

# Extranet – interní svět v externím prostředí

---

## Článek pro Daquas

Síla interního webu je dnes velmi jasná. Pryč jsou doby, kdy dokumenty ukládaly v deskách v obrovských kancelářích, oznámení se věšela na nástěnku a schůzky si každý manažer psal do diáře na stole. Webové rozhraní vše ulehčuje a podporuje spolupráci a koordinaci firemních aktivit. Díky tomu ale nese a skladuje často velmi důležité informace, které je nutné mít pod pevnou kontrolou, protože potenciální nebezpečí, že se dostanou do nepovolaných rukou, je samozřejmě velmi nežádoucí a je třeba mu maximálně předcházet.

### Extranet jako ochrana

V době papírů byste nedovolili vynést některé smlouvy, dokumenty či strategické plány třeba jen z kanceláře vedení. Skladování bylo omezeno na několikrát chráněné bezpečností sejfy a ponechat takové dokumenty položené na stole, třebaže zamčené kanceláři, bylo hrubým porušením předpisů. Mimo určené čtyři zdi se mohly dostat pouze jasně dané informace.

Je pochopitelné, že stejné požadavky a postupy musejí být nekompromisně aplikovány i v internetové době. Intranet je proto obvykle uzavřen na vnitřní síti společnosti a jakýkoliv přístup z vnějšího prostředí, z internetu, je velmi omezen nebo zcela znemožněn. K informacím zde uloženým se nedá dostat odnikud mimo společnost.

Jak ale umožnit přístup k podstatným informacím detašovaným pracovištím či firemním pobočkám? Jak komunikovat s obchodními partnery, s dealery či s výrobními závody? A hlavně jak si při tom zachovat komfort webové intranetové aplikace? Pouštět externí uživatele do intranetu není vhodné, protože je z bezpečnostních důvodů odstříhnout od vnějšího světa. A používáním běžných komunikačních nástrojů, jako je zasílání dokumentů emailem, zasílání novinek komunikačními nástroji nebo dojednávání po telefonu, ztratíte velkou část kontroly a efektivitu. Právě zde nastupuje Extranet.

Extranet vnímáme jako bránu, přes kterou společnost komunikuje s pobočkami, externími zaměstnanci či dealery, kteří jsou ale organizačně, obchodně nebo místně mimo centrálu společnosti, a není jim proto možné poskytnout přístup do intranetové zabezpečené sítě. Je to také pracovní prostor pro online spolupráci, předávání souborů, informací, a obecně obsahu, který má být zabezpečený a cílený, ale zároveň i aktuální a snadno k dohledání.

Další samostatnou oblastí jsou Extranetové aplikace, které dávají použití extranetu další rozměr. Umožní dealerům a partnerům využívat pro ně vytvořené prostředí, které jim může pomoci s vlastní operativou, s využitím centrálně řízených podkladů a snadné propojení na Intranet pro rychlou spolupráci.

### Zabezpečení a cílení

Extranet samozřejmě také musí být zabezpečený. I zde zveřejněné informace a dokumenty mají jasně daná pravidla, kdo k nim smí mít přístup. Nejde stále o internet, kde mohou všichni vidět vše. Každý uživatel musí vidět pouze informace určené právě jemu. Pobočky společnosti, „franšízy“ či dealeři mohou být v mnoha případech konkurenti a informace o jiných pobočkách či dealerech jsou proto

velmi cenné. Nedostatečné zajištění oprávnění v tomto směru může mít proto v prostředí Extranetu mnohem závažnější důsledky než třeba v rámci Intranetu.

Informace zveřejňované na extranetu musí být spolehlivě cílené, ať už podle seskupujících parametrů jako kraj, divize, oblast podnikání, typu obchodního vztahu, nebo zcela konkrétně na jednu pobočku, obchodního partnera, či dealera. I v rámci pobočky či dealera pak musí poskytovat podrobnější cílení na úroveň zaměstnance a rozlišit například vedení společnosti od řadového prodejce.

Kvalitně provedené cílení pak umožní sdílet například statistiku obchodu se všemi partnery, novou kampaň jen s partnery prodávajícími daný produkt, či pozvánku na oslavu výročí jen pro vedení partnerů.

### [Pár příkladů z praxe](#)

#### [Cestovní kancelář s delegáty](#)

Dobrým příkladem pro využití Extranetu může být například cestovní kancelář. Sídlo společnosti, které plánuje budoucí vývoj, rozhoduje o tom současném a řeší již proběhlé zájezdy a pobyty, sídlí například v Praze a pro všechny tyto úkony využívá Intranet. Po celém světě ve svých destinacích ale zaměstnává desítky delegátů. A umožnit přístup do Intranetu z celého světa je velké bezpečnostní riziko.

Na Extranetu pro ně vytvořeném proto mají přístup k informacím o pobytech, zájezdech a klientech jen v jejich okolí, ale na informace o ostatních destinacích nemají přístup. Mají zde také možnost komunikace s centrálou o reklamacích, ohlasech či situacích, ale zpracování těchto informací a rozhodování probíhá až v zabezpečeném intranetu na centrále.

#### [Velkoobchodní společnost s dealerskou sítí](#)

Nejobvyklejší použití Extranetu najdeme u výrobních nebo velkoobchodních společností komunikujících se svou sítí dealerů. Taková společnost poskytuje svým maloobchodním prodejcům marketingové materiály, fotodokumentaci, technické dokumentace a další reklamní materiály. Zároveň musí nabídnout prodejní a servisní smlouvy, ceníky, reporty a statistiky, které jsou specifické pro každé dealerství. A takové dokumenty jsou příliš důležité, aby se jen posílaly mailem. Musí být pro dealera vždy přehledně dostupné a aktuální.

Materiály vytvořené na Intranetu se proto v konečné verzi publikují do Extranetu, kde jsou dostupné a zacílené na konkrétní dealerství a role v dealerství. Dealeři zde mají zároveň prostor pro zaslání svých požadavků pro obchodní oblast i operativu.

### [Jak tedy Extranet vytvořit?](#)

Portál Extranet je možné navrhnout například na platformě MS SharePoint. Ten systém umožňuje trvalý přístup odkudkoliv, kdykoliv, i z mobilního telefonu. Zaručuje integritu dat a je dobře chráněn před neoprávněnými vstupy. Veškeré soubory a další informace jsou uživatelům přístupné s nastavením přístupových práv. Uživatelé pak mohou k jednotlivým funkcím a datům přistupovat na základě své roli v dané aplikaci.

S použitím platformy MS SharePoint vytvoříme hlavní webovou aplikaci, která je společným portálem pro všechny uživatele a společnosti, se kterými chceme tímto způsobem komunikovat. Portál může obsahovat kalendář, oznámení, galerii obrázků, a tak dále.

Poté vytvoříme podřízené weby pro jednotlivé společnosti. I ty mohou obsahovat oznámení, kalendář, a navíc knihovny dokumentů určené pro danou společnost. V nastavení oprávnění webu určíme, že žádná jiná společnost se na tyto informace nedostane. Dále nastavíme uživatelské skupiny pro jednotlivé role v partnerské společnosti a oprávnění na jednotlivé knihovny a seznamy pomocí těchto skupin. Pak už zbývá jen nastavit řešení, které budou dokumenty vytvořené na Intranetu a nastavené k publikaci. Dokumenty se zkopíruje na Extranet do webů příslušných, nastaví se jim případně další specifická oprávnění, a automatickým upozorněním zašleme uživatelům informaci, že je k dispozici nový dokument.

Asi si kladete otázku, jak zajistit správu uživatelů a jejich oprávnění? Přeci jen společnost může mít desítky poboček nebo partnerů. Spravovat všechna oprávnění na weby a knihovny manuálně bude vždy velmi náročné, i při zjednodušení použitím členství ve skupinách podle rolí. Jedním z řešení může být doménový kontroler, ale ten je ne vždy dostupný a vhodný. Pak zůstává jen modulární řešení pro správu uživatelů, například RUP vyvinutý naší společností.

### Různé pohledy na Extranet

Samozřejmě každá společnost může mít jiný pohled na své pobočky, partnery, dealery či dodavatele, a z toho vychází i různé návrhy Extranetu. Pro někoho může být přehlednější vybudovat pouze portál Extranetu, sdílený pro všechny účastníky. Například nadnárodní společnosti bude vyhovovat více portálů pro každou společnost, kvůli přizpůsobení danému státu. Některé firmy budou potřebovat pouze řízeně sdílet dokumenty se svými partnery a jiné budou naopak vyžadovat živý portál s možnostmi plné komunikace a aktivním řešením různých obchodních požadavků.

Proto je nutné vždy přesně rozmyslet, co se od Extranetu, nejen z pohledu aktuálních potřeb, ale i s ohledem na budoucí vývoj a vyhledat pro tvorbu portálu Extranet takového IT dodavatele, který bude vědět, jak nejlépe dosáhnout splnění individuálních požadavků s použitím kvalitní konfigurovatelné platformy, předpřipravených řešení a modulárních celků a až v poslední řadě zakázkového vývoje specifických modulů.

Podstatné ale vždy bude, aby byl Extranet přehledný a snadný k ovládní pro všechny uživatele a aby spolehlivě splňoval veškeré požadavky na nutnost a cílení informací.

### Roadshow – semináře a workshopy

Toto zajímavé téma, ale i další, budou předmětem série seminářů a workshopů, kde Vás EMRIS blíže seznámí nejen se svou prací a platformou SharePoint. Součástí bude i zajímavý doprovodný program. Připravte se na diskusi nad problémy a úskalími, se kterými se potýkáte a v případě, že zvažujete zavést tuto platformu, seznámíme Vás s ní. Nabídneme Vám informace pro kvalifikovaná rozhodnutí o jejím nasazení. Počet míst bude omezen, takže v případě zájmu, tento nezapomeňte potvrdit odpovědí na pozvánku, kterou již brzy naleznete na [www.emris.cz](http://www.emris.cz). Více o seminářích a workshopech EMRIS na: <https://www.emris.cz/pub/Stranky/seminare-a-workshopy.aspx>

Pavel Pech, Jana Seidlová ze společnosti EMRIS, spol. s r.o.

**Společnost EMRIS, spol. s r.o., je certifikovaným partnerem firmy Microsoft (Microsoft Certified Partner) pro oblast Collaboration and Content. Její hlavní oblasti činností jsou, intranetové a extranetové portály, ECM (podpora správy dokumentů a obsahu, řízení pracovních postupů a procesů a řízení a podpora spolupráce), vyhledávání a Business Intelligence systémy (systémy pro podporu rozhodování). Pohybuje se na trhu informačních technologií již od roku 2003. Každý zákazník je pro ní jedinečný a záleží jí na jeho růstu a úspěších, neboť díky němu roste i ona sama.**