

## Nove tehnologije povzročajo spremembe in spremembe omogočajo razvoj novih tehnologij

Tehnološke spremembe, še zlasti v povezavi z informacijskimi tehnologijami so v zadnjih 60-ih letih najmočnejši vzvod sprememb v vseh panogah in na vseh družbenih nivojih. Vizije in dnevno predstavljene novitete nam slednje samo še dodatno potrjujejo ([Microsoft Surface](#), [Second Life](#)). Tehnologija je v večini primerov naš zaveznik v procesu odkrivanja samega sebe, našega bistva, sveta kot celote, ter gospodarskih, družbenih in znanstvenih tokov, v katere je vpet naš dnevni ritem in naš jutri. Vrhunska tehnologija in nove poslovne priložnosti, ki iz tega izhajajo, so tudi najmočnejši zaveznik razvitega sveta pri zagotavljanju konkurenčnosti in v povezavi z inovativnostjo storitev ter poslovnih modelov, glavni vir za ustvarjanje dodane vrednosti.



Vir: [Tribuneindia](#)

Pred vami je intervju, ki nam omogoči hiter vpogled v poslovni model, ki so ga omogočile nove tehnologije, še zlasti pa vizionarsko razmišljanje o njihovi uporabnosti.

### Intervju z Johnom Furrierjem

#### Podjetnik, ki ve, kako se ustvarja denar na internetu

**V: Kdo je John Furrier?**

O: Sem podjetnik. Inženir. Star 41 let. Imam 4 otroke. Že 10 let ustanavljam podjetja, ki delujejo na internetu, še zlasti v Net 2.0 okolju. Sem direktor (CEO) podjetja [PodTech.Network](#). To je moje najnovejše podjetje za produkcijo vsebin, visoko kakovostnih profesionalnih vsebin.

Poleg močnega podjetniškega duha me označujejo ljubezen do sil, ki povzročajo spremembe, motnje in s tem ustvarjajo nove priložnosti. Preprosto ljubim vse, kar kaže na možnost ustvarjanja poslova na internetu. Osredotočam se na infrastrukturo (op.a. storitveno), navigacijo, iskalnike. Preprosto to, kar delam, mi je res zelo všeč.

**V: Ali vidite sebe kot vizionarja?**

O: Ja.

**V: Kaj vas pri tem vodi?**

O: Nove stvari, novi pristopi, načini dela. Moja ključna sposobnost je v učinkoviti povezavi in razumevanju novih tehnologij z bodočnostjo. Njihova vizionarska uporaba. Enostavno vidim prihodnost hitreje kot drugi. Zgodnje definiranje vizij in trendov me navdušuje, mi požene adrenalin v kri. Res je zabavno.

*Komentar pred naslednjim vprašanjem: John je presenetil Silicijevo dolino s svojimi "pouličnimi" intervjuji o poslovni situaciji v Silicijevi dolini, produktih, podjetjih, napovedih za prihodnost. Ti intervjuji so postali vse bolj priljubljeni in vse bolj so vplivali tudi na stanje vrednosti delnic na borzi.*

**V: Kako je izgledal dan, ko ste prijeli v roko mikrofona in se odpravili na ulice Silicijeve doline?**

O: Silicijeva dolina se je ravno pobirala iz krize. Uporabniško orientiran pristop se je začel uveljavljati kot pravi. Rojeval je rezultate. Začutil sem, da je čas pravi, da pristop tudi sam preizkusim. In to takoj. Zato sem odšel na ulice in se preizkusil v vlogi stranke. Testiral sem ta slavni "uporabniški pristop". Hkrati pa sem imel še dodaten motiv. Želel sem priti na nekatere drage konference, ne da bi za to plačal vstopnino. In novinarska kreditacija je bila prava pot za to. Postal sem novinar. Začel sem intervjuvati moje prijatelje, pisati blog in naenkrat sem spoznal, da me berejo, citirajo, uporabljajo, in to po vsem svetu. To mi je bilo seveda všeč. Pravzaprav sem bil zelo presenečen nad odzivom, dejstvom, da so me brali po vsem svetu, me celo upoštevali pri svojih odločitvah. To je bilo nekaj res vznemirjujočega.

Tako sem možnost simultane generiranja vsebin in njihovo uporabnost po vsem svetu prepoznal kot poslovno priložnost. Spoznal sem, da je to potencialni trend, ki se bo dogajal v prihodnosti. Več ljudi, več glasov, več uporabe naenkrat. Novi ljudje ves čas. Sveža mnenja in prispevki. Imam 4 otroke in spoznal sem, da moram delati stvari hitreje, če želim, da mi ostane kaj časa še za družino... Zato sem presedlal iz "blogov" na "podcaste". S podcasti lahko dobim in posredujem informacijo veliko hitreje do gledalcev, poslušalcev, strank.



**V: Kakšen je vaš poslovni model?**

O: Proizvajamo video in avdio vsebine on-line in delno tudi "blog" vsebine; združujemo ciljno javnost na eni strani in vsebino na drugi. Ponujamo okolje za medijske profesionalce, kjer lahko opravijo kakovostno obdelavo in upravljanje svojih prispevkov/izdelkov. Naše okolje dovoljuje oblikovanje visoko kakovostnih poslovnih vsebin, ki potem pritegne oglaševalski denar. Kar resnično želimo doseči, je omogočiti komunikacijo visoko kakovostnih vsebin potencialni javnosti. Hkrati želimo tudi povezati na novo ustanovljena podjetja s potencialnim trgom.

**V: Kako se je ideja razvijala?**

O: Začutil sem povezavo med obdelano/formatirano vsebino in prosto distribucijo, oglaševanjem, dostopom do uporabnikov, ki jo omogoča internet. Rad pa bi poudaril, da sem že od začetka gledal na to kot na vir zaslužka, s komercialnega vidika. Torej sem imel ves čas pred očmi potrebo po generiranju prihodkov. Zato sem investiral v prvi vrsti v orodja. V začetku sem jih zgradil zase, za moj tim in vse partnerje, ki so se pridružili PodTec-u. Mi smo YouTube za profesionalno/poslovno skupnost. Čas nam samo dokazuje, da smo se odločili za pravi model. Danes delamo z znanimi

profesionalci, z novimi imeni. In vsi pri tem služimo. Če je svobodni novinar oblikoval prispevek za BusinessWeek, je redko kdaj kaj zaslužil. Mi pa prevzamemo ceno gostovanja vsebin, opreme in najdemo ustrezne oglaševalce za njihove vsebine. Oglaševanje jim pomagamo vsaditi v sam izdelek ali pa na uvodu/zaključku (torej v medijski prispevek ali okoli njega). Samostojnim novinarjem in/ali ljubiteljskim pomagamo, da zaslužijo.

**V: Na čem porabite največ svoje energije? Je to področje kamor investirate in za katerega porabite tudi največ denarja?**

O: Osebnostno se največ časa ukvarjam s tehnologijami in vsem potrebnim za produkcijo. Naš namen ni razvijati poslušalce in gledalce. Mi gostimo vsebine. Uporabniki vsebin pridejo k nam sami. In se vračajo, ker vedo, da dobijo prave, dobre vsebine. In to je v resnici naše pravilo: če so uporabnikom naše vsebine všeč, se bodo zadrževali na našem portalu, se vračali in tako raste naša skupnost. Producenti, lastniki storitev svoje končne izdelke samostojno plasirajo na različne internetne portale, strani. Mi jih spremljamo. Korporativna okolja namreč zanima, kako se vsebine prenašajo, izmenjujejo, kje se pojavljajo, kakšen je odziv uporabnikov. Na koncu morda še en komentar glede našega poslovnega modela: naš model je dober, ker naši oglaševalci cenijo dejansko vrednost tržne niše (op.a. kakovost uporabnikov) in ne število.

**V: Ali imate kakršnokoli potrebo dodati tradicionalne medije v vaš poslovni model?**

O: Seveda. Trenutno jih še nimamo, a imamo ta namen. Trenutno se zanašamo še na bloging, ki je zelo kakovosten in ima visoko vrednost. A se močno ubadamo z razmišljanjem, kako uporabiti isto vsebino še večkrat in tradicionalni mediji ponujajo prav to možnost.

**V: Katera tehnologija bo imela največji vpliv na medije v prihodnosti?**

O: Potrošniška elektronika vsekakor diktira razvoj in napredek, male kamere na primer. Naslednji večji spodbujevalec razvoja bodo programska orodja za urejanje, urednikovanje, novi filtri za iskalnike in brskalnike, čiščenje vsebin za izbrane tržne niše. Prepričan sem tudi, da bo video igral pomembno vlogo tudi v prihodnosti, saj je edini medij, ki omogoča neposredno emocionalno izražanje.

**V: Kaj za vas prinaša InJo (op.a.: inovacijsko novinarstvo)?**

O: InJo predstavlja pravi preskok v smer, kamor se svet vrti. Inovativnost je danes medsektorski, medbranžni izziv. S tem pa se spreminja tudi novinarstvo. Mirno lahko trdim, da pri našem delu upoštevamo in uporabljamo vsa osnovna pravila in izhodišča InJo programa.

**V: Kako so nove tehnologije in še zlasti internet spremenile naše dojemanje sveta?**

O: Internet je globalen. Ni institucionalnega lastništva. To dovoljuje, da se ves čas oblikujejo nova razmerja, odnosi, vzorci. Web 2.0 je zgodba odnosov. Pred internetom je bila velika stvar procesorska moč (dostop in moč računalnika). Z Web 2.0, se je moč prevesila na dostop do informacij. Zdaj gradimo na teh dveh konceptih. In to je danes ključno: RSS, kamere, iTune, Google. To so orodja sodobnega časa, ki ustvarjajo motnje in hkrati nove priložnosti.

**V: Kje vidite svoje podjetje v prihodnosti?**

O: Vsekakor v smeri močnega razvoja inovativnosti. Srečali nas boste, kako širimo koncept inovativnosti na globalnem nivoju. Vzpodbujali bomo ljudi, da sodelujejo globalno, v polnem pomenu besede. Prav tako bomo začeli vzpostavljati sodelovanje z vodilnimi medijskimi hišami. Tam je še veliko neizkoriščenega denarja.

**V: Vi ste bili prva velika zgodba na področju investiranja rizičnega kapitala v internetne medije. A je vaša zgodba vzpodbudila še več tovrstnih investicij?**

O: Da. Bili smo vsekakor dober primer. Pokazali smo tako podjetnikom kot vlagateljem, kako začeti veliko zgodbo. Naš model je bil dobro sprejet pri vseh deležnikih. In to je investitorjem všeč, saj vsak želi videti tudi izstopno strategijo.

**V: Vaše zadnje sporočilo za slovensko javnost?**

O: Zelo bi bili veseli, če bi delili vaše vsebine z nami. Če ste podjetnik/ca, ki uživa v snemanju in oblikovanju zgodb, se z veseljem z vami pogovorimo... da zgradimo slovensko skupnost na PodTec portalu.

**V: John, hvala.**

*Bilo je res pravo zadovoljstvo pogovarjati se s tako samozavestnim podjetnikom iz Silicijeve doline, ki ve, kako se dela denar na globalnem spletu. To je uspešna zgodba. John je vizionar, ki ga ni strah njegovih vizij. Zna pa jih tudi dobro prodati. Zaenkrat se še ni zmotil. Tvega dalje in to je pravi podjetniški duh.*

*Sporočilo za klasične medije? Svet izziva tudi vas. Izzive generirajo in spodbujajo stranke, bralci in gledalci. In če se veliki ne bodo premaknili, bo toliko več prostora za manjše, za podjetnike. Ne glede na to, s katere smeri - sprememba se bo zgodila. Pravzaprav se dogaja že zdaj, prav v tem trenutku...*

*Intervju je bil narejen konec maja 2007 na 4. InJo konferenci na Stanfordski univerzi v Kaliforniji. V angleščini je intervju objavljen na [blogu Violete Bulc](#).*

## Kdo je John Furrier



John Furrier je ustanovitelj in direktor podjetja PodTech Network. Ima dolgoletne izkušnje v internetnem oglaševanju in medijih. Leta 2001 je ustanovil in vodil BroadDev, svetovalno podjetje, ustanovljeno z rizičnim kapitalom. Pred BroadDev je bil podpredsednik produktne skupine in podpredsednik strateškega razvoja v RealNames, podjetju za iskanje poimenovanje na internetu. Z ustanovitvijo in vodenjem podjetja Labrador Software, je bil pionir v poslu iskanja po plačljivih ključnih besedah. John je začel svojo kariero v Hewlett Packardu, kjer je 9 let delal na različnih tehničnih, marketinških in prodajnih funkcijah. John ima diplomu iz računalniške znanosti na Northeastern University in magisterij MBA na "Babson College F.W. Olin School of Business".

## Razlaga ključnih pojmov

### Podcasting

Podcasting je skupek tehnologij za prenos zvočnih ali video datotek iz interneta po naročilu. Zvočne datoteke so po navadi v MP3 formatu in se samodejno naložijo na računalnik takoj, ko so objavljene na spletu. Uporabnik lahko izbrano oddajo poslušaja, kadarkoli in kjerkoli. Za samodejno nalaganje oddaj je potreben programski odjemalec. Najbolj razširjen je Applov iTunes. Iz Applovih logov je podcasting tudi prevzel ime, saj gre za skovanko iz besed iPod in broadcasting (angl. oddajanje). Vir: <http://sl.wikipedia.org/wiki/Podcasting>

### Tematske povezave

[PodTech.Net](#)

[Red Herring](#)

[Vest](#)

[Blogres](#)

[Go 2 web 2.0](#)

[Endless Innovation](#)

[The Business of Innovation](#)

[Project Red Stripe](#)

[Putting people first](#)

[Core77](#)