

ITD Hungary – Silicon Valley Business Roadtrip

2010. január

Összefoglaló

Az ITD Hungary 2010. január 12–14. között háromnapos üzleti körutat szervezett az Amerikai Egyesült Államokban, a Szilícium Völgyben. A résztvevő magyar szervezetek egyrészt részletes ismeretekkel gazdagodhattak az amerikai üzleti légkör, mentalitás, tőkebevonási lehetőségek és piacra lépés gazdasági és jogi vonatkozásait illetően. Másrészt az ITDH üzletember találkozókat szervezett a magyar cégek számára, melynek keretében neves amerikai cégek képviselőivel tárgyalhattak az együttműködési lehetőségek feltérképezéséről.

A Mobilitás és Multimédia Koordinációs Iroda a Szilícium Völgyben képviselte a Mobilitás és Multimédia Klasztert és a klasztertagok releváns innovatív kezdeményezéseit.

Az MMiroda az alábbi programokon vett részt:

ELŐADÁSOK

I. Előadás, 2010. január 12: Üzleti lehetőségek a Szilícium Völgyben, miként indítsunk el itt egy vállalkozást?

Előadók:

- Joe Hedges, City of San Jose, International Program Manager
- Alfredo Coppola, US Market Access Center, Director, Business Development

Téma és következtetések: A US Market Access Center programjának ismertetése, amely keretében külföldi cégek amerikai letelepedését, piacra vitelét segíti, továbbá San José vállalkozásfejlesztő programjának rövid bemutatása.

- Olyan vállalatoknak érdemes az amerikai piacra lépést megfontolni, amelyek legalább 1 millió dolláros éves nettó árbevétellel rendelkeznek, s már az otthoni (nemzeti/európai) piacon bizonyított, sikeres termékük van.
- Az amerikai piaci bevezetés esetében, amíg nem létesít kinti céget az érintett fél, érdemes egy virtuális irodát nyitnia: amerikai címet és telefonszámot kaphat ekképpen. Az amerikai partnerekkel való kapcsolattartásban ez elengedhetetlen.
- Az amerikai piacra vitelt kezdeményező külföldi cégek számára a USMAC évi 3 ezer dollárért inkubációs környezetet nyújt, amibe a virtuális irodán túl havi 3-5 óra tanácsadás is tartozik, ezen felül igény szerint havi 600 dollárért valós irodahelységet is tud nyújtani.
- Az Egyesült Államokban ma már közel lehetetlen kockázati tőkéhez jutni, még a komoly üzleti sikerrel kecsegtető cégek is ritkán kapnak befektetést. A minimális befektetési érték jellemzően 1 millió dollár.
- Az európai gyakorlattól eltérően Amerikában nem „ciki” csődbe vinni egy vállalkozást, sőt, úgy tartják, hogy ebből nagyon sokat lehet tanulni. A sikeres vállalkozók jó része is gyakran csődbe visz pár vállalkozást, mire sikerül egyet felfuttatni, sikerre vinni.

- Az üzleti kapcsolatok építésének gyakori felülete a Linked In – érdemes megfelelő formába hozni (részben céges, részben személyes elemekből felépülő) profilunkat a közösségi oldalon.

II. Előadás, 2010. január 12: Kommunikációs stratégia az Egyesült Államokban

Előadó: Beth Von Till, San José State University, Director Comm Studies Lab

Téma és következtetések:

Az előadás és gyakorlat célja a kommunikáció megfelelő formájának elsajátítása, amely segítségével az amerikai potenciális partnerek/befektetők figyelmét fel lehet csigázni. Az amerikai üzletemberekről nagy általánosságban igaz, hogy nagyon rövid ideig képesek egyvalamire összpontosítani, azaz ha nem sikerül egy-két perc alatt lekötni a figyelmüket és felcsigázni az érdeklődésüket, akkor már érdekli őket a bemutatkozó potenciális partner, s nem sok esély van az együttműködés kialakítására.

Az Egyesült Államokban az üzleti kommunikációban alkalmazott gyakori módszertan az „Elevator pitch”: a cégek bemutatkozását, termékük/projektjük rövid ismertetését szolgálja. Bevett gyakorlat, hogy más cégek, potenciális partnerek, befektetők előtt egy rövid és velős előadást tart az érintett cég. Első körben sokszor 60 másodperc áll rendelkezésre a bemutatkozáshoz (de 3 percnél többet első körben szinte sosem szoktak).

Az „elevator pitch”-re az előadás során az alábbi sémát ismerhettük meg, gyakorolhattuk:

1. Bemutatkozást tartó személy neve, pozíciója;
2. Vállalat neve;
3. Termék vagy szolgáltatás;
4. Milyen piaci szegmens szolgál ki és kik a fő vásárlói/ügyfelei;
5. Ki áll a vállalat mögött és kik az alapítói (tulajdonosi szerkezet);
6. Milyen (neves) partnerekkel működik együtt és miből finanszírozza a működését;
7. Kitüntetések, sikerek, elismerések (különösen fontos);
8. Milyen üzleti modellt használ;
9. Fő versenytársak kicsodák;
10. Versenyelőny, komparatív előnyök (különösen fontos);
11. Mit keres (milyen partnert keres), miért éri meg vele együttműködni;
12. Időzítés (együttműködésre, piacra vitelre stb.)

III. Előadás, 2010. január 12: Sikeres sales stratégiák a Szilícium Völgyben

Előadó: Michelle Messina, Management Consulting, Market Entry Strategist

Téma és következtetések: Az előadás és gyakorlat célja, hogy a magyar cégek sikeresebben tudják promotálni, „eladni” önmagukat a Szilícium Völgyben.

Értékesítési javaslatok:

- Ne az alacsony árat, hanem a magas minőséget hangsúlyozzuk!
- Marketing üzenetet szabjuk a helyi piacra!
- Rövid, velős üzenettel keltsük fel elsőként az érdeklődést!
- Ne a termékfunkciók megvitatására, az (felhasználó/vásárló oldali) értékteremtésre helyezzük a hangsúlyt! Érték B2B esetén például: növekvő bevétel, gyorsabb piacra-vitel, csökkenő költségek, jobb működési hatékonyság, nagyobb piaci részesedés, jobb alkalmazotti teljesítmény, elégedettebb vásárlók.

- A befektetés megtérülését emeljük ki, tisztán fogalmazzuk meg!
- Fontos a social media marketing stratégia: LinkedIn, twitter, Wikipedia, myspace, Viralogy blog, YouTube, Facebook, digg!
- Előadások során 1 vagy 2 fő üzenetet fogalmazzunk csak meg!

Meghatározó a sikerben az előadói stílus: Az első, rövid, érdeklődés-felkeltést célzó bemutatkozásnál a legfontosabb, hogy miként sikerült elmondani az ismertető tartalmát. Ez még jóval fontosabb, mint hogy mi a tartalom: nagyon fontos a meggyőző stílus, lelkesedés, mosolygás, artikulálás.

Az amerikai üzleti életben első bemutatkozásra csupán 1-2 percet szoktak szánni, amellyel a további egyeztetést megalapozzák. A vállalat és termékének bemutatása során fontos az értékteremtő erejét hangsúlyozni. Ennek egy gyakori sémája az alábbi:

„_____ companies call us when they want _____, _____, and _____ .
Our customers include _____, _____ and _____ .”

Akkor jó a bemutatkozó előadásunk, ha akár a „nagyamánk is megértené”.

IV. Előadás, 2010. január 13: „Shaking the Money Tree”

Előadó: Steve Bengston, PricewaterhouseCoopers

Téma és következtetések: A kockázati tőke szerepe az Egyesült Államokban, trendek a tőkebefektetés terén. Az alábbi trendeket ismerhettük meg a kockázati tőkével kapcsolatosan:

- Manapság a befektetők 10-szeres hozamot várnak el egy befektetéstől, s általában minimum 10 millió dollár értékű „exit”-et kívánnak elérni, de leginkább olyan lehetőségek érdeklik őket, ahol már legalább 100 millió dolláros „exit”-et realizálhatnak. A megismert, kockázati tőkét igénylő cégek kb. 0,3%-ába fektetnek átlagosan a befektetők.
- Az elmúlt évekhez mérten (a gazdasági válsággal párhuzamosan) számottevő visszaesés figyelhető meg a tőkebefektetéseket tekintve, s inkább a nagyobb értékű és kisebb kockázatú, későbbi fázist finanszírozó befektetések kerültek előtérbe (amint a fenti adatok is tükrözik). Az exit tekintetében pedig meghatározóvá vált a Merger&Acquisition, az IPO mára háttérbe szorult.
- Az összes amerikai kockázati tőkebefektetés közel 45%-át a Szilícium Völgyben fektették be 2009-ben (közel 1000 deal).
- Míg a szoftver a korábbi években vezető volt, mára egyre dominánsabb a biotechnológia (2009 harmadik negyedévében már ez a szektor kapta a legtöbb tőkét) és az alternatív energia (második helyezés). A szoftverbefektetések érték szerinti rangsorban 2009 harmadik negyedévében már harmadik helyre csúsztak, azonban negyedik helyre jöttek fel az egészségügyi eszközök gyártói/fejlesztői. Az IT iparágon belül jelenleg felkapott befektetési terület a Cloud Computing, virtualizáció, mobilalkalmazások, targetált reklámozás interneten/mobilon, multimédiás tartalmak elemzése.

V. Előadás, 2010. január 13: Bevándorlási és letelepedési kérdések az Egyesült Államokban

Előadó: Jang H. IM, Attorney, Epstein Becker & Green

Téma és következtetések: A különféle vízumlehetőségek ismertetése, amelyek az Amerikában hosszabb időre tartózkodni, dolgozni kívánók számára léteznek.

Számos különféle vízumlehetőség létezik, attól függően, hogy milyen feltételekkel és mennyi időre kíván egy munkavállaló az Egyesült Államokba telepedni. Egyes vízumok az alkalmazó vállalathoz, mások a foglalkoztatott képességeihez kötöttek. Az előadás főliák részletesen ismertetik a vízumlehetőségeket.

VI. Előadás, 2010. január 14: Szellemi tulajdonjog és szabadalmaztatás külföldi cégek számára

Előadó: Steven D. Hemminger, Attorney at Law, Alston & Bird

Téma és következtetések: A szellemi tulajdonjogok és szabadalmaztatás módszere és jelentősége az Egyesült Államokban, például:

- A teljes szabadalmi eljárás mintegy 15-20 ezer dollárba kerül az USA-ban. Az eljárás 3-4 évbe is beletelik, azonban végül globális védelmet ad. 20 évre lehet levédetni egy módszert, terméket.
- A módszereket érdemes szabadalmaztatni (azaz pl. egy technológia milyen módszerrel nyújtja az adott szolgáltatást, végeredményt), a szabadalmaztatás üzleti célt szolgál.
- Amerikában a szoftverekre copyright védelem lehetséges.

ÜZLETEMBER TALÁLKOZÓK ÉS GYÁRLÁTOGATÁS

I. Első networking rendezvény, 2010. január 12:

Előadás tartása 10 percben: az MMKlaszter általános ismertetése, továbbá az Artklikk fullXS platformjának és az erre épülő alkalmazásoknak, valamint az IQRS telemetriás termékcsaládjának bemutatása, partnerigények ismertetése.

A networking rendezvényen az alábbi személyekkel folytatott az MMIroda kétoldalú egyeztetéseket:

- Eugene Balter, Get 3D Display: Eugene az iPont amerikai partnere, az iPont amerikai terjeszkedésében fog segítséget nyújtani. Nyitott arra, hogy az MMKlaszter egyéb multimédiás megoldásainak kinti pozicionálásában, piacra vitelében a későbbiekben együttműködjön.
- John Foggiato, Business Development & Technology Consulting: Alternatív energiával kapcsolatos fejlesztésekkel foglalkozik.
- Eva E. Voisin, Attorney at Law and Consulting, Honorary Consul of Hungary: Magyarország tiszteletbeli konzulja, felajánlotta segítségét és tanácsát, ha az MMKlaszter a későbbiek során az amerikai piacra lépést kezdeményezi.
- Greg Marus, Market Research Consultant, BoostYourStartup: Start-up cégek elindításával kapcsolatos tanácsadást nyújt, e tekintetben lehet hozzá fordulni.

- Paul Kallmes, Strategic IP and Project Management, Risk Assesment: Tanácsadó, aki a szellemi tulajdonjogok és kockázatelemzés terén kínálta fel magát.
- Augie Rakow, Attorney at Law, Alston & Bird: Szabadalmi jogász, aki elsősorban az energetikai szektorral foglalkozik. Kiterjedt kapcsolatrendszere van amerikai kockázati tőke társaságokhoz, felajánlotta, hogy segít kapcsolatba kerülni velük, ha van releváns igényünk erre.
- Konkoly Csaba, Principal, GATKO Partners: Továbbá egy los angelesi, magyar származású amerikai kockázati tőkebefektetővel sikerült egyeztetni, aki az IQRS megoldása iránt érdeklődött részletesen. Az IQRS termékcsaládják kifejezetten érdekesnek és relevánsnak ítélte az amerikai piacra vitel szempontjából. Más oldalról aggodalmát fogalmazta meg a tekintetben, hogy nagy amerikai cégek gyorsan kifejlesztenének egy hasonló technológiát a saját termékpalletájukba ágyazva, s nyomott áron értékesítve azt kereskedelmi forgalomba bocsátanák, melyjel az IQRS nem tudna versenyezni. Névjegykártya hiányában ígéretet tett, hogy e-mailben fel fogja venni a kapcsolatot az MMIrodával a párbeszéd folytatása végett.

II. Második networking rendezvény, 2010. január 14:

Kötetlen beszélgetés több amerikai és magyar résztvevővel:

- Kereskedelmi/gazdasági attasé, Molnár István – MMKlaszter bemutatása, hosszútávú amerikai terveink felvázolása.
- Ravi Velagapudi, President, Rofous Inc, CA – MMKlaszter, Artklikk és IQRS bemutatása.
- US Market Access Center, Alfredo Coppola – MMKlaszter bemutatása, hosszútávú amerikai terveink felvázolása.
- Steven Hemminger, IP Attorney, Alston & Bird – MMKlaszter bemutatása és szabadalmi kérdések.
- Yahoo Inc. Képviselője (nem adott névjegyet) – MMKlaszter és Artklikk bemutatása.
- Edward Lambert, Senior Vice President, Bridge Bank: külföldi vállalatok számára hitellehetőségek biztosítása.

III. Céglátogatás – YouTube, 2010. január 13:

MMKlaszter és Artklikk rövid ismertetése a megbeszélés elején. Magyar oldalról részt vett az MMIrodán túl a Scarab Research, EU Edge, Gravity. A megbeszélésen a YouTube ajánlórendszerével foglalkozó termékmenedzser volt jelen – a megbeszélés fő fókusza így a jelenlévő, ajánlórendszerekkel foglalkozó cégek együttműködési lehetőségének feltárása volt, az ajánlórendszerek műszaki kérdéseiről sok szó esett.

IV. Céglátogatás – Personal Web Systems – 2010. január 14:

Gordon A. Campbell, a Personal Web System alapítója és vezérigazgatója számára bemutatkozhattak a magyar résztvevők. Gordon A. Campbell számos Szilícium völgyi vállalat alapítója, a technológiai áttöréssel kecsegtető start-up-okat felkaroló Techfarm, Inc. and Techfarm Ventures kezdeményezések elindítója. A félvezetők, személyi számítógépek és Internet egyik meghatározó alakjaként tartják számon az Egyesült Államokban.