

Egy digitális próféta

FOTÓ: MÓRICZ KRISTÓF

Nyelvtudását felhasználva ő volt az első riksa-vállalkozó, 2011 óta azonban több mint 2800 szakembert oktatót a LinkedIn hatékonyabb felhasználására.

DrLinkedIn – francia bajusz, megnyerő és szórakoztató személyiség. Kíváncsiság, eltökéltség és holisztikus tudás jellemzi a világ 25 legjobb LinkedIn szakértőjének egyikét, **Bánki Tamást**.

Kis lépés az embernek, nagy lépés, sajátos boom a LinkedIn felhasználóknak, hogy mostantól a LinkedIn tagoknak már lehet PPC (pay per click, kattintásért fizető) alapon – első hirdetőként – állást hirdetni. Hasonló boom a szintén új Lead Generation Formmal történő hirdetés (a hirdetés nem az adott

cég landing page (landoló oldal), weblapjára vezet ki, hanem a LinkedInen belül közöl fontos adatokat, vagyis kényelmetlen kattintás(oka)t spórol meg a felhasználóknak). Ilyen, és hasonló újdonságokkal szolgál Bánki Tamás, aki DrLinkedIn néven a világ legnagyobb üzleti közösségi rendszerének szakértője.



2011-ben, amikor intenzíven elkezdett foglalkozni a Linkedinnel, a világon 150 millió, Magyarországon 150 ezer felhasználója volt a platformnak. Ma világszerte 500 millió, köztük 800 ezer magyar a felhasználók száma. Bánki az általános célon, vagyis a világ legnagyobb üzleti közösségi oldalának népszerűsítésén túl, most azt szeretné elérni, hogy – amíg a kínos nyelvtudás-hiány nem változik – magyar nyelven is elérhető és használható legyen a portál.

Az élmezőnyben

Bánki Tamás találkozását a Linkedinnel élete nagy szerencséjének tartja. Korábban a HVG portfólióba tartozó építőipari szaklapnál, a BauTrend újságnál dolgozott online tartalom-menedzserként. Az újság 2010-ben „állt be a földbe” (szűnt meg), és ez idő tájt indult a „TEDxDanubia” rendezvényfolyam, és Bánki Tamás lett a hivatalos „tweeter” a rendezvénynek. A szervezők között voltak a Kürt Akadémia vezetői, akiknek kellett egy olyan előadó, aki a LinkedIn-specialista, és ekkor Bánki volt az egyetlen ehhez értő szakember. Első előadására két hónapig készült, s ebből egy rendszeres kapcsolat lett. 2011 óta folyamatosan blogol.

Eddig a felvett névből, a DrLinkedInből nem volt konfliktusa, nyilván mert eredményes munkája hasznot hoz a portálnak. (Létezik egyébként Mr LinkedIn, LinkedInQueen, LinkedIn Rockstar, Linked In for Business néven is szakértő.) Kapcsolatban van az anyacég brand-managerével és velük egyeztetve adta ki a könyvét „A magyar LinkedIn kézikönyv” címmel. Állítja, hogy őt a LinkedIn viszi előre, és nem pusztán követi és figyeli a portál szakértő elitjét, hanem kapcsolatban is van az „élmezőnyel”. Bánki elismeréssel említi egyetlen versenytársát, Pécsi Ferencet (Pollner), akivel figyelik egymást és hol egyetértenek, hol pedig vitatkoznak egymással. Saját előnyeként a „karcosságot” említi, és ezt úgy illusztrálja, hogy amikor profi síelő volt, az óriás műlesiklást szerette jobban és nem a műlesiklást. A kommunikációban is az erőteljesebb, egyenesebb, az akadályokat nem kerülgető/körülíró stílust kedveli. Ennek köszönheti azt is, hogy a világ legjobb 25 LinkedIn szakértője mellett – a régióból egyedül – egy 25 órás közös kurzuson tarthat előadást (LinkedIn Business Growth Bootcamp), ahol elsősorban a holisztikus tudását kamatoztatja.

LinkedIn – divat és/vagy üzlet?

Arra a kérdésre, hogy mennyire az üzleti divat, vagy a hasznosság miatt szerepelnek az emberek az üzleti portálon, Bánki Tamás érvei között az a hitelesítő indok is szerepel, hogy a „Linkedinen az a tartalom szerepel, amit az ember magáról mondani szeretne, és nem az, amit róla az interneten össze lehet vadászni”. A közvetlenség, az elérhetőség további előny. Több olyan ismerőse van, aki több százmillió üzletet bonyolít le (nemzetközi viszonylatokban adatbázisokkal, piackutatáshoz kapcsolódó termékekkel) a platformon, ami

jelzi a mérhető üzleti hasznosságot. A Microsoft tavaly 26,2 milliárd dollárért vette meg a Linkedint, ami minősíti ennek a cégnek az értékét/értékességét. Ezt az összeget – bár itt természetesen banki pénzről van szó –, 262 (!) tonnányi százdolláros képében lehet elképzelni! A növekedés irányát jelzi az a célkitűzés, hogy belátható időn belül globálisan 1 milliárd felhasználója legyen a portálnak.

Amikor a fák szaladnak a kutyák után...

Bánki Tamás megerősíti azt a terjedő vélekedést, hogy már most a munkavállaló választ céget és nem a cégvezetés munkavállalót. (3 targoncás végzettséggel már elérhetetlenül drága munkaerő lehet valaki...) A jó munkaerő – akár már a közeljövőben – egy kisebb „karrier expo” keretében sorban állásra kényszerítheti a munkáltatókat. Egyes tanulmányok szerint 2030-ra nemcsak Magyarországon, nemcsak Európában, hanem Indiában és Kínában is munkaerőhiány lesz! Nos, ilyen trendek figyelembe vételével kellene fejleszteni a magyar oktatást – javasolja Bánki.

Bánki szerint a LinkedIn három legfontosabb bevételi forrása a munkaerő-áramlás, toborzás (60%), és 20-20% a marketing, illetve az üzleti csomagokból (Job Seekers, Business Plus, Sales Navigator, Recruiter) származó bevétel. Bánki Tamás a „felhasználó székében ül”, őket kívánja a jövőben is képviselni, miközben nem merevedik bele a szakmájába, például nem hagyja abba a városon belüli autóstoppolást. Csinos kis dosz-szióját mindig a célállomásnál csapja fel – és vitte őt már taxisoőr, nagyvállalati vezető, televíziós celeb és politikus egyaránt.

A jelenlegi munkaerő-piaci helyzet inspirálta Bánki Tamás legújabb üzleti lépését: „Mi most kezdünk el egy munkaerő találással foglalkozó céget felépíteni.” Nem toborozni és nem „fejvadászkodni” szeretnének, hanem megoldást találni, akár a jelenlegi munkaerő megtartása, akár új munkaerő felkutatása a cél. A lényeg a gyors és jó megoldás, ez a SmartHunt.hu. Bánki Tamás büszke arra, hogy LinkedIn véleményvezérként a saját praxisában is kialakította azt a helyzetet, amikor „a fák szaladnak a kutyák után”, vagyis amikor már őt keresik meg az ügyfelek – és nem fordítva.

☞ Simkó János

Bánki Tamás (45)

Első munkahelye a Normafa Hotel volt, majd jött a Magyar Televízió és ezt oda-vissza megismételte. Filmezett Tarr Bélával, utána a Hajtás Pajtás futára volt. 1 évig élt Dublinban, ahol megszervezte az 1. és 2. Hungarian Film Week-et, majd ugyancsak 2 hasonló rendezvényt (társával) Párizsban. A kerékpáros futársággal szinte megegyező vonal volt a Riksa.hu, ahonnan eljutott a Bautrendhez, majd a DrLinkedInhez. Két gyermekével és feleségével jelenleg Budapesten él.