

Počeli su u stanu s jednim zaposlenim, danas iz veličanstvenog ureda u Osijeku rade web-shopove za cijeli svijet

Drugi nastavak serijala What's Next: Budućnost u Hrvatskoj u kojem obilazimo zemlju i donosimo priče o ljudima koji je guraju naprijed

Tomislav Bilić, tada još uvijek dečko u 20-ima, 2008. je pokrenuo tvrtku u kojoj je bio jedini zaposleni. Danas, 10 godina kasnije, njegov Inchoo ima 60-ak ljudi i radi web-shopove za cijeli svijet. Dosad su imali klijente iz 50 zemalja; radili su s gotovo cijelom Europom, Amerikom, a trenutačno im je najveći klijent jedna kompanija iz Kuvajta. Njihovu impresivnu priču donosimo vam u ekskluzivnom video serijalu koji omogućuje najbolja mreža u Hrvatskoj.

Predstavljamo drugi nastavak specijala What's Next: Budućnost u Hrvatskoj, originalnog putopisnog serijala o digitalnim i tehnološkim promjenama u našem društvu. U sklopu platforme **Generacija Next**, predstavljene prošle godine, Telegramovi urednici, reporteri, snimatelji i fotografi putuju Hrvatskom i donose priče o ljudima i kompanijama koji guraju društvo naprijed.

S obzirom na to da je povezanost ključna za razvoj digitalnog gospodarstva i društva koje će nam svima omogućiti brži napredak, partner ovog specijala je Hrvatski Telekom koji danas ulaže u mrežu i pronalazi nove načine kako tehnologijom podržati gospodarski razvoj Hrvatske; novim tehnologijama, inovacijama, uslugama, ulaganjima u pametne gradove i mlade.

Protagonisti drugog nastavka serijala ljudi su iz osječkog Inchooa, jednog od apsolutno najuspješnijih startupa u Hrvatskoj. Bili smo u njihovim impresivnim uredima koji se prostiru na 600 kvadrata.

Prije nekoliko mjeseci, ekipa iz osječke kompanije Inchoo bila je na sastanku kod jednog klijenta iz Njemačke. Vlasnik te njemačke kompanije, inače tvrtke koja se bavi prodajom sportske opreme, podrijetlom je Hrvat, iz Vinkovaca, i oko sebe je okupio dosta ljudi koji su prva ili druga generacija njemačkih Hrvata. Na tom je sastanku ukupno sjedilo osmero ljudi. Nekako se tako dogodilo da od tih osmero ljudi za stolom, samo jedan, direktor marketinga njemačke kompanije, ne govori hrvatski. Nakon kratke početne kurtoazije u kojoj su se trudili da svi za stolom sve razumiju, atmosfera je iz inercijom poslovne prešla na domaćinsku, slavonsku, i nije trebalo dugo da se glavnina razgovora prebaci na hrvatski. U jednom trenutku, shvativši da je u grupi i Nijemac, njegov direktor marketinga, šef tvrtke, okrenuo se i rekao mu: "Vidiš, možda bi ti bilo pametno da naučiš hrvatski, ako želiš napredovati u poslu".

Inchoo je eCommerce agencija koja je osnovana 2008. godine u Osijeku. To "eCommerce agencija" zapravo je mnogo jednostavnije nego što zvuči. Inchoo, u principu, izrađuje, dizajnira i unapređuje online trgovine. Kako nam je u razgovoru pojasnio njihov voditelj prodaje **Aron Stanić**, rade i konzultantske usluge. Trude se da im projekt ne završi kada se napravi web-shop. Rade sve, od strategije, odabira platforme, dizajna, softverskih rješenja, načina na koji se obraćaju kupcu, prate sve što se događa na web-shopu i savjetuju gdje treba uložiti dodatni novac kako bi se njegovo poslovanje optimiziralo. "Prodaja različitih stvari ne funkcionira isto. Neke proizvode kupci radije kupuju ako se plaća pouzdanom. Kod

nekih je važno da imate što više fotografija. Kod prodaje autodijelova je, na primjer, teško steći povjerenje kupca pa se na to treba obratiti mnogo pozornosti. Osim što izrađujemo i dizajniramo online trgovine, mi analiziramo sve te podatke i savjetujemo trgovce. To je, zapravo, eCommerce agencija”, kaže Stanić.

KAKO SU POČELI PRIVLAČITI INOZEMNE KLIJENTE

Inchoo je 2008. godine osnovao Tomislav Bilić, nakon što je otišao iz prve kompanije koju je pokrenuo s još nekoliko prijatelja, Escapea. Tada se Escape bavio izradom web stranica, sada su stručnjaci za internetski marketing i oglašavanje, a Bilića je od tamo odvela ideja da se bavi izradom web-shopova. Nabasao je na Magento, softversku platformu za izradu internetskih trgovina, ugrubo, nešto kao WordPress za web-shopove, upoznao se s njom i krenuo raditi. Prvo je malo ‘freelanceao’ iz stana na osječkom Sjenjaku, to je išlo dobro, zapravo, dovoljno dobro da se Bilić vrlo brzo odvaži, osnuje kompaniju i zaposli prvog čovjeka.

Nekih godinu dana kasnije, Aron Stanić je od Bilića dobio mail. “Ja sam Tomislava poznavao još iz srednje škole. Tada sam samo znao tko je on, jer nismo išli u isti razred. Zbližili smo se za vrijeme studija, jer smo bili aktivni u istim studentskim udrugama, i tu smo se počeli družiti. Uglavnom, ja sam 2009. bio u Americi. Moja je supruga bila na stipendiji na jednom fakultetu, a ja sam bio s njom u SAD-u. I Tomislav mi se javio da mi kaže kako je pokrenuo kompaniju, da već ima pet, šest ljudi, i da bi mu trebao netko tko bi mu pomogao bolje organizirati prodajne procese”, priča Stanić.

U prvoj godini, od 2008. do 2009., Inchoo je, dakle, uspio ne samo isplivati, već ozbiljno brzo narasti. Stanić kaže da je na početku možda i najvažnija bila marketinška strategija. Jedan od prvih zaposlenika bio je **Toni Aničić**, čiji je posao, između ostalog, bio da piše blog o tome što kompanija u tom trenutku radi. Na primjer, Bilić bi radio na nekom projektu, implementirao neko rješenje u Magentu, ili bi upao u neki problem iz kojeg bi se morao iskopati, i Aničić bi o tome napisao post. Ti su postovi bili korisni ne samo potencijalnim klijentima koji bi vidjeli što točno Inchoo radi, već i drugim developerima koji bi radili s Magentom. Google je tu njihovu stranicu vrlo brzo počeo prepoznavati pa su ih klijenti, koji bi, na primjer, razmišljali o tome da naprave web shop u Magentu, googlajući naišli na Inchoo iz Osijeka. I tako je kompanija počela dobivati upite iz različitih dijelova svijeta. “Naša stranica je vrlo brzo došla na prvu stranicu Googleove pretrage za Magento, pojašnjava Stanić.

PRESELJENJE U PRVI, DODUŠE IMPROVIZIRANI, URED

Stanić je, kada ga je Bilić kontaktirao, bio u SAD-u i kaže da je to možda bio razlog zašto je pozvan u Inchoo. “Mislim da se Tomislav sjetio mene dijelom i zato što je znao da sam u SAD-u, a tamo su bili, hajmo tako reći, najisplativiji klijenti. Ja sam, s obzirom na to da sam bio tamo, mogao pregovarati i komunicirati s njima u njihovoj vremenskoj zoni. Znate, nije baš lako iz Osijeka, s vremenskom razlikom sve to odrađivati, a tamo su, kažem, bili najbolji klijenti. Inchoo se nije nikada decidirano opredijelio da će raditi samo sa stranim klijentima, ali je tako u početku ispalo. Znate, 2008. su još ljudi u Hrvatskoj bili malo nepovjerljivi prema

online trgovinama. Osim toga, u Hrvatskoj ti je uvijek konkurencija neki susjedov mali. Svi koji se bave digitalom ili softwareom su strpani u koš 'onih koji rade na kompjutorima', što se uzimalo zdravo za gotovo. I uvijek se uzima kao zdravo za gotovo da sve to može napraviti 'susjedov mali' koji se 'konta u kompjutore'. A onda se to odražava i na to koliko su spremni platiti za to što radiš", kaže Stanić.

Stanić je iz SAD-a radio oko godinu dana. Kada se 2010. vratio u Osijek, Inchoo je već bio kompanija koja je zapošljavala petnaestak ljudi. "Mi smo jako brzo rasli. Tomislavova je ideja bila jednostavna; napravimo projekt, dobijemo novac, i onda ne kupimo automobil ili nešto slično, nego zaposlimo nekoga da možemo napraviti još projekata", priča Stanić. Do te 2010. do Osijeka je došla kriza koja će ga u narednim godinama sablasno isprazniti, ali Stanić kaže da se, barem u Inchoo, na nju nisu pretjerano obazirali. "Ja mislim da bi se to nama dogodilo i neovisno o globalnoj financijskoj krizi. Mislim da je kod nas više bila stvar nekih strukturnih problema. Ali mi u softwareu to nismo osjetili. Ovaj posao se može raditi iz bilo kojeg mjesta na planetu, globalno. Osijek je četvrti grad u Hrvatskoj, mi nismo Zagreb, nismo čak ni Split ni Rijeka. Ali ovdje smo radili globalnu priču", kaže Stanić.

U to vrijeme kompanija, naravno, više nije stala u Bilićev dom, već su se preselili u jedan stan u Keršovanijevoj ulici u Osijeku. "To je jedna lijepa, široka, osječka ulica. S obje strane ulice su bili drvoredi, a u blizini zgrade bio je jedan kafić, Crvena malina. Ne znam zašto je imao ovaj dodatak crvena, kada je malina sama po sebi crvena, ali to nije bitno. Taj nam je kafić bila baza, mjesto za pauze, za odmor. Crvena malina je kulturno mjesto za ljude iz Inchoo. Zgrada u kojoj smo radili bila je stambena, i taj je stan bio jedan običan stan prenamijenjen u ured. Susjedi su prvo malo čudno gledali, jer im se po zgradi vrzmalo petnaestak nepoznatih ljudi, ali dobro. Nismo mi u nekom biznisu u kojem se sad nešto previše banči, pa je bilo OK", smije se Stanić.

MANJI JE PROBLEM BIO PRONAĆI KLIJENTA NEGO LJUDE

Do 2012. godine, četiri godine otkako je osnovan, Inchoo je narastao na tridesetak ljudi. Kako im se svidjela Keršovanijeva i Crvena malina, kada su potpuno prerasli stan iz kojeg su radili, u istoj su ulici unajmili kuću. "Mi smo, zapravo, stalno rasli. I tu sad počinjemo imati problem da nađemo ljude. Manji nam je problem bio dobiti klijenta, nego doći do ljudi koji će taj posao moći odraditi. Dobre ljude ne možete naći na ulici. Morate ih sami stvarati, educirati. Mnogo ulažemo u edukaciju novih zaposlenika, ili čak potencijalnih zaposlenika. Stalno imamo studente, ponekad čak i srednjoškolce na različitim modelima praksi. I tu nismo sami. S još nekoliko kompanija iz IT sektora osnovali smo udrugu Osijek Software City, i kroz tu udrugu se radi na educiranju. U Osijeku je danas 1000 ljudi zaposleno u IT-u. Možda nećemo doći do 50 tisuća zaposlenih u narednih pet godina, ali posla ima", kaže Stanić.

Prošle se godine, recimo, dogodila prilično znakovita crtica u priči o Inchoo. Naime, usred već oplakane priče o odlasku mladih Slavonaca u Irsku, Inchoo je zaposlio dvadesetogodišnjeg programera iz Walesa. "Dečko se javio nama. On je, inače, gejmer, igra First Person Shootere, a njegov klan, ekipu s kojom igra, čine dečki iz Osijeka i iz Bugarske.

On se s njima sprijateljio i htio je doći živjeti bliže njima. Istraživao je gdje bi se mogao zaposliti u Osijeku, i tako je došao do nas”, kaže Stanić.

Do danas je Inchoo narastao na šezdesetak ljudi. Prerasli su i tu kuću u Keršovanijevoj i nedavno su se preselili u urede na vrhu osječkog Supera. “U jednom smo trenutku morali iznajmiti još jedan stan uz kuću na Keršovanijevoj, u koju smo smjestili jedan tim. To se nije baš pokazalo kao najbolje rješenje. Znalo se događati da zaposlimo nekoga u taj tim koji je radio u odvojenom stanu, i da taj novi zaposlenik slučajno upozna nekog iz Inchooa iz glavnog ureda negdje vani tri mjeseca kasnije. A rade u istoj firmi”, priča.

KAKO SU SE RIJEŠILI KOMPLEKSA MALE SREDINE

Dosad su radili s klijentima iz 50 različitih zemalja. “Radili smo s gotovo cijelom Europom, SAD-om... Trenutačno nam je najveći klijent jedna kompanija iz Kuvajta, a ukupno imamo četrdesetak aktivnih klijenata, ali ti su poslovi različiti, u različitim su fazama. Nekima radimo cijeli web-shop, s dizajnom i svim, i tu znaju biti milijunski projekti. A kada se to završi, trudimo se nastaviti suradnju, kroz savjetovanje, analitiku, unapređivanje...”, priča Stanić. Kada su počinjali, priča, sa stranim klijentima radili su preko jedne američke kompanije. “To je bio zapravo nekakav subcontracting. Poslove je formalno dogovarala ta američka firma, a Inchoo bi se onda naplaćivala od nje”, objašnjava.

U početku smo imali taj neki kompleks manje sredine. Mislili smo da je klijentima kao jako važno da rade s američkom kompanijom, da im to nešto znači, da smo onda vjerodostojniji ili nešto slično. Ali zapravo nikoga nije briga odakle si, ako znaš raditi. Na kraju je bitno samo da mi njima možemo odraditi projekt, i tu sve staje. Nije nam trebalo dugo da se odvažimo i počnemo komunicirati kao Inchoo. Shvatili smo kako se činjenica da smo mi iz Hrvatske u razgovorima spomene tek usput, kao sitnica. Često nam klijenti kažu – ah, Hrvatska, super, baš bismo mogli doći na more kod vas. Mi im kažemo da će se teško okupati u Osijeku, ali da je blizu Kopački rit, eventualno ima malo blata”, smije se Stanić.

Ima Osijek i svojih prednosti, kaže. “Tehnologija je divna, ali posao se ipak radi tako da čovjeku stisneš ruku, dođeš i provedeš neko vrijeme kod njega u poduzeću, ili on kod tebe. I uvijek smo to pokušavali raditi. I puno naših klijenata se zapravo oduševilo načinom na koji mi funkcioniramo, kako se odnosimo jedni prema drugima. Slavoncima je to u kulturi, ta neka opuštenost, ležernost. Mislim, kada se radi, onda se radi. Ali to ipak nije nekakav prazan, suh odnos. Evo na primjer, imali smo za klijenta šefa jedne američke marketinške kompanije, kojem smo radili web-shop za neki njegov projekt. On je došao tako u Hrvatsku kod nas, bio je nekoliko dana, mi smo se svi sprijateljili. Naravno, nahranili smo ga dobro, kakav je red, i njemu je bilo jako zanimljivo kad smo mu pričali o tom našem običaju svinjokolje po slavonskim dvorištima. Nekoliko mjeseci kasnije čovjek se vratio, u privatnom aranžmanu, došao je kod jednog našeg zaposlenika u čijoj se obitelji tradicionalno radi svinjokolja, da vidi kako to izgleda”.

Autor fotografije: Borko Vukosav, Telegram

Izvor: Telegram