



APPSTERS TrendBook 2013

We open the door
for your content, for **You.**

Összefoglaló

Az informatika nem állt meg a PC-k, az internet vagy a Web 2.0 világánál. A 2013-as trendek arról szólnak, hogy hatékony eszközökkel, új munkamódszerekkel, dinamikus viszonyokkal maradhatunk talpon a rendkívül éles versenyben. Könyvünkben összefoglaljuk a legfontosabb trendeket és bemutatunk négy sikeres vállalkozást.

Tartalomjegyzék

Az utolsó generáció

Mobil és tablet

Élményt tervezünk

Érintés

A felhő

Üzleti modellek

Munkamódszerek

Közösség, kommunikáció

BUTIK - Baráti figyelem

Übermind - Deloitte

Small Society - Walmart

ModelMetrics - Salesforce

HipCricket - Augme

Az utolsó generáció

Sokan nevezik Z-generációnak a mostani tíz évnél fiatalabbakat. Ezek a fiatalok az utolsó olyan generáció, akik még láttak mesekönyvet gyerekkorukban. A következő generációkat már olyan szülők nevelik, akik maguk is a digitális világ bennszülöttjei. A Z generáció tagjai már nem is a számítógéppel nőnek fel, hanem a mobil telefontal. Teljesen természetes számukra, hogy a kezük ügyében van egy eszköz, amivel bárhol, bármikor bárkit és bármit elérnek.

A mai huszonévesek a számítógépes világba születtek bele, az ő gondolkodásuk, információhoz való viszonyukra is nagy hatással volt a technika. De amikor ők cseperedtek, akkor még jól elkülönült a valóságos és a számítógépes világ. A számítógéphez oda kellett ülni, és ebből például az is következik, hogy a szülő, ha akarta, korlátozhatta is, hogy mennyit ül a gyereke a gép előtt. A mai huszonévesek számára még egy érdekes lehetőség volt, hogy otthon internetezzenek.

Ezzel szemben a Z-generáció már a mobil eszközökkel nő fel. Mobilon hallgatnak zenét, chatelnek, mobilon nézik a Facebookot, itt játszanak, ezzel fényképeznek, és ezzel posztolják a fényképeiket. A mobilon keresztül szerzik az információikat. A közösségi média a legfontosabb tájékoztatósi pontjuk, nem olvasnak újságot, és tv-t se nagyon néznek. Számukra a média nem passzív befogadást, hanem aktivitást jelent. Hozzászólnak, publikálnak, és hozzá vannak szólva, hogy minden megnyilvánulásukkal hullámokat vernek, visszhangot váltanak ki.

A mai tizenévesek kezében olyan informatikai eszköztár van, ami 30 évvel ezelőtt csak egy teremben fért volna el, és fejlett országok hadseregeinek irányítói férhettek csak hozzá. Kis telefonjaikban négymagos processzorok, 10-20 gigabájtnyi tárolóhelyek. Ezek az eszközök ott vannak mindenkinél, nem lehet őket elzárni, tiltani, ellenőrizni.

Ezeknek a fiataloknak az információ mást jelent, mint azoknak, akik tanítják őket. Az orvosok mesélik, hogy a legtöbb problémát az okozza számukra, hogy a betegek a saját betegségeikből annyira felkészülnek, hogy az orvos nem tudja tartani a tempót. Az interneten utánaolvasnak a speciális kezeléseknél, és az orvos az általános, széles ismerettárával nincs abban a helyzetben, hogy egy-egy ügyben ilyen szinten mélyedjen el. A diákjaink előtt is ott vannak ezek a lehetőségek, és élnek is vele. Bármilyen témában szabadon elmélyedhetnek, nem gátolja őket, hogy az Új Magyar Lexikonban csak egy szócikket találnak, és ha el is jutnak egy könyvtárba, akkor se találnak túl sok hasznosat. Bármilyen témában korlátlan mennyiségű információ áll rendelkezésükre, és ezt használják is.

A mobil telefon elterjedése csak az egyik jele azoknak a hatalmas változásoknak, amik az informatikában zajlanak. A felhő alapú szolgáltatások terjedésével a programozói feladatok, az üzleti modellek is változnak. Ma már egyre kevesebb a klasszikus programfejlesztés. Nem azon van a hangsúly, hogy valaki gépi kódban tudjon a memória szegmenseibe közvetlenül írni, hanem azon, hogy nagy rendszerek szolgáltatásait kell hatékonyan integrálni. A mai programozók meglévő rendszerek között teremtenek kapcsolatokat, a korábbiaknál sokkal nagyobb szerepe van a használhatóságnak (usability), a design-nak, a szoftverergonómiának. A mai világban magas szintű nyelveken, rapid fejlesztői környezetekben, meglévő elemekkel gazdálkodunk. Ebben az új világban már nem működnek a hagyományos munkamódszerek sem. A projektmenedzsment, mint munkaszervezési módszertan, csak a második világháború után alakult ki, de mára már egyre inkább átadja a helyét az ultrarövid, néhány napos tervezési ciklusoknak. A csapatmunkában való részvétel az egyik legfontosabb kritérium, amikor ilyen fejlesztői feladatra keresnek munkatársakat.

A mai szakmák 70%-a nem létezett az első világháború idején. És ugyanígy azok a szakmák sem léteznek még, amikben a mai gyerekek fognak dolgozni. Új világban élünk, ahhoz képest is újban, ahogy 2000 körül képzelték az internetes jövőt. Ez az új világ új munkamódszereket, új viszonyokat teremt. Könyvünk néhány fontos fogalom és példa bemutatásán keresztül arra vállalkozik, hogy ezeket a trendeket felvázolja és bemutassa, hogy milyen hatást gyakorolnak a tartalomra.

Budapest, 2013 január

Nyíró András

Mobil és tablet

2008: PC, mp3 lejátszók

2013: Mobil, tablet. Szenzorok (GPS, giroszkóp, kamera) Fejlődik a processzor, a képernyő, azakkumulátor.

Egy mai általános iskolai infomatika órán a tanár a PC-re koncentrálna. Bemutatja az input-output eszközöket, elmondja a számítógép részeit, beszél floppyról, CD-ről, tárgyalja a hálózatot és az internetet. A PC világa a 80-as években alakult ki, a forma a 90-es években véglegesedett. A számítógép ház, monitor, billentyűzet és egér négyes képlete mindenki számára ismert.

Ez a környezet meghatározza a tevékenységet is. A PC elé leülünk, a tevékenységet munkának hívjuk. A monitor elzárja előlünk a kilátást, a számítógépteremben a gyerekek könnyen elbújnak a képernyő mögé. A számítógép használatának elkülönített ideje van, amikor számítógépezünk, akkor általában mást nem csinálunk. Ez a képlet akkor se változik, ha a gyerek éppen játszik a gépen, asztal előtt ül hosszú órákon keresztül.

A laptop koncepciója sokat oldott ezen a formán. A ház, a monitor, a billentyűzet és az egér egyetlen tárgyba sűrűsödtek. A gépet magunkkal vihetjük, használhatjuk az ágyban, fotelben, közösségi térben. Mégis a laptop sok tekintetben a PC-re hasonlít, felcsapott monitorja falként választja el a szemben ülőket. A laptop sokkal személyesebb tárgy, mint a PC, de még mindig munkaeszköz és nem használati tárgy. A laptop ugyanúgy órákat vág ki a napjainkból, mint a PC.

Ezzel szemben a mobil eszközeink, a tabletek és a mobil telefonok mindig velünk vannak. Ez hozta el az igazi multitaskingot az életünkbe. Megérkezik egy SMS, beszélgetés közben rápillatnunk, és akár meg is válaszoljuk. A mobilon nem extra udvariasság, ha nem köszönünk egymásnak: egy végtelen hosszú beszélgetést folytatunk, amihez hozzáteszünk egy-egy mondatot. A mobilos játékot bármikor megszakíthatja egy másik esemény, valaki bejött a szobába, vagy elkezdődik az óra: később a játékot pontosan ott folytathatjuk, ahol abbahagytuk. A mobil a használati tárgyaink közé tartozik, a kulcs, a toll és a füzet társa. Mindig velünk van, nem dedikálunk külön időt a használatára, hanem folyamatosan használjuk. A PC-t használat után kikapcsoljuk, a mobilt legfeljebb lehalkítjuk.

A felmérések szerint az okostelefonok használói napi egy órát töltenek a kütyüjükkel. Ez az egy óra azonban néhány perces részletekből áll össze. A buszmegállóban megnézzük az időjárásjelentést, az ágyban lefekvés előtt még átfutjuk a Facebook üzeneteinket.

A mobiltartalom használata ennek megfelelően töredékidőkből áll. A jó mobil tartalom mozaikokból áll. A mozaik minden darabja megérthető 1-2 perc alatt, és lehetőség szerint valamilyen további használatot is lehetővé tesz. Ha megtaláltuk a minket érdeklő látványosságot, akkor tervezhetünk oda útvonalat, vagy felhívhatjuk telefonon az információs szolgálatot. Nem hosszú, lineáris olvasnivalót kell kínálnunk, nem az Odüsszeia az ideális formátum a mobilon. Apró, érdekes információmorzsák, amik önmagukban is értelmezhetőek, szórakoztatóak, de ha valaki érdeklődik, akkor lehetőséget kell adnunk az elmélyedésre.

A fejlődés másik trendje az érzékelők terjedése. A hagyományos informatika oktatásban az input eszközök között a billentyűzettel és az egérrel foglalkozunk. Mobil eszközeinkben azonban iránytű, GPS, giroszkóp, gyorsulásérzékelő, fényérzékelő is van. Ezek segítségével nem csak a felhasználó pozícióját, de az eszköz térbeli helyzetét is ismerhetjük, és a környezetéről is vannak információink. Ezek a speciális, kontextusleíró információk segítenek abban, hogy a szolgáltatásaink tartalmát a felhasználás szituációjára szabjuk. Ilyen szolgáltatás például az Augmented Reality, ahol a telefon kameráján át nézve a világot, kis címkéken láthatjuk, hogy milyen információkat kérhetünk a látnivalókról. A játékiparban a Kineckt mozgásérzékelői látványosan alakították át azt a képet, ami a számítógépes játékokról élt bennünk. A gyerekek a saját testükkel, mozgásukkal irányítják a játékot, részt vesznek a virtuális térben.

Élményt tervezünk

2008: Windows, OS, Linux + szoftverek + web.

2013: iOS, Android, W8 + alkalmazások + SaaS, sync across devices, képfelismerés

Az internetre kötött PC-k világában a böngésző volt az a biztos közös pont, a legkisebb közös többszörös, ami összekapcsolata a szolgáltatásokat. Hányszor mondtuk el: bekapcsoljuk a számítógépet és elindítjuk a böngészőt. Minden információszerzés, szórakozás és játék első lépés az, hogy elindítjuk a böngészőt. Ennek a megközelítésnek az alapja az, hogy a felhasználónak tudnia kell, hogy mi van a saját számítógépén, és mi az, amit az Internetről tölt le.

Az újvilágban az első lépés a shopba vezet. A Google Play, az Apple Store, a Windows Store a kiindulópont. Innen töltjük le az alkalmazást, amiben a böngésző mellett számtalan egyéb funkció is lehet. Itt a tartalom határozza meg a szoftvert, a tartalom köré építik a funkciókat. A felhasználónak nem kell azzal foglalkoznia, hogy mi az, amit az internetről tölt le, mi az, ami a készülékén van. Már nem kell többé begépelnie a bűvös http betűsort, ezt a technikai varázsszót. A felhasználó a tartalomra fókuszál, a szoftver, a rendszerek elrejtik előle, hogy mi hol van, mit honnan kell elővenni.

A mobil eszközök a tartalmat helyben tárolják, hogy ha éppen nincs internetelérés, akkor is használható legyen a szolgáltatás. Korábban a legtöbb böngészőt elkészítették a nagyobb operációs rendszerekre, például a Firefox használható Windowson, Mac OS-en és Linuxon is. Most ugyanígy a sikeres játékokat, szoftvereket elérhetővé teszik a weben, mobilon és tableten, minden fontos operációs rendszeren. A regisztráció után bármilyen eszközön megkaphatjuk az adatainkat. Jelen jegyzetünk például a Microsoft OneNote programjával készül, az adatokat a felhőben tároljuk, a szöveg nagyrészt egy laptopon írjuk, de a javításokat tableten végezzük, az ötleteket mobilon rögzítjük. Mindenütt ugyanaz a felhasználói élmény vár, minden élethelyzetben hozzáfűnk az adatainkhoz.

Ezzel a megközelítéssel a hardver és az operációs rendszer jelentősége végleg másodlagossá válik. A Facebook profilomat elérhetem bármilyen eszköztől, bármilyen operációs rendszerről, sőt, számtalan szoftver alkalmazásból is. Nem kell azzal foglalkoznom hogy a Linux milyen folderekben tárolja az adatokat, hogy a Mac OS-nél hol vannak a beállítások, koncentrálnak arra, ami érdekel, a Facebookra, a OneNote jegyzeteimre, a Wikipédiára, a Sztaki szótárra vagy a Google térképre. A felhasználói élményt (user experience, UX) már nem az operációs rendszer vagy a böngésző adja, hanem az a szolgáltatás, amit igénybe veszek.

Fejlesztőként tehát arra kell törekednünk, hogy minél több platformon elérhetővé tegyük a szolgáltatásunkat, és ezeken a platformokon releváns élményt adjunk. Mobil környezetben nem ugyanarra az élményre vagyunk a felhasználó, mint egy hatalmas kivetítőn. Ma már nem is szoftvereket, hanem felhasználói élményeket terveznek, és ez a tervezés akkor sikeres, ha minden környezetben a megfelelő mennyiséget és minőséget nyújtjuk a szolgáltatásunkból.

Természetesen a mai operációs rendszerek között is vannak érzékelhető különbségek. Az Apple mobil eszközeit meghajtó iOS operációs rendszer és a Google által fejlesztett Android egy korábbi koncepciónak megfelelően ikonokkal támogatja a vezérlést. A Microsoft modernebb megközelítéssel csempékkel információk elemekkel kínálja az alkalmazásokat, már anélkül képet kaphatunk az alkalmazás kínálatáról, hogy elindítanánk magát a szoftvert. A Windows 8 páratlanul egységes felhasználói élményt kínál, a keresés, megosztás, beállítások minden alkalmazásban ugyanazon a felületen, ugyanolyan logika szerint kezelhetők.

A szoftverek korábban elkülönült világban léteztek, a legelterjettebb kapcsolat a vágólapon keresztül történő másolás és beillesztés volt. Mindenki a saját kertjében kapált, legfeljebb átkiabáltunk a szomszédnak, de nem jártunk át egymáshoz és nem használtuk egymás szerszámain. Ma már elvárás, hogy a szoftverek együttműködjenek. Senki nem ír nagy, átfogó rendszereket mobilra. Ha alkalmazásunkban van egy olyan funkció, hogy az adatokat térképen

lehet megnézni, akkor a megfelelő paramétereket átadjuk a térképes szoftvernek, és a többit már erre az alkalmazásra bízuk.

Ugyanígy járunk el a telefonálással, az e-mail vagy SMS küldéssel. De az inputok begyűjtésénél is ez a stratégia, a fényképek elkészítését a készülék beépített szofverére bízuk, stb.

Nem csak a szoftverek működnek együtt, de a szolgáltatások is. A mashup, a szolgáltatások egymásraépítése nagyon fontos trend. A Wikipédia, a Facebook és az összes fontos, nagy szolgáltatás kinyitja a felületeit, hogy a szolgáltatásaikat beépíthessük a saját alkalmazásunkba. Így a felhasználói élmény teljesebb lesz, a szolgáltatások egymást erősítik, a felhasználónak nem kell átbukdácsolnia az egyik világból a másikba, ha szeretné frissen szerzett élményeit másokkal is megosztani.

Érintés

2008: Billentyűzet, egér, böngésző. Vizualitás: ikon.

2013: Érintés, helyfüggőszolgáltatások, AR, beépített fényképezőgép, megosztás és messaging operációs rendszerszinten. Vizualitás: csempe, androidon kezdőképernyőinformációs blokkjai, infografika, adatvizualizáció (Fliht radar)

Tíz éve azzal vicceltek, hogy az evolúció során kialakuló homo informaticusnak a XXII. században már csak két ujj lesz, mert többre nincs szüksége az egér kezeléséhez. Ma már látjuk, hogy elég lesz egy ujj is, és azzal is sokkal hatékonyabban tudunk navigálni, mint korábban az egérrel.

Az interakció, ahogy kapcsolatba lépünk a számítógéppel és azon keresztül másokkal, jelentős változáson ment keresztül az elmúlt 5 évben. A speciális eszközöket, az egeret és a billentyűzetet felváltotta az érintés. A érintés sokkal személyesebb és sokkal egyszerűbb, mint bármilyen más forma. Az egér nagyon komoly absztrakció, az asztalon húzzuk és a monitoron látszik a mozgatás eredménye. Az érintés ezzel szemben intuitív, azonnal érthető, ott történik a válasz, ahová nyúlunk.

Ez a magyarázata annak, hogy egészen kis korban, akár már egy évesen is kezelik a gyerekek az érintőképernyős telefonokat, tableteket. Ez az interakciós változás nyitja meg nekik a kaput a digitális világba, ezért van az, hogy a mi diákjaink kistestvérei még otthonosabban, még természetesebben mozognak ebben a környezetben.

A jó mobil alkalmazás több helyett kevesebbet kínál. Az internetes, 1.0-ás webes világban ahhoz szoktunk, hogy a felhasználót elszédítsük azzal, hogy nagyon sok információt adunk. Egy-egy Google keresés több millió találatot ad, ami elsőre lenyűgöző, de másodjára már inkább zavaró. Az új világban minden eszközzel és rendelkezésre álló információval arra törekszünk, hogy a nagyon sok találatból kiválasszuk azt, amire a felhasználónak valóban szüksége van az adott szituációban. Mivel tudjuk a felhasználó pozícióját és még egy sor adatot a készülékkel kapcsolatban, hatékonyan szűrhetünk.

Az interakció tervezésének egyik legfontosabb új trendje az adatvizualizáció, a játékos adatközlés, a gamifikáció. Az infografikák, az adatok megjelenítésének intuitív módja látványosan fejlődik. Szép példa erre a repülési információ. Hagyományosan a járatinformációk száraz adatok, a repülőterek indulási és érkezési tábláján száraz számok mutatják a járatinformációkat. A Fliht radar és a hozzá hasonló szolgáltatások azonban térképen mutatják a repülőgépek aktuális pozícióját, mutatják a gépek mozgását és ezzel emészthetővé, sőt szórakoztatóvá teszik a száraz, unalmas táblázatokat.

A mobilos világból jött vissza a teljes képernyős megközelítés. A Windows előtti világban természetes volt, hogy minden program teljes képernyőn fut, a kilencvenes évek elején terjedtek el azok a felületek, amik lehetővé tették a párhuzamosan több ablakban folyó munkát. Az új trendek annyira az információra koncentrálnak, hogy a Windows 8 felületén például minden mellékes információt, pl. az időt, a dátumot, a telep töltöttségét, a további menüpontokat elrejtik, és csak az információt mutatják. Az információ átveszi az uralmat a teljes képernyő felett, nem kell osztania másokkal. Ebből következően az interakció tervezésénél a tálalásra, a látványos, szórakoztató, érdekes megjelenítésre és az egyszerű, intuitív kezelésre kell helyeznünk a hangsúlyt.

A kezelőfelületek, gombok helyett az információ kerül előtérbe. Ebben az új világban a menük, opciók szükségesek rosszak, kiegészítők. Ha előkerülnek, legyenek könnyen kezelhetőek, a gombok nagyok, a feliratok olvashatóak. Az Apple felületeit elemezve azt tanulhatjuk meg, hogy minél kevesebb választási lehetőséget kell kínálnunk a felhasználónak, mert ő nem a mi alkalmazásunk konfigurálásával akarja tölteni az időt, hanem azzal az élménnyel, amit az alkalmazáson keresztül kínálunk neki.

A felhő

2008: Szerver-kliens. Ethernet, USB, infrared, bluetooth

2013: Felhő. Wifi, 3G, NFC, drótnélküli töltő.

A mai tizenéveseknek nehéz elmagyarázni azt, hogy mi az, hogy offline van egy eszköz. Az a tapasztalatuk, hogy digitális eszközeik az internetre vannak csatlakoztatva, hogy a kapcsolat folyamatos. Olyan sok kapcsolódási lehetőségük van, hogy nem is értik pontosan, hogy mikor miért kell fizetni, is mi van ingyen.

A PC a helyi hálózaton keresztül kapcsolódik az internetre. A hagyományos modell az, hogy mindent lokálisan futtatunk, a saját gépünk processzoridejét, tárhelyét használjuk. Ebben a környezetben csak kinézünk az internetre, de minden műveletet helyben végzünk. A file-okat, programokat letöltjük és ennek megfelelően, ha megsérül a tárolónk, akkor minden adatunkat el is veszítjük. Ez a megközelítés hasonlít a hagyományos világban szerzett tapasztalatainkra: elmegyünk a könyvtárba, kikölcsönözzük a könyvet, hazavisszük és otthon elolvassuk. Elmegyünk a boltba, bevásárolunk, hazavisszük a vacsora alapanyagait, otthon elkészítjük és megesszük.

Az új világ kulcsszava a felhő. Az elnevezés onnan ered, hogy a kis móricka ábráinkon az internetet egy felhővel szoktuk jelölni. Ebben a közegben a szoftverek már nem a saját lokális gépeinken futnak, hanem valahol a világban, nem is egy, hanem több szerverteremben. A régi modellben a leveleinket letöltöttük a saját gépünkre, és ha például Outlookot használtunk levelezésre, akkor egy helyi .pst kiterjesztésű file-ban gyűltek a levelek, mellékletek. Ma, ha a Google levelezési szolgáltatását használjuk, akkor a leveleinket a Google szerverein tároljuk, valahol a felhőben, a szoftver is a Google szerverein fut, mi csak a kezelőfelületet kapjuk egy böngészőn, van valamilyen mobil alkalmazáson keresztül.

A felhő alapú szolgáltatás azt is jelenti, hogy nekünk nem kell foglalkoznunk a szoftverfrissítéssel, az adatok biztonsági mentésével, mindig a legfrissebb verziót használhatjuk, és az adataink nagy biztonsággal rendelkezésre állnak. A tanfolyamunk technikai hátterét adó Via szerkesztőségi rendszer is a felhőben fut.

Három nagy, globális felhőszolgáltató uralja a piacot: a Microsoft, a Google és az Amazon. Ezek a cégek a világon több ponton üzemeltetnek hatalmas szerver csarnokokat, amelyeket külön saját erőművekből táplálnak árammal. A működési modelljük nem az, hogy egy nagy gépet üzemeltetnek, hanem sok kicsit. Hatalmas konténerekben tárolják a mosópor doboz méretű elemi pc-eket, és ezeket kötik hálózatba. Ha ezek az elemek elromlanak, nem javítják, hanem kicserélik, így olcsóbb. A feladataikat automatikusan átveszik az új elemek. Bárki bérelhet itt számítógép kapacitást és tárhelyet. Ha a szolgáltatásunk iránt nagy a kereslet, akkor újabb és újabb elemeket kapcsolhatunk be egyetlen kattintással.

Eszközeink sokféleképpen kapcsolódnak a hálózathoz. A mobil hálózat 3G hozzáférést biztosít, a helyi hálózatokhoz a Wifin keresztül kapcsolódhatunk. Az eszközöket közvetlenül is összeköthetjük Bluetooth vagy NFC technológia segítségével. Arra is lehetőség van, hogy a mobil telefonunk 3G hozzáférést Wifin keresztül osszuk meg, és ezzel egyetlen mozdulattal egy mobil helyi hálózatot alakítsunk ki. Ezek a lehetőségek szinte korlátlan és gyors hozzáférést biztosítanak a hálózathoz.

A legtöbb mobil alkalmazást felkészítik arra, hogy akkor is működjön, ha nincs hálózati elérés. Ennek az alapja az úgynevezett inkrementális szinkron. Ennek az a lényege, hogy a sávszélességet okosan kihasználva mindig csak annyi adatot töltünk le, amennyire éppen szükségünk van, de ezeket az adatokat helyben tároljuk, hogy később is el lehessen érni. A szinkron során arra is figyelnek a szoftvertervezők, hogy ha az adatok frissülnek, akkor ezt nyomkövessék az eszközökön.

Wikipédia: A felhő megoldások előnyei

Költségekímélő

Megtakaríthatjuk a hardverekre költött pénzt. Ugyanis az adatokat (e-mailek, címjegyzékek, naptárbejegyzések, és kedvenc linkek) külső internetes szerveren tárolhatjuk, ezek a szerverek bárhol könnyen elérhetők, és az adatok akkor sem vesznek el, ha a saját számítógépünk tönkremegy. (Ez egyben a cloud computing hátránya is: mivel nem tudjuk pontosan hol tárolják a fájlt nem lehetünk biztosak afelől, hogy mindig épségben fog maradni, vagy hogy illetéktelenek nem férnek hozzá. Ezeknek a problémáknak a megoldására természetesen léteznek biztonságos technológiák, a kérdés inkább arról szól, hogy mi magunk mennyire bízunk meg egy szolgáltatóban.)

Energiát takaríthatunk meg, mert a működési költségek nem ránk hárulnak.

Az emberi erőforrásokat is alaposan csökkentheti használata, hiszen különböző tevékenységeket szervezhetünk ki a szolgáltatókhoz.

Licencdíjak megtakarítása.

Folyamatos képzési költségek megtakarítása.

Az alkalmazások frissítésének járulékos költségei is megtakaríthatók.

Helyfüggetlen

Az egyes informatikai rétegek (felhasználói rendszerek és felhasználók; alkalmazások; adattárolás; felső rétegeket kiszolgáló infrastrukturális szolgáltatások; hardver) különböző helyekre kerülhetnek fizikai értelemben.

Méretezhető

A "cloud computing" alkalmazásával megszűnhet az az aggodalmunk, hogy mi történik, ha megnövekszik a vállalkozás forgalma, a piaci körülmények mennyire befolyásolják a tevékenységünket, ugyanis a felhő szolgáltatásai méretezhetőek. Ennek alapján az induló induló cégeknek valamint a kis- és középvállalkozásoknak a hosztolt nyilvános felhő, míg a nagyvállalatok esetében a privát felhő bevezetése a leghatékonyabb.

Nagy rendelkezésre állás

A felhő alapú szolgáltatások mögött meghúzódó cégek folyamatos fejlesztése és komoly beruházásai, hatalmas adatbankjai a garancia arra, hogy a szolgáltatások világszínvonalon és megfelelő minőségben álljanak rendelkezésre.

Folyamatos támogatás

A működés biztonságának támogatása technikai problémák esetén.

Az alapján, hogy ki kezeli őket, mennyire változtathatók, többféle számítási felhőről beszélhetünk.^[6]

A teljesség igénye nélkül:

- Privát számítási felhő (private cloud)
- Infrastrukturális számítási felhő (Infrastructure as a Service)
- Platform-alapú számítási felhő (Platform as a Service)
- Szoftver-alapú számítási felhő (Software as a Service)

Üzleti modellek

2008: Shareware, próbaverzió, lockolt-feltörtszoftverek, dobozosszoftverek. Hitelkártyásfizetés

2013: Alkalmazásbolt, SaaS, online zenebolt, freemium, on demand services, e-book, online shopping, önkiszolgálófizetés (Tesco). SIM kártya, mint azonosító. Mobil fizetés.

A számítástechnika új trendjei, a mobil eszközök és a felhő alapú szolgáltatások új értékesítési modelleket és gazdasági lehetőségeket hoztak létre. A PC-s, Web 1.0-ás környezetben arra törekedtek a szolgáltatók, hogy dobozos termékként polcra árulhassák a szoftvereiket. A megközelítés a hagyományos világhoz hasonlított, a cél az volt, hogy ott áruljanak szoftvert, ahol a többi információs terméket, könyveket, újságokat lehet megvenni. A szoftvereket drágán adták és próbálták korlátozni a másolást, ez oda vezetett, hogy sokan feltörték a szoftverek védelmét. A virágzó ökoszisztéma helyett véres csatatér jött létre, a hadviselés minden eszközeivel. Az egyik oldalon letöltőoldalak, jelszómegosztó szolgáltatások, crack-ek és hackek, a másik oldalon szoftverrendőrök, razziák, vírusok és újabb és újabb védelmi trükkök.

Az Apple kilépett ebből a rossz körből, és az iPhone operációs rendszer részévé tette a szoftver boltot. A megkötés az, hogy máshonnan nem lehet szoftvert letölteni az iPhone-ra, csak a boltból. Itt aztán a fejlesztő döntheti el, hogy mennyi pénzt kér a szoftverért, ha akarja, éppen ingyen is adhatja. A fejlesztők többsége 2-300 Ft-ért kínálja az alkalmazását, és abban bízik, hogy tíz és százazrek töltik le. Az Apple modellje annyira sikeres volt, hogy hamarosan a Google és a Microsoft is elindította a saját szoftverboltját. Sőt, a nagy szereplők az operációs rendszereik árát is leszállították, tíz-húszezer forintért már hozzájuthatunk a Mac OS-hez vagy a Windows 8-hoz. Ilyen tételek mellett már egyszerűen nem éri meg az illegális letöltéssel járó hercehurca.

Ehhez arra is szükség volt, hogy az online fizetés, a hitelkártyás megoldások elterjedjenek. A kényelmes, egyszerű és olcsó fizetési megoldások lehetővé tették, hogy a néhány száz forintos tranzakciókat is le lehessen bonyolítani. Az új eszközök személyreszabásánál kötelező elem a szoftverbolt regisztrációja. A szofvervásárlás a közvetlen bevételreteremtés mellett azért is érdekük az operációs rendszerek gyártóinak, mert ha már beruháztunk valamelyik környezetben működő szoftverek vásárlásába, nehezebben fogunk váltani és áttérni egy másik operációs rendszerre.

A fejlesztők is alkalmazkodtak ezekhez a lehetőségekhez. A többség ingyenes próbaverziókat kínál, abban bízik, hogy ha valaki letölti és megkedveli az alkalmazást, akkor hajlandó arra, hogy extra szolgáltatásokat vásároljon. Vannak, akik sorozatokkal állnak ki, például az egyik legnagyobb sikertörténetet produkáló Angry Birds havonta jön elő újabb epizóddal, amiért természetesen újra fizetni kell.

A felhő alapú szolgáltatásokat a fejlesztők, az alkalmazások üzemeltetői bérlik, és olyan arányban fizetnek érte, ahogy az ügyfelek terhelik a szolgáltatást. Ez azt jelenti, hogy nincsenek nagy beruházási költségek, tulajdonképpen fillérekből, drága infrastruktúra kiépítése és üzemeltetése nélkül is el lehet indítani komoly szolgáltatásokat. Ezért kevés tőkével, vagy akár befektetés nélküli is sikeressé válik sok garázscég .

Ebben az új világban a fejlesztők sokkal könnyebben tudnak együttműködni, mint korábban. A szolgáltatások kiegészítik egymást, és nem konkurálnak egymással. Az olcsó szoftver azt is jelenti, hogy egy-egy területen nem csak egy alkalmazást vesz meg az, aki részánja magát a vásárlásra. A vásárlások egymást erősítik. Ebből a piacból szépen megélnék azok a blogok is, amik elnyerték a mobil alkalmazások iránt érdeklődők figyelmét. A fejlesztők előszeretettel hirdetnek ezeken az oldalakon.

Az ingyen letölthető szofverek esetében nem a végfelhasználó fizet, hanem azok a piaci szereplők, akik tisztában vannak azzal, hogy a fiatalokat, és egyre nagyobb körben a széles közönséget is mobilon keresztül lehet elérni. Ezek a cégek az üzeneteiket játékos formában, alkalmazások keretében juttatják el, ez már a webes banner hirdetés utáni világ kommunikációs modellje.

Wikipédia: SaaS

Software as a service (SaaS, magyarul szolgáltatott szoftver - gyakran: "on-demand software" azaz lekérhető szoftver) egy olyan szoftverszolgáltatási módszer, amelynél a szoftver és a kapcsolódó adatok központilag vannak tárolva (tipikusan egy (Internet) felhőben) ugyanakkor a felhasználói hozzáférések egy vékony kliensen keresztül zajlanak, amely leggyakrabban valamilyen web-böngésző alkalmazás.

Az SaaS a közelmúltban nagyon elterjedtté vált a legtöbb üzleti alkalmazás szolgáltatása területén, ideértve a számlázást, a csoportos munkaszervezést, a Customer Relationship Management (CRM) alkalmazásokat, a management information systems (MIS) és az enterprise resource planning (ERP) rendszereket. Ide tartozik gyakran a könyvelés, a human resource management (HRM - emberi erőforráskezelés), content management (CM tartalomkezelés) és a service desk management (a vevőszolgálat menedzsment) is.^[1]

A Gartner Group becslése szerint, mivel a SaaS értékesítések 2010-ben elérték a 10 milliárd dollárt, a becsült növekedést figyelembe véve 2011-re több mint 12 milliárd dolláros bevétel várható az iparágból. A Gartner Group feltételezése szerint a SaaS bevételei több mint duplájára fognak nőni 2010 és 2015 között, amikor is várhatóan meghaladják a 21 milliárd dollárt.

A Customer relationship management (CRM) továbbra is a SaaS legnagyobb piaca. A SaaS részesedése a CRM piacon belül hozzávetőlegesen 4 milliárd dollár.

http://hu.wikipedia.org/wiki/Software_as_a_Service

Munkamódszerek

2008: Évesciklusok, 100 fősteamek, MS Project. Inhouse

2013: Rövidfejlesztés ciklusok, scrum, test driven developing, rapid development. Outsource.

Hogyan kell szoftvert fejleszteni? Amikor nem csak néhány ember dolgozik, hanem akár több tucat, akkor már nagyon sok múlik azon, hogy milyen munkamódszereket választunk. Az első időszakban a szoftverfejlesztők a hagyományos világból vették át a módszereket. Ezek közül a legelterjedtebb a projekt alapú megközelítés volt. Ez a repülőgépgyártás kapcsán alakult ki, ahol az volt a feladat, hogy sok apró alkatrészből kell összeszerelni a repülőgép nagy testét. A mérnökök először azt gondolták végig, hogy mi az, amit párhuzamosan el lehet végezni. Például a két szárnyat egymástól függetlenül, egy időben is lehet szerelni, csak kellően sok munkás kell hozzá, és a szerelési időt a felére lehet csökkenteni. A nagy szoftverprojekteknél ezért hasonló módszert választottak, először végiggondolták, hogy hogyan fognak dolgozni, megkeresték azokat a feladatokat, amiket párhuzamosan is el lehet végezni, és utána ennek alapján vitték végig a fejlesztést.

Ezzel a módszerrel 2-3 éves nagy fejlesztési projekteket lehetett eredményesen lebonyolítani. Ma már viszont egyre kevésbé vannak ilyen méretű feladatok. A kész moduloknak és a gyors fejlesztést támogató eszközöknek köszönhetően a fejlesztési idő lerövidült, és ma már 1-2 hónapos fejlesztéssel is elő lehet állítani olyan szoftvert, ami akkora bevételt hoz, mint amekkorát korábban tízszer ekkora idő és energiabefektetéssel lehetett előállítani. A rövidebb fejlesztési ciklusnál viszont nem érdemes a projekt módszertant alkalmazni, mert olyan, mint ha verébre ágyúval lőnénk.

A rövid ciklusú fejlesztések munkamódszerét scrum-nak nevezik. A kifejezés a rögby-ből származik, ahol az egész csapat együtt fut, mozog a labdával. A módszer lényege a fokozatos építkezés. Gyorsan változó világban élünk, nincs idő arra, hogy két évig dolgozzunk valamin, és utána emeljük fel a fejünket, és megnézzük, mire jutottunk. Elvisszük valameddig a szoftvert, kipróbáljuk, megmutatjuk az ügyfélnek, meghallgatjuk a visszajelzéseit és ennek alapján megyek tovább. Közben erősen támaszkodom a csapattagokra, megbízom abban, hogy fel tudják mérni, mit kell tenniük azért, hogy az újabb modulokat kifejlesszük.

A régi világban a szoftverek fejlesztésének volt eleje és vége. Ma már ez nem így van, a fejlesztés folyamatos, a Gmail két-háromhavonta változik, bővülnek, alakulnak a szolgáltatásai, a Windows 8 már a megjelenés utáni hónapban komoly frissítést kapott, hogy az iPhone operációs rendszerének folyamatos csiszolásáról ne is beszéljünk. Nincs egy nagy pillanat, amikor elkészül az épület, átvágják a szalagot, beköltözhetünk és élvezhetjük. Már az első kapavágás után kitolják az ügyfeleknek az alkalmazást, jelzik, hogy még béta, sok minden nem úgy működik, ahogy majd egyszer fog, de már használható. És az ügyfelek boldogan nézik, résztvesznek a fejlesztésben azzal, hogy visszajelzéseket adnak, ez által jobban belelátnak a fejlesztésbe és tudják alakítani az alkalmazás szolgáltatásait.

A folyamatos fejlesztés akkor sikeres, ha az eredményeket szigorúan ellenőrizzük. A munkamódszerek másik fontos pillére a minőségmenedzsment, más néven minőségbiztosítás. Amikor a szoftverről azt gondolják a fejlesztők, hogy elkészült, átadják a minőségellenőrnek. Ez rendszerint külsős cég, aki csak a végeredményt látja, és megkapja azt a leírást, aminek az alapján a fejlesztők elkezdtek dolgozni. A minőségbiztosító azt ellenőrzi, hogy a szoftverünk valóban úgy működik-e, ahogy azt elterveztük.

Támaszkodjunk a diákok öntevékenységre. Engedjük, hogy maguknak találják ki a feladatokat, amivel hozzájárulhatnak a munkához. Bátorítsuk őket az önszerveződésben, viszont a várjunk el pontos, megbízható munkát. Keressük meg a csapatban azokat, akik inkább kreatívak, engedjük őket bontakozni, amikor az alkalmazást összeállítják. A megbízható, alapos csapattagokra bízunk az adatok ellenőrzését. Tudatosítsuk, hogy milyen módszerekkel dolgozunk. Az általunk használt technológiák előbb-utóbb el fognak avulni, de a munkaszervezési tudásra felnőtt korokban is fognak tudni építeni.

Wikipédia: Scrum

A scrum egy keretrendszer, amely magában foglal bizonyos tevékenységeket és meghatározott szerepeket. A scrum főbb szerepkörei a „Scrum Master”, aki a folyamatot felügyeli és munkája hasonlít a projektmenedzseréhez, a „Product Owner” aki a projektben érdekelt döntéshozókat képviseli, és a „Csapat” (Team) ami a nagyjából 7 főből áll és lefedi az összes munkafolyamatot.

Minden „futam” (sprint) során - amely 2 és 4 hét közötti időtartamot jelent (a csapat döntésétől függően) - a csapat egy működő szoftveregységet hoz létre. A futam során megvalósítandó funkciók a „Product Backlog”-ból (termék teendőlistája) kerülnek ki, ami az elvégzendő munka magas szintű követelményeiből álló, fontossági sorrendbe állított lista. Hogy a futam során a lista melyik elemei kerülnek megvalósításra, azt a futam elején tartott „futamtervező” megbeszélés során választják ki. A megbeszélés során a „Product Owner” közli a csapattal, hogy a teendők listájából melyek azok, amiket leghamarabb akar, hogy elkészüljenek. Ezután a csapat eldönti, hogy ezek közül melyek azok, amelyeket a következő futam során meg tud valósítani, és ezek megvalósítására ígéretet tesz. A futam folyamán a „futam teendőlistáját” nem lehet megváltoztatni, a futam során elvégzett tevékenységek rögzítettek. Amint a futam a végéhez ért, a csapat bemutatja az elkészült funkciókat (demo).

Az önszerveződő csapatok kialakulásának elősegítése végett a scrum arra ösztönöz, hogy a projekt résztvevői egy helyen dolgozzanak és szóban kommunikáljanak egymással.

A scrum egyik legfontosabb alapelve az, hogy felismeri és elfogadja, hogy a megrendelő a fejlesztés során meggondolhatja magát a követelményekkel kapcsolatban, és a váratlan változások nem kezelhetők könnyen a hagyományos, előzetes tervezési fázison alapuló módszerekkel. Ezért a scrum gyakorlati megközelítést választ, és elfogadja hogy nincs lehetőség a probléma teljes megértésére és definiálására. Inkább azt próbálja maximálisan elősegíteni, hogy a csapat gyorsan meg tudja valósítani a funkciókat és gyorsan tudjon reagálni a változó követelményekre.

Forrás: <http://hu.wikipedia.org/wiki/Scrum>

Közösség, kommunikáció

2008: Y generáció. E-mail, iWIW, fórumok, chat

2013: Z generáció. Facebook, Youtube, fényképmegosztás, mobil chat, Skype.

Hatékonyan megszólítani a Z generációt. A mai 6-14 évesek tv-t nem néznek, az életük szerves része a mobil telefon és a Facebook. Nem egyszerűen fogyasztják az információkat, hozzá vannak szokva ahhoz, hogy elő is állítják ezeket. A számukra az információáramlásban való részvétel aktív tevékenységet is jelent. Számukra fontos, hogy arccal, markáns véleménnyel jelenjenek meg. Hozzászoktak ahhoz, hogy a magáninformációikat megosszák a Facebookon és másutt.

A közösségi oldalaknak, a Facebooknak, a Youtube-nak és a többi szolgáltatásnak erős mobil megjelenése is van. A mobilizált közösségi élet azt jelenti, hogy ahogy elkészítem a fényképet már meg is mutathatom a többieknek. Az aktuális pozíciómat folyamatosan közzéteszem. Közlöm a közösségemmel, hogy beléptem az iskolába, ha futni megyek, a telefonomon az alkalmazás folyamatosan publikálja a részadatokat a Facebookra, és ha valaki nyom egy like-ot, akkor a fülhallgatón keresztül üdvözlő üzenetet hallok. Ezek a közösségi szolgáltatások erősen jelen vannak, minden percben elkísérik a gyereket.

Ezek a szolgáltatások nyitottak, lehetőség van arra, hogy egyszerűen integráljuk a saját szolgáltatásainkba. Különösen mobil felületen érdemes élni ezzel a lehetőséggel, a saját fórum, e-mail, visszajelzés, pontozási rendszer kialakítása helyett jobban járunk, az alkalmazásnak is nagyobb láthatóságot adunk, ha az elterjedt közösségi szolgáltatásokat integráljuk.

Wikipédia: Generációk

X generáció

Az ún. X generáció az adott időszak lázadója, a mai 30-50 évesek, akik dacoltak a kor szellemével, szüleik tanításaival. Más néven hírnöknevezédek, fiatal felnőttként találkoztak az internettel, ezért jobbra beépült mindennapjaikba. A gyors fejlődés kényszere hatására könnyebben tudnak már alkalmazkodni a változásokra, mint a korábbi generáció. Sokuk azonban nehezen vagy egyáltalán nem tudott. Ezért hátrányt szenvedtek a munkavégzés során. Ez a generáció teszi ki jelenleg a munkaerőpiac kínálatának nagy részét.

Y generáció

Az Y generáció az 1980-1995-ös időszak gyerekei. Ők már bele születtek ebbe a világba, életük részévé vált. Néhányunknál médiafüggőség is kialakult. Képtelenek hosszabb ideig egyfolytában koncentrálni. Hozzászoktak, hogy egyszerre több hatás is éri őket. Kerülik a csendet. Rugalmasan tudják kezelni a változásokat, nem ijednek meg az újtól. Nem hisznek az ideológiákban: posztmodernnek, már nemcsak elméletben, hanem gyakorlatban is. Nehéz számukra az igazságról beszélni, mivel nem igazán érdekli őket, és nem tudják hova tenni az abszolút kifejezéseket. Az internet hatására gyakorlatias személetem alakult ki náluk. Utóbbi években jelentek meg a munkaerőpiacon, komoly konkurenciát jelentve a korábbi nemzedék számára. Karrieristák, általában elkötelezetlen kapcsolatban élnek, a 20-as éveik végén házasodnak, és a harmincas éveikben tervezik a gyermekvállalást.

Z generáció

A Z generáció, ún. digitális bennszülöttek a mai kor gyermekei, beleszülettek a digitalizált világba. Az angol „zappers”, kifejezésből kapták a nevüket, melynek jelentése „kapcsolgató, ugráló”. Nem építőköccel játszanak, hanem számítógéppel, játékkonzolokkal. Ez a nemzedék hozzá szokott ahhoz, hogy minden mobil, digitalizált. Könnyen eligazodnak ebben a világban, vérükké vált. Negatív hozadéka, hogy függőséget okoz, másrészt, kapcsolataikat is világhálón építik ki, elzárkóznak a külvilágtól. Olyan szavakat, kifejezéseket használnak, amit a korábbi generáció nem ért. Egyszerre több dolog elvégzésére képesek, tévzés, tanulás, internetezés. Figyelmüket több dologra tudják ráirányítani. Ebből kifolyólag nem képesek a logikus gondolkodásra, képzelőerejük sem fejlődött ki rendszeresen,

köszönhető annak, hogy a meséket már nem felolvassák a szülők, hanem a tv elé ültetik őket. A rájuk bízott feladatokat rugalmasan, mobilan oldják meg, köszönhetően a technológiának, hogy lépést tudjanak tartani a világgal gyors döntéseket kell hozniuk, ez nem könnyű feladat, sokat várnak el tőlük, ezt a terhet nem mindenki képes elviselni..

Forrás: <http://hu.wikipedia.org/wiki/Gener%C3%A1ci%C3%B3>

BUTIK - Baráti figyelem

Négy sikertörténet az új informatika világából

Az amerikai hirdető 2012-ben 2,61 milliárd dollárt költenek mobil megjelenésre – ezzel a hírrel jelent meg az eMarketer január végén. Ezek a várakozások már a mainstream piac előző évi folyamataira utalnak. Olyan nagy cégek, mint a Walmart, vagy a Deloitte kötelezték el magukat a mobil fejlesztések mellett.

Most mindenki mobil alkalmazást akar. Ez a jelentős piaci igény kedvez az Appstershez hasonló butik mobil megoldás szállítóknak. A szolgáltatáspalettán ezek a cégek a nagy globális konzultánsok és a kis fejlesztő cégek, csinál magad weboldalak között helyezkednek el.

A butik megközelítés azt jelenti, hogy minden ügyfél azt érezheti, hogy ő a nagy hal, minden figyelmet megkap. Nem egyszerűen készséges a kiszolgálás, hanem baráti viszonyra törekszenek az ügyfelekkel. Az egyes ügyfelek számára nem szolgáltatást, hanem megoldást szállítanak, leveszik a válláról azt a terhet, hogy a mobil világ dzsungelében eligazodjanak.

A butik mobil a felhő alapú világban képes nagyra nőni úgy, hogy megőrzi bensőséges viszonyát az ügyfelekkel. Minden ügyfél egyedi megoldást kap, de a megoldás beépül az egységes rendszerbe, így az ügyféligényeken keresztül csiszolódik, fejlődik a háttérrendszer és a szolgáltatás. Gyorsaságuk és rugalmasságuk háttere, hogy a fejlesztéseket scrum alapon, agilis módszerekkel végzik, rövid ciklusokban. Nem tökéletes terméket akarnak fejleszteni, hanem azt szeretnék, hogy a megrendelő elégedett legyen.

Az értékesítésben is hatékonyan dolgoznak a butik cégek. Az egyik bemutatott társaságnál 55 munkatárs szolgál ki 300 ügyfelet. Az ügyfelek kézzel a butikost, a legnagyobb hirdetés az előző ügyfél ajánlása. A személyességben sokat segítenek a Sales 2.0 technikái, a Salesforce.com, és a partneri hálózaton keresztüli terjeszkedés.

Mi a közös az alábbi négy arcban? Az egyik zárkózott pakisztáni, a másik kicsit bolond a furcsa szemüvegével, a harmadik párnák között piheg, a negyedik meg mind nagypapája lehetne. Egy dolog kapcsolja őket össze: az, hogy belülről érzik, ismerik a mobil világot. Tudják, hogy mi az ami ma működik, és azt is, hogy holnap merre tart az ipar. Van, aki idióta öngyújtós alkalmazást fejleszt elsőre, a másik Obama választási alkalmazását készíti, de mindkettő tudja, hogy mit hozhat ki a mobilból. És ezt a tudást adja át az ügyfeleinek, nem elad, hanem segít, megold, támogat.

Az alábbiakban nem egyszerűen mobil fejlesztőket mutatunk be, hanem olyan butik mobil megoldásszállítókat, akik sikeresek lettek, és akiket felvásároltak. Az Appsters még nem tart itt, közel ötven ügyféllel, 100 alkalmazással, 100 millió forintos éves bevétellel annak az útnak az elején járunk, amin Shehryar, Raven, Adam és Iván már végigment.

Az eMarketer jóslata 2012-re:

<http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1008799>

A butik szállítók helye a piacon:

<http://www.informationweek.com/development/mobility/mobile-app-development-how-to-choose-you/240000681>

A butik filozófiája:

<http://www.msimobility.com/blog/post/2011/11/02/The-Rise-of-the-Boutique-Provider.aspx>

Übermind - Deloitte

Mobil alkalmazás fejlesztő és konzultáns

Shehryar Khan, az igényes

A pakisztáni Lahore-ban született. Gyerekkorában Mac-re vágyott, de a szülei PC-t vettek neki. Az USA-ban tanult, a pennsylvaniai Meadville-ben. Számítástechnikából diplomázott, a NeXTSTEP platformról írta szakdolgozatát.

Az egyetem után a Platinum Technology-nál és a Computer Associates-nél üzleti megoldások fejlesztésén dolgozott. 1999-ben alapította a céget Seattle-ben, vezetése alatt a világ egyik vezető mobil ügynöksége lett az Übermind. Évről évre több, mint 70%-kal nőtt a cég Khan vezetése alatt.

A cég

Legismertebb iPhone alkalmazásuk a virtuális öngyújtó, a Lightr. Az iOS hőkorszak minden fontosabb területén kipróbálták magukat, fejlesztettek képszerkesztőt, zenemegosztót, étteremkeresőt. A design-ra, a megjelenésre sokat adtak, alkalmazásaik szépek, egyszerűek, tiszták. Gyorsan ismertek lettek, a Masque kiemelt alkalmazás lett az iTunes Store-ban. A Best Camera a Wired 2009-es toplistáján is szerepelt.

Később mobil stratégia, design és felhasználói felület specialistává léptek elő. Ügyfeleik között megtaláljuk az Apple-t, a Hallmarkot, az Amwayt, az Allrecipes.com-ot, a Getty Images-t és a REI-t (utóbbi outdoor ruházattal foglalkozik).

A cég scrum elveken működik, az egyik Facebook fényképükön a postit cetlik elárasztják az egész irodát, az íróasztalokat, a falakat és a monitorokat. Egy másik fényképen Lego várost építenek egy scrum tréningen.

Konzultációs tevékenységük vezérelve az, hogy megtalálják, hogyan illeszkedik a mobil alkalmazás az ügyfél üzleti modelljébe. Sokan egyszerűen csak megjelenítik a weboldalakat a mobil képernyőjén, az Übermind filozófiája az, hogy integrálják a folyamatokba a mobil alkalmazásokat. Például az Expedia vagy a Kayak alkalmazás megmutatja a repülőjáratokat, de arra is lehetőséget ad, hogy egyetlen kattintással helyet is foglaljunk a gépen.

Az akvizíció

Az Übermindot a Deloitte vette meg, a GeekWire becslése szerint 40-50 millió dollárért. A Deloitte Digital néven létrejött leányvállalat ezzel a lépéssel piacot nyert, és megerősítette az anyavállalat pozícióit az IT, a stratégia és a kreatív mobil alkalmazások területén.

Khan életrajza:

http://www.deloitte.com/view/en_US/us/Insights/Browse-by-Content-Type/people_profiles/sorter/shehryar-khan/index.htm

Khan cikke a mobil marketingről:

<http://www.imediaconnection.com/content/29735.asp>

A legendás öngyújtós app:

<http://www.ilightr.com/>

Cikk az Übermind-ról

<http://www.seattle24x7.com/community/shoptalk/2011/02/17/minds-over-mobile-ubermind-is-transporting-mcommerce-into-the-future/>

Small Society - Walmart

Butik mobil stratégiai és termékfejlesztő konzultáns

Raven Zachary, aki túlélte egy villámcsapást

Ravent tizenéves korában telefonálás közben érte a villámcsapás, és mintha azóta is ebből a töltésből üzemelne. Indított magazing, konzultáns céget, segített nagy utazási irodát a digitális világban építkezni, vezető internetes cégnél szervezet üzleti szolgáltatásokat, streaming audio szolgáltatást hozott létre egy nagy rádiótársaságnál, webdesignnal foglalkozott, technológiai magazinok rendszeres publicistája. Négy fia van: Aodan, Xander, Soren és Rainer.

A cég: Obama fejlesztője

Raven Portlandban erős felütéssel kezdett, Obama 2008-as hivatalos iPhone alkalmazásának fejlesztésében projektvezető volt. Jellemző erre a csapatra, hogy a projektet Dom Sagolla irányította, aki korábban a Twitter egyik alapítója volt, később ő is létrehozott egy butik mobil konzultáns céget DollarApp néven, amit szintén tavaly vásárolt fel egy reklámügynökség, a Chaotic Moon.

Reaven Jonathan Wight-tal, régi barátjával dolgozott az Obama app projekten. A választás után is együtt maradtak, életre hívták az iPhoneDevCamp rendezvénysorozatot, mely az Apple saját WWDC rendezvényétől független, nagy szakmai közösséggé érett. Aztán létrehozták a SmallSociety-t. A mobil alkalmazásfejlesztés szakértőivé, az új médiában rejülő lehetőségek ismerőivé és alakítóivá váltak.

Ügyfeleik közé tartozik a Starbucks, a Whole Foods Market, a Zipcar, a CLIF BAR és az Air New Zealand. Dolgoztak az Amazonnak, a WordPress-nek, és a politikai szál is megmaradt, a Demokrata Párt alkalmazását is ők készítették.

Az akvizíció

A Walmart számára egyértelmű volt, hogy a mobil egyre nagyobb szeletet képvisel a vásárlási tortában. Walmart Labs néven létrehoztak egy céget, és a SmallSociety már a negyedik társaság volt 2011-ben, amit felvásároltak. A Kosmixot 300 millió dollárért vették, a mobil vásárlást támogató Grapple-t és a helyfüggő szolgáltatások specialistáját, a OneRiotot is megvették.

A tranzakciót a Mergertech hozta össze, az összeg nem nyilvános. A SmallSociety a Wieden+Kennedy startup inkubátortól kapott támogatást.

Életrajz 2008-ból:

<http://portlandonfire.com/ravenzachary/>

Az akvizícióról:

<http://gigaom.com/2012/01/04/walmart-labs-buys-mobile-developer-small-society/>

Az inkubációról:

<http://www.clickz.com/clickz/news/2135342/walmart-buys-mobile-developer-society>

ModelMetrics - Salesforce

Felhő és mobil alapú szolgáltatások integrátora és fejlesztője

Adam Caplan a trendvadász

Adam már akkor rákattant a felhő alapú szolgáltatásokra, amikor ezek még alig működtek, és még a költői felhő név sem született meg.

A 37 éves sikerember menedzsmenetet tanult a Kellogg Graduate School-ban. Egy olyan cégnél dolgozott, ahol a Salesforce szolgáltatásainak integrációját kínálták az ügyfeleknek. Lenyűgözték a lehetőségek, de bosszantotta a megvalósítás alacsony hatékonysága. Tudta, hogy lehet jobban. Végül 2003-ban egy chicago-i Starbucksban rakta össze a Model Metrics üzleti tervét.

A cég: a Salesforce integrátora

6,5 milliódollár tőkével indult Chicagóban, ma már az USA nagyobb városaiban vannak irodái. Az egyik első alkalmazásuk a CardLasso volt, amivel névjegyeket lehetett beolvasni az iPhone fényképezőgépének segítségével, és az adatokat a telefon memóriájába mentette el. Később a Salesforce szolgáltatásainak integrátora lett. CRM megoldásokat, Salesforce oktatást kínáltak partnereiknek.

Ügyfeleik között van az összes nagy felhő alapú szolgáltató, az Amazon, az Apple és a Google. Több, mint 500 ügyfelük van, köztük a legnagyobbak: az Abbot, Allstate, Aon, Cars.com, CME, Honeywell, InfoUSA, MasterCard, Medtroni és az Orbitz, a L'Oreéal, a Morgan Stanley és az NBC. Több, mint 1000 Salesforce implementáción vannak túl.

Kézről kézre adták az ügyfelek, mert gyorsan és megbízhatóan dolgoztak, barátságos szolgáltatást kínáltak. Egyre többet adtak, először csak konfigurálták a felhő alapú szolgáltatásokat, de később az ügyfelek egy sor kapcsolódó problémájára nyújtottak megoldást.

Az akvizíció

A Salesforce számára azért volt fontos a ModelMetrics, mert ezzel a stratégiai szolgáltatások csapatát meg tudta erősíteni. A Salesforce más cégeket is felvásárolt, megvette a Radian6-ot, akik a közösségi média monitorozására fejlesztettek platformot, valamint a Monymoont, akik közösségi munkára alakítottak ki platformot.

A tranzakció pénzügyi részleteit nem hozták nyilvánosságra.

Esettanulmány:

http://www.salesforce.com/platform/success_stories/stories/model_metrics.jsp

Adam az életéről:

<http://startupbeat.com/2011/06/28/entrepreneur-narratives-how-adam-caplan-model-metrics-did-it/>

Az akvizícióról:

<http://gigaom.com/2011/11/14/salesforce-buys-model-metrics/>

HipCricket - Augme

A mobil marketing kampányok specialistája

Ivan Braiker, aki 30 éve változtat

Ivan a CBS TV-jénél kezdte a karrierjét Las Vegasban, de hamar az egyik helyi rádió társtulajdonosa lett. Később a Satellite Music Network társalapítója volt, a cég elsőként sugárzott műholdak segítségével 24 órán keresztül zenét. Ezért a Billboard Magazine-tól megkapta a „Trendsetter of the Year” díjat. Közben rádiótársaságokat alapított, végül több, mint 40 állomás tartozott hozzá. 2004-ben alapította a HipCricketet, 10 millió dollár alaptőkével, a menedzsment, barátok, családtagok és néhány külső befektető részvételével.

A cég: mindent egy helyről

A Hipcricket a nagy márkákat, ügynökségeket támogatja abban, hogy erősítsék a lojalitást és növeljék az eladásokat. Ügyfeleik minden csatornán kapcsolódhatnak a vásárlóikhoz, SMS, QR kód, mobil weboldal, hirdetési hálózatok, közösségi média és saját márkás alkalmazások vannak a repertoárban.

A legnagyobbakkal dolgoznak: Macy’s, MillerCoors, Nestle, KFC, Simon Properties, The American Cancer Society, NBC és Clear Channel. Összesen 175000 kampányhozadtak segítséget. Összesen több, mint 300 ügyfelük van, 55 munkatárssal dolgoznak.

Az akvizíció

A new yorki mobil marketingre szakosodott Augme Technologies vette meg a céget, összesen 72 millió dollárért. Ez 6 millió dollár készpénz és 38,5 millió dollár Augme részvényt jelentett, a fennmaradó 27,5 millió dollárt 12 hónapnyi teljesítmény után fizetik ki készpénzben vagy részvényben.

Az Augme számára az volt fontos, hogy a HipCricketnek erős ügyfélköre, valamint jelentős eszközei vannak az SMS marketing területén.

Ivan rövid életrajza:

<http://people.equilar.com/bio/ivan-braiker-/salary/639841>

A cégről Iván szavaival:

<http://www.linkedin.com/in/ivanbraiker>

Az akvizícióról:

<http://www.bizjournals.com/seattle/blog/techflash/2011/08/augme-acquires-hipcricket-for-up-to-72m.html>