



Pogodzić wolność z odpowiedzialnością



MATEUSZ KURLETO

założyciel i Prezes Zarządu, Neoteric

Neoteric jest świetnym przykładem małej pomorskiej firmy technologicznej, która od samego początku działalności celuje w świat. Jej specjalizacją są rozwiązania AI dla biznesu, po które sięgają w przeważającej większości amerykańscy klienci. Kluczem do wyrobienia sobie marki na tamtejszym rynku – obok wysokiej jakości usług oraz konkurencyjnych cen – była budowa kultury organizacyjnej dopasowanej do oczekiwań Amerykanów. Czego one dotyczyły? Jakie potrzeby ze strony biznesu zaspokoić może sztuczna inteligencja? Czy Pomorze może się stać wiodącym europejskim hubem technologicznym?

Rozmowę prowadzi Marcin Wandałowski, redaktor prowadzący Pomorskiego Przeglądu Gospodarczego.

Jaka jest historia Neoteric?

Firmę założyłem w 2005 r., będąc na drugim roku studiów informatycznych na Politechnice Gdańskiej. Była to dla mnie w tym czasie alternatywa dla prac dorywczych. Na początku pracowałem samemu i zajmowałem się najróżniejszymi rzeczami – od budowy sieci, przez opiekę nad systemami informatycznymi, aż po tworzenie stron i sklepów internetowych.

W 2012 r. zająłem się już tym biznesem na poważnie – zatrudniłem programistę i zaczęliśmy realizować większe kontrakty. Po kolejnych czterech latach dołączyli do mnie wspólnicy. Obecnie koncentrujemy się na budowaniu rozwiązań webowych zarówno dla mniejszych firm, startupów, jak również dla klientów korporacyjnych typu Boeing czy dużych organizacji, jak np. Bank Światowy.

Tworzenie między innymi rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji – od czego zaczęła się Wasza przygoda z AI?

W 2016 r. wydzieliliśmy z Neoteric spin-off Saas Manager, mający na celu budowę wirtualnej platformy umożliwiającej efektywne stawianie nowych rozwiązań chmurowych. Jednakże w 2017 r., w trakcie akceleracji organizowanej przez MIT Enterprise Forum, w której uczestniczyliśmy, zidentyfikowaliśmy że wśród potencjalnych klientów znacznie większa jest potrzeba wsparcia istniejących rozwiązań.

Udało nam się wówczas dotrzeć do dużej firmy z branży telekomunikacyjnej, która wskazała nam, że jej największą bolączką są odchodzący klienci. Na jej potrzeby zbudowaliśmy rozwiązanie przewidujące, który z klientów będzie chciał się rozstać i w jaki sposób go zatrzymać. Był to pierwszy projekt, w którym wykorzystaliśmy AI. Dalej natomiast nastąpił już naturalny rozwój w tym kierunku – zaczęliśmy budować zespół potrafiący tworzyć oprogramowanie w zakresie sztucznej inteligencji i oferować nasze *know-how* na rynku. Od tego czasu sfinalizowaliśmy już kilkanaście wdrożeń.

Jakie potrzeby klientów biznesowych można spełnić przy wykorzystaniu AI?

Zakres ten jest bardzo szeroki. My akurat zajmujemy się rozwiązaniami bazującymi na modelach predykcyjnych i systemach rekomendacyjnych. Wspominałem już o projekcie z branży telekomunikacyjnej, w ramach którego przewidywaliśmy, który klient odejdzie i w jaki sposób budować ofertę indywidualną w celu jego zatrzymania. Dla klienta z branży stalowej stworzyliśmy oprogramowanie przewidujące ceny transakcyjne produktów na rynku. Z kolei dla Banku Światowego zbudowaliśmy system rekomendacyjny, budujący indywidualne ścieżki edukacyjne dla pracowników. Obecnie natomiast tworzymy rozwiązanie, które przy wykorzystaniu AI analizuje łańcuchy dostaw dla dużych organizacji. Obszarów w których sztuczna inteligencja może pomóc biznesowi jest bardzo wiele.

Trudno jednak budować rozwiązania w zakresie AI bez dostępu do danych, a to w polskich – i zresztą nie tylko – realiach bywa barierą. Rozumiem, że w Waszych projektach dane nie są problemem, bo udostępniają je Wam sami klienci?

Zgadza się – bez tego budowanie rozwiązań AI byłoby niemożliwe. Sztuczna inteligencja bazuje na danych, uczy się na nich, wskazuje związki między nimi, a tym, czy dana hipoteza jest prawdziwa czy nie. Posiadanie dobrej jakości danych w dużej ilości jest w tej branży kluczowe.

Skupiacie się na polskim rynku, czy celujecie przede wszystkim w zagranicę?

Prawie 90 proc. naszych przychodów pochodzi z zagranicy, pracujemy w większości z klientami ze Stanów Zjednoczonych.

W jaki sposób udaje się Wam do nich docierać, jak wyrobiliście swoją markę?

Wszystko zaczęło się od tego, że wraz z partnerem z Czech realizowaliśmy wdrożenie ich technologii dla ich klientów z USA. Robiliśmy to na tyle dobrze, że firma czeska skupiła się wyłącznie na rozwoju produktu, natomiast my, jako partner technologiczny, mogliśmy się koncentrować na jego technicznej implementacji. Kolejne projekty były zleceniami od klientów, których pozyskaaliśmy wraz z czeskim partnerem, a następne – od firm, którym nas oni polecili.

W ten sposób udało nam się zbudować całkiem pokaźne portfolio projektów, które od samego początku prezentujemy na naszej stronie internetowej. Pozwoliło nam to na osiągnięcie wysokiej jakości ruchu na naszą witrynę, który przekłada się na zapytania ofertowe. Dziś nadal bardzo wielu klientów przychodzi do nas „samych”, poprzez stronę www.

Współpracujemy także blisko z portalem Clutch, zbierającym niezależne opinie klientów firm technologicznych. Dotyczą one poszczególnych aspektów realizacji projektu, jakości współpracy, kwestii finansowych etc. To bardzo wiarygodne źródło informacji, z którego również trafia do nas sporo zapytań.

Dlaczego amerykańscy partnerzy wybierają akurat Was – jakie są Wasze największe przewagi?

Na pewno przemawia za nami jakość naszych rozwiązań, o czym świadczy chociażby to, że klienci wysoko oceniają naszą pracę, polecają nas dalej. Jeszcze istotniejszym czynnikiem jest jednak moim zdaniem nasza kultura organizacyjna, pozwalająca na efektywną współpracę z partnerami z USA. W relacjach z nimi jest dużo więcej miejsca na zaufanie niż w Polsce, ale z drugiej strony znacznie większe są też ich oczekiwania co do transparentności oraz sposobu współpracy i komunikacji w projektach.

“ **W relacjach z amerykańskimi partnerami jest dużo więcej miejsca na zaufanie niż w Polsce, ale z drugiej strony znacznie większe są też oczekiwania co do transparentności oraz sposobu współpracy i komunikacji w projektach.**

Naszą trzecią przewagą jest także na pewno cena. Wciąż – szczególnie jeśli chodzi o rozwiązania AI – jesteśmy znacząco tańsi od firm amerykańskich. Nie jest to jednak na pewno główny argument do podejmowania współpracy z nami, gdyż nasze stawki są mimo wszystko dość wysokie.

Czy mógłby Pan powiedzieć parę słów więcej na temat Waszej kultury organizacyjnej – na jakich wartościach ją oparliście?

Nasza kultura organizacyjna bazuje na dwóch głównych wartościach: wolności i odpowiedzialności. Staramy się znaleźć optymalny balans między nimi. Dla przykładu, jeżeli ktoś jest odpowiedzialny za realizację zadania, ma też wolność, by dokonać tego zgodnie z własnym pomysłem i przekonaniem.

“ **Nasza kultura organizacyjna bazuje na dwóch głównych wartościach: wolności i odpowiedzialności. Staramy się znaleźć optymalny balans między nimi. Jeżeli ktoś jest odpowiedzialny za realizację zadania, ma też wolność, by dokonać tego zgodnie z własnym pomysłem i przekonaniem.**

W pracy z klientami z USA kluczowe jest zaufanie oraz transparentność. Konsekwencją tego jest to, że cały nasz zespół ma kontakt z klientem – nie ma żadnych „wąskich gardeł” w postaci np. project managera, który bawi się w „głuchy telefon” między naszymi pracownikami, a reprezentantami partnera. A taki model pracy jest w naszej branży bardzo często spotykany. Nam zależy na tym, by komunikacja była jak najbardziej skrócona i bezpośrednia, byśmy pracując nad danym projektem tworzyli jeden „super-zespół” ze specjalistami partnera.

Nie przeszkadza Wam w tym zdalny charakter pracy?

Nie jest to dla nas duża bariera, choć przed pandemią zdarzało nam się latać do klientów – przede wszystkim w celach sprzedażowych, ale także na etapie realizacji projektów, by móc lepiej dogadać pewne sprawy między naszymi zespołami.

Czy Wasz model pracy, dostosowany do oczekiwań amerykańskich partnerów sprawdza się także we współpracy z klientami z innych państw?

Staramy się współpracować w taki sposób ze wszystkimi klientami, niezależnie od tego, skąd pochodzą. Nie zawsze jest to łatwe, nie zawsze idealnie wpasowuje się to w kulturę biznesową danego kraju, jednak jest to coś, co zazwyczaj koniec końców „dociera się” w projekcie i prowadzi do wyższej efektywności. Ta efektywność przekonuje klientów, by współpracować w taki właśnie sposób.

Czy Pana zdaniem Trójmiasto jest dobrym miejscem do rozwijania nowoczesnych technologii, w zakresie chociażby sztucznej inteligencji?

Myślę, że tak. Duży wpływ na taki stan rzeczy ma fakt, że są już u nas obecne duże centra IT wielkich międzynarodowych firm, takich jak Intel, Epam czy Sii, w których pracują tysiące wysokiej klasy programistów. Pokazuje to dużą dojrzałość lokalnego rynku IT. Swoje robi także obecność Politechniki Gdańskiej – świetnej uczelni kształcącej programistów.

Dochodzą do tego także kwestie finansowe – szczególnie jeśli porównamy koszty prowadzenia operacji biznesowych w krajach zachodnich, u nas jest zauważalnie taniej. Niekoniecznie jest już tak w kwestii wynagrodzeń – te zaczynają się bowiem zbliżać do poziomu Europy Zachodniej.

I wreszcie – ważnym atutem Pomorza jest też fakt, że jest tu bardzo dużo osób, które poza świetnymi zdolnościami technicznymi, bardzo dobrze komunikują się w języku angielskim. Dzięki temu są one w stanie bez problemu pracować w międzynarodowych projektach.

Czy ów wysoko rozwinięty lokalny ekosystem IT nie sprawia Wam również pewnych trudności – np. dotyczących zażartej rywalizacji o zasoby pracy?

Na pewno konkurencja o pracownika jest bardzo duża, a biorą w niej udział nie tylko największe gracze, lecz także cała rzesza mniejszych, funkcjonujących tu firm. Nie obrażamy się jednak na to, gdyż jest to zupełnie normalne. W całym sektorze IT mamy przecież do czynienia z ogromnym niedoborem kadr – borykają się z nim bodaj wszystkie firmy na całym świecie. Stąd też duży sukces przedsiębiorstw, które wyspecjalizowały się w przekwalifikowywaniu pracowników z innych branż do pracy w IT.

Absolwenci prywatnych szkół oferujących kilkumiesięczne kursy programistyczne są w stanie spełnić wymagania firm IT?

Zatrudniliśmy wiele osób kończących takie kursy i spora część z nich z dużym sukcesem rozwijała swoją karierę w naszej firmie. Oczywiście – to nie tak, że każdy, kto ukończy kurs zostanie świetnym programistą. Dla wielu z nich barierą staje się ten etap w karierze, gdy trzeba znać algorytmy i matematykę – tu na pewno ogromną przewagę mają absolwenci uczelni wyższych. Niemniej jednak budując dziś oprogramowanie realizuje się bardzo dużo zadań, które nie są aż tak bardzo technologicznie skomplikowane jak jeszcze 10-15 lat temu. Dlatego też nawet osoby kończące 6-, czy 9-miesięczne szkolenie są w stanie dostarczyć wartościowy kod.

Czego nam natomiast jeszcze na Pomorzu brakuje?

Byłbym bardzo szczęśliwy, gdyby programy studiów w zakresie programowania były lepiej dopasowane do oczekiwań pracodawców. Oczywiście, świetnie by też było, gdyby absolwentów tych kierunków było jeszcze więcej niż obecnie. Oprócz tego – z perspektywy całego lokalnego ekosystemu technologicznego – niezwykle ważny byłby też jakiś spektakularny międzynarodowy sukces na wielką skalę, będący dziełem tutejszej, np. gdańskiej firmy. Przyciągnęłoby to do Trójmiasta jeszcze więcej uwagi w kontekście bycia istotnym europejskim centrum rozwoju technologii.

“ Z perspektywy całego lokalnego ekosystemu technologicznego niezwykle ważny byłby spektakularny międzynarodowy sukces na wielką skalę, będący dziełem tutejszej, np. gdańskiej firmy. Przyciągnęłoby to do Trójmiasta jeszcze więcej uwagi w kontekście bycia istotnym europejskim centrum rozwoju technologii.

O rozmówcy



MATEUSZ KURLETO

założyciel i Prezes Zarządu, Neoteric

Mateusz Kurleto – założyciel firmy Neoteric, zajmującej się tworzeniem oprogramowania, które pomaga startupom i przedsiębiorstwom wprowadzać innowacje przy użyciu sztucznej inteligencji i rozwoju produktu. Założyciel 3 startupów wspieranych przez fundusze inwestycyjne. Obecnie zaangażowany w budowanie zrównoważonego ekosystemu startupowego – Startup Hansa.

Partnerzy „PPG”



SAMORZĄD
WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO



GDAŃSK

