztal otworzył własne biuro, serwerownię, zatrudnił pracowników, a z czasem nawet zaczął przejmować małe biznesy internetowe. Dziś zarządza m.in. Smstown.pl, Gram24.pl, Ajo.pl, Ti-

bia.net.pl, a współpracuje m.in. z Nasteek.pl, plotkarskim Obmawiamy.pl i Kinomaniak.pl. Tym ostatnim portalem Tro Media chce rywalizować z bardzo popularnymi Filmwebem i Stopklatką. Witryna na razie nie robi dobrego wrażenia, ale z początkiem roku ma się pojawić jej nowa odsłona, m.in. z VOD i programem telewizyjnym, a przede wszystkim z większą bazą omówionych filmów. Dobrze rokuje

też Macro Games, która ze strony internetowej zarabiającej kilka tysięcy złotych miesięcznie stała się spółką dystrybuującą gry komputerowe i podpisującą umowy z dużymi zagranicznymi firmami na elektroniczną sprzedaż ich produktów w naszym kraju.

Samo Tro Media tylko w tym roku ma po trzech kwartałach 10 mln zł przychodów i ponad 7 mln zł zysku. Jego prezesa doceniła kapituła konkursu Ernst&Young „Przedsiębiorca Roku”. Misztal zyskał wyróżnienie w kategorii „nowy biznes”. Jury podkreślało jego ducha przedsiębiorczości, wiarę w sukces i determinację.

Do Tro Media stale zgłaszają się też twórcy różnych internetowych biznesów. Misztal śmieje się, że patrząc na nich, wspomina swoje początki, bo sam kiedyś był zupełnie zielony i uczył się na własnych błędach. Z częścią z tych pomysłodawców Tro Media podpisuje umowy, a potem rusza machina. Za projekt czy stronę biorą się menedżerowie, administratorzy, programiści i dział reklamy, a portal zaczyna się przebiegać w internecie.

Tro Media też myśli o intensywnym rozwoju. W planach jest nawet wejście na warszawską Giełdę Papierów Wartościowych. ●

LUCYNA RÓG