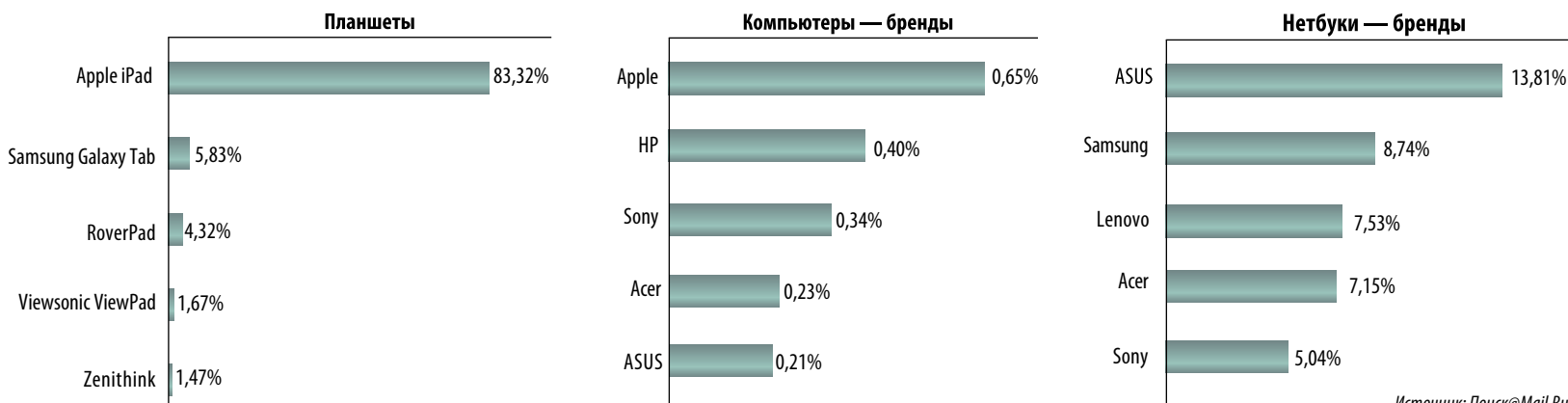


# Mail.Ru: поисковые предпочтения (март 2011 года)



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

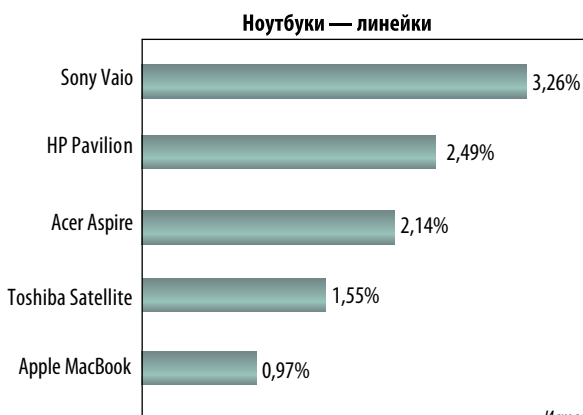
внедрить системы ГЛОНАСС/GPS-мониторинга, быстро растет. Огромную роль в этом играют госсектор и поддержка правительства РФ. Проекты для госсектора принесли компании примерно половину доходов в 2010 году, так что стратегическая ориентация РНТ на развитие этого направления себя оправдала. Стабильно растут 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



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 компании дали старт новому самостоятельному проекту — системе Customer Experience Manager, предназначенной 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 AT-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

много внимания уделяется новым разработкам. Более 30 сотрудников отдела разработки разделены на две группы, одна из которых оперативно реализует текущие предложения клиентов (а в РНТ ежемесячно поступает около 1000 заявок на разного рода доработки продуктов компании), а вторая занимается стратегическими разработками с прицелом на будущее. Для производства оборудования используются арендованные производственные линии на трех российских предприятиях, где в 2010 году было выпущено 48 тыс. устройств, а в текущем году планируется выпустить около 100 тыс. По мере дальнейшего роста потребности в установочных модулях «АвтоТрекер» можно будет подумать и об организации собственного производства.

Юрий Курочкин

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



Что получится, если взять и сделать его ещё лучше?  
Знакомьтесь: 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 ТЗ

\*\*Желание

\*\*\* Чувствуй

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

**MARVEL**  
дистрибуция

www.marvel.ru

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

Москва (495) 745-8008  
Санкт-Петербург (812) 326-3232

реклама