



A tudományos eredmények értékesítésének lehetőségei és kihívásai – Az S2B marketing hazai megjelenése

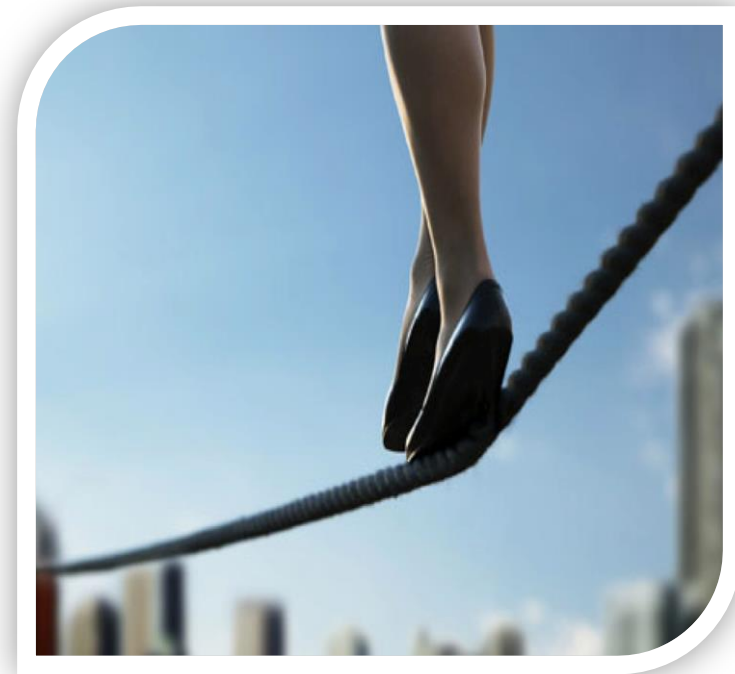
Dr. Prónay Szabolcs

Dr. Buzás Norbert

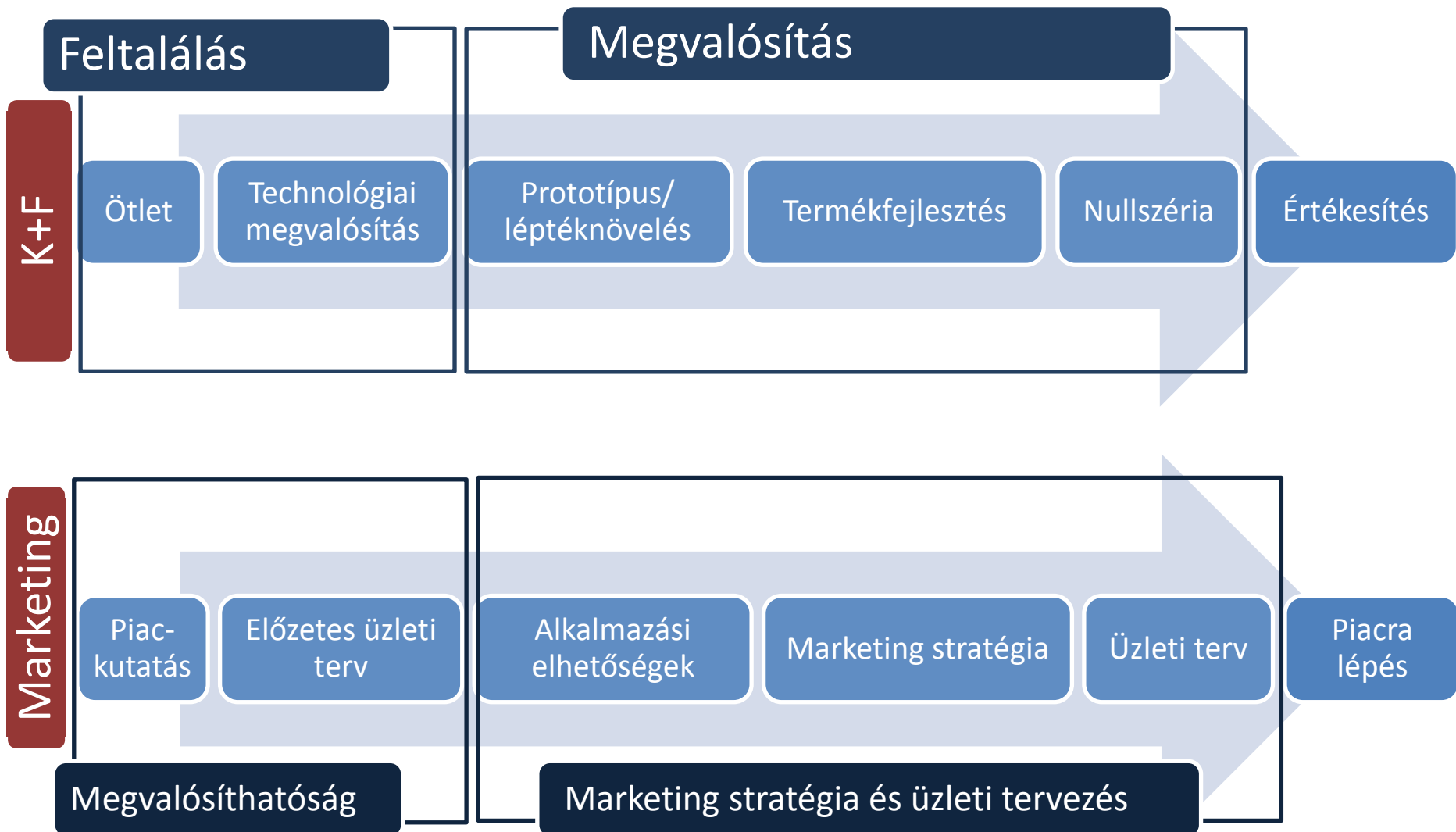
SZTE GTK, SZTE KFII

Új kihívások az egyetemi technológia transzfer számára

- ▶ Vállalkozó-egyetemmé válás kényszere
- ▶ Innovációs járulék eltűnése
- ▶ A hazai vállalati K+F alulfejlettsége
- ▶ Pályázatorientáltság



K+F marketing

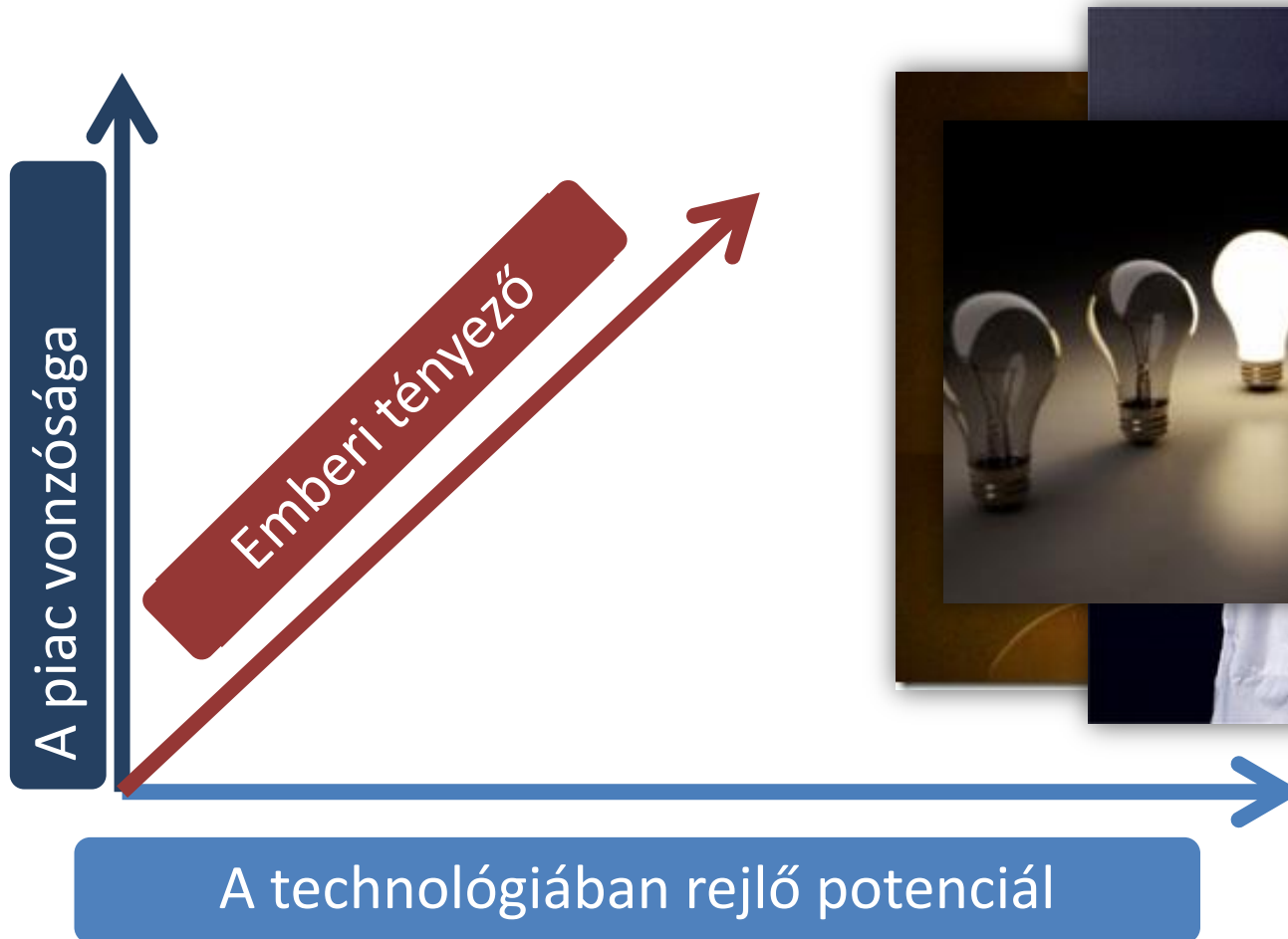


A Science to Business (S2B) marketing

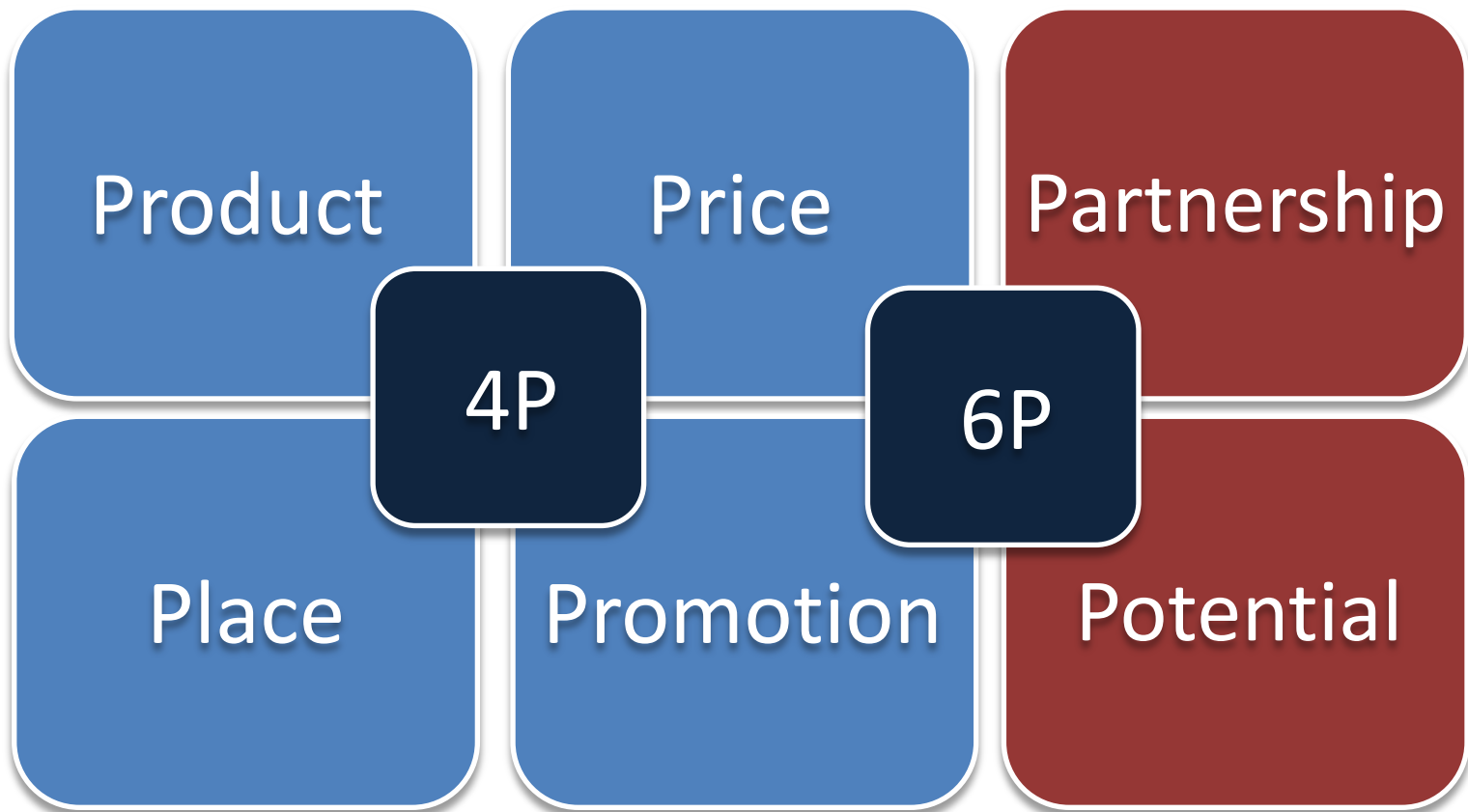
- ▶ Területi imázshoz kapcsolódik
- ▶ „Hit or miss” jelleg
- ▶ Kettős kockázat
- ▶ Kutató vs. Marketing



Az S2B marketing sikerét meghatározó tényezők



Az általunk felállított S2B modell



Product

Lényege: Tudatos és folyamatos portfólió-menedzsment

► Science product

- Alapkutatás
- Alkalmazott kutatás
- Kísérleti fejlesztés
- Szolgáltatás



► Portfólió-menedzsment kihívásai

- Ismeretlen portfólió
- Portfólió tisztítás nehézsége

Price

Lényege: Egyediségből fakadó árazási lehetőségek kihasználása

- ▶ Magas befektetési költségek
- ▶ Lassú megtérülés
- ▶ Kockázati tőke bevonása
 - Világos üzleti tervek
- ▶ Ármeghatározó szerep lehetősége
 - Monopol helyzetből adódóan



Place

Lényege: Intenzív jelenlét és kapcsolatépítés

- ▶ Közvetlen értékesítés (gyakran személyes)
- ▶ A vevők megtalálása kihívás
- ▶ A kutató gyakran nem alkalmas eladónak
- ▶ Workshopok, kiállítások jelentősége



Promotion

Lényege: Proaktív, piacorientált kommunikáció

► Hagyományos kommunikáció

- Konferencia, publikáció

► Piacorientált kommunikáció

- Workshopok, vásárok
- Kiadványok
- Nyílt napok, Innovációs napok
- Online jelenlét



Potential

Lényege: A szellemi terméket, mint potenciált kezelni

- ▶ Hosszú távú fókusz
- ▶ Türelem
- ▶ Piaci alapú hasznosság szemlélet
 - Piackutatás (több fázisban)
 - Protokollok
- ▶ Védelem
 - Oltalmak szerzése
 - Körültekintő kommunikáció
 - NDA



Partnership - belső

Lényege: A szervezeten belüli partneri légkör megteremtése

- ▶ A kutatókkal való kooperatív együttműködés
- ▶ Információ áramlás biztosítása
- ▶ Kutatói „Véleményvezérek” támogatása
- ▶ Kutatóközpontok felállítása
 - Interdiszciplinaritás növekvő jelentősége
 - Jobb alkupozíció külső partnerekkel szemben



Partnership - külső

Lényege: Kompetens partnerként fellépni a külső szereplőkkel

► Iránya (Nemzetközi fókusz):

- Ipari partner
- Más egyetem/kutatóhely

► Ipari szereplők integrálása

► KKV-kal való partnerség

► Közös fejlesztésekben részvétel

- Értékesítés- helyett folyamatorientáltság

► Kompetens partner és nem alávetett végrehajtó



▶ Célunk: **Köszönjük a megismerő figyelmet!** megőrzése.

SZTE Technológia
Transzfer

