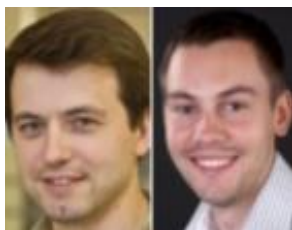


AMAZING HIRING: КАК ВАША РЕПУТАЦИЯ УБИВАЕТ СМЫСЛ РЕЗЮМЕ



Российские разработчики близки к тому, чтобы «взорвать» мировой \$400 млрд рынок рекрутинга. Облачная система **Amazing Hiring** автоматически подбирает идеальных кандидатов для компании, собирая данные по всему интернету. О «смерти резюме» и революции в рекрутинге — создатели алгоритма впервые в интервью **E-executive.ru**.

В выходной день 2009 года на телефон продакт-менеджера **Parallels Виталия Обернихина** звонит человек с неизвестного номера и предлагает сменить работу. Обернихин отказывается, но хорошие отношения с новым знакомым завязывает. Звонившим оказывается **Сергей Дмитриченко**, который через несколько лет основывает собственное агентство по подбору специалистов в технологические компании **GMS Services**. В 2012 году Дмитриченко снова звонит Обернихину со словами: «У меня есть прикольная идея, давай обсудим!».

Идея заключается в том, чтобы откусить кусок от \$300-400 млрд. мирового рынка рекрутинга, решив три основные проблемы корпоративных HR и кадровых агентств. Где взять много кандидатов? Справятся ли эти кандидаты с работой? Будет ли доволен кандидатами нанимающий менеджер?

Решением становится SaaS сервис **Amazing Hiring** — сложный алгоритм поиска и ранжирования людей на основе открытых данных из социальных сетей, профессиональных площадок и внутренних HR-баз. Партнеры решают сосредоточиться на IT-рынке. Область перспективная, да и экспертизы у партнеров по этому рынку больше всего. Вскоре оказывается, что развивать проект только в выходные не получается, и Обернихин покидает Parallels ради многообещающего продукта.

В 2013 году восторженные отзывы IT-рекрутеров на бета-версию плагина для Google Chrome, который призван продемонстрировать возможности системы, окончательно убеждают партнеров в перспективности идеи.

В октябре 2013 года на рынке появляется бета-версия основного продукта, а Виталий Обернихин и Сергей Дмитриченко замахиваются на то, чтобы стать глобальными лидерами по поиску пассивных кандидатов, а, возможно, и автоматизации всей цепочки рекрутинга.

E-executive.ru: *Вы объединяете профили одного человека на разных площадках в одну карточку. Почему вы решили, что рынку это нужно?*

Виталий Обернихин: Мы видим, что индустрия рекрутинга трансформируется. Хочется в этом поучаствовать.

Сергей Дмитриченко: Рекрутинг развивался в России в четыре этапа. Первый этап — это начало 1990-х годов. Рекрутер публиковал вакансию в газете, открывал шкаф и перебирал резюме. Второй этап — это конец 1990-х годов. Вакансии публикуются на рабочих сайтах, появляются электронные HR-базы

данных. Тогда говорили: «Все, кадровые агентства вымерли, проблема рекрутинга решена». Но нет. Третий этап — это середина 2000-х. Люди размещают профессиональные профили в социальных сетях. Вроде бы человек работу не ищет, но работа ищет его. Тоже говорили, что рекрутинг закончился. Но снова нет. Сейчас важно почувствовать четвертый этап. Теперь резюме человека — это не бумажка или файл, а его репутация в интернете. Репутацию нельзя заработать за один день. Поэтому объединение всех профилей человека — это честный и объективный критерий для рекрутера.

E-xecutive.ru: *Что мешает компании следить за репутацией людей на рынке без вас?*

С.Д.: Рекрутерам всегда мало кандидатов. К концу 2015 года в России будет не хватать около 350 тыс. IT-ков, это прогноз **Кирилла Корнильева** из **IBM**. А предложение ограничено из-за демографической ямы. В крупнейших технологических компаниях Москвы и Питера сотни открытых вакансий. При этом случается, что сильные IT-специалисты работают в регионах. Чтобы найти их, рекрутеры по три-четыре часа в день ищут людей на **HeadHunter**, «**Мой круг**», **LinkedIn**, **Habrahabr**, **GitHub** и еще восьмидесяти площадках. На это уходит 30-40% рабочего времени. Мы это выяснили, когда опросили больше ста IT-рекрутеров.



После выступления на конференции Silicon Valley Open Doors основатели Amazing Hiring заполучили очередного инвестора

Вторая проблема в том, что рекрутеры как в темноте ходят, им сложно оценить качество кандидата на этапе поисков. У технологических компаний высокие требования, они разработчиков годами ищут. Сейчас, чтобы одного наняли, надо 30-40 собеседований провести. А потом 39 отказников бьют по HR-бренду компании, рассказывая по рынку, как с ними плохо поступили.

Третья проблема — учет контекста. Был случай в **GMS**, сложная вакансия, всего сто человек на рынке с нужными навыками. Мы показали двадцать из них, ни одного не наняли. Изучили нанимающего менеджера. Выяснилось, что он учился на **ВМК МГУ**, и открыто пишет на университетском форуме, что хочет работать с **ВМК**-шником. Показали ему выпускника **ВМК** с требуемыми навыками, его сразу наняли. Когда разбираешь такие случаи, обычно выясняется, что у людей есть некое сходство, например, прошлое место работы или учебы.

Все эти три проблемы мы решаем.

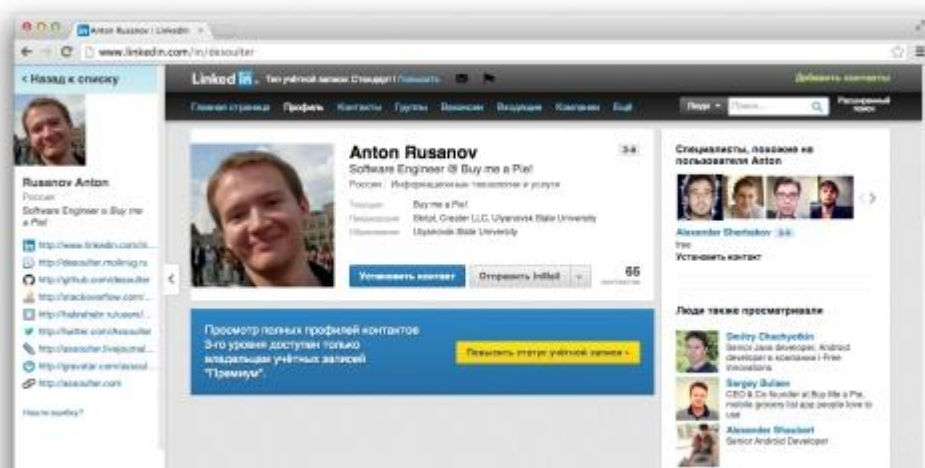
E-xecutive.ru: А зачем связывать свою систему с внутренней HR-базой компании?

В.О.: Резюме во внутренней базе устаревают. В России 1,5 млн IT-ков, из них 500 тыс. разрабатывают ПО в технологических компаниях, и только 100 тыс. способны создавать продукты мирового уровня. Часть этих людей есть во внутренних базах компаний или агентств, потому что с ними общались ранее. В то время места подходящего не нашлось или по деньгам не договорились, а сейчас у компании выросли возможности, но актуальной информации нет. Связав резюме и интернет-профиль человека, решаются одновременно проблема актуальности информации о человеке и наличие информационного повода вновь пообщаться с ним.

Еще проблема — часто внутренние базы реализованы на коленке, поиск плохой. В **Google** и **Yandex** знают, что недостаточно иметь большой объем информации, надо иметь алгоритм ранжирования, который показывает наиболее подходящие результаты на первой странице. Если надо кликать 20-25 страниц, то это уже неинтересно. Наша основная ценность в алгоритме ранжирования кандидатов, который родился из практики. Сейчас патентуем его. Алгоритм ранжирует систему по двум категориям — по квалификации человека и тому, насколько человек подходит культуре нанимающего менеджера и команды.

E-xecutive.ru: Сейчас на вашем сайте можно скачать только приложение для Google Chrome...

В.О.: Это минимальный продукт, который уже несет пользу клиентам, они готовы его использовать и рассказывать о нем другим. Плагин распространяет знания об Amazing Hiring среди рекрутеров, но в нем отсутствует часть, связанная с поиском и ранжированием, это есть только в основном продукте.



Плагин Amazing Hiring вызвал бурю восторга у IT-рекрутеров и помог «вирусно» рассказать о продукте рынку

С.Д.: С плагином, когда вы находитесь на профиле человека в LinkedIn, «Мой круг» или GitHub, у вас слева в браузере появляется плашка, которая показывает профили того же человека на других ресурсах. Это ценная штука, потому что на LinkedIn контактных данных нет, а в **Vkontakte** может быть указан, например, телефон, рекрутер сразу звонит. Или рекрутер видит ссылку на GitHub и оценивает профессионализм человека.

В.О.: Мы сначала раздавали плагин по ссылкам. Со стороны на сайт зайти было нельзя. Обратная связь была позитивной с кучей восклицательных знаков. Тогда мы открыли всем. Я в Parallels проводил много бета-тестирований. Фишка в том, чтобы начать работу с доверенными клиентами, которые готовы уделять вам свое время, силы и энергию. Если они указывают на проблему, мы сразу же исправляем. Когда первые клиенты оказываются счастливыми, то добавляем компании похожего профиля, потому что наверняка их потребности схожи. Успех масштабируется. Попутно возникает эффект сарафанного радио, позитивная информация начинает распространяться. Тот же подход используем и при проведении бета-тестирования основного продукта. У нас уже какое-то время назад сформировался пул компаний, которые не просто хотели, а требовали начать тестирование «прямо сейчас».

С.Д.: Мы уже давно используем систему в собственном кадровом агентстве. У нас есть клиент — стартап, делает лучшие в мире игры для мобильных, у них требования, чтобы один программист знал несколько технологий. Мы никак не могли найти. А потом запустили систему. Нашли парня из Улан-Удэ. Он выполнил задание, на следующий день его позвали на собеседование, через три дня сделали предложение о работе, а через две недели он вышел на работу.

E-xecutive.ru: *А если я не хочу, чтобы вы собирали обо мне информацию?*

В.О.: Мы соблюдаем закон о персональных данных и пользуемся только открытой информацией, которую человек открыл для всего интернета. Мы помогаем людям повысить их привлекательность для работодателей и повысить доходы. Не все программисты умеют себя продавать, красивое резюме встретишь далеко не у каждого. В профсетях часто можно увидеть профиль — «2006 год, Yandex, программист. 2009 год, Yandex, старший программист». И все. Какими языками программирования он владеет, какие проекты сделал, ничего не понятно. При этом на других ресурсах человек может быть звездой. Если соединить эти две информации, то видно, что человек высококвалифицированный программист, планка его зарплаты резко вверх уходит. При этом людям ничего для этого делать не надо.

E-xecutive.ru: *Нынешние работодатели этих специалистов вряд ли будут в восторге...*

В.О.: Первые клиенты в шутку спрашивали: «Можно, чтобы наших сотрудников не видели в вашей системе?». На самом деле, если у человека есть профиль на LinkedIn, «Мой круг», или он на Habrahabr активен, то его уже могут схантить и без нашей системы.

E-xecutive.ru: *То есть, у вас нет опции «не показывать работодателю», как на рабочих сайтах?*

В.О.: Работные сайты сделаны для активных кандидатов, которые ищут работу. В этом принципиальная разница. Если человек говорит «Я ищу работу!», то у него могут испортиться отношения с работодателем. Если он говорит «Я работаю в такой-то компании», то это просто профиль. Сейчас сотрудников не наказывают за профиль на LinkedIn. Человек просто поддерживает свою информационную составляющую в сети.

E-xecutive.ru: *С плагином понятно. Что будет в основном продукте?*

С.Д.: Это SaaS продукт, поэтому интерфейс полностью в web. Мы долго работали над тем, чтобы даже начинающий рекрутер использовал максимум поисковых

возможностей, потому что на личном опыте знаю, что на обучение уходит много времени и сил.

В.О.: Мы прособеседовали больше ста опытных и неопытных рекрутеров. Приглашали их в офис, давали им компьютер, просили показать, как они обычно ищут идеальных кандидатов, и записывали процесс поиска на видео. Удалось сделать интерфейс пользователя, максимально удобный для человека. И вот этот идеальный процесс мы предлагаем в Amazing Hiring.

С.Д.: У нас есть два цвета в интерфейсе. Зеленое — это обязательное условие для запроса. Красное — исключить. Есть несколько основных параметров поиска — по ключевому слову в любом месте профиля, по компаниям, по навыкам, по должностям, по городу, по образованию, по имени или никнейму, если кандидат уже известен. У нас много важных для рекрутеров мелочей. Например, LinkedIn находит по запросу «javascript» 14 тыс. людей, причем в первой десятке IT-рекрутеры и другие специалисты, а не разработчики. Мы находим 16,6 тыс. человек. У нас можно показать только тех, у которых есть аккаунт на GitHub. Можно выбрать продолжительность работы на последнем месте. Если человек поменял работу три месяца назад, то вряд ли он куда-то перейдет. Особенность российского рынка в том, что у нас успешной карьерой программиста считается рост по организационной лестнице. Поэтому получается, что ищешь разработчиков C++, а выдается много руководителей, которые 15 лет назад что-то писали на C++. У нас, если у человека нет текущего опыта программирования, он уже будет внизу выборки.

The image shows a search filter interface with three sections:

- Возраст** (Age): A range from 23 to 50 years.
- Опыт работы** (Work Experience): A range from 3 to 21 years.
- Аккаунты на сайтах** (Accounts on sites): A list of social and professional sites with checkboxes and counts:
 - LinkedIn.com (9677)
 - Moikrug.ru (7256)
 - Github.com (4283)
 - Plus.google.com (3095)
 - Gravatar.com (2609)
 - Stackoverflow.com (1386)

At the bottom of the list is a link: [Показать все](#) (Show all).

Чтобы создать идеальный поиск для рекрутера, основатели Amazing Hiring сажали HR-ов за компьютер и снимали их на видео

Например, по ключевому слову «javascript» по России и СНГ в числе первых можно найти человека из Yandex. Можем посмотреть, какие посты и комментарии он писал на Habrahabr, 23 тыс. человек посмотрели его профиль, 128 поставили ему лайк. Значит, он неплохо пишет. Видно, что он хорошо отвечал на вопросы на **StackOverflow**. У него есть блог на **LJ**, в котором указан его Twitter и Skype, а на GitHub открыт e-mail. Алгоритм учитывает все эти знания.

E-xecutive.ru: Сейчас вы фокусируетесь на профилях людей из России, но анонсировали поддержку и для других стран. Почему начали с локального рынка?

В.О.: Надо изначально делать продукт глобальным, но стратегия работы с клиентами может быть разной. Важно сделать счастливыми первых клиентов, тогда бизнес начинает расти. Начальный рынок должен быть, с одной стороны, маленьким, с другой стороны, большим. Маленьким, чтобы ты смог захватить лидирующее положение в своем сегменте. А большим, чтобы тебе этих денег хватило на существование и на дальнейшее расширение. Российский рынок обладает хорошими перспективами на начальном этапе пути. По оценке [Юрия Вировца](#) из HeadHunter, российский рынок интернет-рекрутинга в 2012 году составил \$130 млн, и растет на 40%. Мы планируем стать глобальными, мы уже фактически американская компания. В 2014 году планируем начать работу с американскими клиентами.

С.Д.: Выходить на рынок США нужно с качественным продуктом. Продукт для России и США строится на одной и той же технологической платформе. Мы изначально закладываем в нашу разработку возможность быстро масштабироваться на внешние рынки. Разработку планируем оставить в России, потому что здесь действительно высокий уровень специалистов.

E-xecutive.ru: *Сколько будет стоить доступ?*

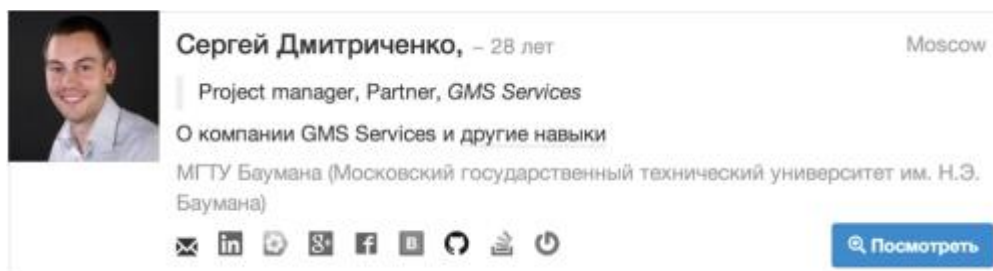
С.Д.: Скоро мы предложим рынку открытую бета-версию. А с начала 2014 года любой сможет купить подписку. Будет два тарифных плана. Первый — на месяц, \$500 за человека в месяц. Например, стартап ищет разработчиков, месяца хватит. Второй — на год, \$300 за человека в месяц, то есть \$3,6 тыс. в год. Это для тех, кто постоянно рекрутит, — крупные технологические компании, кадровые агентства. Для сравнения: подбор разработчика через агентство стоит \$7-10 тыс. в зависимости от зарплаты разработчика и условий агентства. То есть, стоимость продукта сильно ниже, чем найм одного человека в год через агентство.

E-xecutive.ru: *Как вывели эти цены?*

В.О.: Мы прикинули, сколько рекрутеры экономят времени за счет резкого повышения качества кандидатов на входе, сколько дополнительно людей нанимают с помощью продукта. Только часть сэкономленных денег идет на продукт, а все остальное — это выгода клиента. На основе всего этого вывели ценники. Озвучили первым клиентам. Первая мгновенная реакция — дорого. Проходит несколько секунд, они оценивают альтернативы, осознают ценность и говорят, что нормально. Нам этих доходов должно хватать на развитие.

E-xecutive.ru: *Если даете доступ по подписке, то рекрутер может передавать свою учебную записку другому человеку...*

В.О.: Мы думали об этом. Можно поставить лимит на максимальное количество запросов от рекрутера. Если видим сильное превышение нормы, то ограничиваем. Вторая идея — ассоциировать с логинами в социальные сети. Обычно после этого люди уже не так готовы делиться доступом. Возможны разные варианты.



Сергей Дмитриченко, - 28 лет Moscow

Project manager, Partner, GMS Services

О компании GMS Services и другие навыки

МГТУ Баумана (Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана)

✉ in ↻ & f v 🌐 🔍 Посмотреть

Алгоритм Amazing Hiring ранжирует уже более 800 тыс. профилей. В планах основателей охватить и англоязычные страны

С.Д.: В будущем планируем автоматизировать не только поиск, но и процесс работы рекрутеров внутри компании. Если все работают с одного ID, то непонятно, с кем из сотрудников общался кандидат, кто оставил комментарий к кандидату. Ценность данных, накапливаемых внутри компании, резко падает, а потом падают и доходы. Опять же, мы работаем в режиме обратной связи. Валидируем не только продукт, но и модель продаж. Пока обратная связь нормальная. Все живое, все меняется.

E-xecutive.ru: *Как глобально выглядит рынок рекрутинга?*

С.Д.: Весь рынок рекрутмента оценивается в \$300-400 млрд, англоязычная часть — это 35-40%. Прибавьте к этому Россию. Получается большой кусок рынка. Прямой поиск, которым мы сейчас занимаемся, и рекомендации — это два источника, через которые приходят самые лучшие кадры.

Большая область для автоматизации — весь процесс найма. Я нашел кандидата, провел телефонное интервью, пригласил на личную встречу, дальше встреча с менеджером, кандидат получил предложение. Всю эту цепочку надо отслеживать. В итоге видим комплексное решение — появилась вакансия, разошлась по всем выбранным каналам, привлекли как можно больше кандидатов, оценили их, провели через все стадии интервью.

В.О.: Если раньше создавался монстрообразный софт типа Lotus Domino, который гарантировал интеграцию, то теперь куча стартапов автоматизируют эти кусочки, и весь вопрос в интеграции с производителями других решений.

E-xecutive.ru: *Вы общались по теме рекомендаций вакансий с [Аленой Владимировой](#)?*

С.Д.: Про наш плагин она знает. Прямой конкуренции между нами и Pruffi нет. Мы все-таки в разных нишах.

E-xecutive.ru: *Если вы конкурируете не с Pruffi, то тогда с кем?*

В.О.: В мире конкуренты есть, но они такие же молодые компании. Сейчас в России прямых конкурентов нет. Работные сайты используют модель резюме и активных кандидатов, которые сами что-то делают. Что человек рассказал о себе, то рекрутер и может оценить. Пассивные кандидаты есть в социальных сетях, но поиск для рекрутеров там неудобный, и не всех можно найти. А наша фишка в объективности.

E-xecutive.ru: *А что, если вашу «фишку» скопируют?*

В.О.: Продукт нишевой и технологически сложный, для разработки аналога нужно время и сильная команда разработчиков, пока конкурентов в России и СНГ нет, мы первые и у нас есть преимущество, будем всячески стараться его сохранить

E-xecutive.ru: *Начинали на свои деньги?*

В.О.: Да, на свои, просто в идею поверили. Изначально некоторые люди интересовались, но мы поняли, что надо сделать работающий продукт хоть в каком-то виде и дойти до первых клиентов. Сейчас, когда есть продукт и бета-пользователи, уже проще разговаривать. Некоторые известные в интернете люди тоже заинтересовались, даже пишут на e-mail бета-программы.

С.Д.: Нужна сильная команда. В один продукт вшито много маленьких продуктов, поэтому стоимость разработки здесь достаточно высокая.

E-xecutive.ru: *Кто-то еще влияет на управление компанией?*

В.О.: У нас есть советники, есть инвесторы, с которыми мы в плотном контакте.

E-xecutive.ru: *Сергей, как успех Amazing Hiring повлияет на ваш основной бизнес — GMS Services?*

С.Д.: Рекрутеры GMS стали еще лучше делать то, что они делают каждый день. К тому же масштаб продукта больше, чем масштаб агентства. Сейчас агентства больше работают над заполнением воронки кандидатов, а в скором будущем агентства будут больше заниматься продажами, например, рассказывать кандидатам о том, почему конкретно им нужно работать конкретно в этих компаниях. Мы сохраняем обе ветви, это синергия.

E-xecutive.ru: *Виталий, а ваш уход из Parallels проходил дружелюбно?*

В.О.: Да. В тот момент в Parallels завершился выход нового продукта, поэтому я органично передал работу.

E-xecutive.ru: *В начале разговора вы упомянули, что разработчики не умеют себя правильно презентовать. Дайте несколько рекомендаций, как IT-ку засветиться перед работодателем.*

С.Д.: Рекомендации достаточно простые.

1. Быть представленным на основных ресурсах, которыми пользуются рекрутеры, попасть на радары.

2. Профессиональные ресурсы, которые набирают все больший вес в рекрутменте, и наличие рейтинга, репутации на этих профессиональных ресурсах — это важно. Поэтому люди, которые пользуются GitHub, задают вопросы на StackOverflow, активные на Habrahabr — они будут выше.

3. Самое ключевое — знать, чего хочешь. При поиске работы крайне важно определить, кем ты хочешь быть, в каком типе компаний ты хочешь работать? Ты хочешь в стартап или уходить в шесть вечера?

В.О.: Профессиональное общение сейчас выходит на первый план. Есть много площадок, чтобы зарабатывать репутацию, читать советы, задавать вопросы, отвечать на вопросы других. При этом растет ваша экспертиза и узнаваемость. Хотя многим разработчикам не свойственна социальная активность. Программиста можно оценить по двум критериям — его квалификация и его способность что-то делать. Идеальный кандидат — эксперт, который при этом активно что-то делает сам. Понятно, что у молодых разработчиков экспертиза часто небольшая. Если молодые активно общаются с признанными экспертами на площадках, то могут быстро получить ответ практически на любой вопрос. Мне как работодателю не важно, сам он придумал или получил ответ от профессионала. Человек растет, когда все время доходит до границы круга личного комфорта.

[Александр Шенаев](#), E-xecutive.ru

Original article: <http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/1881064/index.php>