



FOTO: ORBITAL STRANGERS

Amerika mutatta meg Vári Gergőnek (eddig)

Nem sikerült a Lensának az amerikai online álláspiac felrobbantása, Vári Gergő cége irányt váltott. Előbb beállnak a sorba pénzt keresni, és majd utána reformálnak.

ÍRTA: ÁCS GÁBOR

Vári Gergő tavaly ősszel elindult Amerikába, hogy Lensa nevű cégével felrobbantsa az online állásközvetítést – mi pedig címlapra tettük a bátor próbálkozást, amibe a Profession.hu egykori alapítója kezdett. Új megközelítéssel ugrott neki a megkövesedett piacnak, de gyorsan le is pattant róla. Hamar kiderült, hogy változtatni kell, az eredeti koncepció nagyon szép, csak nem vezet gyorsan eredményre. Lehet erőltetni és égetni a pénzt, és lehet alkalmaz-

kodni a megkövesedett piachoz, belesimulva, a többiekhez hasonlóan gyűjteni a felhasználókat és a bevételt. Aztán majd egy későbbi fázisban jöhet a robbantás.

A Profession.hu-val milliárdossá lett üzletember szerepelt tavaly szeptemberi címlapon. Akkor részletesen végigvettük, hogy a magyar állásportál felfuttatása és eladása óta több céget is felépített és eladott, de ezek egyike se ért a közelébe se a Profession-dealnek. A Lensával nagyot akart dobni. Alapjában akart megváltoztatni egy igen komoly

piacot, aztán ha ez megvan, alig több mint 40 évesen el is megy nyugdíjba. Elsőre nem jött össze.

Az amerikai állásközvetítő piac, miközben tovább bővült, jellegében szinte ugyanolyan maradt, mint egy éve volt. Jöhetett egy új szereplő profi rendszerrel és újszerű megközelítéssel, ma is csak a kattintások adásvétele és a felhasználószám-bővítés számít. Szinte az összes valós állásajánlat fenn van több száz helyen, külön szoftvereket hoztak létre a minél profibb sokszorosításért.

Vannak olyan trükkök is, amik kifejezetten az adatgyűjtést szolgálják. Például egy New York-i marketinges ajánlat klónozódik minden államra, és pillanatok alatt kamuvá válik. A lényeg, hogy az állásra vágyakozó rákattintson. Több száz szolgáltató kényelmesen megél abból, hogy összegyűjt kismillió (jórészt kamu) hirdetést, s ha valaki kattint, megpróbálja elkérni a jelentkező mailcímét. Ha megvannak az álláskereső preferenciái, már tudja a nagy aggregátor szájtokról, például az indeed.com-ról vett hirdetésekkel bombázni, ha pedig kattint, az állás hirdetője fizet az Indeednek 45 centet, amiből 15-öt tovább is ad a közvetítőnek.

Jól automatizálható, primitív módszer, nem hatékony sem a munkaadó, sem az álláskereső számára, ám a közvetítők jól élnek belőle, és semmi érdekük sem fűződik ahhoz, hogy a helyzet változzon. A Lensa azt mondta, hogy olyan egyedi rendszert ad, amivel a legjobb munkaadók és az álláskeresők is jól járnak, de hiába része ennek a Gravitalent által fejlesztett játéknak, amellyel könnyen felmérhetők az álláskereső kompetenciái, hamar egyértelművé vált, hogy a piacot nem tudják megváltoztatni.

Vári Gergővel majdnem pontosan egy évvel az után beszélgetünk, hogy a címlapsztori idején lelkesen készült a Lensa rajtjára. A lelkesedés ma is megvan, de már ott vannak az első kedvezőtlen tapasztalatai is. Abban,

hogyan irányt váltottak, semmi meglepőt nem lát, azt mondja, tudta, hogy jönnek a nehézségek, és folyamatosan finomhangolni kell. Így volt ez minden eddigi cégénél, a Profession is emlékezetesen nehezen indult be.

A változás lényege, hogy a Lensa is beáll a sorba, és elkezd a többiekhez hasonlóan szolgáltatni. Ha a piacon csak úgy lehet ügyfelet szerezni, akkor ám legyen, de ha megvan az álláskereső, a Lensánál mást, többet

JÓL AUTOMATIZÁLHATÓ, PRIMITÍV MÓDSZER, NEM HATÉKONY SEM A MUNKAADÓ, SEM AZ ÁLLÁSKERESŐ SZÁMÁRA, ÁM A KÖZVETÍTŐK JÓL ÉLNEK BELŐLE, ÉS SEMMI ÉRDEKÜK SEM FŰZŐDIK AHHOZ, HOGY A HELYZET VÁLTOZZON.

kap majd a terv szerint. Tehát a piac jelenleg klasszikus kattintásalapú e-commerce biznisz, ebben akar a Lensa a HR-esek szempontjából szakmaibb megközelítéssel újítani. Kérdés, mit ér majd, ha náluk sokkal nagyobb arányban kap az álláskereső neki való munkát, mint másoknál (mert a Lensa játékán keresztül jobban megismerik, és jobb ajánlatokat tudnak adni neki).

Eddig hat-hét évente alakult át komolyabban az amerikai álláskereső piac, ezen most már túl vagyunk, de egyelőre még sincs jele komolyabb változásnak. Ha a mostani váltás működik, akkor – a forgalomoptimalizációs rendszerben érdekelt több száz közvetítőhöz hasonlóan – ők is gyorsan nyereséget tudnak termelni, megszűnik a finanszírozási igény. Ami eddig történt, biztosan nem volt olcsó kísérlet Vári Gergőnek. Arról azonban, hogy eddig mennyit tolt a Lensába, illetve milyen ügy-

félszámot és árbevételt ért el a cég, üzleti titokra hivatkozva nem árult el semmit.

A költségeket mindenesetre igyekszik csökkenteni. A Lensánál nem csak a stratégia változott az év folyamán, a szervezeti felépítés is. A létszám 35 körülről nagyjából 25-re csökkent, de Vári Gergő szerint ezzel párhuzamosan a hatékonyság kétszer akkora lett. Az elbocsátás jórészt a középvezetői kört érintette, a tulajdonos szerint hiába voltak jó szakemberek, az adott struktúrában ők nem tudtak annyit hozzátenni a működéshez, ami a pozíciójukat indokolta volna.

A produktivitás javulásában Vári szerint komoly szerepet játszott, hogy a szervezet önszerveződő üzemmódrá váltott. Minden feladatot hetes etapokra bontanak, lehet jelentkezni,

ki mit akar csinálni. Ez szerdán dől el, a következő hétfőn kell elkezdeni és a hét végéig befejezni – pénteken mindenki beszámol arról, hogy meddig jutott. Közben persze jön a következő szerdai összeröffenés, ahol már lehet jelentkezni a következő hét munkáira.

Vári Gergő hathetente jött haza az elmúlt évben, és elismeri, hogy okozott problémákat a kétlaki élet. A videokonferencia alap, de szerinte segíti az ügymenetet, ha személyesen vesz részt a céges értekezleteken. Ezzel párhuzamosan meglepte, hogy Amerikában mennyire eltűntek a személyes találkozók, tárgyalások. Az egész üzleti világ telefon- és mail-alapú lett, a milliárdolláros üzleteket is megkötik telefonon, aztán papírozzák. Ha a partner a szomszéd utcában van, tapasztalata szerint akkor is a szócséplésmentes telefonálás jellemző. **F**