



11. KONVENCIJA HRVATSKIH IZVOZNIKA

POD VISOKIM POKROVITELJSTVOM VLADE REPUBLIKE HRVATSKE

Digitalna ekonomija
kao preduvjet rasta hrvatskog izvoza

23. svibnja 2016., ZAGREB, HOTEL WESTIN, Izidora Kršnjavoga 1

Softverski proizvodi za globalno tržište

Damir Sabol, **MicroBlink**

O MicroBlinku

- **3 godine** stara tvrtka (ali razvoj započeo i prije)
- Izvozimo oko **93%**
- **20+** zaposlenih
- Proizvodimo **softverske module** koji se uključuju u druge mobilne aplikacije
- Rezultat višegodišnjeg **istraživanja i razvoja**



micro**blink**
mobile vision software

Naša tehnologija

- Prepoznavanje teksta **kamerom** smartphonea
- **Slikaj i plati** – bankarstvo
- **BlinkID** – čitanje osobnih dokumenata
- OCR tehnologija nije ‘nova’
- Ali - iskoristili smo **veliku tehnološku promjenu**



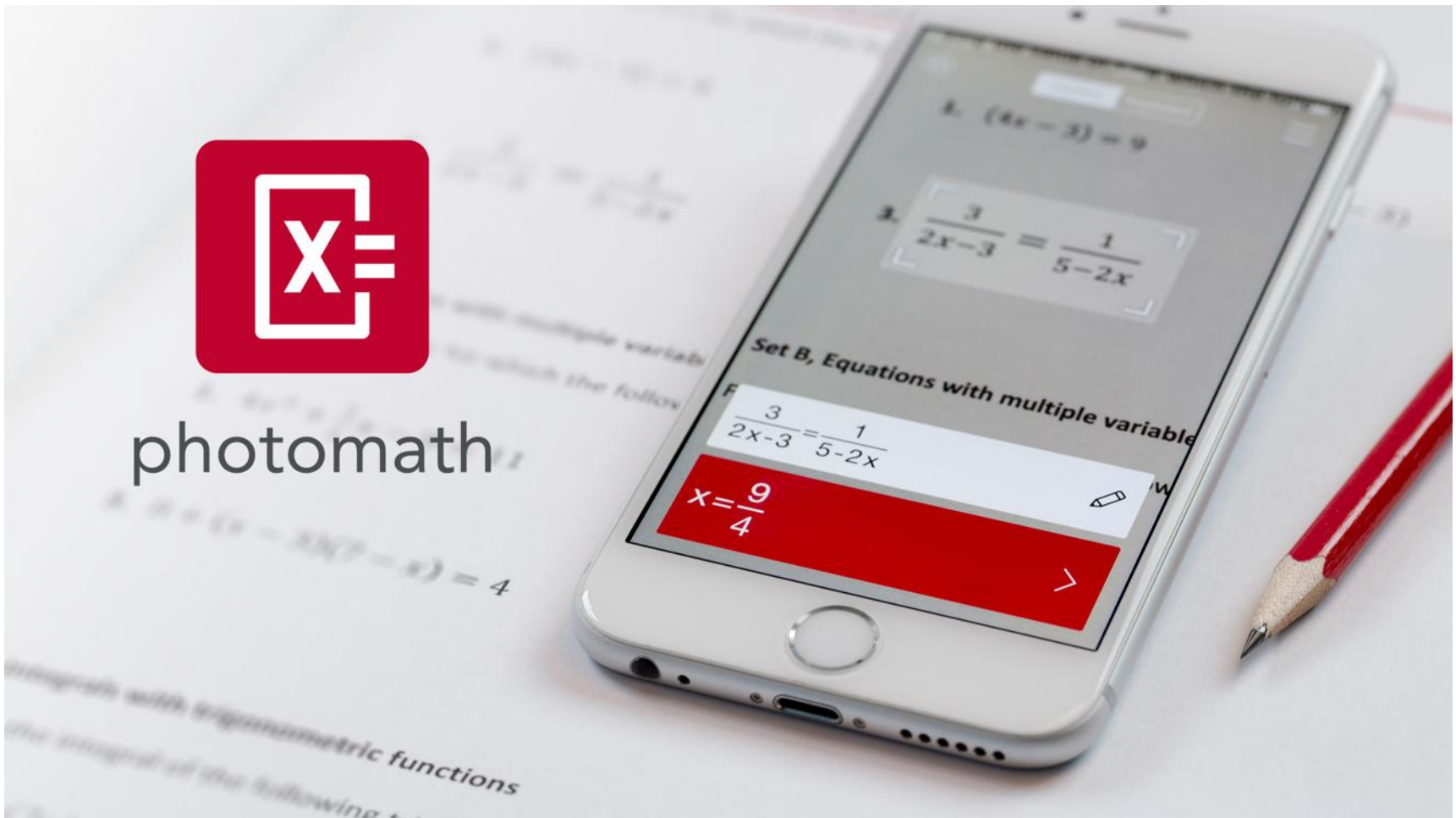
Put do globalnog tržišta

- Krenuli od problema koji smo željeli riješiti
- **Product/market fit** - ERSTE banka (uspješno!)
- Hrvatska -> Austrija (širenje **kroz grupu**)
- Pa sreli **novi problem** koji nije riješen (barcode)
- Krenuli razvijati čitač za **2D barkod**
- I 'slučajno' nastala nova linija proizvoda za USA

Marketinška taktika

- **Globalna distribucija** - velika prednost
- **Demo aplikacije** - isprobaj odmah
- **Besplatni software za testiranje**
 - može se **odmah uključiti** u aplikaciju i isprobati
- **Stručne konferencije i sajmovi** - **kontakt uživo**
bitan - veliki poslovi rezultat osobnog kontakta!

Najjači marketinški potez



Kako dobivamo korisnike?

- SFPD, Commerzbank, Nissan, ABN Amro...
- **Najbolja** tehnologija!
- Ne postoji rizik da radi prije nego plate
 - **Mogu isprobati** pa kupiti ako im radi
- Ali - proaktivni **prodajni pristup**
- Uz izgradnju brenda – **Photomath** pomaže!

Neki izazovi i problemi

Problem: Nepovjerenje u hrvatsku tvrtku

Rješenje: Otvoriti prodajnu tvrtku u Londonu ili
USA

Problem: 'Nestali' poticaji za R&D

Rješenje: Nužna je brza akcija politike

Preporuke

- **R&D osnova** za uspjeh na globalnom tržištu
- Grantovi i EU fondovi mogu biti vrlo korisni za R&D
 - ali **kao sredstvo** a ne kao cilj!
- Niša i **fokus!**
- **Prodaja** i marketing moraju pratiti R&D
- Marketinške metode koje ne traže velike novce nego veliku **kreativnost**