

1. Môžete nám objasniť históriu vzniku firmy?

Spoločnosť IP Fabric bola založená v roku 2015 a vyvíja riešenie na vizualizáciu a analýzu sieťovej infraštruktúry, ktoré pomáhajú podnikovým sieťovým a bezpečnostným tímom so zabezpečením a automatizáciou siete.

2. Aké podnikateľské stratégie boli použité pri zakladaní firmy?

Pri stanovovaní dlhodobého cieľa si kladieme otázku kam chceme ísť, stratégia nám pomáha odpovedať na otázku ako sa tam dostaneme. Je dôležité získať konkurenčnú výhodu nad súpermi, čo sa nám aj podarilo. Máme vlastný, jedinečný sieťový model. Naším cieľom je dostať sa do rúk každého manažéra, inžiniera, prevádzkovateľa sieťovej infraštruktúry aby mal každý z nich úplný prehľad o sieti.

3. Zmenili sa od založenia firmy jej podnikateľské priority, ak áno v čom?

Naším poslaním bolo a je poskytovať dostupné sieťové informácie pre tímy sieťových inžinierov, plánovačov a prevádzkovateľov, ktorí spravujú existujúce rozsiahle podnikové siete a siete poskytovateľov služieb. Na tento účel spoločnosť IP Fabric vyvíja softvér na analýzu siete, ktorý poskytuje úplný prehľad, prediktívnu analýzu a možnosti simulácie siete. Poslanie sa nezmenilo.

4. Ako sa pristupovalo k jej financovaniu pri zakladaní ?

Pri zakladaní sme použili vlastné úspory a neskôr spoločnosť získala 3,5 milióna eur v kole financovania série A, ktoré viedli spoločnosti Senovo a Presto Ventures.

5. Ako sa pristupuje k financovaniu momentálne, v čom vnímate najdôležitejšie zmeny?

Momentálne generujeme výrazné tržby a pripravujeme sa na ďalšie kolo financovania.

6. Koľko zamestnancov má firma? Je v blízkej dobe plánované jej rozšírenie?

Firma má momentálne 50 zamestnancov a nachádza sa vo fáze Hyper growth. Naším cieľom je mať 250 zamestnancov do konca roka 2023.

7. Aký je doposiaľ najúspešnejší produkt firmy, ide o pôvodný zámer produktovej orientácie alebo o zmenený zámer? Ak áno, prečo?

Naša firma vyvíja a ponúka jediný produkt – IP Fabric Network Assurance Platform, a ide o pôvodný zámer.

8. Ak má, tak aké vízie na nové produkty má firma do budúcnosti?

Firma neplánuje rozširovať produktové portfólio. Sústreďíme sa na vývoj pôvodného produktu a pridávania podpory pre nové technológie ako napríklad cloudové úložisko, SD-N, alebo IPv6.

9. Z čoho pozostával a dnes pozostáva akčný plán firmy na dosiahnutie jej stanovených priorít a vízií?

Od začiatku sme mali globálne ambície, no najprv sme museli odvieť kus práce na domácom trhu. Aby sme dosiahli stanovené ciele, museli sme sa spojiť aj so správnymi partnermi, ako príklad uvediem O2. O2 nám totižto umožnilo urýchliť vstup na trh a ich zákazníci sú dnes aj našimi zákazníkmi. Veľmi nám pomohlo aj naštartovanie marketingu. Marketing nám pomohol nájsť spôsoby ako rozvíjať biznis, získať nových klientov a udržať ich.

10. Čo je podľa Vás základom úspechu firmy? Čo Vás odlišuje od iných startupov?

Jednak je to náš jedinečný produkt, inovatívnosť a náš prístup orientovaný na zákazníka. Uvediem príklad, jeden z našich najväčších zákazníkov sa dodnes spolupodieľa na vývoji tým, že nám pomáha testovať a zlepšovať náš produkt. Vďaka takejto blízkej spolupráci so zákazníkmi sme schopní rýchlo reagovať na ich požiadavky a posúvať náš produkt na novú úroveň.

11. Ako vo firme vnímate efektivitu podporných prvkov pre startupy a to z hľadiska vonkajšieho prostredia (z iniciatívy vládnych a štátnych inštitúcií a subjektov) a ako zo strany vlastných iniciatív získať prostriedky (napr. od solventných investorov a pod.)?

Na túto otázku žiaľ neviem odpovedať.

12. V čom vidíte najväčšie príležitosti pre napredovanie firmy?

Network automation je viac a viac diskutovaná téma už aj v Európe a stále viac a viac firiem si uvedomuje, že potrebuje riešenie ako IP Fabric.

13. Čo považujete za potenciálnu hrozbu pre jej ďalšie napredovanie?

Na túto otázku taktiež nedokážem odpovedať.

14. Ako a v ktorých podnikateľských oblastiach Vás ovplyvnila pandémia COVID-19?

Pandémia COVID-19 nás ovplyvnila skôr vo vykonávaní práce a teda sme nemohli chodiť na customer visit a vykonávať live eventy, ako napríklad CISCO live, kde sme v minulosti dokázali nazbierať najviac obchodných príležitostí.

15. Ako a v ktorých aspektoch sa podľa Vás zmení cieľový trh Vašej firmy po skončení pandémie?

Nie som si vedomý takýchto následkov na zmenu cieľového trhu, keďže sa jedná o softwarové riešenie.

16. Myslíte si, že Vašu firmu ovplyvní stav súčasnej geopolitickej situácie?

Nie nemyslím si, pretože náš cieľový trh je zameraný hlavne oblasti Európy, Stredného východu a Severnej Ameriky.