

Sázka na „české“ se vyplácí

Je to myšlenka, které se možná každý na počátku vysměje. Jakýpak „český internet“? Internet je jen jeden a ohánět se nějakým lokálním prostředím trochu zavání marketingovým balastem. Jenže právě schopnost vidět věci jinak než globální hráči, může být podle TNS při nákupu rozhodující.

Historie firmy Trusted Network Solutions (TNS) začíná v roce 2000. „Za tehdejšími rozhodnutím založit společnost byla reakce některých lidí na stav trhu: Vývoj totiž krácel k jednoduchým a snadno ovladatelným boxům s tlačítkem ‚zapnout bezpečnost/vypnout bezpečnost‘,“ vzpomíná zakladatel a současný ředitel TNS Roman Pavlík.

Světoví výrobci směřovali na masový trh, který sliboval velký obrat a marži s minimem nároků na servis. Aby marži zvýšili, přesunuli výrobu i programování svých systémů do Asie.

Vzhledem k problémům, jež měly tehdejší filtry webového obsahu u nás, se TNS rozhodlo vytvořit vlastní řešení – Kernun Clear Web, jež je dnes vlajkovým produktem firmy.

Software à la Laurin & Klement

„Projekt jsem nosil v hlavě dlouho, ale neodvažoval jsem se ho rozpracovávat a představit kolegům. Měl jsem strach, že by mi nevěřili a že by ho označili za nereálný,“ říká Pavlík a dodává: „A když jsem s ním konečně vyšel na světlo světa, zjistil jsem, že mu ostatní opravdu nevěřili. Ale už druhý den se ukázalo, že jsem jim nasadil brouka do hlavy a že logika projektu má něco do sebe. Kolegové své hodnocení postupně změnili a mohli jsme tak lokálně orientovaný webový filtr začít nabízet.“

Na počátku programu dimenzovaného na české poměry přitom byla nespokojenost s řešením jednoho významného nadnárodního výrobce. To totiž mělo problémy se stabilitou, nízkou úrovní dokumentace a především – v českých doménách ani zdaleka nedosahovalo slibované úrovně zabezpečení.

A posledním impulzem prý pak byla pasáž, kterou si Pavlík přečetl v deníku Václava Klementa, zakladatele automobilky Laurin & Klement. Ten totiž v srpnu 1909 poznamenal: „Máme skvělou budoucnost, naše auta jsou nejméně tak dobrá jako zahraniční. Ale my navíc známe stav našich silnic a naše vozy jim přizpůsobujeme!“

IT se změn nebojí

Myšlenka českého řešení sice byla krásná, ale její porodní bolesti byly značné. Stejně odmítavě jako kolegové Romana Pavlíka se totiž tvářili i případní zákazníci. Sázka na české prostředí se jim zdála přinejmenším jako málo reálná.

Navíc tu byla celkem oprávněná pochybnost o tom, zda tuzemská firma může vytvořit pro-

dukt, který může být pro české firmy užitečnější než konkurenční výrobky tvořené v zahraničí.

Velkým štěstím pro obchodní úspěch byla právě ochota místních administrátorů a IT správců zkusit nové řešení. Jsou to lidé technicky orientovaní, kteří se rozhodují podle praktických potřeb.

„Náš produkt Kernun Clear Web, který funguje jako lokálně orientovaný filtr webového obsahu, se zakládá na zcela jiných principech než klasické systémy, je detailně konfigurovatelný a zejména v tuzemském prostředí účinný, že se mu v tomto ohledu žádný jiný produkt globálního trhu nevyrovná,“ dodává Pavlík.

„Už nikoho neohromíte tím, že vámi nabízený produkt používá i Bílý dům. Zákazník se logicky ptá: Jaké výhody přinese produkt mně? Pro můj informační systém v mém konkrétním prostředí, procesech, firemní kultuře, legislativním rámci? Firmám začíná být jedno, kdo je výrobce zařízení, zkoumají kvalitu, přínos a efektivitu investice,“ tvrdí Pavlík.

Vše ale nebylo vždy dokonalé. „Kdybychom měli něco udělat jinak, investovali bychom více do marketingu. Ač řada našich nápadů byla minimálně zajímavá, nepodařilo se nám je dostatečně široce představit veřejnosti,“ ohlíží se Pavlík.

„Částečně to bylo také tím, že jsme se zaměřili jen na segment Top 100 společností v Česku. Dnes je náš záběr širší a stejnou technologii dnes už dokážeme nabídnout i středně velkým organizacím.“

Cesta k místním aplikacím

„Zákazníci přestávají bezhlavě nakupovat řešení jen proto, že se to tak dělá, více zkoumají alternativy, chtějí vyšší přidanou hodnotu, účinnost, levnější provoz,“ říká Jan Holík, marketingový šéf firmy TNS.

Ta považuje koncept „lokálnosti“ za svou konkurenční výhodu a podle Holíka se nedá čekat, že se k takto podrobné lokalizaci celosvětoví producenti v dohledné době přikloní.

A v uzpůsobení pro konkrétní země vidí i další potenciál pro svůj produkt, který by se mohl prosadit i za hranicemi Česka. „Důležitá je perfektní znalost prostředí, pro které se lokální řešení připravuje. Slovenskou sadu produktů máme hotovou, připravujeme další zemi,“ dodává Holík.

V budoucnu se prý celá oblast informační bezpečnosti stane „lokálně specifickou“.



Roman Pavlík, zakladatel a současný ředitel společnosti TNS

Bezpečnostní rizika braná z pohledu IT budou ve stejném čase ve střední Evropě jiná než třeba v Africe.

„Už teď je to patrné – vždyť nejvíce útoků přichází z rozvojových zemí. Ne proto, že by tam měli tak dobré hackery, ale proto, že své systémy tak mírně zabezpečují,“ uzavírá Pavlík. ■

Co umí Kernun Clear Web

„Protože náš systém filtrace webového obsahu pracuje s lokálními informacemi, jeho úspěšnost v českém prostředí překračuje hranici 98 %. Běžné filtry webového obsahu od některých globálních výrobců přitom dosahují v tuzemských podmínkách úspěšnosti jen 70 až 80 procent,“ uvádí Roman Pavlík, ředitel TNS.

Produkt Kernun Clear Web dělá nejen kontrolu v reálném čase, ale také analyzuje chování konkrétního uživatele, oddělení či jiné vybrané skupiny až šest měsíců zpětně. V případě bezpečnostního incidentu tak má příslušný správce dostatečně průkazný materiál pro pochopení celé situace.

Umožňuje také nastavovat pravidla individuálně – každé oddělení, či dokonce jednotlivce, má jiné pracovní potřeby, a právě to lze v nastavení velmi snadno zohlednit.

„Znáte nějakého jiného výrobce bezpečnostního řešení, který dodá úplné zdrojové kódy pro podrobnou a úplnou specifikaci funkcí či v licenci povolí úpravy svého kódu pro podporu integrace řešení? A kolik jiných firewallů dokáže řešit třeba rizika českých datových schránek?“ ptá se Pavlík.