

*Kako rasti in obstati ob multinacionalkah
- primer Telargo*



- **Dejavno na področju telematike od leta 1999**
- **Leta 2005 sedež prenešen v NJ, ZDA**
 - **51% slovensko lastništvo**
 - **49% japonsko lastništvo (NTT Docomo, vodilni mobilni operater na Japonskem, 50M naročnikov, \$50B prometa, \$8B letnega dobička)**
- **Leta 2011 (junij) prevzeto s strani podjetja Descartes Systems Group iz Kanade**
- **Podjetje upravlja storitev za stranke v štirih geografskih conah**
 - **S in J Amerika**
 - **Centralna Evropa**
 - **Bližnji Vzhod**
 - **Daljni Vzhod**



- **Po definiciji gre za združeno uporabo telekomunikacij in informatike**
- **V našem primeru gre za t.i. Telematiko v vozilih (vehicle telematics)**
- **Tipična področja uporabe**
 - **Javni transport**
 - **Splošna prevozna dejavnost**
 - **Razvoz hrane**
 - **Servisni posegi**
- **Tehnologija bazira v splošnem na naslednjih segmentih**
 - **Komunikacija (GSM/GPRS, UMTS/HSDPA)**
 - **Lokalizacija (GPS, Galileo, inercialna navigacija)**
 - **Gostovanje strežnikov (ASP poslovni model)**

- **Predstavljene so izkušnje iz različnih vlog, v katerih so se znašle multinacionalke poleg Telarga**
 - **investitor oz. (so)lastnik**
 - **partner**
 - **kupec**
- **Predstavljen vidik izhaja iz izkušenj z visoko-tehnološkim SME**
- **Izkušnje izhajajo iz naslednjega zaporedja odnosa multinacionalke**
 - **Investitor**
 - **Partner**
 - **Kupec**



- **Tipično gre za organizacijsko in finančno močno podjetje**
- **Visoka stopnja profesionalizma, osebni odnosi manj pomembni**
- **Faze odnosa**
 - **Interes**
 - **Pogajanja**
 - **Delovanje**
 - **Prevzem ali razhod**
- **Nasvet: dobro premisliti preden se odločiti za tovrstno poslovno sodelovanje**



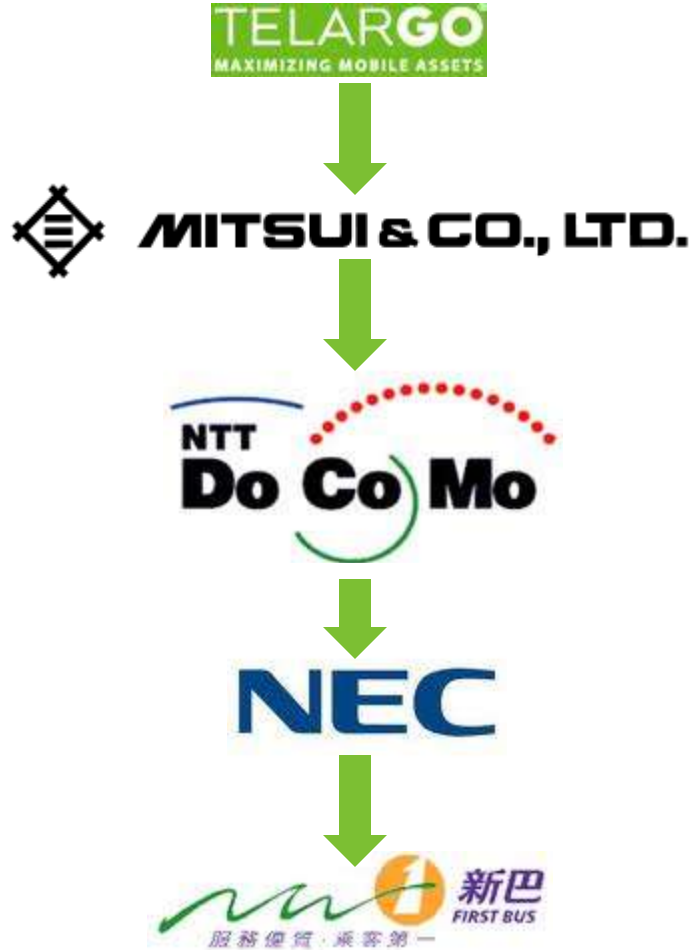
- **Multinacionalke se običajno zavedajo, da so počasne in nefleksibilne, hkrati pa se zavedajo svoje moči**
 - **Prinaša potrebne vira, še posebej ljudi in kapital, za izvedbo velikih projektov**
 - **Zahtevajo zanesljiv izdelek/storitev in odzivnost**
 - **Imajo kvaliteten kader, ki bo sposoben upravljati z izdelkom ali storitvijo**
 - **Da bo sodelovala s SME mora le-ta imeti primerjalne prednosti**
 - **Našteto velja za partnerski in ne pretežno podrejen odnos**
-
- **Nasvet: poudarek na kvaliteti izdelka ali storitve in izobraževanju, ki omogoči sorazmerno samostojnost partnerja**



- **Visoke zahteve po finančni trdnosti, kvaliteti izdelka & storitve in še posebej kvaliteti podpore**
 - **Ob direktni prodaji je neizogibno imeti usposobljeno lokalno podporo**
 - **V kolikor se prodaja vrši prek partnerja, ga je potrebno temeljito izobraziti**
 - **Stroški vzpostavitve posla (pilot, tudi kadar je plačan, potovanja, dodaten razvoj, posredništvo) so visoki**
 - **Ob vzpostavitvi posla lahko pričakujemo zelo korektno in profesionalno sodelovanje**
-
- **Nasvet: multinacionalki je najbolje prodajati prek svojega partnerja, ki je tudi samo močno podjetje, lahko tudi druga multinacionalka**



Telargov primer poti do kupca





- **Multinacionalke so tipično zelo zahtevne stranke**
- **Strošek poslovanja z njimi je visok**
- **K sreči je tudi predvidljivost sklenjenih poslov večja**
- **Podjetje mora biti gotovo v svoj izdelek ali storitev, da se mu bo na dolgi rok takšna investicija izplačala**
- **Kot investitor so multinacionalke lahko zelo zahtevne**
- **Po mojih izkušnjah se za SME še najbolj obnesejo kot partnerji**
- **Za vstop v svet multinacionalk je potrebno premagati dilemo “kura ali jajce”**

Hvala!

Telargo Inc
333 Washington Street
Suite 400
Jersey City NJ 07302
P: +1 2013774830
E: info@telargo.com
www.telargo.com