

Efektywna prezentacja dla biznesu: oferta, teaser inwestycyjny, prototyp i wizualizacja dla specjalizacji biotechnologia

Zbigniew Krzewiński

Poznań, 4 kwietnia 2017 r.

Plan sesji coachingowej

- **Oferta technologiczna – uwarunkowania formalne i prawne, adresat, forma i zakres**
- **Strategia komunikacji – *briefing* i główne elementy, przykłady z biotechnologii**
- **Ścieżka komercjalizacji i zróżnicowanie strategii, zmiana tzw. targetu w praktyce**
- ***Teaser* inwestycyjny – jego funkcja i praktyczne znaczenie, prototyp i wizualizacja**
- **Prezentacja oferty a poziom gotowości technologicznej**

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



**Niszowe
Rozwiązanie:
zabezpieczenie
żywności
(przeciwko
*Listeria
monocytogenes*)**

Co rzeczywiście skłania naszego klienta do zakupu?

Przykłady z dziedziny biotechnologii

- Dostępne w Internecie katalogi ofert innych jednostek badawczych:

EARLY STAGE TECHNOLOGIES

- Uwarunkowania, w ramach których jesteśmy gotowi zaakceptować ofertę sprzedającego
- Weryfikacja biotechnologii w warunkach zbliżonych do rzeczywistych
- Skala produkcji i jej wykonalność

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**
- **Technologie mogą być postrzegane jako rozwiązania na wczesnym etapie**
- **Obserwuje zachowanie konkurencji**
- **Obserwuje trendy na rynkach globalnych**

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

Obserwacje

- **Warto zbierać informacje o potencjalnych kontrahentach**
- **Na początek mogą wystarczyć dane dostępne w sieci**
- **Plany dotyczące rozwoju produkcji**

**Wniosek:
każda informacja
może być
istotna**



Hipotezy



Rzeczy-
wiste
interesy

- To z reguły wnioski na bazie obserwacji
- Interesy poszczególnych osób mogą być różne od interesów reprezentowanej organizacji

Hipotezy

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



**Opinia
środowiska**

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

Katalog ofert – przynęta dla kontrahenta

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

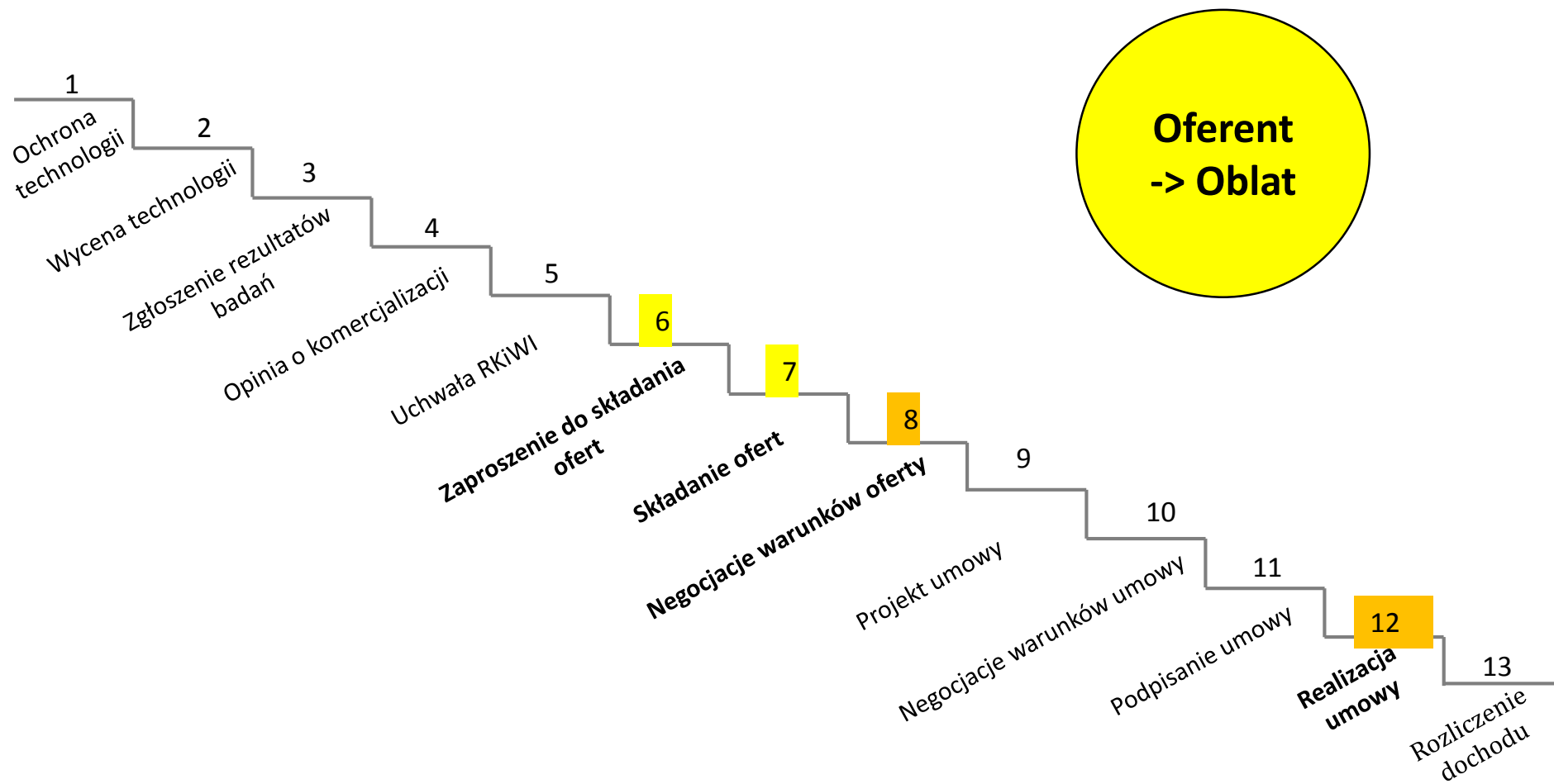
Opis technologii - stopniowanie

- **Znajomość wszystkich szczegółów – BEZWZGLĘDNA POUFNOŚĆ**
- **Prace operacyjne – personel – znajomość jedynie poszczególnych modułów**
- **Umowy NDA – w tym również z kontrahentami (doktoranci, studenci)**
- **Oficjalne informacje – dostępne podczas negocjacji**
- **Informacje w ofercie technologicznej**

Współpraca z Centrum Transferu Technologii

- **Success Story** – skomercjalizowane z sukcesem rozwiązanie z dziedziny biotechnologii
- 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

Negocjacje warunków umowy

- Dopasowanie do kontrahenta
- **Świadomość potrzeb kontrahenta**
- Oszacowanie zakresu dalszych niezbędnych prac rozwojowych
- Asysta wdrożeniowa (know-how towarzyszące technologii)

Źródło: Opracowane na podstawie danych CiITT UP

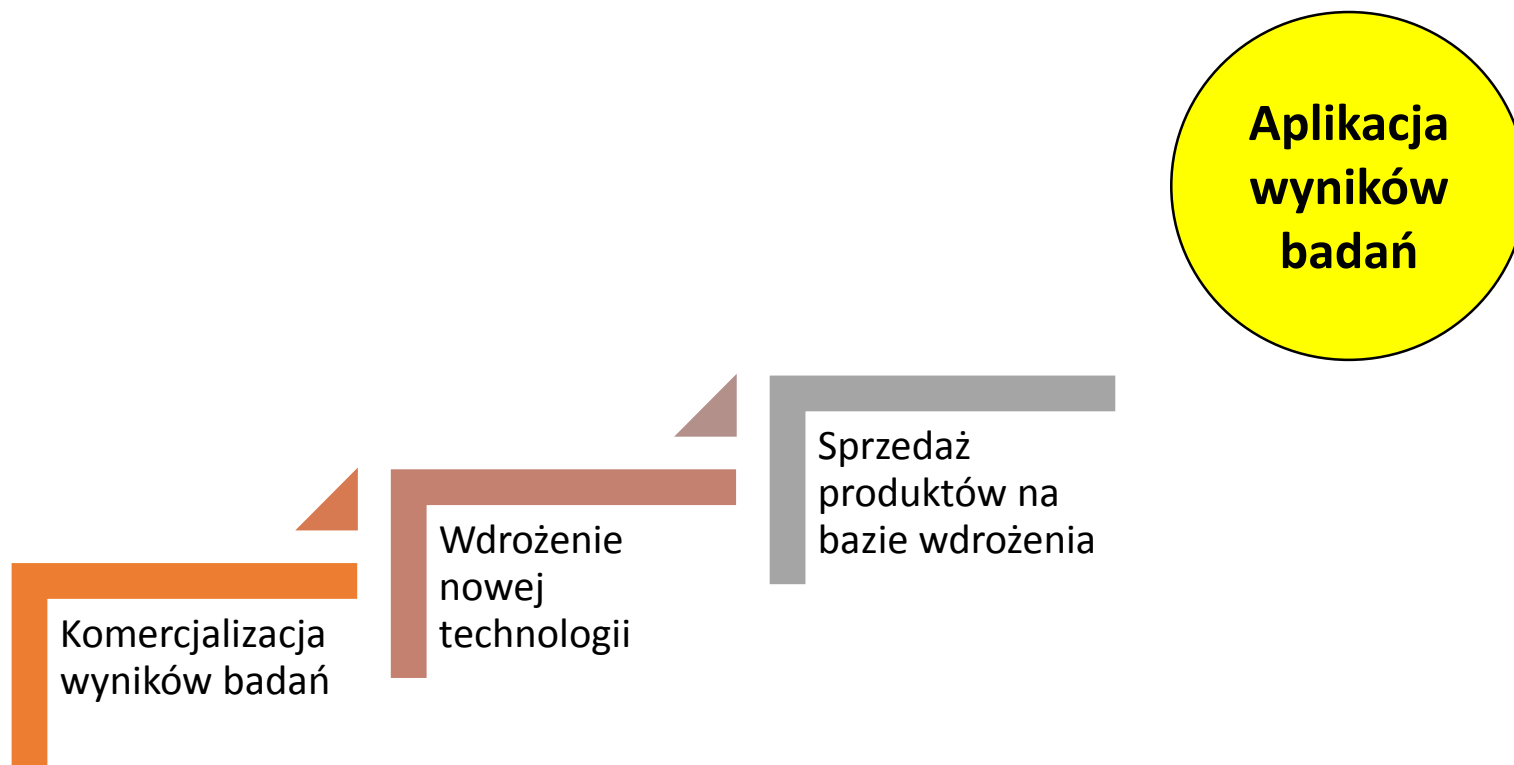
Rola depozytu mikroorganizmów

- **Depozyt wewnętrzny: możliwość pobrania próbki szczepu**
- **Koszty i przygotowanie materiału**
- **Depozyt zewnętrzny:**
 - **długofalowa (30 lat) możliwość przechowywania materiału i możliwość odtworzenia szczepu**
 - **niezmienione przetrwanie żywej kultury**
 - **materiał źródłowy dla licencjobiorców**

...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**

- Oczekiwania potencjalnego klienta
- Strategia: wyzwanie, efekt i budżet
- Mapa drogowa - harmonogram
- Wartości towarzyszące danej marce
- Wyróżniki emocjonalne

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:**
 - „Dualny inhibitor kinaz PIM oraz FLT3”
 - ...?
 - „Lek na białaczkę szpikową”

Sel24 www.selvita.com

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

Zmiana modelu biznesowego w biotechnologii

- Zmiana **skali** produkcji
- Potencjalne zmiany parametrów dotyczących:
 - **czystości** wytwarzanej substancji,
 - **stabilności** procesu,
 - innych parametrów techniczno-ekonomicznych
- 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), produkty gotowe/usługi mogą kupować osoby fizyczne

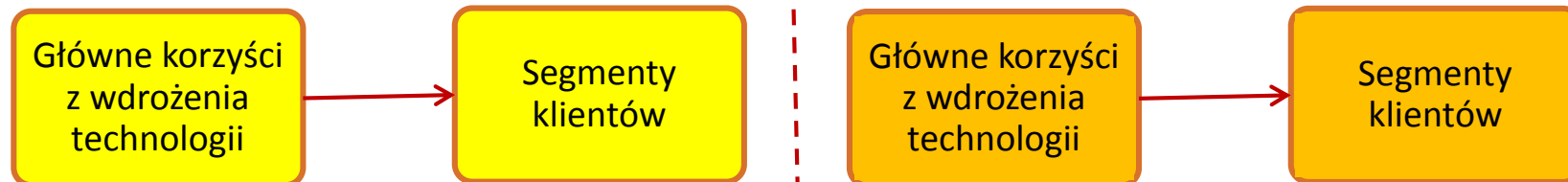
Zmiana modelu CORP -> SME

- **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*

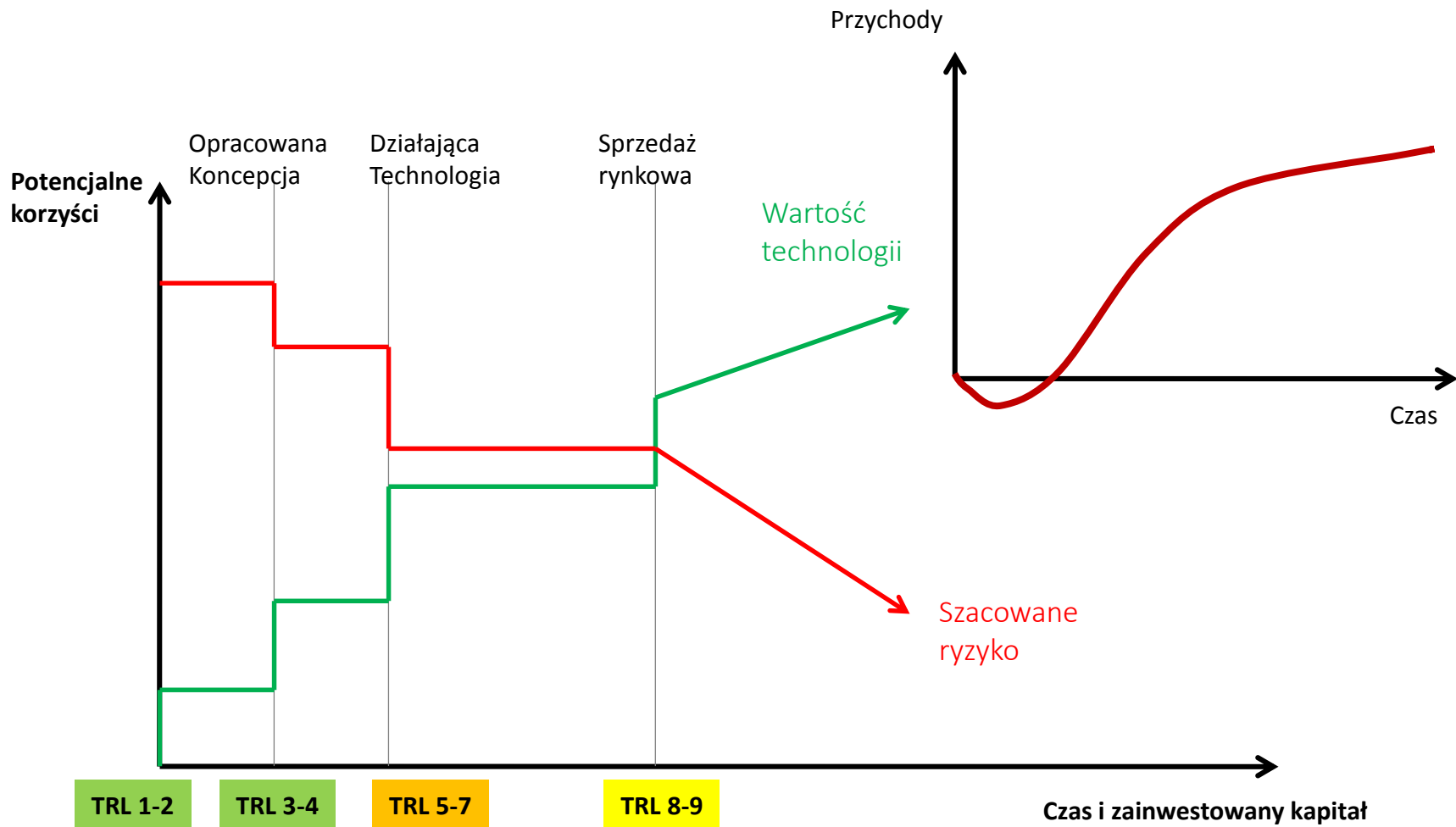
Ćwiczenie praktyczne

Przed zmianą

Po zmianie



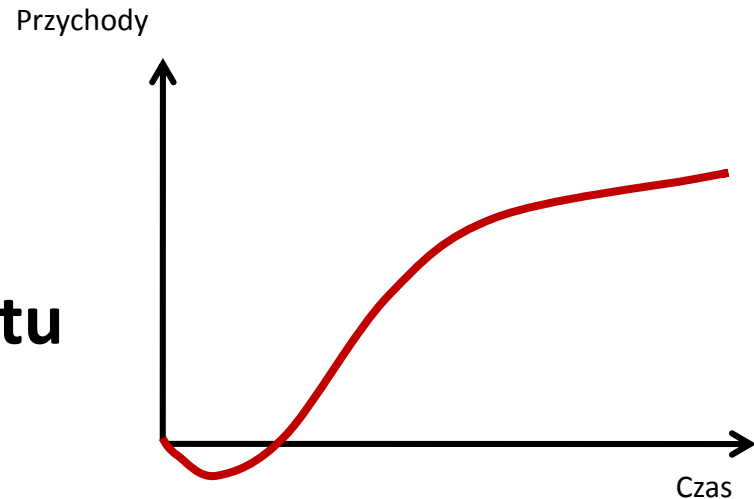
Wartość technologii dla inwestora



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

Oferta dla inwestora w fazie „seed”

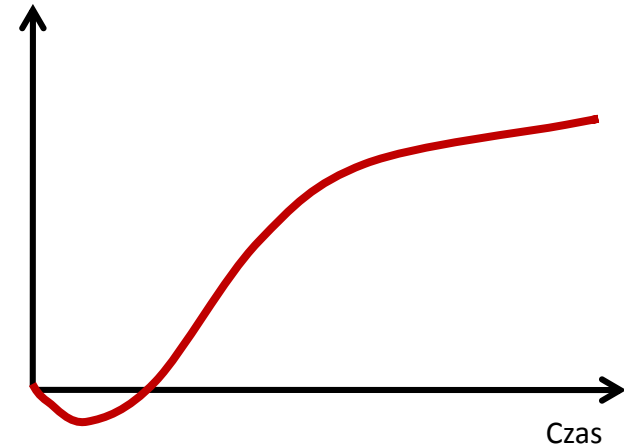
- Perspektywa rozwoju produktu
- **Break even point** w praktyce
- Spodziewana, a rzeczywista wysokość nakładów inwestycyjnych
- **Checkpointing** i transze inwestycyjne



Współpraca z inwestorem

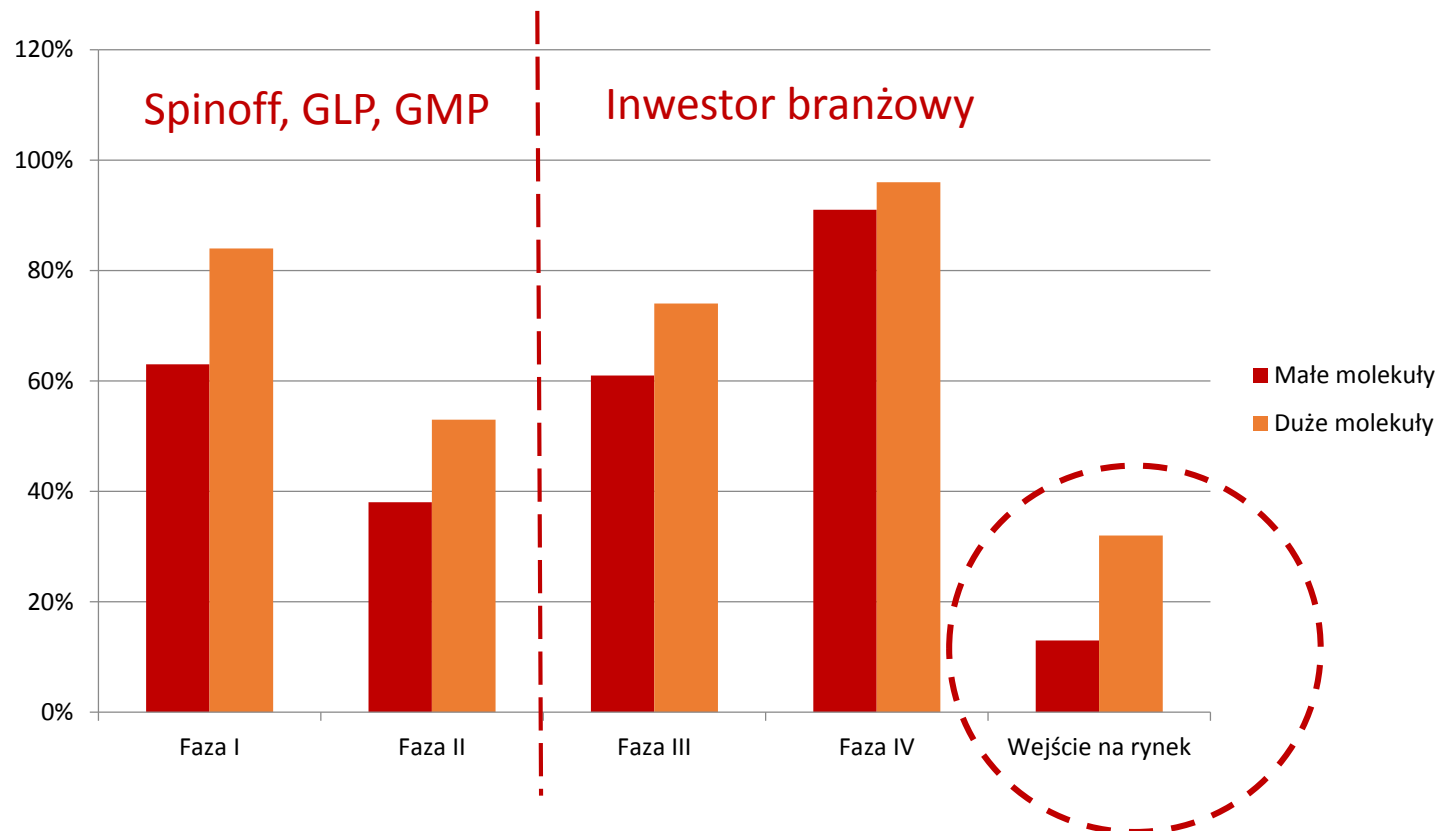
- **Zespół** – doświadczenie i wiedza
- Pokonanie **bariery wejścia**
- Zbudowanie przewag konkurencyjnych
- Pokonanie **bariery rozwoju**
- Rzeczywista szansa na **efekt skali**

Przychody



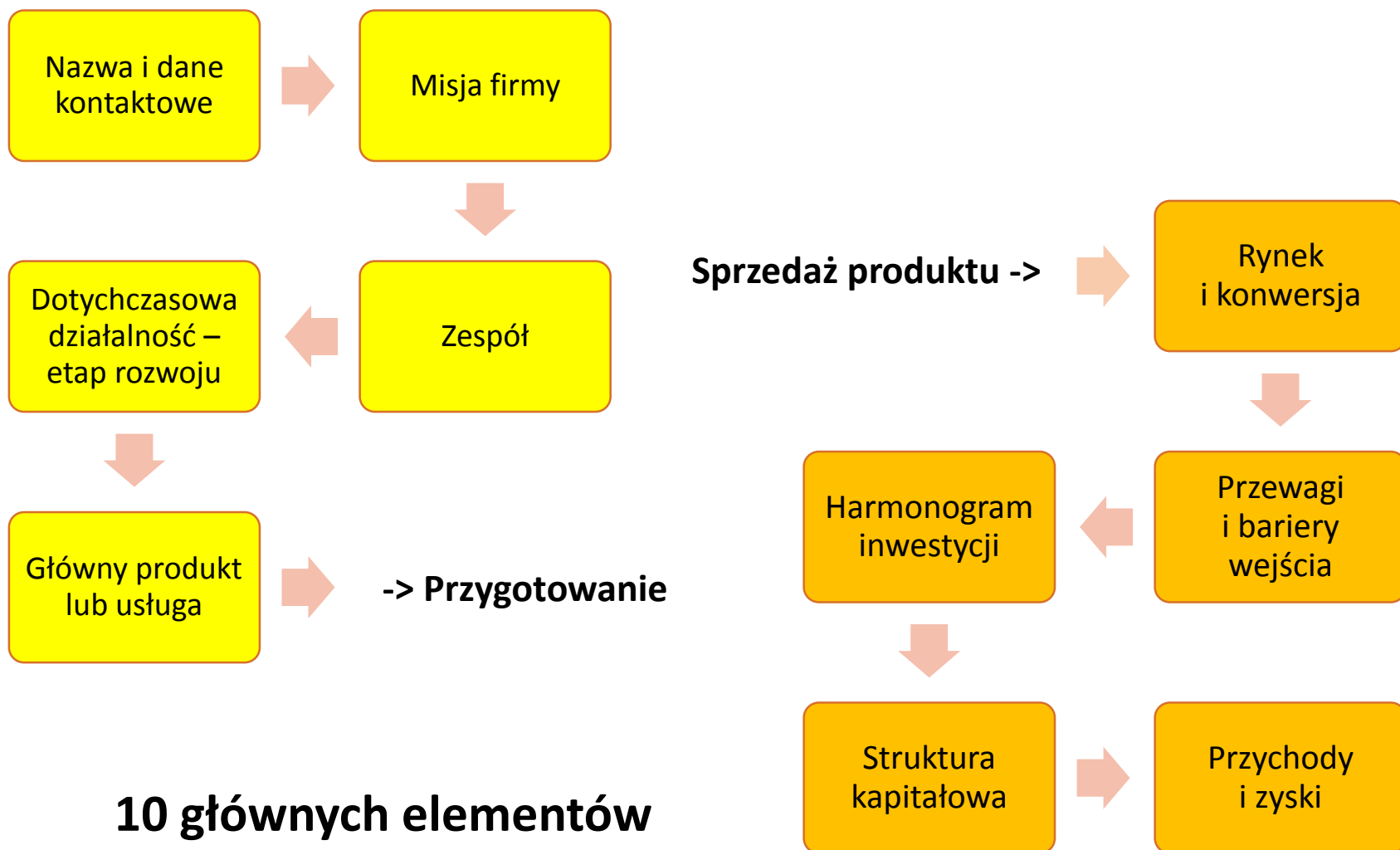
Ryzyko w projektach biotechnologicznych

Prawdopodobieństwo przejścia z sukcesem w poszczególnych fazach badań



Źródło: Opracowane na podstawie: JA DiMasi, L. Feldman, A. Seckler, A. Seckler, A. Wilson: Trends in Risks Associated With New Drug Development: Success Rates for Investigational Drugs, State of the Art, Nature, Volume 87, Number 3; March 2010

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**

Ćwiczenie praktyczne

- Wybór głównych kategorii teasera inwestycyjnego i ich uzasadnienie
- **Co powinno się znaleźć w teaserze związanym z biotechnologią i dlaczego?**
- Przykład praktyczny

Oferta technologiczna a TRL

Technology Readiness Levels - TRL

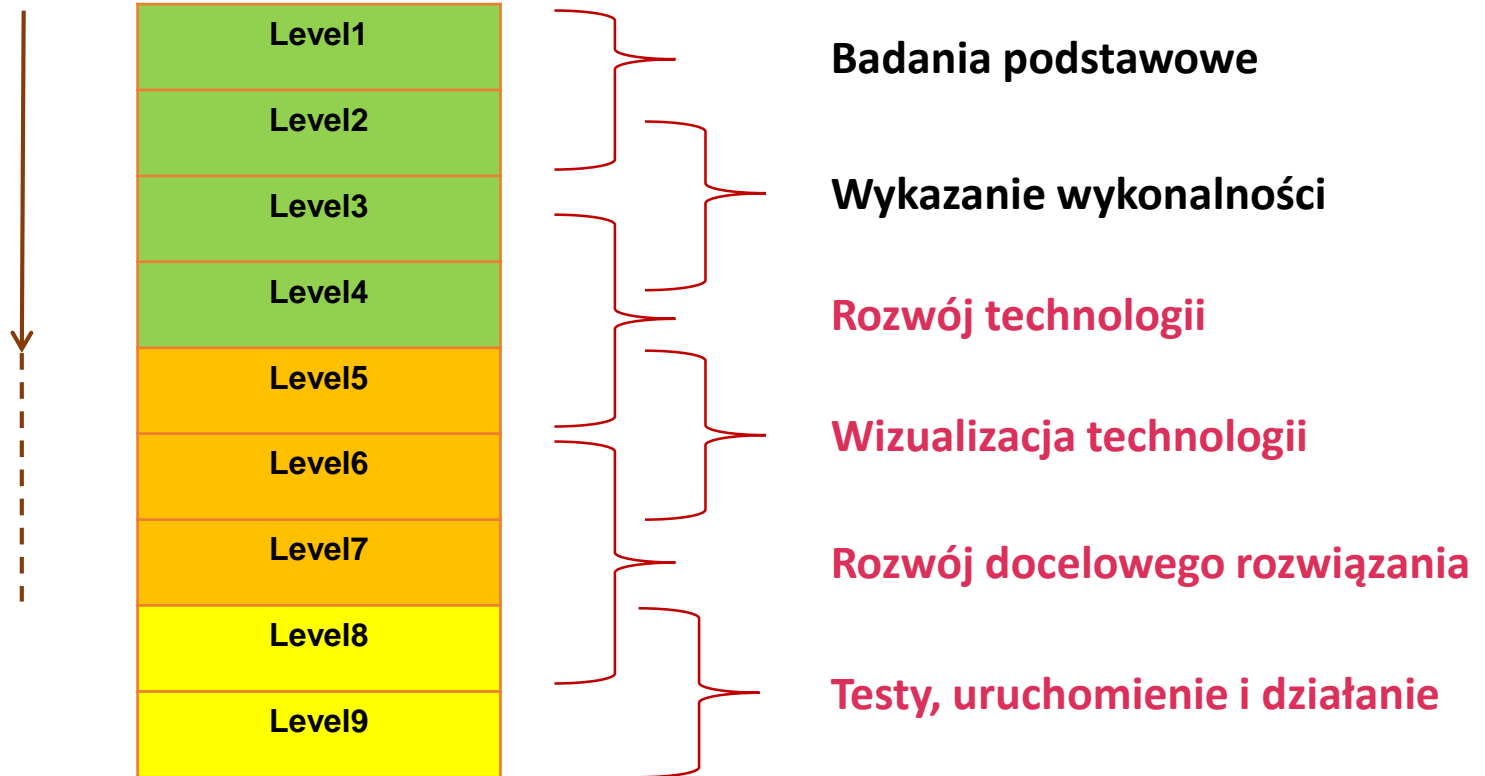
Jakie prace rozwojowe należy wykonać?

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?



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

Co mamy?

- Wyznaczone szlaki metaboliczne i zoptymalizowany proces – uzyskanie pożądanego produktu w warunkach laboratoryjnych – skala półtechniczna
- Określone optimum wykonalności – szczep oraz monopol prawny

Prototyp w biotechnologii

- **PUNKT WYJŚCIA – odpowiedni (optymalny) SUBSTRAT – najlepiej odpad z innego procesu produkcyjnego (np. spółka NapiFeryn)**
- **Dobór odpowiednich odczynników – najlepiej takich jakie później będą stosowane w skali przemysłowej**
- **Odczynniki „czyste do analizy” są wystarczające jedynie na etapie TRL 1-4**
- **Skala ćwierć-techniczna lub pół-techniczna**

Co potrzebujemy?

- Opracowany proces produkcyjny i analiza wykonalności (technicznej i ekonomicznej) tego procesu
- Czystość mikrobiologiczna
- Określenie warunków stabilności procesu – w docelowej skali produkcyjnej

Oferta biotechnologiczna a TRL

- **Określenie poziomu TRL: w biotechnologii najczęściej: 3-7 wraz z wyjaśnieniem opisowym**
- **Opisowe wyjaśnienie jak ma się poziom TRL do niezbędnych prac rozwojowych tj. odniesienie się do:**
 - **Wizualizacji technologii**
 - **Rozwoju docelowego rozwiązania**
 - **Testów i niezbędnej weryfikacji**

Źródło: Opracowaniem własne na podstawie wywiadu z prof. Włodzimierzem Grajkem 11.01.2017

Rola naukowca w ofertowaniu

- **Przygotowanie podstawowych informacji do oferty biotechnologicznej**
- **Czuwanie nad odpowiednim zabezpieczeniem dobra intelektualnego**
- **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

