

WEB SUCCESS STORY

Bratislava, 4. augusta 2014

POHONNOU HMOTOU INHIRO SÚ SOCIÁLNE MÉDIÁ

Predstavitelia start-upu InHiro (vítaz StartUpAwards.SK 2013) úspešne spustili revolúciu v nábore talentov a vo veľkom pracujú na tom, aby zo Slovenska vzišiel unikátny HR nástroj. S odstupom času sa pozerajú na svoje podnikateľské začiatky a hodnotia ich vývoj. Projekt InHiro, nástroj na jednoduché prijímanie ľudí cez sociálne siete, je jeden z úspešných príbehov mladých šikovných Slovákov, ktorým nechýba odvaha a guráž presadiť sa. V rámci aktuálneho rámcového programu EÚ Horizont 2020 sa im dostáva viac pozornosti a príležitostí ako predtým. Vhodný čas na nové IT a webové start-upy je práve dnes.

Michal Truban z Websupport sa narodil pre to, aby prinášal na scénu nové projekty. Bol pri zrode prvých slovenských start-upov i osobných srdcových projektov ako Nicereply.com, Runform.com či samotný InHiro.com.

Ako sa to začalo

Nástroj InHiro vznikol ako vnútorná potreba WebSupportu na lepšiu organizáciu ich náborového procesu. Ako náhle sa InHiro osvedčilo, povedali si, že takýto nástroj možno uvítajú aj iné spoločnosti a sprístupnili ho aj pre verejnosť. Je to aj jedna zo zásad lean vývoja - ísť s produktom čo najskôr von a overiť si ako funguje v reálnom svete, medzi skutočnými klientmi. Avšak s InHiro budú spokojní až vtedy, keď s ním budú spokojní aj ich klienti. Stále sa učia od používateľov a prispôbujú produkt čo najviac ich požiadavkám - nie vlastným želaniam.

Na projekte InHiro začínali popri svojej hlavnej práci robiť 2 ľudia. Teraz majú troch full-time, 1 part-time zamestnanca. Momentálne sa pozerajú po marketingovej posile a podľa ich slov sa im už črtajú zaujímaví ľudia.

Stále usilovne pracujú. Rozbiehajú nemeckú a francúzsku verziu InHiro. Zatiaľ je to v štádiu mapovania týchto trhov. Zisťujú do akej miery je InHiro efektívne aj v inom "kultúrnom" prostredí a čo môžu vylepšiť.

Čo zafungovalo najviac

Prvým dôležitým faktorom je zázemie väčšej firmy, najmä čo sa týka know-how. Učiť sa na vlastných chybách je nevyhnutné, ale je vždy lepšie poučiť sa z chýb iných. Druhým faktorom je vypustenie produktu medzi ľudí - aj vo fáze kedy si ním ešte neboli istí. Podľa ich slov, na to treba istú dávku odvahy. Zaujímavosťou je aj to, že vyvíjajú produkt z oblasti HR aj napriek tomu, že nie sú pôvodom HR profesionáli. Do InHiro vkladajú nezainteresovaný pohľad, netradičné riešenia a trochu "sedliackeho rozumu". Aj preto to zafungovalo.

Kto prejavuje záujem o InHiro?

V máji tohto roka sa zmienili ekonomický týždenník Trend o tom, že InHiro využívajú napríklad UNICEF, firmy z Holandska či z Brazílie. V marci 2014 malo o InHiro záujem cca 1000 firiem, dnes hovoria o približne 1.600 spoločnostiach. InHiro je **online** nástroj a je prirodzené, že medzi prvých používateľov patria najmä inovatívne firmy, ktoré rady podobné nástroje skúšajú. Sú to firmy z oblasti IT, reklamy, ale aj personálne agentúry. Okrem vyššie spomenutých im pribudli klienti z USA a svoju pozornosť by chceli v najbližšej dobe sústrediť na DACH región, čiže nemecky hovoriaci trh. Zápasia s rovnakými problémami - veľká nezamestnanosť, ale súčasne tiež nedostatok špecialistov. Momentálne majú otvorených približne 200 pracovných ponúk.

Pohonnou hmotou nástroja InHiro sú sociálne médiá

InHiro je online nástroj. Prevažná časť ich marketingových aktivít prebieha online prostredníctvom sociálnych sietí, blogov a mailingov, pričom taktiež aktívne budujú aj sieť lokálne pôsobiacich partnerov, ktorí ich budú v jednotlivých krajinách podporovať marketingovo a aj obchodne.

Zaujímavosťou je, že aj samotný výkonný riaditeľ Andrej Steiner bol „nahajrovaný“ do InHiro cez samotný InHiro nástroj, s poslaním, aby rozbehol tento projekt.

„Áno, InHiro ma našlo cez InHiro. Prišiel som z poradensko-personálnej brandže a aj preto bol môj začiatok v IT náročný. Aj s odstupom času sa na mojom prvotnom nadchnutí pre InHiro nič nezmenilo. Práve naopak. Po tom, čo som bližšie spoznal nielen aplikáciu, ale aj mojich nových kolegov, som ešte viac presvedčený o tom, že InHiro má veľkú šancu uspieť globálne,“ uviedol Andrej Steiner, výkonný riaditeľ InHiro.

Pre tento HR projekt je zaujímavou a hlavnou sieťou LinkedIn. Zároveň chcú atraktívne pracovné ponuky zobrazovať aj špecialistom, ktorí nie sú aktívni vo vyhľadávaní práce, lebo dobré pracovné miesta už majú. Tých oslovujú v ich voľnom čase, cez priateľov a známych - napríklad cez Facebook.

Vďaka internetu majú aj Slováci na dosah kvantum informácií a zdrojov. Môžu sa všetko naučiť a pritom, ako sa hovorí, netreba vystrčiť ani päty z domu. Internet má šancu zrušiť „hladové doliny“. Podľa slov výkonného riaditeľa InHiro, Andreja Steinera, je prekvapením, že tu ešte nevidí boom online nápadov. Rozbehnúť online biznis nebolo nikdy jednoduchšie.

Možnosti a príležitosti pre malé a stredné firmy na Slovensku

Európska únia v rámci doterajších aktivít a aktuálneho rámcového programu Horizont 2020 vytvára viaceré ústretové prístupy voči malým a stredným podnikateľom (MSP) na podporu ich podnikania v oblasti ICT a webových riešení:

- Startup Europe: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/entrepreneurship-innovation/startup-europe-0>
- Digitálna agenda: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/>
- Neelie Kroes, podpredsedkyňa Európskej komisie zodpovedná za digitálnu agendu Európy: http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/kroes/en
- Európskou úniou podporované programy na podporu MSP v rámci programu Horizont 2020: http://ec.europa.eu/easme/sme_en.htm

Užitočné kontakty

- Kontaktná osoba pre účasť MSP v programe Horizont 2020 na Slovensku: Ivan Filus, BIC Bratislava, Zochova 5, 81103 Bratislava, tel. +421 2 5441 7515, filus@bic.sk, www.bic.sk
- Slovenská start-upová scéna: www.neulogy.sk, www.startupers.sk, www.thespot.sk, www.startitup.sk

Kontakty pre médiá

PR agentúra Media In

- Jana MALAGA, Senior PR manažérka: jana.malaga@cohnwolfe.sk; +421 911 704 111

Zástupca Európskej komisie na Slovensku

- Ingrid LUDVIKOVÁ: ingrid.ludvikova@ec.europa.eu