

Websense coraz mocniejsze na polskim rynku

W hotelu Rialto w Warszawie odbyło się spotkanie prasy z przedstawicielami Websense Inc. – amerykańskiego potentata w dziedzinie ochrony danych, kontroli dostępu, komunikacji elektronicznej itd.

Maciej Małek

O roli, a zwłaszcza o potencjale rozwojowym polskiego rynku, wciąż jeszcze rynku wschodzącego, gdy idzie o wdrażanie technologii, procedur i regulacji z zakresu ochrony, gromadzenia, przechowywania i transferów danych oraz szeroko rozumianej komunikacji elektronicznej, świadczy fakt, że obok polskich reprezentantów firmy obecni byli Paul Franka, regionalny menedżer ds. Europy Wschodniej i Gene Hodges – CEO, stojący na czele organizacji.

Amerykański gość, którego wizyta w Warszawie służyła spotkaniu z polskimi partnerami, dzielił się wrażeniami z trwającego tydzień roboczego objazdu po Europie, która stanowi 40 proc. rynków objętych zasięgiem działania Websense.

Biznes to nie tylko technologia

Firma ogromną wagę przywiązuje do kształtowania relacji z partnerami, klientami, sprzedawcami. Stąd osobiste zaangażowanie jej szefa potwierdzone obecnością w Warszawie. W opinii Gene Hodgesa właściwe rozpoznanie problemów i potrzeb klienta pozwala zindywidualizować ofertę do konkretnych potrzeb i warunków właściwych dla branży, produktu czy konkretnego zadania. Zastosowane technologie są jedynie narzędziem służącym ochronie danych, które w przypadku dostania się w niepowołane ręce, lub użycia niezgodnie z przeznaczeniem mogą stać się groźnym narzędziem, także w dosłownym znaczeniu tego słowa. Ważne jest właściwe rozpoznanie specyfiki danego rynku. W polskim przypadku wyraża się to relatywnie wysoką otwartością na nowe rozwiązania z zakresu ochrony i transferu danych wśród przedstawicieli instytucji i urzędów administracji publicznej. Przed trzema laty firma Websense przystąpiła do przetargu na obsługę

Amerykanin w Warszawie

Ministerstwa Spraw Zagranicznych, który wygrała i z powodzeniem realizuje po dziś dzień.

Paradoksalnie reprezentanci firm komercyjnych znacznie wolniej i ostrożniej otwierają się na nowe rozwiązania. Anna Zawadzka odpowiedzialna za sprzedaż na polskim rynku przyczyny tego stanu rzeczy upatruje w procedurach korporacyjnych rozkładających odpowiedzialność decyzyjną na różne szczeble kompetencji, podczas gdy w urzędach jest ona spersonalizowana.

Rozpoznać zagrożenia

Od 1994 r., kiedy internet znalazł powszechne, w tym komercyjne zastosowanie, liczba zagrożeń rośnie wprost proporcjonalnie do tempa rozszerzania się jego zasięgu i liczby zastosowań. Nawet nasze poczciwe domowe PC-ty bywają narażone na sieciowe ataki, choćby przez popularne portale społecznościowe.

Rzecz jasna operatorzy nie są zainteresowani w rzetelnym informowaniu o liczbie takich ataków bądź złośliwych linkach. Zasada ta nie ma zastosowania do partnerów Websense, którzy przez przeszkolenie produktowe, wdrażane procedury i system certyfikacji uzyskują status srebrnego, złotego lub platynowego partnera. W tym gronie są tak znane na polskim – i nie tylko – rynku, jak Asseco czy Comarch. Miarą sukcesu jest otwartość na nowe wyzwania, czego najlepszym dowodem może być skuteczne nawiązanie relacji biznesowych, to obecni polscy partnerzy amerykańskiego potentata dotarli doń i przekonali do zaangażowania na naszym rynku. Wszyscy znający realia tego rynku, wiedzą, że Amerykanie, to trudni i wymagający partnerzy, stosujący w biznesie najwyższe standardy.

W opinii Gene Hodgesa wdrażanie i implementacja kompleksowych tech-

nologii musi spełniać te same wymogi w Indiach, Dolinie Krzemowej, Londynie i Warszawie. To nie założenie, ale praktyka codziennego działania, wyzwanie i wyścig. – „Żli chłopcy”, są w zglobalizowanym świecie obecni wszędzie i zawsze. Ta świadomość towarzyszy nam w codziennej pracy – stwierdził. W uzupełnieniu tej wypowiedzi Aleksander Raczyński, szef wsparcia technicznego na Europie Wschodnią dopowiada, że zagrożenia typowo informatyczne ustąpiły pola bardziej celowym, nakierowanym na dane, choć świadomość tego faktu z trudem przebija się do użytkowników infrastruktury informatycznej. Sama infrastruktura to nie wszystko, trzeba pamiętać, czemu ma służyć.

Na pytanie „BANKU” o najważniejsze składowe sukcesu, Gene Hodges wskazał na stałą dbałość i monitorowanie rynku, wdrożenia, świadomość menedżerów i kadry zarządzającej, wreszcie wyprzedzanie pojawiających się zagrożeń. Politycy rozwiązują problemy dnia wczorajszego, naszym zadaniem jest rozwiązywanie problemów jutra – powiedział.

Dzisiejsze okręty flagowe firmy to m.in. MMSP – Manager Security Service Provider Partner Program, oparte na *outsourcingu* dostarczania produktów, rozwiązań i wiedzy gwarantujących wdrożenie bezpiecznych rozwiązań, obniżanie kosztów i różnicowanie oferty, TRITON – aplikacja ułatwiająca bezpieczne dokonywanie transakcji bankowych *on-line*, także przy zastosowaniu telefonu czy wreszcie Defensio – bezpłatna aplikacja chroniąca Facebooka. Już te przykłady obrazują wielość zastosowań, zasięg i skuteczność oferty Websense, która nawet w obliczu zagrożeń hybrydowych nie składa broni, dbając skutecznie o bezpieczeństwo swoich klientów. ▶



Po ludzku o finansach
www.bankier.pl

Karolina, promocja e-mail: marketing@firma.bankier.pl

Bankier.pl
POLSKI PORTAL FINANSOWY