

Nie warto wywarzać już otwartych drzwi – tak w skrócie można opisać filozofię tworzenia nowoczesnych serwisów internetowych, które wykorzystują dostępne w sieci informacje i produkty. Czy wykorzystywana do ich budowania technika mashup będzie przyszłością Internetu? Czas pokaże. Firma MIS SA zauważa wzrost zainteresowania tym narzędziem wśród klientów biznesowych i instytucjonalnych.

Mashupy to aplikacje funkcjonujące w postaci strony internetowej. Łączą gotowe, często wzajemnie powiązane usługi w przeglądarce internetowej. Za pomocą tej metody otrzymujemy unikatową witrynę, która dostarcza takich informacji i danych, jakie właśnie danej osobie w danej chwili są potrzebne. Podstawowe z nich – powszechnie wymienianie przy okazji mashupów - to na przykład prognozy pogody, tabele kursów walut, lokalizatory, zdjęcia z Flickr albo lokalne informacje.

- Spersonalizowane serwisy kryjące się pod nazwą mashup bywają porównywane do budowli, stworzonej z dostępnych w Internecie klocków. Inni stosują kulinarne metafory, porównując mashup do gotowania zupy – śmieje się Marcel Kasprzak, prezes MIS SA.

W oparciu na przykład o aplikację IBM Lotus Mashups podstawową witrynę można zbudować w ciągu kilku godzin. Wystarczy wykorzystać powszechnie dostępne funkcje witryn internetowych gigantów (API Google, Amazon, Windows Live), użyć technik RSS i dodać do tego własny kod, a nawet własną bazę danych. Na tej zasadzie codziennie w internecie powstają nowe serwisy typu mashup i widać, że indywidualni użytkownicy Internetu pokochali tę formę prezentowania informacji w sieci. W YouTube można znaleźć nawet filmy instruktażowe, pokazujące jak przy pomocy konkretnego programu stworzyć swój mashup.

Pojawiają się także pierwsi klienci instytucjonalni i biznesowi, którzy zaczynają doceniać potęgę mashupu. – Możliwości, jakie daje to narzędzie, są bardzo przydatne w biznesie. Mashup to na przykład bardzo wygodna baza wyjściowa do pracy grupowej, a nawet budowania społeczności, także wokół procesów biznesowych, na przykład sprzedaży – zauważa Krzysztof Lewicki, dyrektor realizacji MIS SA.

Firma stosuje technologię mashup do tworzenia nowoczesnych serwisów internetowych dla swoich klientów. W biznesie dodatkowymi „klockami” mashupowej układanki są dane z systemów wewnętrznych, na przykład: o wielkości sprzedaży, zasięgu oddziaływania firmy, korespondencji z poszczególnymi klientami. – Jestem przekonany, że trend Web 2.0 będzie rozwijał się w biznesie i łączył z systemami zarządzania procesami – mówi Marcel Kasprzak, prezes MIS SA. Metoda mashup pozwala na przykład selekcjonować informacje z systemu wewnętrznego firmy oraz z otoczenia, czyli z sieci, w oparciu o wskazane kryteria. Dzięki temu użytkownik dysponuje na bieżąco aktualną i potrzebną mu wiedzą. Na etapie tworzenia mashupu ustala, jakich danych będzie potrzebować, czyli świadomie selekcjonujemy przydatną treść. Potem tylko ją odbiera. Narzędzie jest elastyczne, na bieżąco można je dostosowywać do potrzeb użytkownika. - Świat zalewa nas taką masą informacji, że królem jest ten, kto potrafi znaleźć informacje ważne i przydatne – podsumowuje Marcel Kasprzak, prezes MIS SA.

MIS SA