(MTA Gazdálkodástudományi Bizottsága Kommunikációmenedzsment Munkabizottsága és a Gazdasági és Vállalati Kommunikáció Intézményközi Szellemi Műhely (a GVKM) PTE KTK /
2016. november 11- /A STARTUP VÁLLALKOZÁSOK KOMMUNIKÁCIÓJA konferencia előadás-jelentkezés)

Startup vállalkozások kommunikációjának sikertényezői és kockázatos elemei a vállalkozások alapításának és indulásának fázisában (kivonat)

Pitlik László, My-X team

A startup vállalkozások kommunikációja kapcsán a következő kombinatorikai térről lehet és érdemes is beszélni:

1. dimenzió: kifelé irányuló, intern (2)

2. dimenzió: alapításkori, induló (2)

3. dimenzió: siker-orientáció, kockázat (2)

4. dimenzió: szóbeli, írásbeli (2)

5. dimenzió: üzleti, szakmai (2)

6. dimenzió: deklaráció-jellegű, kérdés-jellegű (2)

A dimenziók száma tovább növelhető. Itt és most a terjedelmi korlátok miatt a 2^6=64 konstelláció mindegyikéhez az elmúlt évek (mesterséges intelligencia kutatásokat érintő) tapasztalatai kerülnek összefoglalásra: pl.

1. Kifelé irányuló + alapításkori + írásbeli + szakmai + deklaráció-jellegű + siker-orientált kommunikációs élethelyzet = a know-how prezentációja, mely attól válik sikertényezővé, ha úgy deklarálja az újdonságtartalmat, hogy annak további védelme nem igényel jelentős forrásokat, de hitelessége már megüti a szakmai közösség ingerküszöbét. Ez a matematikai jellegű , vagyis szabadalommal nem védhető szolgáltatási konstrukciók (virtuális robotok) kapcsán a H2020-as pályázatok nyelvezetével élve TRL=6-os szint elérését biztosító demo-jellegű megoldások kialakítását jelenti a megfelelő adatvizualizációval és az üzleti hasznosság lehetséges rétegeinek becslésével. Egy-egy ilyen demonstrációs képesség a siker reményében bemutatható már hazai és nemzetközi innovációs versenyeken, üzleti angyalok és innováció támogató hazai és nemzetközi projektek szakértői számára a végső felhasználók mellett.

2. Kifelé irányuló + alapításkori + írásbeli + szakmai + deklaráció-jellegű + kockázat-kezelő kommunikációs élethelyzet = a know how etikai, hitelességi, referenciális rétegeinek kezelése a partnerek irányába, akik műszaki oldalról lehetnek még éretlenek a befogadásra (ahol az éretlenség az újdonság ezotéria/sci-fi jellegű átértelmezésével keveredhet), s ekkor a befogadási képességet kell tudni a kommunikációs akciók keretében katalizálni (vö. ingyenes szemináriumok, közös demo-alkalmazások, saját céges alternatívák óvatos benchmarking-ja az új megoldással összevetve), s egyben a virtuális robotok potenciális jogi szabályozásának specialitásait bemutatva úgy, hogy az érdeklődő partner egyben referencia-hellyé is válhasson legalább anonim (brach-szintű) hivatkozások formájában a benchmark keretében kimutatandó hatékonysági tartalékok üzleti/hírnév-befolyásoló kockázatait (f)elismerve a cég esetében.

3. i. 64.

A kombinatorikai tér minden egyes elemének áttekintése után megállapítható, hogy a startup vállalkozások (az itt és most vizsgált magas know-how-intenzitású virtuális robotok területén) lényegében egyfolytában kötéltáncot folytatnak a lehetőségek és a konkrét döntések valódi piaci értékének kialakítását, stabilizálását illetően, ugyanis a befogadók differenciált, de ritkán elég érett szintje a legmegfontoltabb kommunikációs akciókat is ellenkező előjelűvé lehet képes konvertálni, mely vis-major jellegű eredménytelenség eszkalációja sem feltétlenül kontrollálható. Természetesen kevéssé jól sikerült kommunikációs akciók is vonzhatnak komoly partnereket, ha ezek befogadási alaphangulata ab ovo pozitív volt.