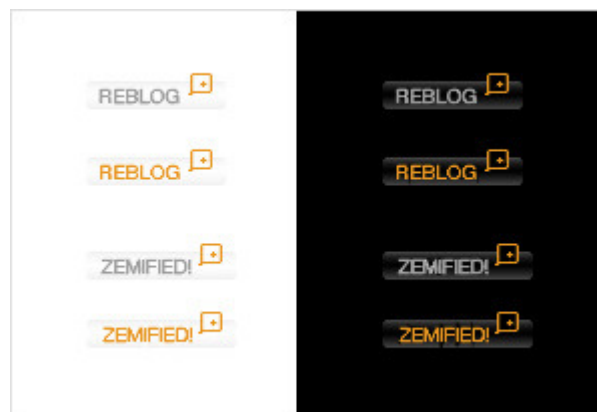


Inovativni preboj, ki podira slovenske tabuje

Zemanta. Zgodba bi bila lahko le ena izmed zanimivih poslovnih utrinkov, če ne bi že v svoji osnovi podirala kar nekaj slovenskih tabujev. Samo slednje jih uvršča med odlične primere inovativnih prebojev:

- Od začetka sta ustanovitelja razmišljala globalno. Nista iskala najprej potrditve doma, ampak sta vstopila v mednarodne vode takoj v prvem koraku. Kot bi poslušala nasvete prof. Jose Santosa, ki nas je vzpodbujal, da najprej uspemo v tujini in presežemo zastareli model, ko so si korporacije najprej utrdile položaje doma, potem pa model kopirale v svet, in pozabile na čudoviti spekter drugačnosti, ki jo nudi globalna zgodba.
- Razvijati sta začela produkt, ki bi zadovoljil ciljne globalne niše in navdušila tuje semenske in rizične investitorje. Rešitev, ki sta jo razvijala, ni nastala iz strasti ali izključno notranjega navdiha, ampak kot kombinacija racionalnega, pragmatičnega razmišljanja, všečnosti, mladostnega entuziazma, želje po uspehu in razumevanja potreb tistih, ki sta jih hotela pritegniti v svoj poslovno-razvojni cikel. Pristop, ki ga danes vzpodbujamo pri vseh poslovnih okoljih: »Razumi svoje sposobnosti, razumi ciljni trg in ga začni hraniti s produkti in storitvami/rešitvami, ki jih bodo opazili, cenili in plačali.



Osnovni intervju, ki je pred vami, se je zgodil že v začetku maja 2008. Dinamika vsakdanjega ritma je besedilo držala v ozadju. Medtem se je zgodilo veliko pomembnega, vrednega. Med drugimi je bila njihova zgodba objavljena na spletnem časopisu VentureBeat, Finance so o njih objavile zanimiv članek, bili so člani okrogle miza na konferenci o inovacijskem novinarstvu in komuniciranju "Stanford po Stanfordu 2008". Pa smo se vseeno odločili, da dodamo še en impulz za razumevanje njihove zgodbe. Izpustili smo poslovne podrobnosti, ki si jih lahko preberete na njihovih straneh, ali najdete na internetu, izpustili smo splošno znane resnice o uspehu, impresivnih finančnih injekcijah. Tu je Zemanta, za katero morda še niste slišali.

Intervju z Zemantovci

VB: Kdo ste Zemantovci?

Z: Skupino sva ustanovila (op. govori Andraž) z Boštjanom pred 1 letom. Ko smo šli v mednarodne vode, smo se okrepili z dodatnimi člani. Najprej z Alešem, direktorjem, ki smo ga potrebovali za strategijo rasti. Namig za direktorja smo dobili tudi v Angliji, kjer smo se potegovali za pozornost finančnih vlagateljev. Bili smo premladi in potrebovali smo nekoga s poslovnimi izkušnjami. Trenutno smo zrasli na 10 sodelavcev, a zaposlujemo dnevno (op. intervju je bil opravljen v začetku maja 2008). Kot skupina smo še vedno precej mladi, na trenutke celo premladi. Zato se

zdaj krepimo z izkušnjami. Mladost nam je pomagala, da smo marsikaj naredili z glavo skozi zid, za stabilizacijo pa potrebujemo še kaj več.

VB: Kaj vas povezuje?

Z: Vsak ima malo svojega motiva. Privlači nas vizija globalne zgodbe. Priložnost soustvarjanja in uresničevanja vizije na odgovoren način na dolgi rok.

**VB: Kako do inovativne ideje?**

Z: Čisti začetek beleživa pri najinem skupnem delu na [RTV Slovenija](#). Tam sva spoznala in na svoji koži občutila izzive obvladovanja tekstov. Velike količine tekstov. A za naju je bil gotovo prelomen projekt "odprti kop" skozi katerega sva odkrila povsem novo področje dela vezanega na podnapise za gluhoneme. Ko sva najino rešitev končala, sva ugotovila, da česa takega ni še nihče na svetu naredil. Vsaj ne na nivoju produkcije. Ko sva projekt tudi prodala, sva vedela, da je logika in znanje, ki sva ga ob tem nadgradila in pridobila, uporabno tudi na drugih področjih. Idejo sva razvijala in po različnih reinkarnacijah je prišlo do trenutnega orodja, ki vsakemu piscu internet vsebin pomaga pri pisanju in bogatenju vsebin (avtomatsko povezovanje s sorodnimi vsebinami).

VB: Kako do realizacije?

Z: Ideje niso zastoj, jih je pa zelo veliko. Vendar to ni dovolj. Da pripelješ idejo do realizacije, ji moraš biti resnično predan. Hkrati moraš imeti močno voljo in veliko vztrajnosti, da zdržiš tempo, ki je potreben, da prideš do rezultatov. Tim in predanost ideji je bilo tudi odločilno pri gradnji zaupanja pri investitorjih, da bomo res pripeljali do uspešnega zaključka.

VB: Tovrstni projekti so torej več kot redna služba?

Z: To je tipično projektno delo. Mesece osredotočenega dela na eni sami stvari, ob tem pa se ves čas prilagajati razvoju okolja, novih orodij, Net-a. Net je živa stvar, ves čas v fazi transformacije. Raje ne omenjam vseh neprespanih noči, izpuščenih študentskih zabav in žurov... Ko te ena ideja tako potegne, kot je naju, ni časa za nič drugega.

VB: Kako sploh prideš do potrebnih znanj za tovrstne inovativne preboje?

Z: Eden od pomembnih virov je gotovo praksa, delavno okolje v katerem deluješ. Na ta način sva midva pridobila veliko tehnoloških in organizacijskih znanj. Skupaj sva se krepila na RTV-ju, v Kiberpipi, pa na manjših projektih, kjer sva malo zaslužila. Tudi znanja sva pridobivala od vse povsod: na fakulteti, IJS-ju, prebrala sva vse, kar nama je prišlo pod roko in verjela sva, da sodi v najin koncept razmišljanja.

VB: Sta z Boštjanom tudi stanovska kolega?

Z: Ne. Prav najina raznolikost, Boštjan je filozof in jaz FRI (op. Fakulteta za računalništvo in informatiko), je bila pri razvoju idej in iskanju izzivov pomembna: drugačni zorni koti, izkušnje, modeli razmišljanja. Obema pa je skupno, da ves čas preizkušava svoje ideje in videnja, zagrabiva vsako priložnost, ki vodi v nekaj novega. Oba tudi verjameva, da se moraš ukvarjati z res norimi idejami, da si upaš pogledati res daleč, saj ti kmalu postane jasno, da se da vse v neki obliki tudi izvesti.

VB: Ali ste imeli kake mentorje, vzornike?

Z: Seveda. V vakumu se ne da delati. Zgubiš perspektivo. Pogovarjali smo se z različnimi strokami (financiranje, investiranje, vodenje podjetij, kreativci, ki ocenjujejo uporabniško izkušnjo), še posebej na tistih področjih, kjer sva bila začetnika.



VB: Zakaj najprej tujina?

Z: Priložnost. To je bila ideja že od samega začetka. Priložnost sva videla le v globalnem pristopu in stikih v tujini. Seveda pa se ta naveza s tujino brez dobrega produktu ne bi zgodila. Pojavljali smo se na več natečajih (sistematično). Uspelo nam je v Londonu. S tem smo si odprli vrata v svet. Nato je sledila nagrada RedHerring. Potem pa so se stvari začele odvijati po principu snežne kepe.

VB: Ali lahko pridobiš pozornost vlagateljev le z idejo?

Z: Ko se gre po denar, je potrebno vedno imeti tudi kaj za pokazati; prototip, nekaj, kar deluje.

VB: Je za vas delo strast, ali le ena od aktivnosti, ki jo počnete?

Z: Kot ekipa poskušamo najti pravo razmerje med strastjo in razumom. Težimo k temu, da nastopamo z razumom, ko se poskušamo izogniti tveganjem, in s strastjo, ko v tveganja vstopamo.

VB: Kdo so vaše stranke? Kako se odzivajo?

Z: Imela sva tehnologijo in konkretne sektorje, kam se lahko tehnologija plasira. Preko tega sva opredelila potencialne investitorje in potrebne povezave ter generični ciljni segment.

VB: Kaj pa zdaj?

Z: Zdaj so razmere in ciljne stranke že bolj izdelane. Delamo predvsem na scenarijih. V naslednjem letu nam je ključno, da preigramo različne scenarije na trgu in ugotovimo, kje bo dodana vrednost največja. Računamo, da bomo imeli zelene podatke in spoznanja do konca leta. Potem pa s fokusom dalje.

VB: Kaj vaša rešitev pomeni za Interent okolje, za blogerje? Ali ima kakšne širše posledice na razvoj Interneta kot koncepta? A so vas že začeli uporabljati kot osnovo za nadaljnji razvoj?

Z: Smo na točki, ko računalniki začenjajo že razumevati potrebe ljudi. S tem so vse bolj koristni. Če gledamo širše: podatkov o ljudeh in njihovem delu je na Net-u vse več, zato je možno, da nas bo računalnik samodejno poslal na intervju za novo službo, na zmenek, nam predlagal počitnice. Del procesa, ki to omogoča, rešujemo mi. Seveda je na tem mestu smiselno vprašanje, kakšen računalnik sploh hočemo. Računalnik, ki mu vedno znova vse razlagamo od začetka (kaj želimo, koliko...), ali računalnik, ki mu le posredujemo izziv/potrebo in sam predlaga rešitev, ki jo v nadaljevanju le še korigiramo.



VB: Pa vi? Kam in kako naprej?

Z: Trenutno poskušamo delovati bolj na operativni ravni. Strniti vrste. Ugotovili smo, da lahko planiramo okoli 6 tednov v naprej, potem se nam pogoji že toliko spremenijo, da stare odločitve nimajo več smisla. Naša želja je, da si čim prej zagotovimo prisotnost na zahodni obali ZDA, in sicer preko financerjev in partnerskih mrež.

VB: Kaj je za vas Internet?

Z: Internet je spremenil to, da ljudje z zelo ozkimi interesi na globalnem trgu lahko delujejo v okviru skupin (na lokalnem nivoju so izjeme, v globalu so skupina). Prvi večji primer tega je bil Linux, še večji fenomen je Wikipedija. Eden glavnih izzivov Net-a, da se ne "razproda" in uklešči med interese javnosti, držav in podjetij ter posameznikov. To je potrebno ves čas spremljati, saj se lahko prevesi v monopole (oligopoly), ki pa bi vso to inovativnost zatrli. Že danes pa vemo, da se nam dogaja vse večja preplava informacij, ki jih je potrebno filtrirati in urejati... Tu je naše mesto, ne bo nam zmanjkalo dela.

VB: Kako pa je s »copyrights« - avtorskimi pravicami?

Z: Copyrightovci in upravljalci omrežij. Obstajata dve generični točki pobiranja "mostnine" na Net-u. Pri uporabi naše rešitve se seveda ves čas s tem srečujemo. Ko predlagamo povezavo na blogu stranke, moramo biti prepričani, da jo uporabniki lahko uporabljajo brez kršitve avtorskih pravic, oziroma lastnika bloga opozorimo, da jih je potrebno, v primeru uporabe, urediti, oziroma pod kakšnimi pogoji jih lahko uporabljajo. Koristniki Net-a se moramo počasi naučiti, da ni vse zastoj. Tu je še veliko dela in tudi poslovnih priložnosti.

Prava strategija, v pravih rokah. Da bi jim le še čas služil. Pristop ekipe je dovolj pragmatičen, da jim lahko uspe rast in razvoj tudi na dolgi rok. Verjetno jim bo glavni izziv ustrezen kader, ki bo razumel in se poistovetil z razumom in strastjo, ki so ju Zamantovci vgradili v svoje jedro. Vredno je spremljati njihovo zgodbo.

Violeta Bulc in Vibacom tim

Kdo je **vodstvo** Zemante?

Aleš Špetič



direktor podjetja

Andraž Tori



ustanovitelj in direktor razvoja

Boštjan Špetič



ustanovitelj in direktor produktov

Ključni pojmi

ZEMANTIFIED

Gumb Zemantified pomeni, da je bil vnos na blog obogaten s kontekstualnimi vsebinami, ki jih samodejno poišče posebni "plugin" podjetja Zemanta. Vsebine, ki jih Zemanta dodaja vnosom so različnih tipov:

- povezave na Wikipedio, IMDB, Amazon, YouTube,...
- fotografije iz prosto dostopnih fotogalerij, kot so Flickr, Getty, CC,...
- povezani članki iz medijev in blogov,
- avtomatske oznake ("tags").

REBLOG

Reblog je najpreprostejši način, kako objaviti citate na vašem blogu, ne glede na to, kje na spletu ste jih našli. Označite besedilo, ki ga želite citirati, dodajte svoje komentarje in ga nato še v istem trenutku objavite na svojem blogu.

Vir: [Zemanta](#).

Tematske povezave

[Zemanta](#)

[Red Herring 100 Europe 2008](#)

[Venture Beat o Zemanti](#)

[Finance o Zemanti](#)

[Problogger](#)

[Readwriteweb](#)