

# Od pečenia bábovky k Oscarom

Príbeh firmy dvoch mladých Sloveniek presvedča o potenciáli e-learningu

Pavel Sibyla / sibyla@trend.sk

„Chceli by sme robiť s klientmi, ktorí chápu význam e-learningu,“ tvrdia spoločničky firmy Gingers.

**G**lobálny trh s e-learningovými riešeniami vzrástol od začiatku milénia o deväťsto percent a v horizonte dvoch rokov by sa v ňom malo otočiť zhruba 108 miliárd amerických dolárov. V porovnaní s vlaňajškom je to dvojnásobok. Keby sa ľudia púšťali do podnikania len na základe odhadov rastu tržieb, start-upy na poli digitálneho vzdelávania by rástli ako huby po daždi. Lenže takto to v reálnom svete nefunguje.

## Inšpirácia z Francúzska

Keď sa počas vysokej školy Lucia Lalka, jedna zo spoluzakladateľiek firmy Gingers, na študijnom pobyte vo Francúzsku po prvýkrát stretla s e-learningom, uchvátil ju. Aj preto, že sa predtým zbláznila do produktov a príbehu šéfa jednej americkej firmy, odkaz na ktorú je už klišé. Vyučovanie pomocou počítačov malo v jej očiach v sebe čosi, čo tvorí DNA onej firmy s nahryznutým jablkom v logu: inovatívne riešenie v kombinácii s funkčným a atraktívnym dizajnom. Niekde tam sa začal snívať sen o slovenskej firme, ktorá by vytvárala podobné riešenia na poli vzdelávania či marketingovej komunikácie, aké videola L. Lalka vo Francúzsku.

Prvý krok urobila na konci vysokoškolského štúdia. Tému diplomovej práce - jeden z minulých časov vo francúzštine spracovala aj vo forme e-learningového programu. Ďalším dôležitým krokom bolo zoznámenie sa s Katarínou Valachovičovou, druhou spoluzakladateľkou Gingers. No pokým sa odhodlali na založenie firmy, pracovali pár rokov v rôznych spoločnostiach vrátane reklamnej brandže. Po skúsenostiach stačilo získať už len jedno - peniaze. S vyriešením problému vo výške stotisíc vtedajších korún pomohla, ako to často býva, rodina. Písal sa rok 2004 a zoznam slovenských firiem sa rozšíril o jednu novú s príchutou zázvoru.

## Sladké korene Oscara

O deväť rokov neskôr, v rokovej miestnosti zriadenej v nenápadnom dome neďaleko Bratislavského hradu. Dekoráciu stola okrem



Lucia Lalka a Katarína Valachovičová

hrnčeka s množstvom farebných ceruziek tvoria dve sošky - postavy s rukami nad hlavou. Trofej menom Stevie Award je známejšia ako biznis Oscar a udeľuje sa v Spojených štátoch amerických najlepším firmám a podnikateľom z viac než šesťdesiatich krajín sveta. Prvú, tej najcennejšej farby, získali v Gingers pred dvomi rokmi v kategórii Best training site (najlepší vzdelávací portál). Za produkt vytvorený pre spoločnosť Orange.

Druhý, bronzový Stevie, putoval do Bratislavy v októbri minulého roku za multimedialný tréningový portál vytvorený pre Tatrabanku. No skôr, ako sa dostavili tieto úspechy, musela sa upiecť bábovka.

Lucia a Katarínou riešili na začiatku nasledovnú úlohu: ako presvedčiť zástupcov spoločností s miliónovými obrátmi, že by si mali kúpiť e-learningové riešenie od začínajúcej firmy?

To, čo vymysleli, malo podobu interaktívnej bábovky - inštruktážneho vtipného videa, interaktívnej hry a testu, ktoré mali (v rámci zadania od fiktívneho klienta) pritiahnuť mladých k pečeniu. S touto ukážkou e-learningového kurzu sa snažili získať klientov, čo sa im podarilo a darí dodnes. Ich zoznam tvoria v súčasnosti dve desiatky firiem vrátane takých mien ako U. S. Steel či MetLife Amslico poisťovňa.

# 40%

Viac ako tretinu výdavkov  
na vzdelávanie vo firmách  
zamestnanci precestujú

„Prekonať strach, či prežijeme a budeme mať z čoho platiť účty,“ reaguje L. Lalka na otázku, čo bolo pri rozbehu ich podnikania najťažšie. Dnes platí Gingers dane a odvody za siedmich stálych zamestnancov, takže tú najťažšiu úvodnú fázu majú zjavne za sebou.

### Čísla hovoria za seba

Podľa údajov kanadskej firmy znanja, ktorá, rovnako ako Gingers, pôsobí na trhu s e-learningovými produktmi, ide z výdavkov firmiem vyčlenených na vzdelávanie až štyridsať percent na cestovné. Napriek tejto neefektívite treba mnohé firmy presvedčať, že prechod od „živých“ prednášok a platenie hotela pre účastníkov k výučbe cez LMS aplikácie sa oplatí.

„Jeden z našich klientov s tisíckami zamestnancov, ktorých treba pravidelne školiť, si vyrátal, že vďaka spolupráci s nami ušetril až osemdesiat percent oproti pôvodným výdavkom na vzdelávanie,“ prízvukuje K. Valachovičová.

Potenciálnych klientov rozdeľuje na dve skupiny. Na prvú zaberajú len čísla tohto druhu. V druhej skupine sú manažéri, ktorí sú schopní pochopiť, že vďaka viacerým faktorom môže byť multimediálna forma výučby účinnejšia ako klasická frontálna výučba pred tabuľou. Napríklad už len preto, že softvér podlieha únave oveľa menej ako živý lektor. A ak únava zastihne študenta, môže učenie za počítačom nechať na neskôr.

Osobitnú skupinu potenciálnych zákazníkov tvoria firmy, ktorých šéfovia nechápu, prečo by mali míňať energiu a peniaze na vzdelávanie svojich zamestnancov. Podľa štatistik Eurostatu je táto skupina slovenských bossov jedna z najväčších v porovnaní s inými krajinami.

### Úspešný tender

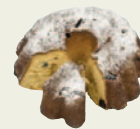
Osobitný „trh“ tvoria inštitúcie, majúce vzdelávanie v opise práce, najmä vysoké školy. Pred rokom študovalo aspoň jeden z kurzov online necelých päť miliónov študentov. Podľa odhadu spoločnosti znanja ich o rok bude až 19 miliónov. Firmám ako Gingers nahráva to, že školy e-learningové systémy robí nevedia. Newyorská Columbijská univerzita minula 15 miliónov dolárov na vývoj vlastného programu. Keď v ňom otvorila jeden z kurzov, objavilo sa v ňom toľko chýb, že ho zavrela a začala sa pozerať po externom dodávateľovi.

### Softvér podlieha únave oveľa menej ako živý lektor

Lenže Slovensko nie je Amerika a e-learningové nástroje sa zväčša obstarávajú v rámci rôznych eurofondových projektov. Obstarávanie sú podľa skúseností Gingers šité na mieru veľkým softvérovým firmám - napríklad cez požiadavku na výšku dosiahnutého obratu. Aj preto sa namiesto slovenských univerzít začínajú sústreďovať na tendre v zahraničí.

Na jednom sa nedávno zúčastnili. Vypísal ho Úrad vysokého komisára OSN pre utečencov (UNHCR) so sídlom v Budapešti a od vyhlásenia súťaže až po jej vyhodnotenie sa žiaden z účastníkov nestretol s nikým z inštitúcie. Celý tender prebehol elektronicky a slovenská firma ho vyhrala. Pri otázke, čo je ďalší cieľ snaženia majiteľiek Gingers, nezaznie nič o miliónových obratoch či kúpe vily v Toskánsku. „Chceli by sme robiť s klientmi, ktorí chápu význam e-learningu,“ tvrdia mladé podnikateľky.

© TREND



## E-learning

### Ako sa pečie úspech

Čo na to potrebujete:

- 1 až 2 dobrých partákov
- 300 g viery v predmet podnikania
- 300 g pracovitosti
- 1 biznis plán
- 1 balenie schopností prekonávať prekážky
- 2 hrste radosti
- hektolitry trpezlivosti
- humor na vymastenie formy

Najprv opatrne oddelíme sabotéra v podobe strachu z neúspechu od viery v to, čo ideme robiť. Do biznis plánu, ktorý sme cez noc nechali odležať, primiešame vieru v predmet podnikania. Pomaly prilievame odvalu a trpezlivosť. Nakoniec pridáme kvalitný zamestnanecký tím (kto nemá peniaze na drahé suroviny, môže použiť brigádnikov), pracovitost, schopnosť prekonávať prekážky a humor. Šľaháme až pokým máme radosť z práce. Lubovoľnými fyzickými aktivitami sa udržiavame vo forme, do ktorej nalejeme pripravenú zmes. Premyslenou komunikačnou stratégiou predhrejeme rúru a vložíme do nej formu s cestom. Pečieme na 120 percent do zlatista. Keď je úspech hotový, vyberieme ho z rúry, necháme vychladnúť a nakrájame ho na jemné plátky. Pohostíme seba aj hostí. Celý proces opakujeme a učením sa na vlastných chybách ho neustále zdokonaľujeme. Spracované podľa kuchárskych skúseností Gingers.

## Realizujete vzdelávací projekt na školách?

Vyplňte dotazník na [csr.trend.sk](http://csr.trend.sk) a zareďte svoj projekt do registra

Inšpirujeme k modernému vzdelávaniu

