

Sher.ly. Praca u podstaw innowacji

STUDIUM PRZYPADKU

CZĘŚĆ D

Kaja Prystupa
Akademia Leona Koźmińskiego
Jagiellońska 57, 03-301 Warszawa
kmpzystupa@alk.edu.pl

Z pomocą Błażewi przyszedł Carl, reprezentant firmy produkującej sensory.

„On mówi: »There’s a way. Musimy zmienić zamówienie na komponenty, ale jesteśmy w stanie podkreślić czułość tego sensora. To może wpłynąć na jego stabilność, ale będzie czulszy«.”

Po czterech tygodniach Błażej dostał nowe sensory, które działały poprawnie. Deweloperzy musieli jednak zmodyfikować oprogramowanie.

„Musieliśmy oprogramować dodatkowo, żeby ignorował pewne sygnały, które mogły powstawać niecelowo, ponieważ był trochę nadwrażliwy. Ale ponieważ my go potrzebujemy tylko w pewnych oknach czasowych, to i tak software decyduje, kiedy ten sygnał z sensora jest potrzebny, a kiedy nie. Więc to nie był problem, bo to można było softwareowo rozwiązać. Shelybox’a dzięki sensorowi i oprogramowaniu Sher.ly się nie konfiguruje, tylko paruje używając palca – podobnie jak urządzenia Bluetooth NFC.”

Kolejne problemy znów pojawiły się na horyzoncie. Ponownie zaczęło brakować pieniędzy na dokończenie produktu.

„Aczkolwiek to jest kolejna wiedza, którą nabyłem o robieniu produktu hardwarowego. Teraz nie podjąłbym się robić produktu hardwarowego od zera, gdybym miał mniej niż 200 tys. dolarów. Po prostu jest to kosztowne. Ale wtedy nie wiedzieliśmy, jak bardzo. Ile diabłów może siedzieć na główce od szpilki.”

Ponownie Błażej i Marek zaczęli szukać inwestora. Na przełomie lutego i marca 2015 udało się doprowadzić do finału rozmowy z nowym, prywatnym polskim inwestorem, który zainwestował w spółkę spore pieniądze.

W końcu w sierpniu 2015 pierwsze Sherlybox zostały wysłane do klientów.

Od tego czasu zaczęto analizować działanie software i jego ulepszenie.

„Naszą ideą jest stworzenie inteligentnej synchronizacji, która będzie decydowała co przesyłać i gdzie, a nie synchronizować wszystko wszędzie. Synchronizator w ogóle nie analizuje tego, co synchronizuje, tylko dba o to, żeby wszystko było wszędzie. Żeby poziom różnic wynosił 0. A to jest, uważam, głupie. Nawet nie nieinteligentne, ale zwyczajnie głupie. Bo jeśli mam ogromną ilość danych, to nie oznacza, że chcę je mieć wszędzie. To jest tak jak z ubraniami – nosimy pewien zestaw, a nie całą szafę. Biorąc pod uwagę, że żyjemy w mobile’u, a mobile nie ma takiej pojemności jak laptopy czy urządzenia stacjonarne, nie ma sensu synchronizować wszystkiego wszędzie.”

Błążej bardzo zaangażował się w zbieranie informacji zwrotnej od klientów i często osobiście zajmował się wsparciem technicznym klientów.

„Będąc osobą, która podejmuje decyzje, muszę wiedzieć z pierwszej ręki, co klienci myślą. Ja wiem dokładnie, co ich boli, na co narzekają, z czego są zadowoleni. Wiem, że narzekają na pewne części z naszym oprogramowaniem związane, które nie dość dokładnie spełniają ich oczekiwania. Z kolei wiem, że są zadowoleni z tego, że dzięki temu, że mamy sensor dotykowy, nie mamy konfiguracji urządzenia, nie trzeba mieć wiedzy technicznej, żeby je sparować, nie trzeba wejść na przeglądarkę, wypełniać formularza, zakładać konta, tylko w aplikacji urządzenie zostaje wyszukane, po czym palcem potwierdzam, że ono jest nasze. Po to jest sensor dotykowy. Potwierdzamy go, urządzenie się paruje z aplikacją.”

Wiele lat doświadczenia nauczyły go jednak, by podchodzić selektywnie do życzeń klientów.

„Ja robię to w ten sposób, że mam wypracowany roadmap, rzeczy które chcemy robić i czas, którym chcemy te rzeczy zrobić. Jeśli request od klienta przychodzi i jest spójny z tym, co chcemy zrobić, to ja go wtedy informuję, że tak, dziękuję za zgłoszenie, mamy to w planach. Albo jak powtarzają się zgłoszenia, które mówią o pewnej rzeczy, to ja uwzględniam to w roadmapie. Ale to nie jest tak, że ja dla każdego klienta staram się zrobić produkt specjalnie dla niego, bo to jest po prostu rzecz, która wiązałaby się na pewno z opóźnieniami i wygenerowała dużo kosztów. Nie jesteśmy w stanie dogodzić wszystkim. Bardzo się staraliśmy przez jakiś czas tak robić, ale to powodowało, że wykonaliśmy mnóstwo pracy, która nie przyniosła rezultatów”

Sherlybox jest przeznaczony zarówno dla małych, jak i dużych firm.

„Jeśli ktoś ma małe biuro czy małą kancelarię prawną, to taki Sherlybox jest w pudełku gotowym do użycia. Natomiast dla większego klienta, to potrzebujemy partnera, który przyjedzie, wdroży nasz software na własnym storage klienta, skonfiguruje, przeszkoli personel itd. To jest zwykle bardziej skomplikowane niż takie... kupno pudełka w kanale dystrybucyjnym.”

Obecnie spółka zatrudnia 9 osób, sprzedaje Sherlybox’y na całym świecie i pracuje nad rozwojem oprogramowania Sher.ly, wzbogacając je o nowe usprawnienia i funkcjonalności sugerowane przez backersów i klientów.