

26.08x22.81	1/2	עמוד 22	הארץ - the marker	28/09/2017	60428025-7
זיפוקרוטר - פלטפורמת התאמה בין מחפשי עבודה למעסיקי - 54662					

"אני מעדיף עובדים שלא מדברים על 'אני' – אלא על 'אנחנו'"

אחרי שני סטארט-אפים כושלים ותפקידים בכירים בליגת הפוטבול האמריקאית ובאובה, אייל גוטנאג חולש על תקציב של 100 מיליון דולר בחברת ההשמה הטכנולוגית ZipRecruiter ויודע בדיוק מה הוא מחפש: "טאלנטים בשוק העבודה צריכים להיות אנשים גמישים, מוכוונים דאטה – וצנועים"

שלקחת בחיים שלך? כי אני מחפש אנשים שאינם פוחדים מסיכון", הוא אומר. "במהלך הראיון אתה מזהה מהר מאוד את האדם שמספר לך על סיכון קטן שלקח פעם – ואת האדם שלקח סיכונים משמעותיים". למה חובבי סיכונים טובים יותר? "הם יהיו גם גמישים יותר, והרי זה מה שאנו מחפשים. שאלה נוספת שאני שואל את המראיין היא 'מה הרבר הכי קשה שהשגת עד היום?'. גם כאן קל לזהות מי הציב לעצמו אתגרים ומי לא. מועמד אחד סיפר לי, למשל, שהוא לימד את עצמו שפת תכנות. אחר אמר שבגיל 17 הוא בנה עם חבר מכונית. מישהו סיפר לי שהוא חשש מאוד ממפגש עם קהל ועשה פעולות שונות כדי להתגבר על זה. אני מחפש אנשים כאלה, שכבר הוכיחו שהתגברו על מכשולים. עובדים מהסוג הזה לא ייבהלו משינוי. הם יידעו לתקוף אותו – ולהביא תוצאות".



אייל גוטנאג
תפקיד: סמנכ"ל שיווק גלובלי בחברת ZipRecruiter **גיל:** 41
מצב משפחתי: נשוי + 2
מגורים: לוס אנג'לס **השכלה:** תואר ראשון בניהול מאוניברסיטת ברקלי, תואר שני בחינוך לטכנולוגיה מאוניברסיטת קולומביה
תפקידים קודמים: מנהל שיווק בליגת הפוטבול האמריקאית (NFL), מנהל אזור לוס אנג'לס באובר



שלי חרותי סובר

למרות גילו הצעיר, 41, אייל גוטנאג הספיק למלא לא מעט תפקידים בלא מעט חברות מרי-בויות. לפני שהתחיל את תפי קידו במנהל השיווק הגלובלי בחברת ההשמה זיפריקרוטר (ZipRecruiter) – זירת מפי-גש טכנולוגית מרכזית בין עיר-בדים למעסיקים – הוא שימש מנהל אזור לוס אנג'לס של אובר והיה גם אחד מאנשי השיווק הדיגיטלי של ליגת הפוטבול האמריקאית NFL.

צילום: אייל טואג

לא מתפשר על הדרישות מהעובדים

אחת הדרישות שעליהן גוטנאג לא מתפשר היא חשיבה מוכי וונת דאטה – כלומר, כל העובדים בארגון ערים לתפקיד שיש כיום לדאטה בחברות ולמשמעויות שלו. "כל המועמדים אמרים שהחשיבה שלהם מוכוונת דאטה", הוא אומר. "בעיקר הצעירים שלבאורה שרי-לטים בטכנולוגיה. אולם אז מגיע אדם למצגת, שהיא השלב האחרון בתהליך הסינון אצלנו, ומראה 14 שקפים בלי אף נתון. ברור שנתונים

חדשים שצריך לענות עליהם. בכל התפקידים בחברה צומחת – הרבר הקבוע הוא השינוי". על השאלה איך מזהים את האנשים האלה בראיונות עבודה, גוטנאג עונה כי במהלך הש-נים למד אילו שאלות לשאול כדי להיות מסוגל לעשות סינון מהיר, ובעיקר איכותי, של מא-פייני אישיות. "אני שואל את המראיין 'מה הסיכון הכי גדול

"אני מעדיף אנשים שחושבים כמו בעלי הבית ולא כמו שוכרים, כי שוכרים אינם מביאים חדשנות. בישראל קל יותר למצוא אנשים כאלה, שמרגישים בעלות"

בדים שמזכיר את הרור המייסד. בשלב ראשון הם צריכים להיות גמישים מאוד, מכיוון שכל שלושה חודשים מסתבר לך שיש צרכים הצוות המקורי הוא סימן לעובדים הבאים. כיום, כשאנו מחפשים טא-לנטים לחברה שצומחת במהירות, אנו זקוקים לסוג מסוים של עו-

של 100 מיליון דולר בשנה, מרגיש נוח מאוד בתוך חבי-רות שנהנות מצמיחה מהירה (Hypergrowth); גם ההצלחות וגם הכישלונות שלו, הוא אומר, נבעו מעבודתו בחברות כאלה. "וינוד קושלה, המשקיע מעמק הסיליקון, אמר פעם משפט שאני לוקח אתי לכל מקום", מספר גוט-נאג. "20-30 העובדים הראשונים שאתה מגייס הם החשובים ביותר.

הוא נולד בארה"ב להורים ישי-ראלים. כיום הוא חי בלוס אנג'לס, אך מגיע תכופות לישראל כדי לבקר את המשפחה המורחבת. בשנתיים האחרונות יש לו עוד סיבה להגיע לישראל – זיפריק-רוטר, שהוקמה ב-2010 וכבר מע-סיקה 800 עובדים ברחבי העולם, פתחה בלב תל אביב מרכז פיתוח שבו עובדים כיום 40 איש. בעוד חצי שנה צפוי מספר העובדים במרכז להגיע ל-100. גוטנאג, החולש על תקציב

17.14x31.8	2/2	עמוד 23	הארץ - the marker	28/09/2017	60428024-6
זיפריקרוטר - פלטפורמת התאמה בין מחפשי עבודה למעסיקי - 54662					



משרדי זיפריקרוטר בתל אביב. הצוות, המונה 40 עובדים, צפוי להתרחב בעוד חצי שנה ל-100 עובדים צילום: אייל טואן

“מועמד אחד סיפר שהוא לימד את עצמו שפת תכנות. אחר סיפר שחשש מחפוש עם קהל והתגבר על זה. עובדים מהסוג הזה יידעו לתקוף שינוי ולהביא תוצאות”

באובר, הגיעה אל גוטנאג הצעת עבודה, שלדבריו, אי-אפשר היה לוותר עליה. “העבודה באובר היתה מספקת מאוד, אך בארה”ב הדבר החשוב ביותר הוא מציאת עבודה, לכן רציתי להיכנס לתחום”, הוא אומר. “הכרתי את מייסדי זיפריקרוטר, שאינה מוכרת מוצר צריכה, אלא מש”נה לאנשים את החיים מדי יום. כיום, יותר ממיליון איש בשנה מוצאים דרכנו עבודה בעזרת טכנולוגיה מתקדמת של התאמה, שאותה אנו ממשיכים לפתח כל העת – בין היתר בישראל. שלישי מחברות פורצ’ן 500 הן לקוחות שלנו, אף שאנו פונים בעיקר לעסקים קטנים ובינוניים שאין להם מערך גיוס, וזקוקים למועמדים איכותיים שיהפכו לעובדים המתאימים ביותר לעסק. תהליך הגיוס הממוצע בארה”ב נמשך 55 יום. זה הרי בה זמן. בעזרת האלגוריתם החזק שלנו, 80% מהלקוחות מקבלים לפחות מועמד אחד ברמה גבוהה של התאמה בתוך 24 שעות בלבד, כשבעבר נתון זה היה 5% בלבד. קיצור התהליך חוסך לכולם כסף רב ומכניס אנשים מהר יותר למעגל העבודה. זה מאוד מרגש.”

יש לכם פה מרכז פיתוח, שגם הוא צומח במהירות. מה ההבדל בין עובד ישראלי לאמריקאי?

“אני מעדיף אנשים שחוו שבים כמו בעלי הבית ולא כמו שוכרים, כי שוכרים אינם מביאים חדשות. בישראל קל יותר למצוא אנשים כאלה, שמי רגישים בעלות.”

וזה דבר טוב?

“ברור כלל כן.”

ליון דולר. “אבל אז הגיעה 2008 והכל התמוטט”, הוא נזכר. “הלקח שלמדתי אז היה לגייס יותר ממה שנדמה לך שתצטרך. ליזמים יש תמיד בעיה של הערכת חסר. נדי מה לך שגייסת מספיק, ואז מגיע משבר ואתה מגלה שאין לך רוז”בות לצלוח אותו. הסטארט-אפ הזה נמכר ב-2010, אך גם זאת לא היתה הצלחה. מכרנו במהיר נמוך, משהו שיכול היה בתנאים אחרים לעשות אקזיט גדול מאוד.”

ב-2011 נטש גוטנאג את תחום היזמות ומצא עצמו בחיבת השיווק הדיגיטלי של לייגת הפוטבול האמריקאית NFL, המגלגלת מיליארדים. הוא עסק במשך שלוש שנים בשיווק של משחקי רשת, אפליקציות מעקב אחרי הבקעות ופתרונות צפייה ישירה במשחקים. “זה היה בית ספר לעבודה עבור קהל של מיליונים”, הוא אומר. “חברה שצוי”בת לפוסקות של הקהל.”

ב-2014 התחיל פרק נוסף בקריירה של גוטנאג, כשמונה למנהל האתר של חברה צומחת אחרת – אובר (Uber), בלוס אנג’לס. “התחלתי עם צוות של 40 איש ותוך כמה חודשים התרחבנו ל-100. גרלנו במהירות למיליוני נסיעות בחודש, עם 100 אלף נהיגים חדשים בשנה – צמיחה עצומה שצריך לדעת לנהל.”

כעבור קצת יותר משנה

אינם מעניינים אותו. בחברה שמינוססת על ביג דאטה, קופירייטרים הם האנשים היחידים שיכולים להגיע בלי חשיבה מבוססת נתונים. בכל שאר התפקידים – למעט אולי בתחום השיווק – העובדים אינם יכולים להרשות זאת לעצמם.”

אתה מתייחס בריצינות רבה לקריאת חיים.

“נכון, והוטף על הראש לא מעט בגלל זה. אני לא מהמנהלים שאומרים ‘אל תשלחו לי קורות חיים, רק האישיות שלכם מעניינת אותי’. אני באמת מאמין שאם הגעת ממקום שבו קיבלת השכי”לה טובה, והראית בקורות חיים שלך שיש לך יכולת מגוונת לעבוד במקומות שונים – יש סיכוי גדול יותר שתצליח גם אצלנו. עם זאת, אני חייב להודות שהכישלונות שלי בהשמה היו כשהתייחסתי יותר לקורות החיים, ופחות לתחור”שת הבטן שלי.”

הדרישה לקורות חיים נובעת מקורות החיים האישיים של גור”טנאג. “עסקתי בלא מעט תחור”מים שונים עד היום, מאנרגיה דרך ספורט ועד תחבורה”, הוא מסביר. “כשמחפשים עובדים גמישים, קורות חיים מגוונים הם, בין היתר, הדרך לבדוק אם אדם מסוגל להתמודד עם גיוון, קרי גמישות. באופן אישי, אני מעדיף אנשי רוחב על פני אנשי עומק. אנשי עומק בדרך כלל פחות גמישים ביכולתם לעבור ממשימה למשימה.”

נושא נוסף שעליו אסור להת”פשר כשבוחרים עובדים, לפי גור”טנאג, הוא צניעות. “בכל תהליך קבלה לעבודה, אני בודק את מידת הצניעות של העובד”, הוא מרגיש. “אדם צריך להיות גמיש וחדשני

ובטוח בעצמו – אך גם צנוע. מהדניסיון שלי, אנשים צנועים הרבה יותר טובים בעבודת צוות. כשאדם אומר ‘אני, אני, אני’, לא אקח אותו לעבודה. אני מעדיף אנשים שמדברים באנחנו.”

הכישלונות שניסטארט-אפים

גוטנאג לא תמיד היה בעמדת המצליח. את הקריירה שלו הוא התחיל מיד אחרי האוניברסיטה, אז שימש יועץ בחברת הייעוץ גיזה זינגר אבן, אך כבר בתחילת שנות ה-2000 החליט כי הוא רוצה להיות יזם. “הקמתי עם שותף אתר מסחר אלקטרוני, שבו מכרנו משקפיים תחת המותג Best Buy Eyeglasses, הוא מספר. “זה היה מאוד חדשני אז. הבעיה היתה שהאתר התבסס על הון עצמי בלבד, וכיוון שלא גייסנו הון, לא יכולנו לגדול. עשינו טעות נוספת כשמכרנו משקפיים של אחרים, ולא יצרנו מותג משלנו. בסופו של יום, במקום לעשות אקזיט גדול ומשמעותי, מכרנו את האתר לחיברה בשם Lens.com, שמכרה עדשות מגע ברשת ורצתה להי”תרחב. הכל קיים עדיין, אך זאת לא היתה הצלחה.”

עבור הסטארט-אפ הבא שלו, שעסק בפיתוח כלים טכנולוגיים ליצור דלק ביולוגי, גוטנאג דווקא גייס הון חיצוני גדול, בסך 20 מיל”יון דולר.