

Odpověď je pouze tak dobrá, jak dobrá je otázka



Rozhovor se zakladateli společnosti TOVEK



Bořivoj Kostka

Tomáš Vejlupek

Skloubit lidskou kreativitu a technologii ke zpracování dat pro poskytování správných, jasných a rychlých informací pro rozhodování je dlouhodobým cílem zakladatelů firmy. Jeden plní roli vizionáře a druhý roli jeho kritického realizátora.

Člověk si musí dát dost práce o vás něco zjistit. Ani z vašeho webu není moc jasné, co vlastně děláte. Jste na trhu „neviditelní“ 25 let. Proč vůbec název firmy TOVEK?

TV: Děláme celou dobu stále to samé – nabízíme řešení, která usnadňují NAJÍT, POCHOPIT a VYUŽÍT INFORMACE ukryté v hromadách různých dat, zejména dat textové povahy.

Jméno firmy tvoří akronym ze slov Tracking Organizing Visualising Elements of Knowledge, což vystihuje přesně to, co naše produkty umožňují: vystopovat, utřídit a názorně prezentovat informace tvořící odpovědi na otázky.

BK: Naše produkty byly zpočátku zaměřeny na poměrně úzkou skupinu uživatelů. Ti nás znají velmi dobře. Širší použití našich produktů postupně přicházelo s tím, jak narůstalo množství dat, se kterými se musejí vypořádat i běžné firmy. A pochopitelně také výkon počítačů. To, co je možné dnes

na běžném vybavení, bylo před 25 lety nemyslitelné.

V čem je vaše řešení odlišné od současných nepřeborných nabídek produktů včetně tedy toho známého Watsona, které nabízí různé způsoby, jak z těch stále rostoucích hromad dat získávat nějaké užitečné informace?

TV: Když to opravdu hodně zjednoduším, většina současných produktů jedoucích na marketingové vlně „big data“ a „cognitive computing“ se snaží nějakým způsobem vyřadit člověka z procesu zpracování informací. Naše produkty se snaží podpořit kreativní schopnosti lidí, kteří zpracovávají podklady k rozhodování pro jiné lidi. Pracujeme s neuronovou sítí, kterou si každý nosí s sebou. Naše produkty těmto lidem šetří čas na vyhledávání, třídění a čtení informací ve prospěch času na jejich analýzu a zejména pak syntézu do podoby využitelné po konkrétní rozhodnutí konkrétního člověka.

BK: Dnes se hodně skloňuje umělá inteligence... Umělá nepochybně je, ale jestli je to inteligence... Abyste mě nechápali špatně, jednou to určitě přijde, ale myslím, že to nebude tak brzo, jak se nás snaží přesvědčit marketingoví specialisté firem ve snaze nalákat investory.

Takže vaše produkty mají vlastně univerzální použití. V každé firmě jsou lidé odpovědní za přípravu podkladů k rozhodování. Kdo jsou tedy hlavní uživatelé?

TV: Největší přínos mají naše produkty tam, kde je nutné prověřit řadu různých informačních zdrojů, propojit související informace a vytvářet z nich přenositelnou znalost o daném tématu či subjektu.

Pominu-li zpravodajské analytiky a policejní vyšetřovatele, jsou našimi tradičními uživateli analytici finančních, pojistných a bezpečnostních rizik, vyšetřovatelé finančních a pojistných podvodů a bezpečnostních incidentů. V poslední době nasa-

zujeme naše produkty úspěšně také do kontaktních center pro analýzu hlasové i textové komunikace.

BK: Lidé, kteří se potřebují rychle orientovat ve velkém objemu dat a mít jistotu, že jim nic důležitého neunikne. A protože neustále narůstá objem balastu, v němž jsou ty důležité informace ukryty, rozšiřuje se tím i spektrum použití našich produktů.

Ale jaké konkrétní přínosy mají vaše produkty pro uživatele?

TV: My máme vlastně dvě skupiny uživatelů: analytiky, resp. lidi, kteří připravují informace pro koncové uživatele, a pak koncové uživatele – „decision makery“.

Pro analytiky je určen především náš produkt Tovek Tools, jehož pomocí jsou z dostupných dat schopni vyrábět správné, jasné a rychle odpovědi na konkrétní otázky.

Pro manažery se naše produkty jeví jako pohledy na různé interní a externí informace, které jsou automaticky filtrované, tříděné pomocí našeho druhého produktu, Tovek Server.

BK: Jednoznačně je to získání kvalitních podkladů pro rozhodování. Díky zrychlení mohou ušetřit čas, nebo zpracovat ve stejném čase více podkladů, a tím zmenšit nejistotu při rozhodování.

Jak vidíte budoucnost vaší firmy?

TV: Ve vytváření metodik k využívání našich univerzálních produktů pro specifické potřeby. Máme již metodiku na vyšetřování pojistných podvodů, monitoring kybernetických hrozeb a pro hlasovou analýzu v kontaktních centrech. Pracujeme na metodice pro GDPR, projektový management, HR, due diligence atd.

BK: Optimisticky. Dat je čím dál tím více, a potřeba se v nich vyznat je tak stále naléhavější. Což by mělo rozšiřovat okruh našich zákazníků. A samozřejmě v dalším vývoji našich produktů. Bez toho by ty metodiky byly jenom slovy na papíře.