

26.4x28.76	1/2	34	עמוד	כותרת	21/11/2017	61106117-3
זיפקרוטר - פלטפורמת התאמה בין מחפשי עבודה למעסיקי - 54662						

## ראיון כלכליסט

עומר כביר

כשאינן סיגל רצה לשלב יכולות בינה מלאכותית ב־ZipRecruiter – פל־טפורמת גיוס העובדים שהקים ב־2010 ושבראשה הוא עומד – הוא עשה את הרבר המתב־קש והתחיל לחפש עובדים בלוס אנג'לס, העיר שבה יושב מטה החברה. "ניסינו למצוא את העובדים המתאימים בעיר ולא הצלחנו", הוא סיפר בראיון ל"כלכליסט". "הלכנו לעמק הסיליקון, ויש שם ביקוש כל כך גבוה, שהתחרינו ישירות בגוגל, פייסבוק ולינקדאין על העובדים הטובים ביותר בתחומים כמו בינה מלאכותית, למידת מכונה ו־Data Science. חשבנו, לאיפה אנחנו יכולים ללכת? חקרנו את הנושא וגילינו שישיראל היא יהלום, יש כאן את הכישרון הטכנולוגי הטוב ביותר בעולם. טוב באותה מידה, אם לא יותר, מכל מה שראינו בעמק הסיליקון".

מרכז המו"פ המקומי, בתל אביב שהתחיל ב־2015 עם 12 עובדים, מע־סיק כיום יותר מ־30 וצפוי לגדול בשנה הבאה בעוד 100, הוביל מהפכה אמיתית באופן שבו פועלת החברה, ושילב יכו־לות איתור והתאמת עובדים מבוססת AI – שהפכו את ZipRecruiter לשם החם בעולם הגיוס בארצות הברית. עתה, אחרי שהכניע חברות ותיקות כמו מו־נסטר.קום וחתם על שיתופי פעולה עם פייסבוק וגוגל מבקש אינן סיגל (43) למנף את מרכז הפיתוח בישראל כדי להוביל את המהפכה הגדולה הבאה של תחום גיוס העובדים – יצירת הליך גיוס תוך יום אחד מרגע פרסום המודעה ועד לאיוש המשרה.

לדברי סיגל, שישתתף בוועידת "Mind the Tech" של "כלכליסט" במרץ 2018, "השאיפה שלנו היא להפוך את הגיוס לפעילות בזמן אמת", כשמעסיק יפרסם משרה הוא יוכל להתחיל לתק־שר עם מועמדים בתוך דקות. הוא בעצמו ייתיישב מול המחשב כדי לשכור מישור. אנחנו מאוד קרובים לזה. אנשים לא מבי־נים שאנחנו על סף מהפכה בתחום. אם מעסיק יכול לשבת ולהתחיל לתקשר עם מועמדים איכותיים הוא יוכל לאייש את המשרה באותו היום".

### איפה כפתור הקסם

בישראל השם ZipRecruiter כמעט שאינו מוכר, שכן למרות פעילות המו"פ, החברה לא פעילה בשוק המשרות המ־קומי, אך בארצות הברית היא נחשבת, במיוחד בשנתיים האחרונות, לאחד השמות הגדולים בתחום הגיוס והשמת העובדים, וכחברה הראשונה שהשקיעה והצליחה לפצח בצורה משמעותית את תחום הגיוס לחברות עם פחות מ־100 עובדים. "בארצות הברית יש 6 מיליון עסקים, מיליון מתוכם מעסיקים 100 עובדים או יותר. אבל 5 מיליון מעסיקים

## תפס ג'וב

# "השאיפה שלנו היא לגייס עובדים בזמן אמת"

אינן סיגל, מנכ"ל פלטפורמת גיוס העובדים ZipRecruiter, אומר שמעסיקים לא יודעים לחבר מודעות דרושים. לעומתם, האלגוריתם שלו, המבוסס על בינה מלאכותית ומפותח בישראל, מאתר עובדים מתאימים תוך דקות, ומשמש כמנוע של לוחות הדרושים שמפתחות פייסבוק וגוגל

כבר יעשה בשבילך את העבודה: שיפר־סם את המשרה בכל המקומות בבת אחת ושכל המועמדים יגיעו לרשימה אחת. "בעיה נוספת היתה שכל אתר הציג מועמדים בדרך שונה וזה היה קשה מאוד לנטר את כולם, במיוחד כאשר פרסמתי כמה משרות במקביל". כלומר, היו הרבה מועמדים והיה קשה לעבור על קורות החיים של כולם ולבחור ביניהם.

### יותר מדי פונים

ביסודה ZipRecruiter היא מערכת הפצת משרות שבנוסף להצגת המשרות שמעלים מעסקים בפלטפורמה שלה היא גם מפיצה אותן לאתרי גיוס אחרים, כלליים וממוקדים – אלף אתרים בסך הכל (אם כי לא כל משרה תופץ לכל האתרים). במקביל,

מרכזת החברה משרות מאתרים אחרים ומשמשת כאגרגטור משרות בעבור מחפשי עבודה. לדברי סיגל, בכל רגע נתון מוצגים באתר בין 6 מיליון ל־9 מ־ליון משרות פנויות.

אתם מתחרים של חברות כמו מונס־טור ו־CarrerBuilder, ובעצם משבשים את הפעילות שלהן? "המציאות היא שאנחנו גם שותפים

בין 2 ל־99 עובדים", מתאר סיגל. "כל לוח משרות גדול – מונסטר, לינקדאין, Carrer Builder – כל סטארט־אפ מבר־סם הוץ סיכון וכל חברת גיוס מתמקדים במיליון העסקים הגדולים. עד שאנחנו הגענו, 5 המיליון הנותרים התבססו על חברה אחת: קרייגסליסט. אף אחד לא אוהב להשתמש בקרייגסליסט לתהליך הסינון. הם לא מתחרה עוצמתית, הוץ מהמותג שלהם".

סיגל הגיע לתחום גיוס העובדים אחרי ניסיון אישי רב שנים בהליך הגיוס בשוק ההייטק, שבמהלכן עבד בחברות כמו WarnerBros.com, טיקטמאסטר,

Stamps.com וחברה בת של אייבי בשם Rent.com. "אני בונה סטארט־אפים בלוס אנג'לס יותר מ־20 שנה. בכל החברות הקודמות הייתי עובד, לא מייסד, אבל היה לי המזל להגיע לאינטרנט כשהוא היה עדיין חדש יחסית וכתוצאה מו־ניתי לתפקידים בכירים ובחברות רבות ניהלתי את הגיוס בעצמי. כל פעם שר־ציתי לפרסם משרה חדשה הייתי פונה לאתרי משרות שונים כמו מונסטר,

Carrer Builder או קרייגסליסט ומפרסם את אותה מודעה שוב שוב. חשבתי שצריך כפתור קסם שאפשר ללחוץ עליו והוא

וגם מתחרים בהרבה אתרי משרות אחרים. ההצעה שלנו למעסיקים היא: תנו לנו משרה ואנחנו נשים אותה בכל אתר שחשוב לכם. מעסיקים מגיעים ישירות ל־ZipRecruiter כדי לפרסם משרות במקום ללכת לכל אתר בנפרד. או יש מערכת יחסים מורכבת בינינו לבין האתרים האחרים".

במשך כמעט ארבע שנים התבססה החברה על הוץ עצמי בלבד וצמחה בקבי־עות, אך לא במהירות. הפריצה הגדולה הגיעה ב־2014, אחרי שהשלימה גיוס של 63 מיליון דולר בהובלת קרן IVP (שבין השאר השקיעה בסנאפ, סלאק ולאח־רונה הובילה השקעה של 100 מיליון דולר בקומפס של אורי אלון), ובהש־תפת Industry Ventures ו־Basepoint Ventures. עם הכסף באה תקופת התר־חבות מואצת, שבעיצומה נאלצה החברה לשנות את הנחת היסוד של פעילותה.

"הדרך המקורית שלנו לפתור את סוגיית איכות המועמדים היתה עוד מו־עמדים", הסביר סיגל. "אבל לפני שנ־תיים הגענו לנקודה קריטית שבה מודעה באתר קיבלה בממוצע יותר מ־45 פניות, ומעסיקים התחילו להתלונן על נפח הפניות. זה כבר נהפך למשהו שלילי. התחלנו להתמקד באיכות ובחרנו בכמה גישות שונות. המצליחה ביותר היתה שכירת צוות למידת מכונה בישראל. חברי הצוות פיתחו אלגוריתם שפועל כדי כשמעסיק מפרסם מודעה אנחנו מנתחים ומאפיינים אותה, ואז מבצעים התאמה מול 10 מיליון משתמשים רשומים שמ־חפשים עבודה בפועל. אנחנו מודיעים לבערך 100 מהם שהניסיון והכישרורים שלהם הכי תואמים לדרישות. במקום לתת לגורל להחליט מי מוצא איוז משרה, אנחנו שולחים הודעת SMS או אימייל למועמד ספציפי ואמרים לו שזו המשרה המושלמת בשבילו. זה היה מהפכני: מע־סיק מפרסם משרה, ובתוך דקות מקבל קורות חיים של מועמדים מצוינים. גיוס היה פעם תהליך שבו אתה מפרסם מוד־עה, ומחכה בין שבוע לשבועיים. ועכשיו, בזמן שאתה עדיין יושב בכיסא, מועמדים מצוינים כבר מגישים מועמדות".

השינוי היה מוחשי: "לרוב כשמפרס־מים מודעה בצורה רחבה מקבלים מועמ־דים באיכות נמוכה. יש לנו באתר תכונה של אגודל למעלה/למטה וכשמפיצים בצורה רחבה 1 מ־6 מועמדים מקבל אגו־



26.35x34.92	2/2	35	עמוד	כותרת - כלכלי סט	21/11/2017	61106143-2
זיפ רוקוטר - פלטפורמת התאמה בין מחפשי עבודה למעסיקי - 54662						



מימין: איאן סיגל ומרכז הפיתוח של החברה בתל אביב. "התכונה שמועמדים הכי אוהבים אצלנו היא העדכון בנוגע לרגע שבו מעסיק קרא את קורות החיים שלהם" צילומים: ZipRecruiter. עמית שעל



# ZipRecruiter®



<b>ZipRecruiter</b>
<b>פעילות:</b> גיוס עובדים מבוסס AI
<b>הקמה:</b> מרץ 2010
<b>מייסד ומנכ"ל:</b> איאן סיגל
<b>משרדים:</b> סנטה מוניקה, טמפה, ניו יורק, אוסטין ותל אביב
<b>מספר עובדים:</b> 830
<b>גיוס:</b> 63 מיליון דולר



**על המפתחים המקומיים: גילינו שישיראל היא יהלום, יש כאן הכישרון הטכנולוגי הטוב בעולם. ראינו עד כמה הישראלים יזמיים באופי שלהם"**



**על האלגוריתם של ZipRecruiter מתפרסמת מודעה, אנחנו מנתחים אותה, ומתוך כ-10 מיליון משתמשים אנחנו מודיעים לכ-100 שהם הכי מתאימים"**

כמעט כולם גברים או כמעט כולן נשים. בחלק מהמקרים זה היה תלוי קטגוריה, יש משרות מסוימות שנשים מגישות להן מועמדות יותר מגברים ולהיפך; אבל יש משרות שאין בהן העדפה מגדרית וראינו שהניסוחים עצמם משכו בעיקר גברים ואחרית בעיקר נשים, שיש מונחים שמהווים טריגרים להטיה מגדרית. משפט כמו 'האם אתה פותר בעיות אגרסיבי?' (הדרוגמאות שהביא סיגל הן תרגום מאנגלית, שבה אין לשמות מגדר, ע"כ) מושך רק גברים. אבל אם אתה כותב 'הצטרפו לצוות שירות הלקוחות התומך שלנו', תקבל רק נשים."

**אתם יושבים עם המעסיקים על הניסוח?**

"מעסיקים לא טובים בניסוח מודעות דרושים. והניואנס הזה של אילו מלים יוצרות הטיה מגדרית, זה מתקדם מדי. אני עדיין מנסה לשכנע אותם לכתוב מודעות דרושים ברורות וישירות. לכן ברגע שמעסיק מסמן מועמד אחד אני חנו מתעלמים מתיאור המשרה לחלוטין ומתאימים רק מועמדים בעלי פרופיל דומה. ואז היחס עולה ל-1 מ'3. הם כל כך גרועים בתיאור המשרה שגם אם הבאנו מועמדים שמתאימים ל-100% מהדרישות שלהם הם לא רצו אותם." העבודה שלנו היא להסיק מה המעסיק מחפש. בשנייה שהוא מפרסם משרה

דל למעלה. אבל כשעובדים עם האלגוריתם שלנו זה 1 מ'4. גם מספר המועמדים שמוצג למעסיק נמוך הרבה יותר. מעסיקים לא רוצים 20 מועמדים נהדרים, הם רוצים קומץ מועמדים שיכולים לעשות את העבודה כדי שאפשר יהיה לסנן אותם במהירות בטלפון, לבחור את השניים שרוצים להביא לראיון עבודה ולהעסיק את הטוב ביותר."

**איך אתם עושים התאמה?**  
"בעבר השתמשנו באלגוריתם שבו אם, למשל, חיפשת משרה כאנליסט שיווק חיי פשונו את הרצף 'אנליסט שיווק' בכותרת או בתיאור המשרה. זו התאמה מאוד בסיסית. בהמשך עברנו ללימוד מכונה כדי להבין אילו סוגי משרות מתאימים לאילו מחפשי משרות, ומשם עברנו ללימוד עומק. ואם תשאל אותי איך זה עובד, אני אגיד: אנחנו מווינים לזה הרבה מידע, ואז משווים בין האלגוריתם החדש לאלגוריתם הישן, וזה כל כך מסובך שאנחנו לא יכולים להגיד איך זה מבצע התאמות. אבל אנחנו ממשיכים להזין מידע."

"ומה שמגניב זה שאנחנו לא רק כלי לפרסום משרות, אלא גם לסינון מועמדים. אז אנחנו יודעים כמה פעמים מעסיק הביט במועמד, כמה פעמים הוא התקשר אליו או שלח לו אימייל, כמה פעמים הוא סימן אגודל למעלה על מועמד. אנחנו יכולים להשתמש במידע של האינטראקציות האלו כדי לקבוע מי יהיה מועמד מתאים למשרה עתידי. אם קיבלת אגודל למעלה בפעם האחרונה שהגשת מועמדות למשרת אנליסט שיווק, אנחנו נדע כביטחון שנוכל להציע לך משרה דומה ושאתה מועמד איכותי."

**באיזה עוד מידע אתם משתמשים?**  
"זו שזירה מורכבת של מאפייני החיפוש באתר של המועמדים, רפוס הגשת המועמדות שלהם וקורות החיים שלהם, בתוספת האופן שבו מעסיקים הגיבו אליהם. זה יותר מתוחכם מאשר להתאים בין תיאור המשרה לבין קורות החיים."

### שאלה של מגדר

אחד הדברים האלו הוא מחקר עומק על האופן שבו ניסוח מודעות דרושים משפיע על הזהות המגדרית של מגישי המועמדות. "הפרדנו משרות בהתאם לשיעור הגברים והנשים שפנו אליהן וניתחנו את השפה. גילינו שיש הבדל אמיתי: היו משרות שהמועמדים היו

ואנחנו מודיעים ל-100 מועמדים, ניקח עשרה מהם ונציג לו אותם מיר ונשאל מי מאלו אתה הכי מחבב. ככה אנחנו יכולים לקבל את האיתות של האגודל למעלה, ולבצע התאמה טובה יותר מיד."

### שיתוף פעולה עם גוגל

ההצלחה של ZipRecruiter לא נעלמה מעינייהן של שחקניות חדשות אך עוצמי תיות בתחום הדרושים – גוגל ופייסבוק. שתי החברות, שמקיימות בשנה האחרונה מהלכים משמעותיים לכניסה לתחום מודעות הדרושים חתמו עם ZipRecruiter על שיתוף פעולה שבמסגרתו מעסיקים שמ' פרסמים משרות דרך הפלטפורמה יכולים להעביר אותן גם לפלטפורמות חיפוש העובדים של גוגל ופייסבוק.

"השחקניות הגדולות נכנסות לעולם הדרושים", אמר סיגל על שיתופי הפעולה. "אנחנו השחקן הגדול ביותר בתחום של 5 מיליון העסקים הקטנים ובינוניים, ומי שרוצה להגיע מהר להרבה משרות חייב לשתף אתנו פעולה. זה מרגש, ואני מקווה שנוכל להפוך את הרשת החברתית של פייסבוק לפלטפורמת איתור משרות. הם עדיין בתחילת הדרך אבל יש להם שאיפות גדולות. גוגל גם נחושה להביא את החיפוש העוצמתי שלה לעולם איתור המשרות. אני נרגש לעבוד עם שתיהן."

סיגל לא השיב ישירות כשנשאל מה יקרה ביום שבו פייסבוק או גוגל יהליטו להפנות לחברה שלו עורף ולפתח פתרונות שידחקו אותה החוצה מהשוק. הוא העדיף להתמקד בשלב הבא של עולם הגיוס: הפיכה של תהליך איוש המשרה למידי. "האתגר הגדול ביותר הוא לא אלגוריתם

ההתאמה. מה שאנחנו עובדים עליו עכשיו זה חוויית המשתמש: איך לתמרץ מעסיק או מחפש עבודה לפעול מהר. התכונה שמועמדים הכי אוהבים אצלנו, זו שהם משבחים יותר מכל תכונה אחרת, היא העדכון בנוגע לרגע שבו מעסיק קרא את קורות החיים. הרי התלונה הכי גדולה של מועמדים היא החור השחור – הם שולחים קורות חיים ואין להם מושג מה קורה בתהליך. ב' ZipRecruiter, ברגע שמתחילים לקרוא את קורות החיים שלך אנחנו מודיעים לך. ומכיוון שמעסיקים מקבלים מועמדים טובים מיד עם פרסום המשרה, אנחנו יכולים להודיע שמעסיק קרא את קורות החיים בתוך דקות לאחר הגשת המועמדות. המשוב הזה מרגש את המועמד. כי אחת הבעיות היא שמגישים מועמדות למשרה, והמעסיק חוזר רק אחרי 21 יום. ובינתיים המועמד כבר הספיק לשכוח מה החברה הזו ומה היא עושה. אבל עכשיו אנחנו יוצרים עניין בשני הצדדים."

למרכז המו"פ בישראל צפוי להיות חלק מרכזי במהלכים האלו. "ישראל היא מקום מאוד מיוחד. כשהתחלנו לראיין עובדים ראינו עד כמה הם יזמיים באופי שלהם. הם עדיין לא נדבקו בתשוקה של עמק הסיליקון להיות מפורסמים. כולם בעמק הסיליקון קון רוצים להיות מארק צוקרברג. בישראל רוצים לבנות עסקים, לפתור בעיות קשות, להיות חלק מצוות שיש לו אימפקט גבוה. זה מושלם. התחלנו עם 12 עובדים, בחצי השנה האחרונה שילשנו את מספר העובדים ובשנה הבאה נשכור עוד 100."