**Studija slučaja:**

**Gmail: Od iskre koja je dovela do proizvoda vrijednog milijardu dolara**

|  |  |
| --- | --- |
| **Ključne riječi** | Agilan, intrapoduzetnik, upravljanje resursima, upravljanje poduzetništvom unutar organizacije |
| **Pripremio** | Clever Collaboration Group Europe |
| **Jezik** | Hrvatski |
| **Studija slučaja** | |
| Srce Googleovog poslovanja je inovacija. Njihova poznata politika od 20 % radnog vremena, koja zaposlenicima dopušta da otprilike jedan dan tjedno posvete inicijativama izvan područja njihove odgovornosti, značajno je obilježje Googleovog kreativnog radnog okruženja. Čineći to, Google nadahnjuje svoje osoblje da djeluju kao intrapoduzetnici i razmišljaju kreativno. Većinu vremena Googleovi zaposlenici koji rade na 20 % projekata udružuju se s drugima kako bi pokrenuli interni start-up.  Gmail je jedan od najpoznatijih i najučinkovitijih primjera ove strategije. Paul Buchheit, Googleov zaposlenik, imao je početnu ideju proširiti ponudu tvrtke stvaranjem internetske e-pošte koja bi mogla služiti i kao tražilica.  Većina je zaposlenika u organizaciji vjerovala da je to, sa strateškog i proizvodnog stajališta, užasna ideja. Međutim, kada su Googleovi suosnivači Larry Page i Sergey Brin donijeli odluku da sponzoriraju Paulovu inicijativu, sve su brige prestale.  Zbog toga je Googleov Gmail predstavljen 2004. te je brzo postao prva kultna ponuda tvrtke od pokretanja usluge tražilice 1998. godine. Više od 1,5 milijardi korisnika trenutno koristi Gmail na dnevnoj bazi. Od malog internog eksperimenta prerastao je u jednu od temeljnih usluga Googleove linije proizvoda.  Ovo je izvrstan primjer koji pokazuje da se otvorenim umom i podržavanjem inovatora uz podršku menadžmenta mogu postići izvanredni rezultati. | |
| **Poveznica** | <https://gaussianco.com/insights/how-intrapreneurship-accelerates-organizations-case-studies> |