

FIRMA V MOBILE

Trojica zakladateľov Inloop, slovenskej jednotky vo vývoji mobilných aplikácií, rozpráva o začiatkoch vývojárskeho štúdia, jeho prieniku na svetový trh b2b aplikácií a o budúcnosti technológií.

PETER MATIJEK
FOTO:MIRO NÔTA

Odkedy sa venujete mobilným aplikáciám? Odvetvie ani dnes ešte nemá osem rokov.

MA: Zoznámili sme sa na stretnutí androidových vývojárov v Žiline. Začínala sa tu tvoriť komunita, chalani nosili prvé aplikácie. Najprv najzákladnejšie, ako „vypíš na obrazovke ‚Hello World‘“. My s Danom (Daniel Novák, lead android developer) sme vývojári, ale aj Jožo (Jozef Šimko, finančný riaditeľ) si tiež nainštaloval Javu a „esdékáčko“ (nástroje pre vývojárov). Aj on si chcel prejsť kolieskom od nápadu po prvý dolár, a jeho aplikácia zarobila slušné peniaze. Dano bol autorom najpopulárnejšieho televízneho programu pre mobily, neskôr ho predal jednej českej firme. Boli sme jedni z prvých, kto sa u nás zaoberal mobilnými aplikáciami.

Aký čerstvý bol vtedy Android?

Mal asi štyri roky, ale tá moja história

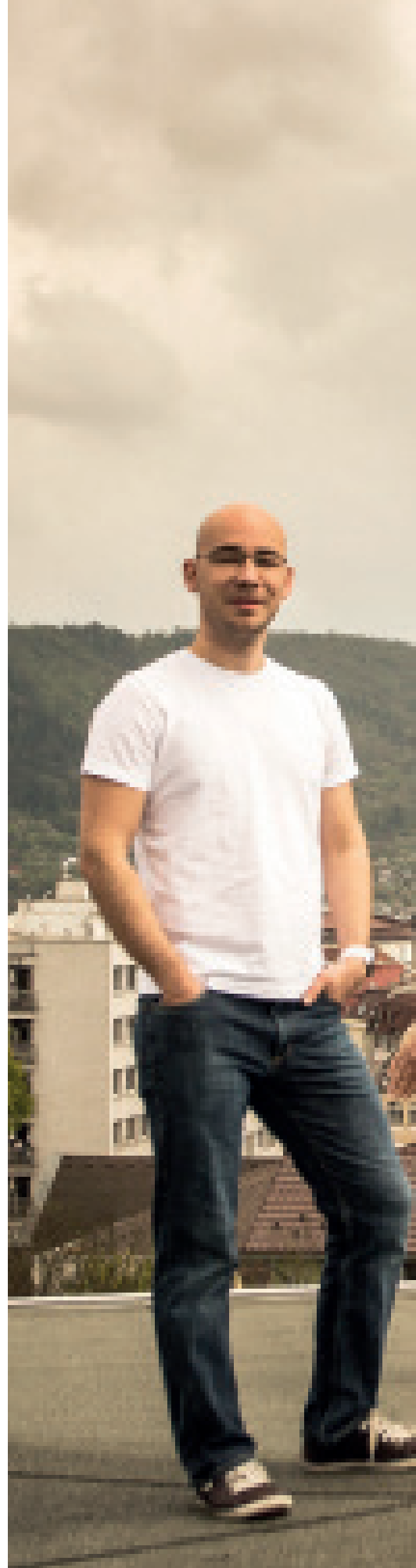
siaha troška hlbšie, robil som na pár verziách ešte na emulátore. V roku 2008 som na vtedajší Android Market, dnes GooglePlay, zavesil svoju prvú aplikáciu, bola prvá aj v Česku a na Slovensku. Chytila sa, dosiahla milióny stiahnutí.

JŠ: Tak podal výpoveď a keď sa vrátil späť do Žiliny, začal organizovať tie stretnutia. Tam prišiel aj Dano a ja. Začali sme viesť debaty o založení firmy.

MA: Vtedy som robil v Sun Microsystems v Prahe. Pre mňa rozhodlo, že prišiel Android, bol za ním Google, a bolo to príbuzné jazyku Java. Nejakto celé kliklo, získal som telefón „gé jedničku“...

Vedeli ste vtedy, že sa vám otvára celý nový svet inteligentných telefónov?

MA: Skôr to bolo technologicky lákavé. Vývoj ešte nebol jasný, ale už čoskoro začali prichádzať prvé úspechy v iOS.





Inloop na streche: zľava Jozef Šimko,
Martin Adámek a Daniel Novák.

Potom začal Google umožňovať reklamy a všetko sa to spojilo.

JŠ: Dano, ty si však ešte vtedy nemal tú appku predanú - či?

DN: Ešte som ju vyvíjal. Ja som programoval v Košiciach v jednej firme Javu, ale aj mňa chytilo, že čo si naprogramujem, môžem si so sebou zobrať vo vrecku.

JŠ: Nepoznali sme sa, ale dali sme sa dokopy. Každý sme iný, veľmi dobre sa dopĺňame.

MA: My by sme ako programátori najradšej sedeli pri počítači so zatiahnutými žalúziami...

DN: ...asi by sme ako firma skrachovali (smeje sa). Pomohlo nám, čo priniesol Jožo ako ekonóm.

MA: Mal predstavu o veciach, ktoré nám vtedy veľa nehovorili, napríklad, čo je to cash flow a podobne. S ním sme sa vlastne dali dohromady tak, že nám napísal na stránku, či by sa mohol stretnúť s adminom.

Ako si na to spomínate?

JŠ: Ja som si v tom čase programoval po večeroch a nemal som sa s kým poradiť. Zdalo sa mi to z Banskej Bystrice blízko. Chcel som si overiť, či ma to bude baviť a či je za tým aj reálny biznis. Predtým sme sa vôbec nepoznali, čo býva u spoločníkov pri zakladaní firmy skôr naopak. Za celý čas sme nemali ani jeden konflikt.

MA: To boli teda úplné začiatky. Chodili nám nejaké zákazky, ale ešte chvíľu sa zdalo, že malá obrazovka bude zarábať len málo peňazí. Po prvých projektoch nás však začali zákazníci odporúčať a to platí až dodnes. Až teraz sa pozeráme na možnosti marketingu a stratégie, ako nezanebdávať značku.

JŠ: Dlhú sme si ani nevšimli, čo sa deje na trhu a okolo nás. Akoby sme sa ponorili pod hladinu, makali sme, a keď sme sa vynorili, zistili sme, ako sme vyrástli.

Ako sa to prejavovalo?

MA: Napríklad sme prišli do Bratislavy

robiť pohovory a ľudia nám hovorili: „čo ste to za firma, veď vás nepoznáme“. A my sme pritom boli najväčšie vývojárske štúdio na Slovensku podľa obrátov a počtu zamestnancov.

JŠ: Prvý vývojár k nám prišiel ešte v roku 2012.

MA: Už od začiatku totiž len málokto-rý zákazník chcel aplikáciu iba na jednej platforme, robili sa aj pre Android, aj pre iOS. Potom prišli projekty, ktoré sme robili pre Azet, ako Pokec, nehnutenosti.sk, bazar a autobazar.

Aký dôležitý bol pre vás Azet? Bol to prelom?

MA: Až tak úplne ten pocit nemám. Veľmi rýchlo sme opustili Slovensko a vyrástli na zahraničných zákazkách. Jedna z prvých bol LevelUp, americká platforma pre mobilné platby, s ktorou robíme takmer od začiatku.

Kto vám zavolať či napísal?

MA: Ozval sa nám človek, ktorý tam robil ako tech lead a s ktorým som v minulosti komunikoval. Na skúšku sme tam išli - a vyšlo to. Získali sme referenciu v Spojených štátoch, čo nám veľmi pomohlo. Potom prišla ďalšia zákazka a potom sa nám podarilo aj Švajčiarsko.

JŠ: Boli to pomerne náhodné kontakty a zásahy do čierneho. S drvivou väčšinou zákazníkov však robíme dodnes.

MA: Z oboch projektov vznikli obchodné vzťahy, ktoré trvajú doteraz. Na Slovensku to išlo pomalšie, prišiel Azet. Pomohol nám aj WebSupport Miša Trubana, odporúčali nás. Až potom prišli projekty pre Nay, Tatra Banku a Slovak Telekom. Dôležité bolo, že v roku 2014 na českom trhu skončilo štúdio Inmite, ktoré kúpil Avast a začlenil ich do svojich štruktúr. Dovtedy sme v Česku nerobili, ale aktuálne tam už podpisujeme zmluvu so štvrtou bankou, robíme so Škodou a s veľkým facility manažmentom OKIN. A potom sa podarilo Nemecko. Po dlhom otukávaní. Keď sme išli z prvého stretnutia, nič sme nemali

v rukách, šoférovali sme z Nemecka, v aute panovala depresívna nálada...

Čo ste si vtedy mysleli?

JŠ: ...v tom čase sme nespočetne ráz cestovali do Prahy a do Stuttgartu, nevyhrali sme viac tendrov po sebe. Dôležité bolo, že sme sa nevzdali a vytrvali.

MA: Získali sme kontakt do Daimlera a na Mercedes Benz. Potrebovali urobiť návody, náhrady papierových manuálov. Ostatní chodili na tender s prezentáciami v Powerpointe, my sme už mali server a prototyp, aplikáciu sme ukazovali naživo. Bol to beh na dlhú trať, kým sme sa etablovali, ale teraz máme v Nemecku dcéru a posúvame sa k ďalším zákazníkom.

Ako ste sa dostali k spolupráci s Tatra bankou?

MA: To bol jeden z projektov, na ktorých sme najprv spolupracovali s Inmite, a potom sa nám podarilo uspieť v tendri. Aplikácia pre mobilný banking napokon vyhrala aj cenu pre bankovú aplikáciu roka.

Ktoré trhy rozvíjate aktuálne?

MA: Pred koncom roka sme riešili spoluprácu s Intelom, priamo v Santa Clare máme pár chalanov, ktorí robia veci, ktoré sa týkajú wearables technológií. Ďalší americký klient, Medrio, je zasa zaujímavý v tom, že ukazuje, že nie vždy musia byť najlepšie projekty tie sexy veci ako hry a aplikácie pre koncových užívateľov. My väčšinou robíme užitočné b2b aplikácie, teda pre biznisových zákazníkov. Medrio je firma zo San Francisca, rieši zber dát pre klinické štúdiá liekov. Potrebovala podporu tabletov a dobré zabezpečenie dát.

DN: Program musí neustále dáta ukladať na SD kartu a musí byť zaručená konzistencia. Keď tablet človeku padne na zem a rozbije sa, tak ak vytiahne kartu a strčí ju do druhého zariadenia, pokračuje presne tam, kde skončil. Rieši sa aj bezpečnosť dát, aby bolo

dokázateľné, že údaje sa nahráli korektné. Klinické testy sa odovzdávajú štandardizovane agentúre pre liečivá FDA, ktorá je veľmi prísna.

MA: To je ilustrácia, o čo v oblasti biznisových procesov často ide. Som niekde pri výrobní linke, a nahradím pero, papier alebo aj Excel nejakým naskenovaním QR kódu a špecializovanou aplikáciou. Zrazu viem, že jedna operácia, ktorá trvala pätnásť minút, trvá teraz dve. Optimalizácia nákladov sa dá veľmi dobre spočítať.

JŠ: Príkladom môže byť aj naša spolupráca s Mobisom v Žiline aj v Nošovicích v oblasti manažmentu kvality. Mobilné aplikácie znížili náklady, zrýchlili procesy a minimalizovali ľudské chyby.

Čo ešte robíte?

MA: Napríklad sériu zaujímavých prototypov, ktoré vôbec nemajú cieľ dostať sa na trh. Skúmame, ako možno riešiť technologické problémy, v oblasti 3D katalógov (3D modelov áut pre telefóny alebo tablety), napríklad so Škodou. Vidíme čoraz viac požiadaviek, ako integrovať technológie ako virtual reality a augmented reality do výroby. Kupujeme si tie hračky od Oculusu cez HTC Vive a Google Tango (detekovanie pozície bez používania GPS, pozn. red.). Snažíme sa zreprodukovať nejaký holodeck...

JŠ: ...ak ste fanúšik Star Treku, viete, že mali tú svoju palubu, kam sa zavreli a zvolili si tréningový program, ktorý sa vizualizoval všade okolo nich, akoby to bola skutočnosť. S niečím takým sa tiež hráme v prostredí virtuálnej reality.

MA: (smeje sa) Ja by som chcel zasa dosiahnuť, aby sme spravili v reáli to demo z Terminátora dvojky. Ten moment, ako išiel, všetkých skenoval a videl všetky dáta priamo pred očami.

DN: Ako vidíte, Terminátor a Star Trek sú dobré historické príklady augmented a virtual reality.

Zatiaľ však predovšetkým pripravujete

mobilné aplikácie pre biznisových klientov. Mali ste od začiatku stratégiu, na čo sa zamerať a na čo nie?

MA: Vertikály vznikali prirodzene. Fintech, automotive a biznis procesy, multimédiá, telekom, facility... Vždy sme si zhodnotili, aký to má finančný aj nefinančný zmysel, ale nikdy sme si nepovedali – toto je úplne mimo nás.

Aký vplyv môže mať na biznis s aplikáciami nejaký nový trend, napríklad rozšírenie chatbotov?

MA: Chatboty sledujeme, aj vďaka tomu, že ako hlavný komunikačný nástroj používame už dlho Slack. Vidíme, že trendom môže byť, že si bude-

Nie vždy musia byť najlepšie projekty sexi veci, ako hry. Väčšinou robíme pre biznisových užívateľov.

me objednávať pizzu cez chatujúceho robota. Načo robiť aplikáciu, keď si píšem na WhatsApp? Toto je však hlavne záležitosť backendu a umelej inteligencie, čo je trochu mimo náš záber. U nás je skôr dôležitý iný posun - už robíme nielen testovanie, dizajn a SLA (zmluvy o IT službe, pozn. red.), ale s tým, ako máme väčšie projekty, robíme viac celé balíky služieb - od aplikácií cez frontenty po backendy.

Čo to pre firmu znamená – potrebuje naraz viac ľudí?

JŠ: Áno, aj. Viac kvalifikácií, testerov, dizajnérov, celý ten cyklus vývoja si vyžaduje veľa pozornosti na detaily a procesy. Zákazníci navyše často žiadajú prácu priamo u nich. Ale dokážeme to tak, že niektorí ľudia pracujú z Prahy, iní z Popradu. Celá firma je

nastavená tak, aby to išlo bez problémov. Máme to zladené, aj keď vždy je čo zlepšovať.

Aký je rozdiel medzi časmi, keď sa robili aplikácie za jeden deň a dňom?

MA: Moja prvá aplikácia, to bolo naozaj pár hodín práce a už to išlo na playstore. Teraz, kým vyjde appka, pokojne môže za ňou byť námaha aj desiatich ľudí počas pol roka...

DN: ...a s nejasným výsledkom. Vtedy niekto spravil aplikáciu, povedzme, poznámkový blok alebo ešte jednoduchšiu a mohlo to byť veľmi úspešné. Dnes sa presadiť znamená obrovský problém. Je tu nutnosť vraziť oveľa viac peňazí do marketingu. Najmä v aplikáciách pre individuálnych používateľov sa doba veľmi zmenila.

Pomáha, že robíte najmä pre firmy?

JŠ: Veľmi. Ale vyšli sme zo sveta vlastných aplikácií, tie prvé fungovali, generovali príjmy. Tržby sme mohli nechávať vo firme, nemali sme s nimi dlho žiadnu robotu navyše. Radi by sme sa k tomu nejakým spôsobom vrátili, ale robíme zákazkový biznis, ktorý nás baví, a sme veľmi opatrní pri rozhodovaní sa o vlastných produktoch.

Ako dlho vám pomáhali prvé aplikácie finančne?

MA: Pred pár mesiacmi sme si hovorili, že by sme ich už mohli konečne stiahnuť, že už je to trochu pozostatok histórie.

JŠ: Kedysi to boli tisíce eur, ešte stále chodili nejaké stovky. Celkovo ich finančný prínos tvoril len malé percento tržieb. Mnohí vývojári cítia ten pokles, dnes je programovanie vlastnej aplikácie dobré na prilepšenie pre individuálneho programátora.

Keď ste zakladali InLoop, videli ste už, že trh aplikácií sa zmení, zahltí?

MA: V roku 2012 to bolo jasné, už vtedy bolo naštartovať apku ťažké,

hoci ešte bolo pár príkladov úspechu. Aj preto sa dnes bavíme o celkových riešeniach, ktoré vieme predat zákazníkovi. V GooglePlay totiž na každý termín vyhľadávač vypluje veľa zásahov. Algoritmus nie je známy, ale berie do úvahy aj ako rýchlo a koľko ľudí aplikáciu odinštaluje a aké má hodnotenie. Keď som sa pokúšal robiť detské maľovanky, a bola to celkom pekná vec, aj dobre hodnotená, mala len okolo 50-tisíc stiahnutí. A vonku boli aj aplikácie, ktoré mali 10 miliónov a pritom boli vyklonované. Firmy vyvíjajú 40 verzií toho istého s inými postavičkami. A potom je tu aj to kupovanie ratingov, stiahnutí a likov...

DN: V storoch je nepomerne viac aplikácií, ktoré sú vyslovene odpad a nič nerobia. Keď som rozobral jednu aplikáciu, ktorá ukazovala, „teraz sme zlepšili kapacitu baterky o 10 percent“, zistil som, že iba generuje náhodné čísla. A mala 10 miliónov stiahnutí. Niektorí zaraba na niečom, čo nefunguje. Google sa snaží nové appky moderovať, ale v miliónoch aplikácií neviete, koľko je nepoužiteľných.

MA: Nedávno nám na večeri šéf Google Play rozprával, ako manuálne kontrolujú všetky aplikácie. Niekedy sa apka do obchodu dostala hneď, teraz to trvá istý čas.

Podme ešte k programovaniu pre biznis. To je „starý svet“ referencií, prezentácií a kontaktov?

MA: Nie priamo v takom zmysle, že si sadnete do auta a idete so softvérom klopať na dvere. To sme nerobili nikdy, najprv sme sa museli prebojovať na shortlisty. Teraz nás už pozývajú do tendrov pravidelne. Na začiatku však jednoznačne ide o referencie a potom sa to rozbehne.

Ste bootstrapped firma, bez vonkajších investícií. Ako zvládáte rast?

MA: Nemáme žiadnu externú investíciu, čo je jeden z našich úspechov. Minuloročný rast sme ustáli z vlastných zdrojov.

JŠ: To sú klasické problémy každej IT firmy. Financovali sme sa z vlastných zdrojov a neskôr z 80-tisíceurového kontokorentu, hoci v roku 2014 sme mali obrat asi pol milióna eur a vlani už 1,8 milióna. Z mesiaca na mesiac si to vyžadovalo citlivú prácu so zdrojmi. Tento rok za prvý kvartál máme tržby jeden milión, oproti prvému štvrtroku 2015 je to trojnásobný rast.

MA: Nedávno sme odmietli predaj firmy za veľmi zaujímavých podmienok, sú tu aj ponuky na investíciu. Zatiaľ sme si vedeli odôvodniť, prečo nie. Darí sa nám rast zvládať, tento rok by sme ho mohli trochu stabilizovať, ale vyzerá to možno na dvojnásobok tržieb oproti roku 2015.

JŠ: V IT sa veľa mení z roka na rok, takže päťročné plány urobíte ťažko.

MA: Aj preto sa snažíme neprofilovať, že robíme iba niečo, a neodídeme z Európy, aj keď americký trh je nekonečný a strašne zaujímavý. Sme radi, ak môžeme robiť aj pre veľké korporácie, pre banky, Intel, aj pre startupy, aj za morom, aj tu. Chceme stáť na viacerých nohách. Najmä sme strašne radi, že ľudia nám neodchádzajú, fluktuáciu máme takmer nulovú. Máme asi 75 ľudí, takmer všetci sú na full time a väčšina sú zamestnanci. Skvelý tím.

Ako zvládáte koordináciu pri väčších projektoch, keď pracuje významná časť ľudí z domu a z rôznych miest?

MA: Vznikalo to nejako organicky, ale prácu z domu sme chceli podporovať vždy. Bolo to aj nutné, keďže sme robili všelikde, a uľahčuje to aj hľadanie ľudí. Máme kancelárie v Poprade, Žiline, Bratislave, Banskej Bystrici, Prahe a Stuttgarte, vývoj chceme udržať v Česku a na Slovensku. Minulý rok sme riešili organizačnú štruktúru, aby sme ustáli rast. Zamerali sme sa na škálovanie počtu ľudí a krajín.

Kam sa chystáte?

MA: Teraz riešime Spojené štáty, customer facing a business develop-

ment aj na východe, aj na západe USA. Ale veľmi sa mi páči, že stále funguje, že večer alebo ráno si pozriem kanál na Slacku a niekto mi tam napíše, „mám home office dnes a zajtra“, a nemusíme to riešiť. Ak vieme, že dodá to, čo treba. Jeden náš chalan teraz odišiel na mesiac do Fínska...

JŠ: Keď sa chce niekto presťahovať zo Žiliny do Prahy, môže. S niektorými partnermi z USA sme sa tri roky nestretli, len sme skypovali, a fungovalo to skvele. Podarilo sa nám nastaviť firmu tak, že geografická lokácia nie je prekážkou.

MA: Musíte dať ľuďom dôveru a zistiť, či ju vracajú. Nepliešť sa im do cesty a organizovať vzdelávanie. Robíme interné workshopy, meetupy.

Ako udržujete kvalitu?

DN: Programátorov nenútime do procesov, ale máme nastavené guideliney. Vzajomne si kontrolujeme kód a snažíme sa držať kvalitu. Každý programátor má svoje zvyky, ako rieši problémy, ale konzistentnosť architektúry musíme dodržať. Investujeme veľa času do kontroly, do testovania, ale neskôr sa nám to vráti. Pri odovzdávaní projektu sa objaví menej chýb.

Kvalita vychádza z kvalifikácie ľudí.

Ako ich vyberáte?

DN: Cez mňa chodia ľudia v technickej časti pohovorov, máme vzorové zadania pre developerov. Každý týždeň máme asi tri až päť pohovorov, vyberieme asi jedného z dvadsiatich. Ide o to, nastaviť kritériá, aby ste šikovného programátora odhalili.

Všetci hovoria, že ich je málo.

MA: Nie je ich tak málo, ale najmä je ťažké ich nájsť. Každý šikovný vývojár už má dobre zaplatenú prácu. Neexistuje superstar, ktorý by nemal prácu. Jedine, že by nechcel pracovať.

Akú úlohu vo firme hrajú mladí?

DN: Jedna skupina sú študenti, ktorí končia školu, ale oplatí sa ich vzde-



lávať. Z pár študentov zo Žilinskej univerzity už sú špičkoví developeri. Nebojíme sa zobrať ľudí, ktorí nemajú veľké skúsenosti. Ak by sme si povedali, že chceme iba seniorov na Androide, tak by to bolo veľmi ťažké. Už len tým, že technológia je ešte mladá.

Kolkých ľudí si vyžaduje veľký projekt?

DN: Na platformu potrebujete dvoch-troch, robíte dve platformy, potom dizajnér, jeden-dvaja tester a projektový manažér. Aj vyše desať ľudí.

Teda zvládnete teoreticky sedem väčších projektov naraz.

DN: Určite. Aj viac, keďže robíme naraz aj malé projekty s dvomi ľuďmi aj tímy desiatich ľudí.

Ako dobre pripravení zvyknú ľudia prichádzať zo školy?

MA: Skúsenosti zo žilinskej fakulty riadenia máme skvelé, je to paráda. Nehovorím o tom, ako je to plošne, u nás totiž končia chalani, ktorí chodia na olympiády, na Erazmy, programujú boty, umelú inteligenciu na súťažiacich. Samozrejme, keby sme chceli najat' sto ľudí, to by asi bol problém.

DN: Na Žilinskej univerzite majú Android ako predmet. Školy vidia, že dopyt tu je. Ja som sa ešte učil Pascal a to nie je tak dávno.

Čo čakáte v najbližších pár mesiacoch, či azda rokoch, od trhu?

MA: Keď sme boli v Spojených štátoch, videli sme, že možno prichádza bublina okolo megastartupov, možno sa trh aj trošku ochladí. Uvidíme. Vznikol už aj termín „programátorské primadony,“ ľudia, ktorí trikrát do roka zmenia zamestnanie, aby získali ďalší sexy

startup ako trofej v životopise. Akoby sa vytrácala chuť robiť poctivú robotu. Aj preto je stredoeurópsky región vnímaný veľmi pozitívne ako miesto pre outsourcing.

A čo nové príde v aplikáciách?

MA: Ktovie. Niekedy sa napríklad u zákazníka skončí debata slovami - veď vám možno stačí aj mobilný web, aplikáciu nepotrebujete. Nehovoríme, že každý musí mať za každú cenu aplikáciu.

JŠ: Z veľkých trendov veríme najmä vo virtual reality a augmented reality - že budú silné na trhu. Všetci silní hráči zaplavia trh svojimi produktmi. Samsung bundluje svoj Gear VR k smartfonom S7 a k Edge, predá toho milióny kusov. Ostatní robia to isté, vytvorí sa silný trh. Chceme sa naň zamerať. 