

La storia

Cambiolavoro.com
l'azienda che opera
solamente in Rete



Un gruppo di amici, dopo la laurea, a 29 anni decidono di dedicarsi a un servizio che mette in comunicazione chi cerca una persona con chi cerca un lavoro. L'idea nasce per risolvere il problema di un altro amico, che aveva perso il lavoro in California e che voleva rientrare in Italia. Prende vita così cambiolavoro.com, il servizio internet dedicato a favorire il "matching" tra domanda e offerta di impiego. Il gruppo di amici si scioglie, alcuni preferiscono uno stipendio sicuro. Lui resta e a 29 anni porta avanti la sua fucina di idee.

«Avevo un buon posto e uno stipendio in una nota multinazionale - racconta Akbar Giovanni Memon, figlio di un ingegnere pakistano e di madre italiana - ma una molla mi spingeva a realizzare le mie idee come manager e imprenditore di me stesso». L'occasione in un annuncio: la società di consulenza e revisione Pwc pubblicò un'inserzione in cui chiamava a raccolta giovani con idee imprenditoriali da sostenere. I giovani restavano proprietari della propria idea. La risposta immediata all'annuncio fu l'inizio dell'avventura. Era il 2000, l'anno della new economy, dove tutto sembrava possibile. Ma l'aiuto della Pwc diede a Giovanni il passo giu-



Giovane manager
Akbar Giovanni Memon, figlio di un ingegnere pakistano e di madre italiana, a 29 anni ha fondato Cambiolavoro un'azienda con dieci dipendenti e un fatturato di 2 milioni

Il ragazzo che crea occasioni su Internet

Il web è una fucina di opportunità per business seri e utili

sto e la prudenza necessaria a decollare e a sopravvivere, mentre altre avventure imprenditoriali sotto il segno di Internet brillarono per una sola stagione. «Dalla Pwc - racconta Giovanni - ho avuto un sostegno fondamentale. Sono partito con 11 mila euro. Ora Cambiolavoro è una società leader nel suo settore, dà lavoro a 10 dipendenti e due collaboratori, e ha un giro d'affari di due milioni di euro».

L'idea di business è semplice e non richiede forti capitali da investire. Cambiolavoro.com non è un'agenzia del lavoro come quelle autorizzate dal ministero; è un'agenzia di servizi, che mette

in comunicazione le aziende, i selezionatori, i cacciatori di teste, ma anche le agenzie autorizzate, che cercano personale con le persone che cercano lavoro.

I contatti avvengono sul sito e attraverso news letter on line. Per le persone i servizi sono gratuiti, salvo che per alcuni manager; le aziende pagano invece i servizi che ricevono. I contatti sono ormai 300mila, un target forte anche per altre idee. Oltre al lavoro, infatti, che costituisce il volano iniziale e la maggior fonte di fatturato, sono stati varati altri circuiti virtuosi con altre comunità di interessi: trovanotaio, trovaavvocato e trova commercialista.it

oppure casadavendere.it. E poi altri siti che offrono servizi, per chi ha problemi di traduzioni urgenti, di contratti o di mettere inserzioni sulle ricevute dei taxi. E non può mancare un servizio che mette in comunicazione chi vuole avviare un'impresa e chi la vuole cedere. «Su Internet - conclude Giovanni - le buone idee hanno successo perché le persone le rendono note e le condividono a velocità impressionante. I costi sono ridotti, ma idea, servizi e contenuti devono essere innovativi, seri e utili. Si è spinti a cercare nuove idee e il tempo si dilata: in Internet una giornata ne vale quattro».