

Praca u podstaw procentuje, ale trzeba być cierpliwym. Grywalizacja przynosi efekty

4 lata temu firma Logintrans (właściciel systemu Trans.eu) postanowiła, że zainwestuje w niekonwencjonalny pomysł, dzięki któremu przybliży swoją ofertę nie tyle przedsiębiorcom, ile studentom kierunków logistycznych. Mariusz Krysiak rozmawia z Bogumiłem Paszkiewiczem o tym, jakie to przyniosło efekty.



Mariusz Krysiak

redaktor naczelny
Polski Przemysł

Zacznijmy od pytania, na czym polega wasza działalność. Przybliżmy czytelnikom waszą firmę.

Jesteśmy polską firmą świadczącą usługi IT dla sektora transportu drogowego. Naszym głównym biznesem jest system Trans z platformą wymiany informacji o wolnych pojazdach i ładunkach do przewiezienia, za której pomocą kontaktuje się ze sobą 30 tys. przewoźników i załadowców. System działa w całej Europie – mamy filie w 11 krajach starego kontynentu, zatrudniamy kilkaset osób do obsługi systemu i kilkuset deweloperów do tworzenia oprogramowania. Oprócz tego w skład grupy Trans.eu wchodzi spółki powiązane, zajmujące się innymi obszarami z branży transportu, spedycji i logistyki. Od kilku lat z sukcesem działa też fundacja Truckers Life, budująca na parkingach siłownie dla kierowców. Niedawno powołano również projekt <polskiedzieci.org> promujący zdrowe żywienie w szkołach.

Kilka lat temu wpadłeś na niekonwencjonalny pomysł. I potem jako firma postanowiliście nieco pomóc polskiej edukacji, dostarczając świetnych narzędzi do nauki logistyki. Na czym to dokładnie polega?

Przede wszystkim chcieliśmy pomóc sobie. Rozwój gospodarczy kraju, a tym samym polskiej logistyki spowodował potrzebę przygotowania gruntu dla przyszłych menadżerów związanych z transportem drogowym. Dla osoby podejmującej pierwszą pracę wiedza nabyta w toku edukacji skonfrontowana z praktyką bywa stresująca, a w tej branży uczyć się należy szybko i najlepiej nie na błędach. Stąd też pomysł, by stworzyć narzędzie, które pozwoli przyszłym logistom poznać podstawy pracy z technologiami wykorzystywanymi w branży. Był to też okres boomu na grywalizację, czyli osadzenia gry w środowisku, które gra nie jest. Tak powstała nasza pierwsza aplikacja, w której użytkownik wciela się we właściciela firmy transportowej i wykorzystując kilka znanych parametrów, walczy z innymi o uzyskanie najlepszych wyników biznesowych.

Nigdy się nie nastawialiśmy na działania marketingowe. System Trans w Polsce jest na tyle rozpoznawalny, że każda osoba, która rozpocznie pracę w spedycji czy firmie transportowej, na 99% się z nim zetknie. Zależało nam więc na tym, by potencjalni użytkownicy byli zaznajomieni z systemem, jeszcze zanim podejmą pierwszą pracę.

Czy te działania można nazwać ogólnie CSR? Jakże firmy mogą sobie pozwolić na coś podobnego? Przecież realizacja pomysłów kosztuje. A może da się po prostu zrobić coś na mniejszą skalę?

Nie ubieram naszych działań w pięknie brzmiące słowa, choć jak najbardziej ocieramy się o społeczną odpowiedzialność. Cytując klasyka: „to, co zwiemy różą, pod inną nazwą równie by pachniało”.



Uważam, że każde przedsiębiorstwo, które posiada już masę krytyczną i pespektywy rozwoju, może inwestować w edukację. Jeśli w dodatku nie pobiera się za to opłat, to skutki mogą przerosnąć oczekiwania. Tak jak w naszym przypadku.

No właśnie, doszliśmy do efektów. Jakże one są? I skąd się wzięły?

Na początku była internetowa gra osadzona w systemie Trans i wykłady dla studentów logistyki. Po dwóch latach kontaktowania się z wykładowcami akademickimi doszliśmy do wniosku, że ścieżka dydaktyczna, po której kroczą potencjalni logistycy, nie wysyci potrzeb rynkowych. Wykonaliśmy badania wśród pracodawców, by poznać ich oczekiwania względem zatrudniania młodych osób, i zestawiliśmy je z programami nauczania. Nie chcąc nikogo obrażać, powiem tak: zauważyliśmy w tych programach spore luki, więc zamiast publicznie komentować poziom przygotowania jednostek dydaktycznych do kształcenia na nowym kierunku, wyszliśmy przed szereg i stworzyliśmy kursy oparte na podstawowych potrzebach rynkowych. Tak powstała platforma TransEdu, stworzona przez ekspertów z branży, na której znajdują się kursy: „Transport drogowy”, „Spedycja”, „Magazyn” i „Manager w branży TSL”. Przy ich tworzeniu wykorzystujemy różne formy prezentacji. Lekcją może być artykuł, film, aplikacja czy gra sprawdzająca znajomość geografii Europy.

Dzięki bliskiej współpracy z kilkudziesięcioma szkołami w kraju wykładowcy wykorzystują wiedzę weryfikowaną oficjalnymi egzaminami w szkołach. Uczestnicy, którzy uzyskają w danym kursie odpowiednią liczbę punktów, otrzymują od nas certyfikat z wynikami egzaminu. Jest to krok milowy od wręczania dyplomów za udział w warsztatach z grą TransEdu.

Po czterech latach takiej pracy już zbieramy plony. „Nasi” uczniowie są lepiej postrzegani na rozmowach rekrutacyjnych, gdy pokazują dokument potwierdzający znajomość technologii, wiedzę o branży i umiejętność posługiwania się językami obcymi. Dostajemy podziękowania od tych, którym pomogliśmy w uzyskaniu pierwszej pracy i, co budujące, głosy te dochodzą od osób, które są już naszymi klientami.

A szkoły? Też są zadowolone? Same się zgłaszają?

Bez żadnego specjalnego marketingu i PR w aplikacji TransEdu mamy zarejestrowanych 15 tys. użytkowników. Oficjalnie współpracujemy już z 25 szkołami, a do naszych egzaminów podeszło od ubiegłego roku tysiąc osób. 25% z nich otrzymało certyfikat.

Tak jak mówisz, w tej chwili szkoły same się do nas zgłaszają. Po części jest to pokłosie naszych udziałów w konferencjach, ale dobrze dzia-

ła też stary dobry marketing szeptany. Gdy odwiedzamy kolejną uczelnię i słuchacze proszą, by nieco przedłużyć warsztaty, jesteśmy niezmiernie ucieszeni. W niektórych przypadkach prowadzący nie mają żadnych oporów, by nas zostawić ze studentami na kilka godzin. Dostajemy również wiadomości od klientów systemu Trans.eu z zapytaniami o dostęp do kursów dla swoich pracowników. Markę już mamy, teraz chcemy podwyższyć jakość i rozwijać idee.

To znaczy, że każda firma może skorzystać z waszej pracy? Nie trzeba być studentem? Dla kogo to odpowiednie narzędzie?

Tak, każdy może skorzystać z naszych działań, choć się z tym nie obnosimy. Brakuje jeszcze kropki nad „i”, byśmy nabrali przekonania, że jesteśmy w stanie nauczyć logistyki pierwszego człowieka spotkanego na ulicy. Jak na razie jest to idealne narzędzie dla ludzi, którzy są na jakimkolwiek etapie edukacji szkolnej lub dopiero co rozpoczęli pracę. Jesteśmy taką szkółką leśną – drzewa są już posadzone, a my wiemy, co zrobić, by na święta można z nich było stworzyć choinki. Doświadczeniem niech w tym przykładzie będą ozdoby, bez których drzewo nigdy nie stałoby się choinką.

Co dalej?

Polska posiada największą w Europie flotę pojazdów i nasi rodacy przewożą w Europie najwięcej towaru. To powoduje, że wśród nich nie brakuje osób, które tworzą negatywny wizerunek polskiego transportowca, który pracuje za głośną stawkę, byle tylko pracować. Chcielibyśmy zmienić oblicze polskiego transportu za granicą i argument ceny zamienić na argument jakości. Takie założenie to olbrzymia odpowiedzialność, ale się jej nie boję. Do spełnienia jeszcze wiele czynników, więc małymi kroczkami będziemy podążać do celu.

Czekam na rozpoczęcie prac nad kolejną, tym razem międzynarodową wersją gry TransEdu, która już w samym założeniu wygląda bardzo dobrze. Wciąż tworzymy nowe lekcje, by mieć pewność, że nasze kursy spełniają potrzeby pracodawców. Gdy nauczymy uczniów i studentów, zajmiemy się wsparciem edukacyjnym dla branży.

To ma być międzynarodowa rywalizacja? Na czym będzie polegać?

Tak, będzie międzynarodowa. Chcemy uczyć procesów niezbędnych w łańcuchu dostaw, umiejętności negocjacyjnych i naszego systemu. Będzie też połączona społecznie z rynkiem, by gracze doświadczali możliwości rozwoju kariery, na co obojętnie liczę. Trudno jednak opowiadać o czymś, czego jeszcze nie ma. Tym bardziej że konkurencja nie śpi i już kopiuje nasze stare pomysły.

Kilka lat temu McDonald zrobił grę, w której gracz zarządzał restauracją. Typowy *lean management*, który uczył, że na końcu każdej ścieżki jest człowiek. Niby nic wielkiego, ale przyniosło to sporo refleksji. Gdy biznes spotka edukację, każde przedsiębiorstwo, także produkcyjne, które wyjdzie naprzeciw potencjalnym pracownikom, może na tym zyskać.

Na koniec zapytam, czy taki CSR się opłaca.

Należy na to spojrzeć z innej perspektywy niż typowo biznesowa. Nie wszystko, co warto robić, się opłaca. Opłaca się postawić na wsi budkę z tanim alkoholem, ale czy warto?

CSR może być i wartościowym, i opłacalnym zabiegiem. Jeśli intencje są uczciwe i transparentne, a zarządzający nie oczekują efektów już dziś, to jest to dobry pomysł na jutro i pojutrze. ■



ExpoWELDING

Międzynarodowe
Targi Spawalnicze



Czołowe targi spawalnicze
w środkowo-wschodniej Europie

TARGOM TOWARZYSZY:
58. Konferencja Spawalnicza pod hasłem:
Technologie XXI wieku
Organizator: Instytut Spawalnictwa

www.expowelding.pl

W tym samym czasie odbędą się również:

SteelMET

Międzynarodowe Targi Stali,
Metali Nieżelaznych, Technologii i Produktów
www.steelmet.pl email: steelmet@exposilesia.pl

FIXINGexpo

Targi Produkcji i Zastosowania Elementów Złącznych
www.fixingexpo.pl email: fixingexpo@exposilesia.pl

SURFPROTECT

Targi Zabezpieczeń Powierzchni
www.surfprotect.pl email: surfprotect@exposilesia.pl

kontakt:
Wojciech Rabsztyń
tel. 32 788 75 28
kom. 510 031 669
wojciech.rabszyn@exposilesia.pl

tereny targowe:
Expo Silesia
ul. Braci Mieroszewskich 124
41-219 Sosnowiec
www.exposilesia.pl