

Mail.Ru: поисковые предпочтения (март 2011 года)



Источник: Поиск@Mail.Ru

Решения InfoWatch переросли уровень DLP-систем

По предварительным оценкам информационно-аналитического центра Anti-Malware, доля компании InfoWatch на российском рынке DLP-систем (Data Leak Prevention, системы предотвращения утечек конфиденциальной информации) по итогам 2010 года достигла 42%, а у ближайшего конкурента, компании «Инфосистемы Джет», — 26%. Тем интереснее узнать, как оценивает состояние рынка сам лидер.

Подводя итоги минувшего года, генеральный директор InfoWatch Наталья Касперская оценила его как «очень успешный»: потенциальные покупатели, которые в кризисном 2009-м занимали выжидательные позиции и лишь приглядывались к продуктам InfoWatch, в 2010 году начали их активно приобретать. Оборот компании вырос на 130%, а количество клиентов — на 40%, и именно новые клиенты принесли 65% прироста доходов. Увеличился и штат — на 20%, начались продажи в Индии и Турции, готовится экспансия в арабские страны Ближнего Востока. Две трети дохода InfoWatch принесли клиенты, работающие в сфере финансов

и страхования, 13% — нефтегазовые компании, 7% — госучреждения. Что касается характера продаж, то 63% дохода получено от продажи лицензий на ПО, 7% — от лицензирования технологий и 18% — от услуг техподдержки (доход компании после расчета с партнерами, через которых предоставляются услуги). Спрос на услуги техподдержки не упал даже во время кризиса; компания это учла и намерена интенсивно развивать данное направление.

Сравнивая рынок DLP с хорошо знакомым ей рынком антивирусных продуктов, Наталья Касперская отметила, что мировой рынок DLP пока еще мал: его объем оценивают приблизительно в \$300 млн



(в России — в \$12–15 млн). Да и географически он неоднороден: в континентальной Европе практически отсутствует, в англоязычных странах уже довольно развит, в России же и восточных странах быстро развивается. Сложность этого бизнеса в том, что правильная настройка DLP-систем стоит дорого и отнимает много времени, тогда как клиенты обычно хотят получить быстрое и дешевое решение своих проблем, а антивирусные

компании поддерживают в них иллюзорное представление, что это возможно. На самом деле разработка, продажа и внедрение DLP-системы процесс очень сложный, требующий гораздо более высокой компетенции и затрат труда. (Это утверждение Наталья проиллюстрировала слайдом, на котором DLP-решение было представлено в виде слона, а антивирус — в виде муравья.) Понятно, что интеграция этих продуктов — задача на дан-

РНТ прогнозирует быстрый рост рынка

Компания «Русские навигационные технологии» (РНТ), продвигающая свои системы и услуги под брендом «АвтоТрекер», по результатам работы в 2010 году увеличила свою долю на российском рынке систем мониторинга и контроля автотранспорта с 23 до 28%.

Количество установленных за год систем ГЛОНАСС/GPS-мониторинга «АвтоТрекер» выросло на 71% — с 24 тыс. в 2009 году до 41 тыс. в 2010-м. А общее количество транспортных средств, оборудованных системой «АвтоТрекер», увеличилось за год с 60 тыс. до 101 тыс. В июле 2010 года компания осуществила выход на IPO.

Объявляя операционные итоги года, генеральный директор РНТ Борис Сатовский отметил, что прогнозы относительно высоких темпов роста рынка подтверждаются и число компаний, желающих

внедрить системы ГЛОНАСС/GPS-мониторинга, быстро растет. Огромную роль в этом играют госсектор и поддержка правительства РФ. Проекты для госсектора принесли компании примерно половину доходов в 2010 году, так что стратегическая ориентация РНТ на развитие этого направления себя оправдала. Стабильно растут и доходы от работы с крупными корпоративными заказчиками. А вот планы значительного увеличения активности на рынке СМБ реализовать пока не удалось: отчасти потому, что много сил отнимали круп-

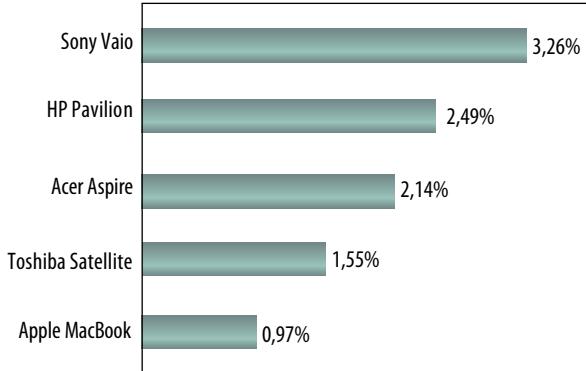
ные проекты, а отчасти — в силу специфики этого рынка, требующей большой подготовительной работы. Мощный рывок планируется совершить в этом секторе рынка в конце 2011 года: технологически для этого все готово, сейчас идет активный поиск партнеров, чтобы сформировать сеть для массированного выхода на этот рынок.

Зарубежный бизнес принес РНТ в 2010 году лишь 1,3% ее дохода, однако его развитию придается большое значение. За год количество зарубежных дилеров выросло с 4 до 17, компания в конце года работала уже в семи странах СНГ, а также в Египте и Монголии (в 2009 году — лишь в четырех странах). События последних месяцев на Ближнем Востоке затормозили

развитие бизнеса в этом регионе, однако Борис Сатовский надеется, что к концу года обстановка нормализуется и успешное продвижение РНТ в этом регионе продолжится. В 2010 году количество зарубежных представительств РНТ достигло 14, идет активное формирование дилерской сети, заказчики со стороны крупнейших экономик СНГ и ряда других стран проявляют большой интерес к продукции компании, так что есть все предпосылки для быстрого роста бизнеса за пределами России.

Важнейшим этапом развития РНТ в 2010 году стал запуск в производство новой технологической платформы АТ-10. «Чистые задачи мониторинга сейчас уже никого не интересуют, — говорит Борис Сатовский, — клиенты хотят иметь точное представление, каким образом транспортная составляющая влияет

Ноутбуки — линейки



Источник: Поиск@Mail.Ru

ном этапе нереальная, а заявления антивирусных вендоров о том, что они дополнили свои продукты DLP-компонентами, всего лишь рекламный ход; это неизбежно вызывает у клиентов разочарование в возможностях DLP и вредит развитию рынка. Для настройки DLP-решения необходимо провести совместно с клиентом глубокий анализ используемых в его организации типов документов, их содержания и источников, скорректировать или сформировать политики работы с данными — все это непосильные задачи для канала дистрибуции антивирусных программ, поэтому DLP-вендорам необходимо выстраивать собственную партнерскую сеть.

По словам Натальи Касперской, быстро развивающиеся продукты InfoWatch уже переросли уровень DLP-систем и предоставляют клиентам значительно более широкие возможности, чем просто защита от утечек информации. В частности, InfoWatch Traffic Monitor Enterprise, предназначенный для крупных компаний, содержит модуль «InfoWatch Автолингвист»,

позволяющий осуществить автоматическую категоризацию циркулирующей в организации информации без ознакомления с ней специалистов вендора и создать базу контентной фильтрации, оптимизированную под специфические потребности данной организации. Вышедшая в начале апреля новая версия — InfoWatch Traffic Monitor Enterprise 3.5 — отличается удвоенной производительностью и другими улучшениями, а уже в октябре ожидается кардинально переработанная версия 4.0.

Лингвистические разработки компаний дали старт новому самостоятельному проекту — системе Customer Experience Manager, предназначеннной для анализа высказываний и оценки репутации компаний по материалам сети Интернет. Продукт продается в виде облачного сервиса, и для его реализации компании InfoWatch и «Ашманов и партнеры» создали дочернюю компанию «Крибрум» (от латинского «решето»).

Юрий Курочкин

на их бизнес-процессы и что можно сделать, чтобы улучшить ее работу. Решить эту задачу можно только на новой технологической базе, которую и предоставляет АТ-10».

Исполнительный директор РНТ Иван Нечаев отмечает, что новая платформа позволит решить и задачу увеличения доли от продаж услуг в доходах компании. Создание в России в 2010 году сети сервисных центров позволило выполнить ряд распределенных проектов, в ходе которых потребовалось оборудовать системами «АвтоТрекер» по 10–20 автомобилей во многих городах. Начат переход к операторской модели обслуживания клиентов в секторе СМБ — им предоставляются услуги мониторинга объектов с взиманием абонентской платы.

По словам Ивана Нечаева, для поддержания позиций на рынке

А вот еще идея: лучший смартфон 2010 года на новой ступени эволюции



Что получится, если взять и сделать его ещё лучше?

Знакомься: HTC Desire S.

Новое воплощение легендарного смартфона
HTC Desire — теперь мощнее и тоньше.

Веб-серфинг стал еще быстрее и удобнее.

А фото и видео теперь сохраняются и проигрываются в HD!
Всё по-новому! Это эволюция инноваций от HTC.

HTC Desire S

с HTC Sense

htc.com

htc
quietly brilliant

* по версии журнала Т3

** Желание

*** Чувствуй

**** Глобальная награда в области мобильных технологий/Победитель

MARVEL
дистрибуция

www.marvel.ru

реклама

Компания «Марвел» приглашает
к сотрудничеству оптовые компании,
розничные сети и интернет-магазины!

Москва (495) 745-8008

Санкт-Петербург (812) 326-3232

Юрий Курочкин