

## Když bublina splaskla aneb osud jednoho tart-upu

**První peníze získal od skupiny investorů, mezi kterými byl i "anděl" internetových start-upů Esther Dyson. To však bylo pro Idoox, později Systinet, jen zahřívací kolo. Vlastní závod začal až v únoru 2002, kdy firma získala 21 milionů USD od investora Warburg Pincus. Poté už své aktivity rozjela ve velkém.**

Na počátku všeho byl v Holandsku založený Idoox, o kterém jeho zakladatel a ředitel Roman Staněk hovořil jako o firmě pro generování "term sheetů" - pobídek pro venture investory. Důvod k založení Idooxu v Holandsku byl prostý - Holandsko mělo pro tyto procesy daleko vhodnější právní systém. Firma se ale posunula ještě více na západ, kde jsou podmínky volnější a jednodušší. Po získání investice se Idoox přejmenoval na Systinet, který v prvopočátku směřoval své síly hlavně do vývoje vlastního softwaru pro poskytování webových služeb.

Dnes je Systinet americká firma a v Praze má dceřinou pobočku. Založit firmu v USA není podle slov Romana Staňka vůbec těžké stačí přijít k právníkovi, který připraví několik dokumentů, které stačí podepsat a druhý den je firma na světě. Systinet je technologická firma, která v Praze zaměstnává 80 pracovníků a v americké Cambridgi 15 lidí. Výběr zaměstnanců je těžký, ale platí to i naopak. V ČR jsou zaměstnání především programátoři. Do konce roku by měl celosvětově počet zaměstnanců růst až na 120, přičemž v Praze hodlá Systinet přijmout 20 lidí. Další změna přijde se vstupem ČR do EU. Společnost se sídlem v americké Cambridgi získá vedle Holandska druhou pobočku v Evropské unii, která byla výhodná kvůli zákazníkům ze zemí unie. Aktivity v Holandsku tak v podstatě končí a postupně se přesouvají do USA.

### Zhodnocení investice aneb Kde jsou mé peníze?

Zhodnocení investice venture kapitalisty probíhá v podobných případech likvidní událostí získáním peněz z prodeje akcií, případně celé společnosti. Z hlediska dalšího vývoje firmy se zatím nepočítá s IPO (umístěním na veřejně obchodovatelné trhy); vloni proběhly pouze čtyři a letos to nevypadá lépe. Reálnější by mohla být akvizice, ovšem doba už je jiná. Pokud v roce 2001, kdy ještě dozníval vliv bubliny internetových start-upů, byla střední doba likvidní události (prodej, IPO) tři roky, dnes je to kolem pěti let. Investoři si už uvědomili, že vybudovat firmu je podstatně těžší, než tomu bylo v letech 99 až 01. Možnost prodeje Systinetu či IPO tedy připadají v úvahu až někdy v roce 2005, ale to je v dnešním světě velkých turbulencí v oblasti IT tak daleká budoucnost, že je velmi těžké vývoj odhadnout. Zatím musí investoři čekat. Na zhodnocování své investice tedy zatím dohlížejí. Každý měsíc se koná schůze představenstva, které se účastní zástupci Systinetu a investora Warburg Pincus. Při jednání probírají strategii, hodnotí se stav a domlouvají se úkoly na další období.

### Tady máte technologie, vše ostatní je v lidech

Přestože má Systinet zaměstnance v Praze a v Cambridgi, komunikace mezi oběma místy je díky internetu jednoduchá. Pro komunikaci se využívá Voice over IP, e-mail, instant messengery, intranet a podobné nástroje, které zprostředkují informační tok tak, jako kdyby firma sídlila ve dvou patrech jedné budovy. Technologicky to dnes jde. Jiné je to z hlediska kultury; jiné jazyky, jiná očekávání, jiné vzdělání apod. Občasné problémy se řeší neustálou komunikací a vhodnou kombinací Čechů a Američanů na manažerských pozicích. Naprosto klíčová je zde vzájemná důvěra a respekt.

Životní cyklus produktu začíná v USA, kde se sbírají informace od zákazníků a jejich požadavky, které se dokumentují. Dále technici posoudí, co vše by měl produkt umět, aby požadavkům vyhověl, a naopak co už mít nemusí a co zákazníci neocení. Na tom už se spolupracuje s Prahou, kde proběhne i implementace a testování. Důležité je najít standardní vzorek zákazníků, kteří dobře informují, co je ve zcela generickém produktu potřeba změnit, aby vyhovoval co největší skupině zákazníků.

### S otevřenou náručí nebo pěkně polehoučku

Americký trh má několik aspektů. Působí na něm všechny velké počítačové firmy, a tak je konkurence obrovská. Zákazníci dnes neradi nakupují od malých firem. Je to i díky vystřízlivění z internetové bubliny, kdy nakoupili technologie od malých firem, které pád technologických firem neustály a dnes firmám s málo rozšířenými technologiemi nikdo nepomůže. Dnes stojí mnohem více úsilí přesvědčit zákazníka, že technologie od malé firmy je natolik výjimečná, že stojí za to si ji pořídit. Obchodní model a lidé, kteří se jeho realizací zabývají, vytipovávají firmy, které by mohly být potenciálními zákazníky. Nejde

ani tak o expertizu, jako spíše o hrubou práci. Jde o to mít lidi, kteří jsou schopni denně obvolat 15 až 20 zákazníků a zjistit od nich klíčové informace. Své největší zákazníky má Systinet vedle USA také v Německu, Francii a Velké Británii. Tam je tento model cílení na zákazníky zcela běžný. Jasným impulzem je také cena a schopnost vyhovět konkrétním požadavkům zákazníka. Pokud firma přijde s produktem, který přesně vyhovuje požadavku zákazníka, a ještě se k tomu přidá motiv ceny, má vyhráno.

*Jiří Palyza*

## WWW.SYSTINET.COM

Systinet byl americkou mediální společností AlwaysOn zařazen mezi top 100 soukromých technologických společností, časopis Time jej dvakrát za sebou zařadil mezi 50 nejperspektivnějších evropských technologických firem. Novinkou letošního roku v produktové nabídce je WASP Server for Java 4.5 - sada nástrojů pro nasazení, zabezpečení a správu webových služeb.