

МОНИТОРИНГ В ДВИЖЕНИИ



Рустэм Хайретдинов,
заместитель генерального директора InfoWatch

До недавнего времени DLP-решения позиционировались и воспринимались исключительно как инструменты для предотвращения утечек конфиденциальных данных. На самом деле они могут применяться и для других целей. К примеру, наши продукты называются Traffic Monitor. Иначе говоря, они умеют мониторить трафик.

Конечно, на рынке сейчас достаточно мониторинговых систем. Но они работают в основном с архивными данными. Отличие Traffic Monitor в том, что он обрабатывает «живую» информацию, во время ее движения. У нас есть клиенты, которые применяют наши решения, чтобы категорировать свой трафик. Например, по электронной почте идут запросы в службу технической поддержки. Их надо рассортировать — на срочные и несрочные, важные и

неважные, «разложить» по четырем ячейкам: срочные-важные, несрочные-важные, срочные-неважные и несрочные-неважные. Traffic Monitor ставят на входящую почту — на прием заявок, и сортировка происходит по соответствующим ячейкам.

Есть и такие нетипичные примеры применения наших продуктов, как контроль качества ввода данных. Множество информационных баз заполняется вручную. Например, в Министерстве здравоохранения и социальной защиты, где занимаются дотированием части стоимости лекарств тяжело больным людям. Существует документооборот регистрации первичных больных — не болел раньше человек и, соответственно, его данных не было в информационной базе, а теперь их туда заносят. Поскольку на дотации выделяются большие деньги и существует риск мошенничества, действует целая система фильтров. И 60 тысяч заявок в год отклоняется только из-за неправильного оформления. Люди, заполняющие формы, делают ошибки, на сервера Минздрава идет неструктурированный поток информации. 60 тысяч отклоненных заявок — это 60 тысяч людей, которые не получают лечения. Когда мы внедряли в министерстве проект по защите информации, нам предложили применить нашу технологию мониторинга и для контроля качества ввода данных. Ведь если исправлять и с первого раза заносить в базу хотя бы 10% некорректно заполненных заявок, это значит, что шесть тысяч человек получат свои лекарства.

Сейчас мы хотим добиться, чтобы с помощью наших технологий можно было мониторить и классифицировать любые виды трафика. Скажем, в медийном интернет-пространстве, блогосфере, социальных сетях. Совместно с компанией «Крибрум» мы создали такой продукт, как CEM (Customer Experience Manager). Это решение сразу нашло отклик у маркетинговых компаний и отделов маркетинга крупных ритейлеров. Им нужна возможность после проведения акций собирать неформальные отзывы и анализировать их. Где же еще черпать такую информацию, как не в блогах и не на форумах? Так что мы понемногу выходим за рамки рынка ИБ. Видим, что в других сферах к нашим решениям проявляют большой интерес. К сожалению, он нечасто подкреплен платежеспособным спросом. ■