

COMPUTERWORLD Polska

WIADOMOŚCI

Strzał w bramkę

„Od początku istnienia serwisu użytkownicy przestali za pośrednictwem bramki ponad miliard SMS-ów”

– Krzysztof Sieczkowski, dyrektor Biura Rozwoju Produktu PTK Centertel.

Internetowa bramka Idei służąca do wysyłania wiadomości SMS, mimo że jest dostępna bezpłatnie, umożliwia operatorowi zwiększanie przychodów. Od strony technicznej rozwiązanie zostało uznane przez Microsoft za jedno z najciekawszych w branży telekomunikacyjnej.



Przedruk z **COMPUTERWORLD** nr 30/633 z 17 sierpnia 2004 r.

Strzał w bramkę

Internetowa bramka SMS Idei, mimo że jest bezpłatna, umożliwia operatorowi zwiększanie przychodów.

RAFAŁ JAKUBOWSKI

Bramka internetowa służąca do wysyłania SMS-ów na telefony komórkowe kojarzy się z zabawką dla nastolatków. Nie zgodziliby się z tym jednak polscy żołnierze stacjonujący w Iraku, dla których internetowe SMS-y przez pewien czas stanowiły jedyny sposób kontaktu z bliskimi w kraju. Nie zgodziliby się także przedstawiciele firmy DCS Computer Consultants Group, autorzy serwisu sms.idea.pl, którzy za swój produkt otrzymali od Steve'a Ballmera nagrodę na tegorocznej konferencji partnerów Microsoftu w Toronto. Od początku istnienia serwisu użytkownicy z ponad 90

rentów" – wspomina Krzysztof Sieczkowski, dyrektor Biura Rozwoju Produktu PTK Centertel. Kilka lat temu na jednego abonenta przypadało 5 wysłanych SMS-ów miesięcznie. Obecnie 55! „Wraz ze wzrostem popularności SMS-ów zmieniły się priorytety” – mówi Krzysztof Sieczkowski.

STUDIUM PROJEKTU

Tak zapadła decyzja o budowie nowego serwisu SMS-owego.

Bramka miała pozostać bezpłatna i wygodna w obsłudze. Ceną, jaką użytkownicy płacą za korzystanie z bramki, jest tolerowanie dołączanej do SMS treści reklamowej.

Jedynym utrudnieniem w obsłudze jest konieczność wpisania hasła wyświetlanego na tzw. to-

kiem. Wiadomość wyświetli się w „skrzynce pocztowej” na stronie internetowej i będzie dostępna przez 24 godz.

Ryzyko partnera

Od 2001 r. operator sieci Idea współpracuje nad rozwojem bramki SMS z warszawską spółką DCS. Przyjęty model współpracy, określany angielską nazwą *revenue-sharing*, polega na podziale przychodów pomiędzy operatorem a firmą zewnętrzną. Wynagrodzenie dostawcy jest uzależnione od rozwoju biznesu klienta.

Takie podejście wymusza gruntowne wniknięcie dostawcy w biznes klienta i wzięcie na siebie części ryzyka związanego z inwestycją. „Jeśli klient dobrze zna swój biznes i wyczuwa tendencje rynkowe, to taki model może być bardzo rozwojowy dla dostawców, którzy nie boją się wyzwania” – mówi Jacek Diehl, prezes DCS. „Ten model korzystny jest również z innego powodu – to dostawca świadczący usługę jest sam zainteresowany utrzymaniem jakości, co zmniejsza koszty klienta” – dodaje Krzysztof Sieczkowski.

Wielkie ciśnienia

Jednym z największych wyzwań związanych z obsługą bramki jest przepustowość łączy internetowych. Miesięcznie z Internetu przesyłanych jest ponad 50 mln SMS-ów, a strona <http://sms.idea.pl> notuje 150 mln odsłon. Sytuuje to serwis wśród najpopularniejszych witryn w Polsce.

Nieustannie prowadzone są prace nad optymalizacją serwisu dla użytkownika. W tym celu objętość strony ograniczono do maksymalnie 30 KB oraz wykorzystano kompresję HTTP. Udostępniając interfejs XML API, umożliwiono również dwukierunkową wymianę wiadomości SMS z komunikatorami internetowymi, takimi jak Gadu-Gadu. Uniezależnia on producentów komunikatorów od zmian zachodzących na stronie sms.idea.pl, a jednocześnie – optymalizuje wykorzystanie pasma. Nowa funkcjonalność Carbon Copy umożliwiła użytkownikom otrzymywanie SMS-em lub e-mailem kopii wiadomości przychodzących do bramki.

Dzięki zastosowaniu aplikacji FloodGate firmy Check Point, umożliwiającej inteligentne zarzą-

dzanie pasmem, udaje się ograniczyć problemy związane z niedostępnością strony w szczycie ruchu, np. w okresie świątecznym. W ekstremalnych przypadkach strona wprawdzie wyświetla się wolniej, ale pozostaje dostępna.

Niestraszny MS

System został zbudowany z wykorzystaniem technologii Microsoftu. Strony WWW udostępniane są przez kilka serwerów Windows 2003 i IIS, pracujących w trybie load-balancing, a rdzeń stanowi baza danych SQL Server 2000. Zdaniem przedstawicieli DCS, wysoka dostępność i wydajność produktów Microsoft to kwestia umiejętnego strojenia.

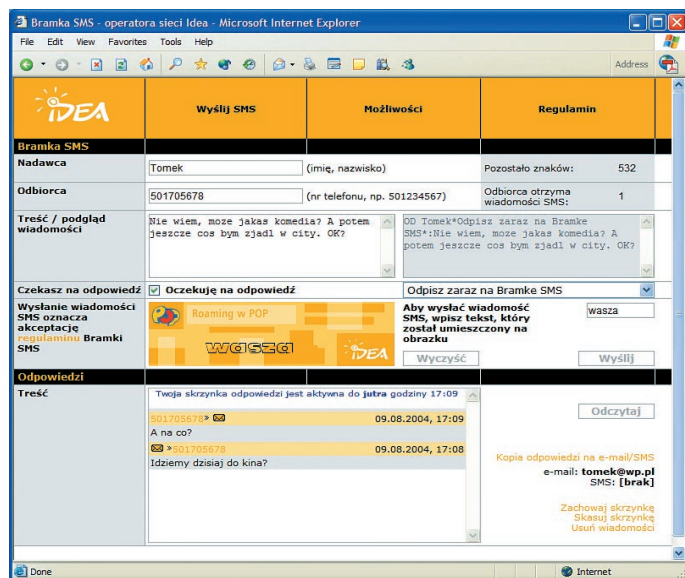
Problem polega na konieczności niezależnego przetwarzania sekcji transakcji na sekundę, obejmujących równocześnie zapisywanie, odczytywanie i usuwanie danych (m.in. ze względu na poufność przekazywanych informacji). Wydajności jest na bieżąco optymalizowana na wielu poziomach: od zaawansowanej konfiguracji, polegającej na rozdzieleniu poszczególnych elementów systemu (dane replikowane są z produkcyjnej bazy danych do oddzielnych baz: raportowej i billingowej), aż po fizyczne rozrzucenie danych na wielu dyskach. Dostępność systemu w skali roku sięga 99,97%.

Microsoft nagradza

Rozwiązanie opracowane przez DCS zostało nagrodzone przez Microsoft na dorocznej konferencji Microsoft Worldwide Partner Conference 2004 w Toronto. Nagroda została przyznana w kategorii Customer Experience of the Year.

W Toronto nagrodę Winning Customers Award w kategorii Small Business Solution of the Year otrzymała także inna polska firma – krakowski CDN za wdrożenie systemu OPTIMA w warszawskim biurze Finansowo – Księgowym LICZYK.

Konkurs polegał m.in. na przedstawieniu autentycznych przypadków wdrożeń i uwiarygodnionych rekomendacji dotyczących pozyskania klientów. Przy wyborze zwycięzcy brane były pod uwagę np. łatwość użytkownika systemu, niezawodność systemu, zintegrowanie, innowacyjność, bezpieczeństwo i stosunkowo niskie koszty.



ZE WZGLĘDU NA OSZCZĘDNOŚĆ PASMA OBJĘTOŚĆ STRONY
SMS.IDEA.PL OGRANICZONO DO 30 KB

krajów przeszali za jego pośrednictwem do abonentów Idei ponad miliard wiadomości SMS.

Przychody z „niczego”

Bramka internetowa służąca do wysyłania z Internetu SMS-ów do abonentów sieci Idea została uruchomiona pod koniec lat 90. „W owym czasie wysyłano niewiele krótkich wiadomości tekstowych. Głównym celem uruchomienia serwisu była promocja i edukacja abo-

kenie graficznym. Mechanizm wprowadzono, by uniemożliwić wykorzystywanie bramki jako bezpłatnego narzędzia masowej wysyłki marketingowej. Usługa jest bezpłatna, ale nie oznacza to, że nie przynosi dochodów. Początkowo bramka umożliwiała tylko komunikację w jednym kierunku; w nowym systemie adresat SMS może odpowiedzieć nadawcy poprzez bramkę. Za wysłanie zwrotnego SMS zapłaci zgodnie z cenni-