

Efektywna prezentacja dla biznesu: oferta, teaser inwestycyjny, prototyp i wizualizacja dla specjalizacji technologie w rolnictwie oraz pozostałe przyrodnicze

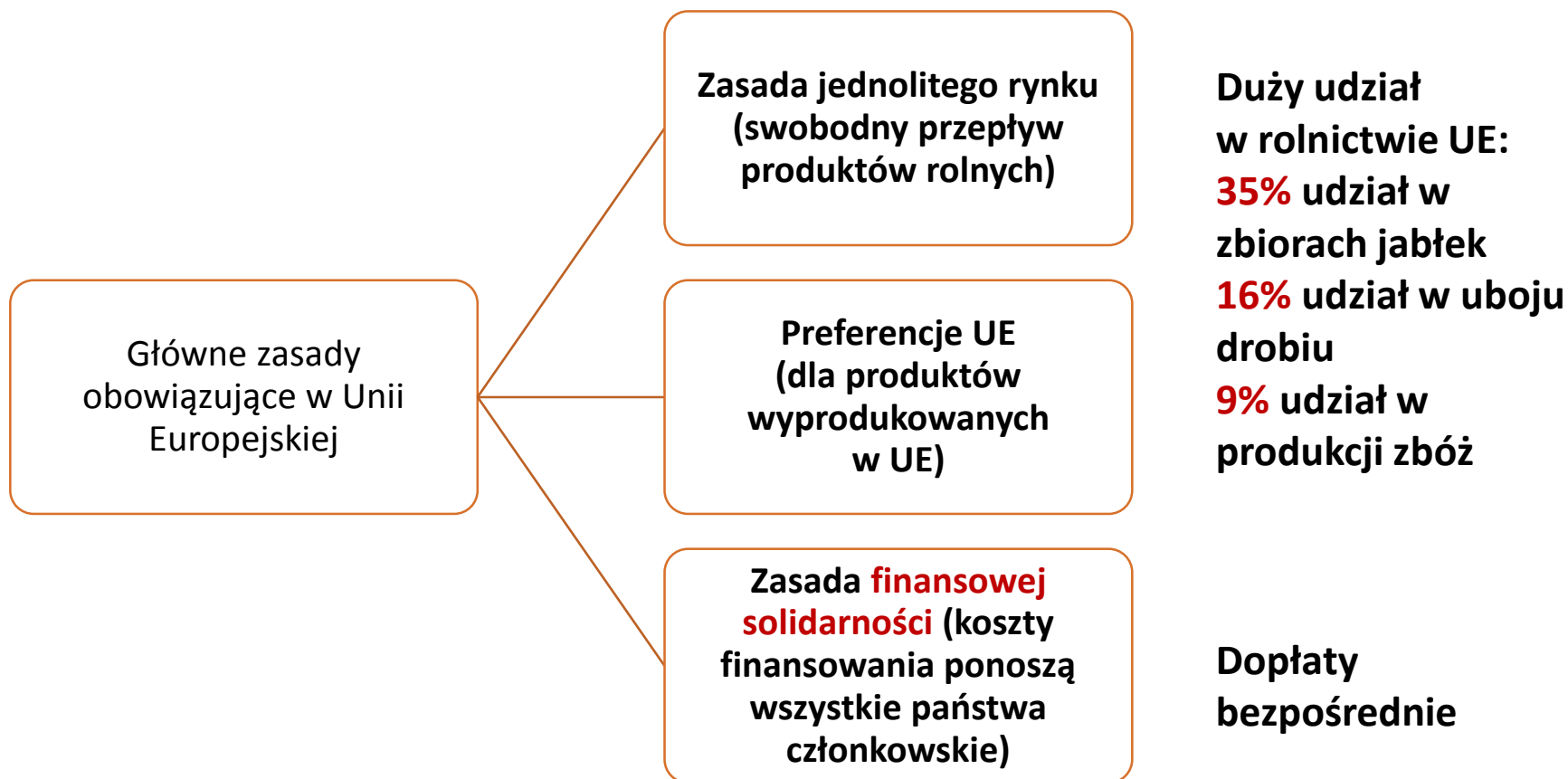
Zbigniew Krzewiński

Poznań, 24 maja 2017 r.

Plan sesji coachingowej

- **Polityka UE i oferta technologiczna – uwarunkowania formalne i prawne, adresat, forma i zakres**
- **Strategia komunikacji – *briefing* i główne elementy, przykłady z inżynierii/ochrony środowiska i gospodarki odpadami**
- **Ścieżka komercjalizacji i różnicowanie strategii, zmiana tzw. targetu w praktyce**
- ***Teaser* inwestycyjny – jego funkcja i praktyczne znaczenie, prototyp i wizualizacja**
- **Prezentacja oferty a poziom gotowości (TRL)**

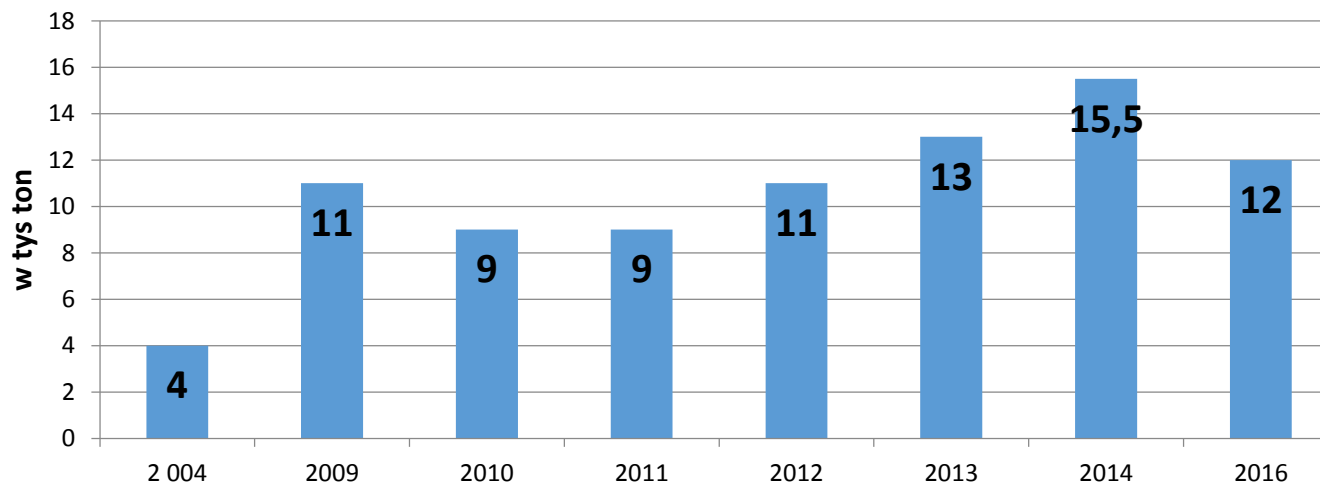
Polityka UE – główne zasady: podsumowanie



Opracowanie własne na podstawie dokumentów UE

Rywalizacja na rynku globalnym – case study

Zbiory borówki wysokiej w Polsce w latach 2004 - 2016



Źródło: Rynek owoców w Polsce, Agencja Rynku Rolnego, 2014, http://www.arr.gov.pl/data/00321/rynek_owocow2014_pl.pdf,
<http://www.konferencjaborowkowa.pl/produkcja-borowki-swiecie-2016-roku/>

„Niebywałe zwiększenie potencjału produkcyjnego było efektem zakładania bardziej intensywnych plantacji, optymalnie nawadnianych i często prowadzonych pod osłonami (...) wzrost plonowania plantacji młodych (...)”

Dr inż. Krzysztof Zmarlicki, dr inż. Piotr Brzozowski – Instytut Ogrodnictwa, Skierniewice: Ważne w produkcji i konsumpcji borówek, 2016; www.jagodnik.pl artykuł dostępny pod adresem: http://www.inhort.pl/files/program_wieloletni/PW_2015_2020_IO/spr_2016/5.1_2016_artykul.pdf

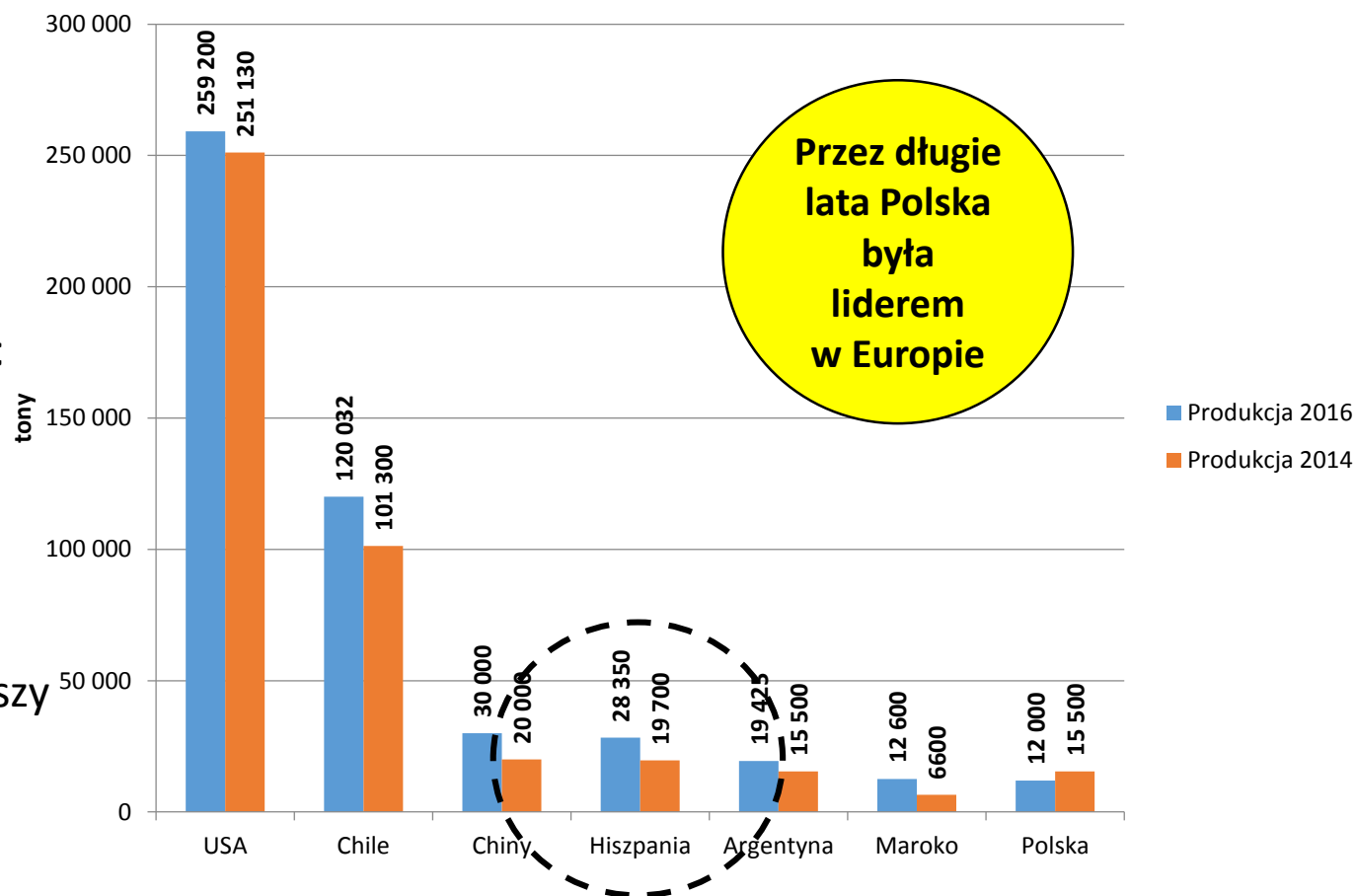
Rywalizacja na rynku globalnym – case study

Najwięksi producenci borówki na świecie

Automatyzacja
produkcji (USA):
wielkość
gospodarstw
kombajny (koszt
ok. 100k USD)

Chile – kapitał
amerykański

Hiszpania – dłuższy
okres wegetacji



Źródło: <http://www.konferencjaborowkowa.pl/produkcja-borowki-swiecie-2016-roku/>

Skala powoduje zmianę problemu badawczego

- **Problemy: duże rozproszenie produkcji – dominują plantacje 1-3 ha – niewiele jest większych upraw**
- **Sprawdzone odmiany: Duke, Chandler i Aurora – rzadko zakłada się plantacje w oparciu o nowe odmiany**
- **Stosunkowo niewielka automatyzacja produkcji – bardzo drogie umaszynowanie**
- **Stosunkowo krótki okres wegetacji**



Potencjał
wzrostu

Źródła: P. Milewski: Lider produkcji borówki to Hiszpania; artykuł dostępny na: Inżynieria środowiska/Gospodarka odpadami/Ochrona środowiska oraz Dr inż. Krzysztof Zmarlicki, dr inż. Piotr Brzozowski – Instytut Ogrodnictwa, Skierniewice: Ważne w produkcji i konsumpcji borówek, 2016; www.jagodnik.pl artykuł dostępny pod adresem: http://www.inhort.pl/files/program_wieloletni/PW_2015_2020_IO/spr_2016/5.1_2016_artykul.pdf

Inne (przykładowe) obszary badawcze

Środki ochrony roślin – nawozy i adiuwanty, technika

produkcja zwierzęca – zabezpieczenie, monitoring

transport i dystrybucja
owoców i warzyw

opakowania, ekspozycja

nowe odmiany



Wynik badań

Dobro intelektualne + know-how

Oferta technologiczna - uwarunkowania

Oświadczenie woli zmierzające do zawarcia umowy złożone drugiej stronie (stronom), która może je przyjąć (i zawrzeć umowę) lub odrzucić.

Oświadczenie powinno zawierać ***warunki zawarcia tej umowy***

Źródło: Art. 66 i 71 Kodeksu Cywilnego

Oferta technologiczna - uwarunkowania

Składający ofertę (**Oferent**) jest nią związany, czyli adresat oferty (**Oblat**) może poprzez jej przyjęcie doprowadzić do zawarcia umowy na warunkach określonych w ofercie.

Oferta powinna zawierać **istotne postanowienia umowy** i może być przekazana w formie: pisemnej, ustnej, za pomocą środka bezpośredniego porozumiewania się na odległość lub w formie elektronicznej.

Źródło: Art. 66 i 71 Kodeksu Cywilnego



**Przykład:
adjuwant
dodatek
do środka
ochrony
roślin**

**286 mln
USD**

**Koszt
wprowadzenia
nowego ŚOR w
latach 2010-2014**

Opracowanie własne na bazie business model canvas i strategizer.com

Co rzeczywiście skłania naszego klienta do zakupu?

Źródło danych nt. ŚOR: Ph. McDougall; The cost of new agrochemical product discovery development and registration in 1995, 2000, 2005-8 and 2010 to 2014. March 2016

Adresat oferty – mapa empatii



Co widzi?

Co mówi?

Co robi?

Co myśli?

Co słyszy?

Co czuje?

Obserwacje

Co widzi?

- **Nasz uniwersytet to jedna z kilku jednostek badawczych w danej specjalizacji – niezbędna wiedza dotycząca barier wejścia**
- **Technologie mogą być postrzegane jako rozwiązania na wczesnym etapie lub niedopracowane**
- **Obserwuje zachowanie konkurencji**
- **Obserwuje trendy na rynkach globalnych**

**Wniosek:
nasza technologia
oceniana będzie
nie tylko przez
pryzmat informacji,
które podamy**

Obserwacje

- Jest to często oficjalne stanowisko
- Deklaracje mogą nie mieć charakteru wiążącego
- Często jest to element negocjacji
- Deklaracje wstępne, deklaracje wiążące

**Wniosek:
odnotujemy, ale
nie przywiązuje
się do deklaracji**

Co mówi?

Obserwacje

- **Warto zbierać informacje o potencjalnych kontrahentach**
- **Na początek mogą wystarczyć dane dostępne w sieci**
- **Plany dotyczące wycofania niektórych ŚOR z rynku**
- **Nowe inwestycje**

**Wniosek:
każda informacja
może być
istotna**

Jak się zachowuje?

Hipotezy



Rzeczy-
wiste
interesy

- To z reguły wnioski na bazie obserwacji
- Interesy poszczególnych osób mogą być różne od interesów reprezentowanej organizacji
- Rola B+R w firmie

Hipotezy

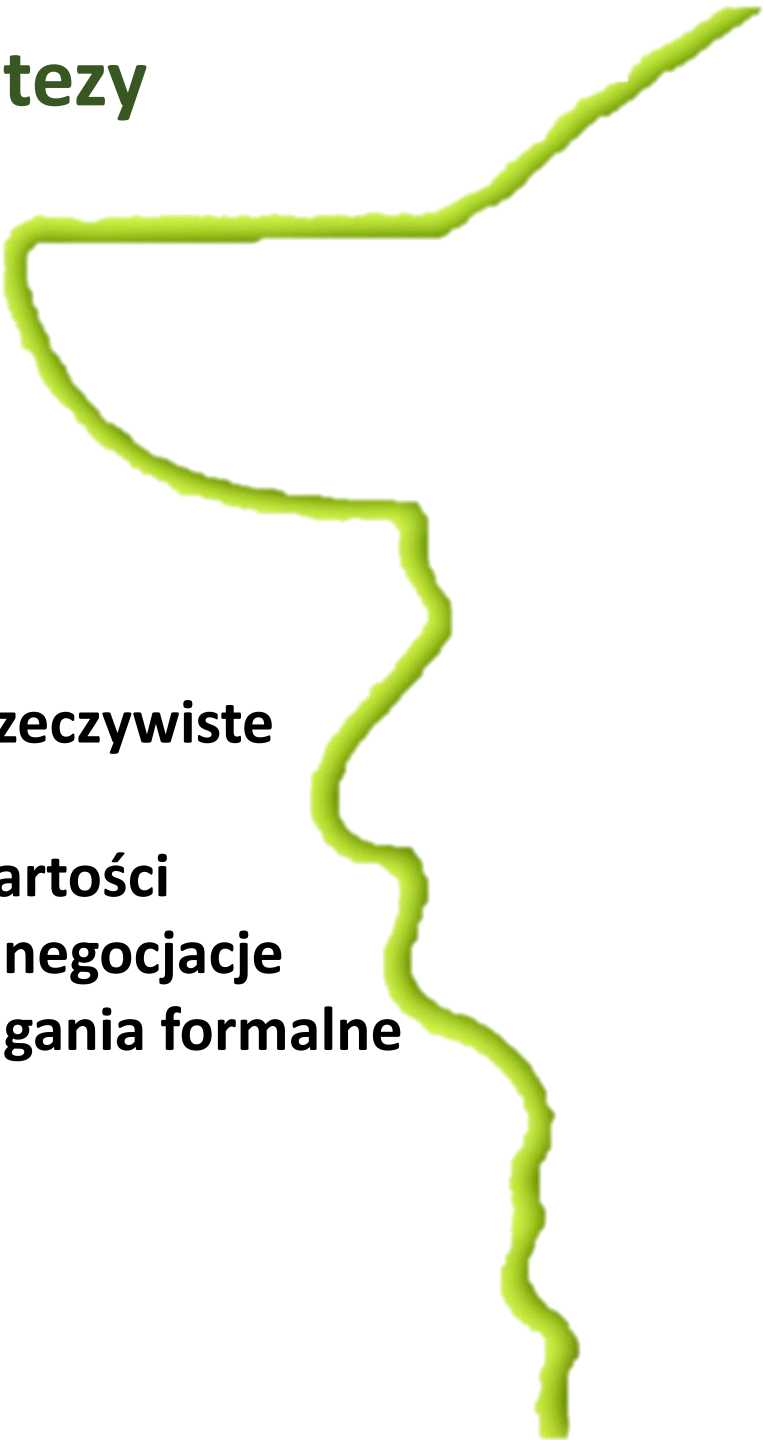
- **Co mówią współpracownicy, najbliższe osoby, środowisko, branża**
- **Jakie z tych opinii mogą mieć wpływ na zakup technologii i wdrożenie**
- **Relacja biznes-nauka**



**Opinia
środowiska**

Hipotezy

- **Misja firmy i jej rzeczywiste działania**
- **Osobiste cele i wartości przedstawicieli – negocjacje**
- **Wartości a wymagania formalne**



**Wartości
istotne
dla
klienta**

Mapa empatii – schemat - canvas (ćwiczenie)

Adresat oferty

Co widzi?	Co myśli?
Co mówi?	Co słyszy?
Co robi?	Co czuje?

Zaproszenie do zawarcia umowy

Treść oferty powinna wyraźnie wskazywać, że oświadczenie zawiera ofertę

Ogłoszenia, reklamy i cenniki można odczytać nie jako oferty, a zaproszenie do zawarcia umowy

Aby takie oświadczenie było traktowane jako oferta należy zawrzeć **istotne warunki umowy kupna-sprzedaży**

Źródło: Art. 71 Kodeksu Cywilnego

Główne elementy oferty technologicznej

- Opis ogólny rozwiązania (bez podawania
- istotnych szczegółów) – **ASYSTA** (WDROŻENIOWA)
TWÓRCÓW
- Sposób ochrony (nr PWP, ogólna informacja o kluczowych elementach stanowiących know-how)
- Główne zalety, korzyści, wartości dodane (scenariusze zastosowań)
- Referencje (partnerzy)
- Stopień zaawansowania (TRL)
- Forma współpracy (ścieżka komercjalizacji)
- Zarządzanie katalogiem – słowa kluczowe, inne kryteria

Opis technologii - stopniowanie

Moduły – ograniczony dostęp do pełnych informacji

Uwaga na ryzyko przy badaniach terenowych!



Umowy NDA – każde udostępnienie na zewnątrz

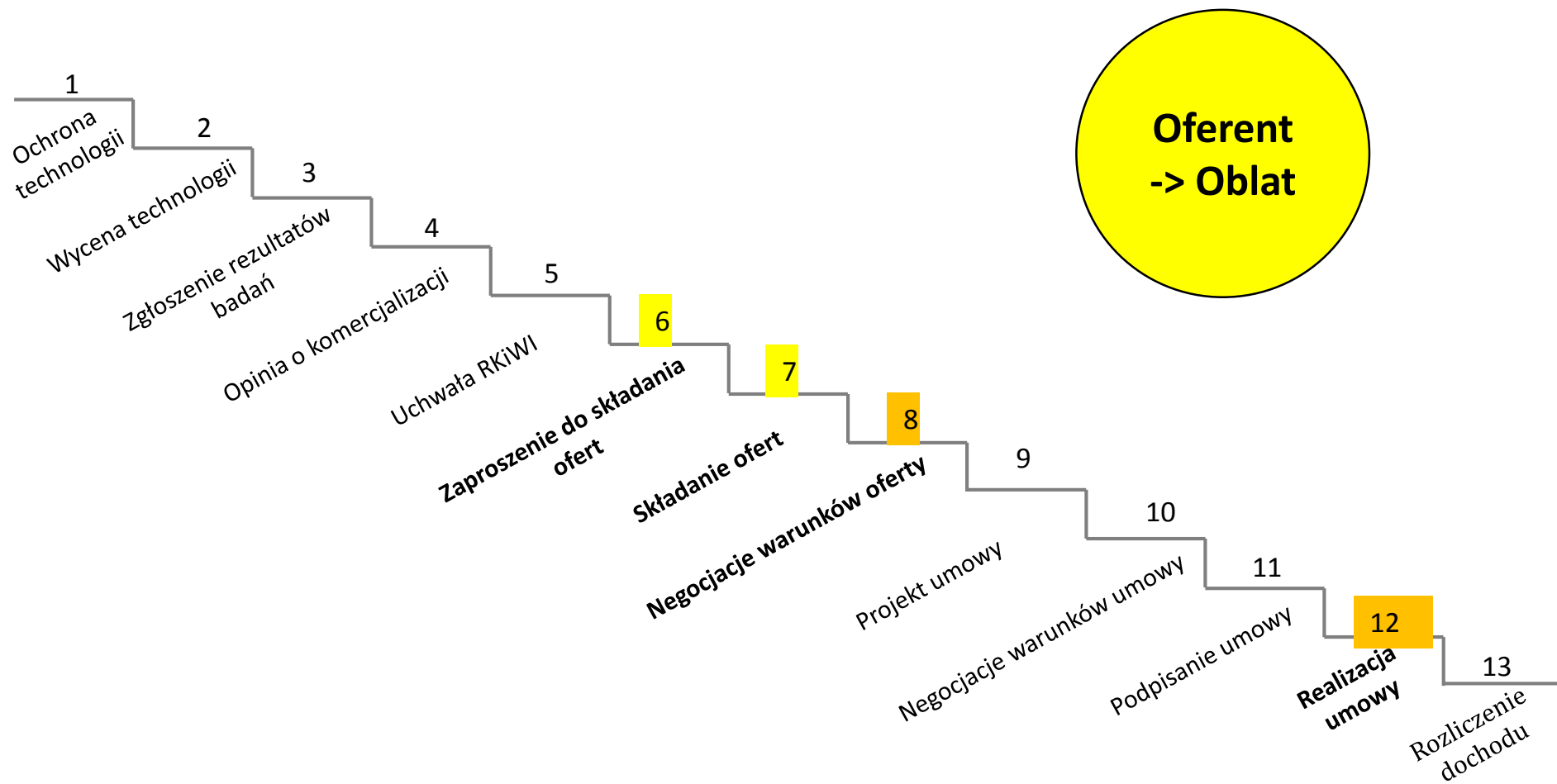
Oferta -> Negocjacje -> Umowa

Fot: freeimages.com

Współpraca z Centrum Transferu Technologii

- **Success Stories** – pierwsze sukcesy w komercjalizacji technologii z zakresu meblarstwa
- Warunki niezbędne, które przyczyniły się do sukcesu
- Konstrukcja oferty
- Negocjacje warunków umowy – wsparcie merytoryczne
- Przebieg procesu komercjalizacji – **rola działań wspierających – ASYSTA TECHNOLOGICZNA**

Zaproszenie do składania ofert



Źródło: Opracowane na podstawie danych CiITT UP

Katalog ofert – przynęta dla kontrahenta

Negocjacje warunków umowy

- Dopasowanie do kontrahenta (infrastruktura, design)
- **Świadomość potrzeb kontrahenta – rzeczywisty problem, koszt wdrożenia i faktyczna korzyść**
- Oszacowanie zakresu dalszych niezbędnych prac rozwojowych
- Asysta wdrożeniowa (know-how towarzyszące technologii)

Źródło: Opracowane na podstawie danych CiITT UP

...ale liczymy na „grubą rybę”

**Nowa
techno-
logia**

Stopniowalność w komercjalizacji



Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 12 grudnia 2016 r. w sprawie przyznawania kategorii naukowej jednostkom naukowym i uczelniom, w których zgodnie z ich statutami nie wyodrębniono podstawowych jednostek organizacyjnych (Dz.U. z 2016 roku poz. 2154)

Przedmiot oferty: dobro intelektualne

- Monopol prawny, know-how oraz asysta techniczna
- **Stopniowalność** w dostępie do informacji poufnych – umowy NDA (*Non-disclosure agreements*)
- Zaproszenie do współpracy wdrożeniowej (asysta)
- Aktywacja w bilansie i jej konsekwencje
- Niejednoznaczne przepisy w stosunku do „małej ustawy o innowacyjności”

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: ustawy z 16 grudnia 2016 o zarządzaniu mieniem państwowym, Dz.U. z 30.12.2016 poz. 2259) oraz Ustawa z 16 grudnia 2016 r. Przepisy wprowadzające ustawę o zasadach zarządzania mieniem państwowym, Dz. U. z 30 grudnia 2016 poz. 2260.

Brief kreatywny

Oryginalny, **krótki opis pomysłu** na komunikację z daną grupą docelową. Nie jest to jednak zestaw szczegółowych instrukcji, tylko **szkic możliwych działań**

Całość komunikatu



**Istotne treści
z punktu widzenia
grupy docelowej**

Waga briefu w komunikacji

- **Oczekiwania klienta**
- **Strategia pracy: wyzwanie, efekt i budżet**
- **Mapa drogowa – podstawa do realizacji zlecenia**
- **Podstawa do rozliczenia przyjętych zadań**
- **Wartości towarzyszące danej marce**
- **Wyróżniki emocjonalne**

Komunikat

- **Treść – slogan oddający istotę rozwiązania**
- **Pokusa pójścia za językiem naukowym w komunikacji marketingowej**
- **Najtrudniej wymyśleć prosty i zrozumiały przekaz**
- ***Twitting your technology***

Krótką forma komunikatu

- **Specjalizacja vs. uniwersalizm**
- **Percepcja zwykłego czytelnika**
- **Komunikaty alternatywne:**
 - Opakowanie biodegradowalne
 - ...
 - Opakowanie bezpieczne dla środowiska

B2G -> B2B
B2B -> B2C
CORP -> SME



Zmiana modelu biznesowego

- Zmiana **interfejsu zamówień** – NOWY ODBIORCA
- Potencjalne zmiany parametrów dotyczące **wartości dodanej** technologii
- W konsekwencji może zmienić się wartość technologii, związana ze zmianą kontekstu wdrożenia danego dobra intelektualnego

Zmiana modelu B2G -> B2B

- **B2G:** duże firmy państwowe, które obowiązuje procedura zamówień publicznych – jako klient licencji, ale również jako klient na produkt/usługę
- **B2B:** sprzedaż licencji firmom, produkt gotowy: sprzedaż produktu/usługi kolejnym przedsiębiorcom

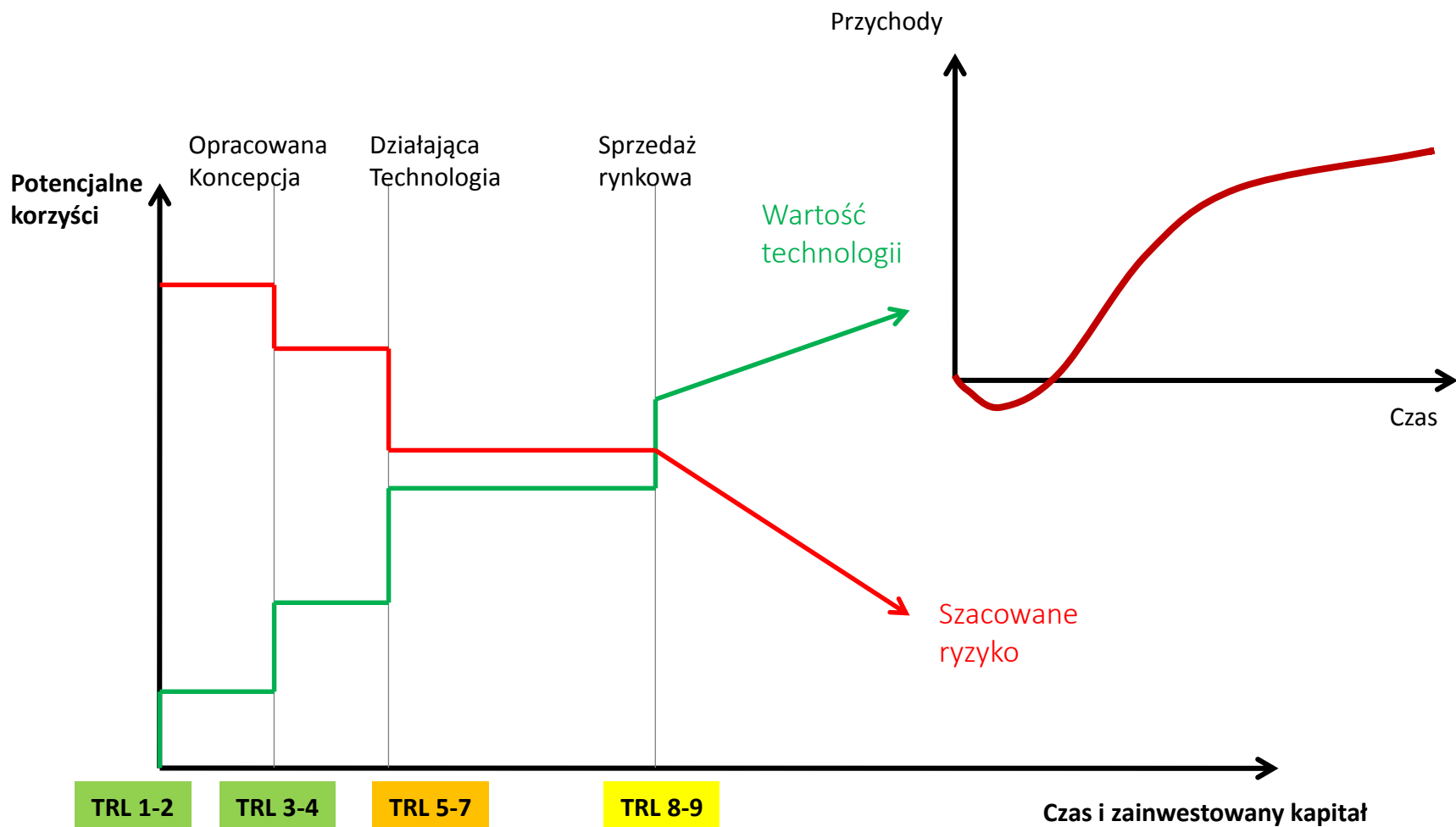
Zmiana modelu B2B -> B2C

- **B2B:** sprzedaż licencji firmom, produkt gotowy: sprzedaż produktu/usługi kolejnym przedsiębiorcom – praca edukacyjna w danej branży w związku ze zmianą technologiczną
- **B2C:** rynek konsumencki, licencje mogą kupować osoby fizyczne (oprogramowanie, upowszechnianie rozwiązań w modelu freemium), produkty gotowe/usługi mogą kupować osoby fizyczne

Zmiana modelu CORP -> SME

- **CORP**: duża firma, skomplikowany i wydłużony proces decyzyjny
- **SME**: małe i średnie firmy, bardziej dynamiczne, łatwiejszy proces podejmowania decyzji
- *Dużo większą skłonność do ryzyka w praktyce mają SME*

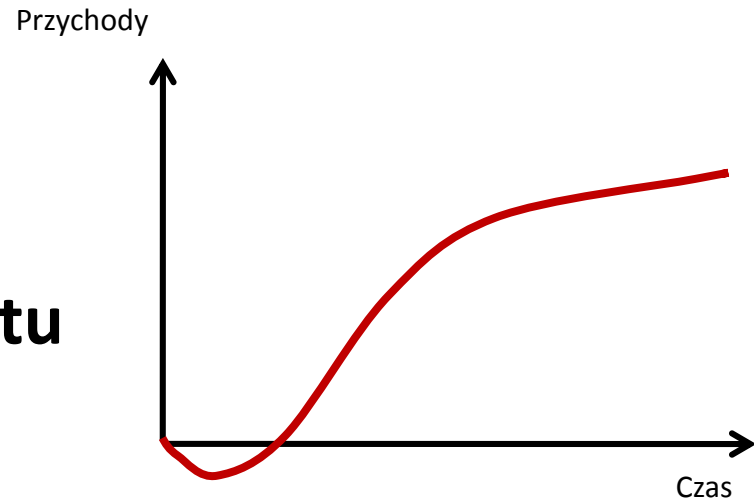
Wartość technologii dla inwestora



Źródło: Koncepcja Vinod a Khosli opracowane na podstawie danych firmy CoWinners Sp. z o.o.

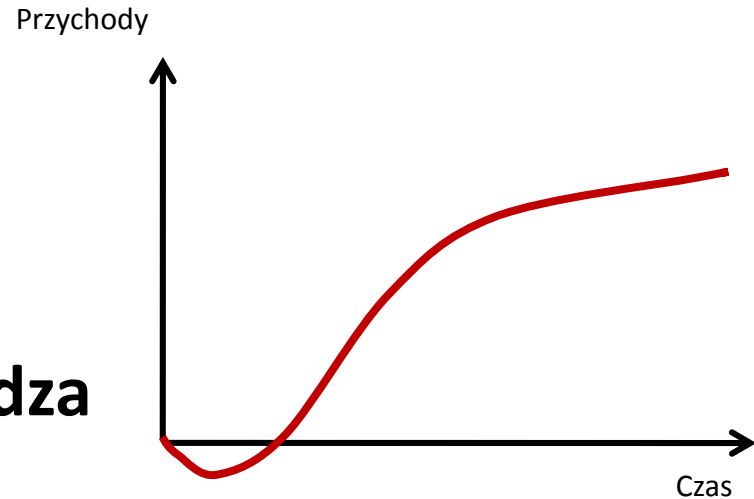
Oferta dla inwestora w fazie „seed”

- Perspektywa rozwoju produktu
- **Break even point** w praktyce
- Spodziewana, a rzeczywista wysokość nakładów inwestycyjnych
- **Checkpointing** i transze inwestycyjne

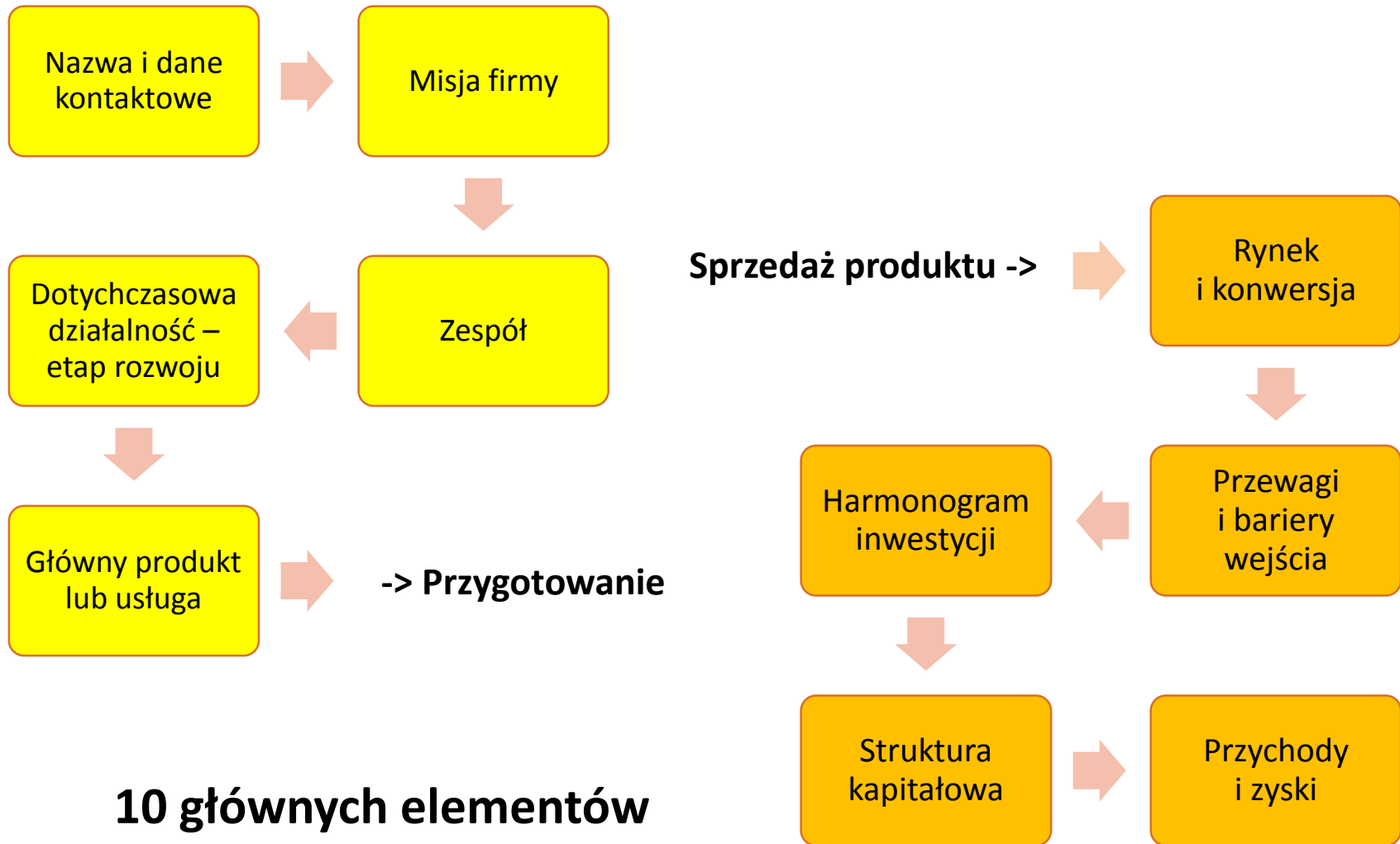


Współpraca z inwestorem

- **Zespół** – doświadczenie i wiedza
- Pokonanie **bariery wejścia**
- Zbudowanie przewag konkurencyjnych
- Pokonanie **bariery rozwoju**
- Rzeczywista szansa na **efekt skali**



Teaser inwestycyjny



10 głównych elementów

Teaser inwestycyjny - istota

- Alternatywa dla biznes planu, ukazująca najważniejsze dla inwestora elementy
- Musi w sposób wiarygodny, w zwartej formie wykazać jak bardzo dobrze przygotowany **zespół** pokonana istniejące **bariery wejścia** oraz **bariery skali** budując skuteczną i trwałą **przewagę konkurencyjną**

Oferta technologiczna a TRL

Technology Readiness Levels - TRL

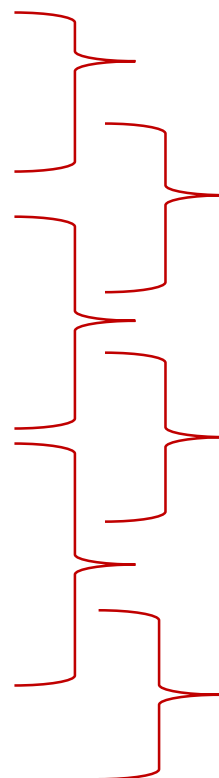
Jakie prace rozwojowe należy wykonać?

Level1	Podstawowe zasady zostały zaobserwowane i odnotowane
Level2	Sformułowano koncepcję technologii i/lub jej zastosowanie
Level3	Analityczne i eksperymentalne sprawdzenie krytycznych elementów koncepcji lub/i dokładna charakterystyka sposobu ich sprawdzenia
Level4	Walidacja części lub/i makiety w środowisku laboratoryjnym
Level5	Walidacja części lub/i makiety w warunkach zbliżonych do rzeczywistych
Level6	Demonstracja systemu, modelu podsystemu lub prototypu w warunkach zbliżonych do rzeczywistych (na ziemi lub w przestrzeni)
Level7	Demonstracja prototypu systemu w warunkach operacyjnych
Level8	Rzeczywisty system ukończony i (lot) zakwalifikowany do testów naziemnych i w przestrzeni
Level9	Rzeczywisty system (lot) potwierdzony poprzez udane działania w ramach misji

Źródło: Opracowanie firmy CoWinners Sp. z o.o. na podstawie NASA, ESA, EC.

Elastyczność modelu TRL

Jakie prace rozwojowe należy wykonać?



Badania podstawowe

Wykazanie wykonalności

Rozwój technologii

Wizualizacja technologii

Rozwój docelowego rozwiązania

Testy, uruchomienie i działanie

Co mamy?

Wyniki badań – dobra intelektualne lub/i know—how

...

Zebrane informacje i obserwacje nt. kontrahentów

Brief – założenia dotyczące komunikacji

Teaser – założenia dotyczące wdrożenia (BP)

Prototyp w naukach przyrodniczych i rolniczych

- **PUNKT WYJŚCIA** – problem praktyczny w możliwie dużej skali – np. zabezpieczenie produktów rolnych, wsparcie produkcji zwierzęcej (urządzenie, algorytm), nowa substancja chemiczna (np. adiuwant)
- **Możliwe zastosowania nowego rozwiązania – WIZUALIZACJA**
- **Parametry techniczne nowego rozwiązania**
- **Możliwa skalowalność – wykonalność i produkcja**

Co potrzebujemy?



Fot: freeimages.com

- Specyfikacja działań dotyczących sprawdzenia działania prototypu (wizualizacji, demo) w praktyce
- **Przygotowania produktu docelowego – jego wizja i/lub wizualizacja**
- Planowanie efektu rynkowego wdrożenia

Oferta technologiczna a TRL

- Określenie poziomu TRL: w meblarstwie najczęściej: **3-7** wraz z wyjaśnieniem opisowym
- Opisowe wyjaśnienie jak ma się poziom TRL do niezbędnych prac rozwojowych tj. odniesienie się do:
 - Wizualizacji technologii
 - Docelowe **scenariusze zastosowań**
 - Testy i niezbędne weryfikacje
 - Uwarunkowania (np. bariera wejścia – tj. w przypadku ŚOR)

Rola naukowca w ofertowaniu

- **Przygotowanie podstawowych informacji do oferty technologicznej**
- **Czuwanie nad odpowiednim zabezpieczeniem dobra intelektualnego - poufność**
- **Myślenie kategoriami odbiorcy docelowego**
- **Współpraca z Centrum Transferu Technologii nad właściwym określeniem luki kompetencyjnej**

Dziękuję za uwagę!

Centrum Innowacji i Transferu Technologii Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu

ul. Wojska Polskiego 52 ,60-627 Poznań

tel. (0) 61 846 62 65

tel. +48 571-445-754

email: inncom@up.poznan.pl

www: ciitt.up.poznan.pl

