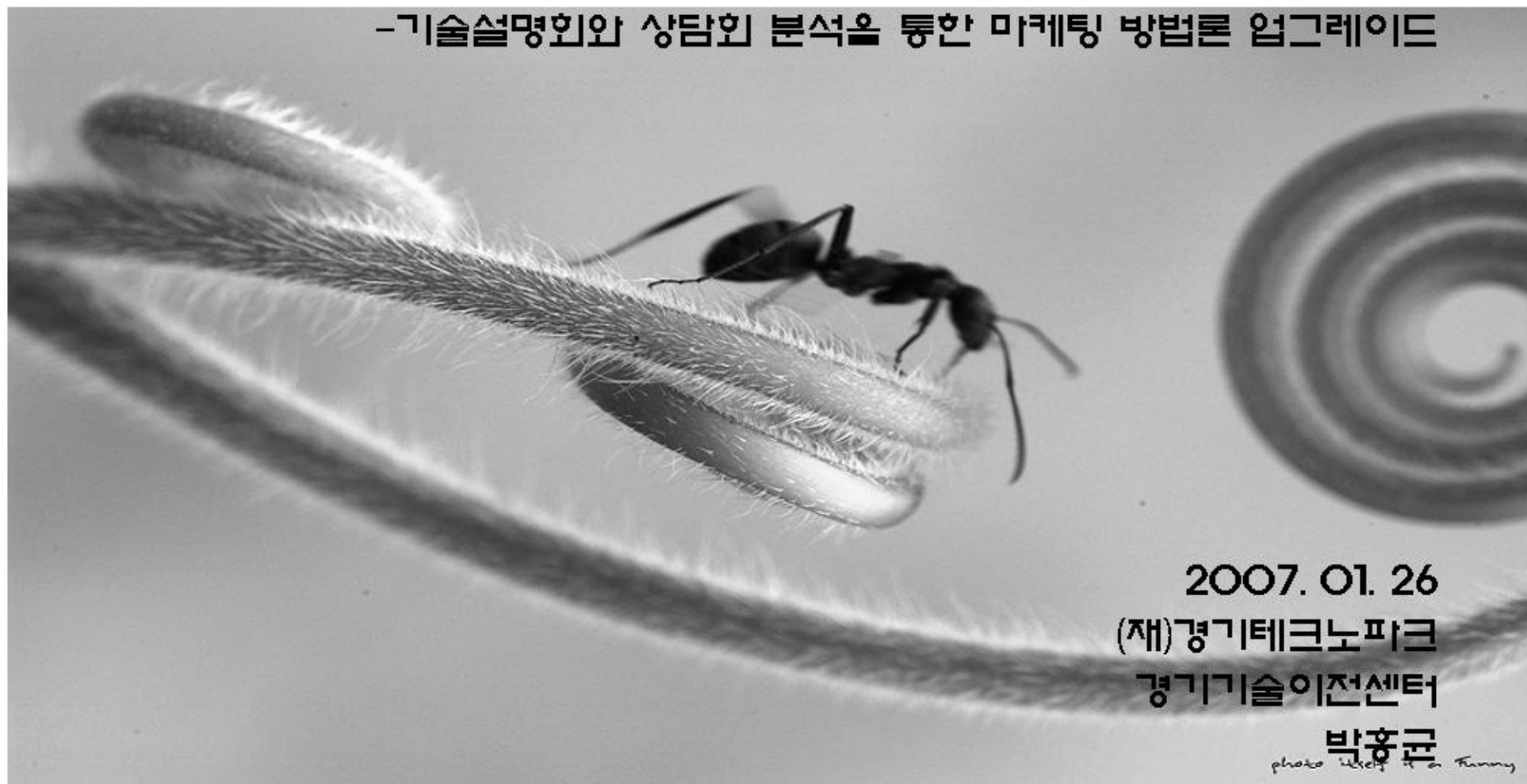




주요대학 기술설명회 및 상담회 성과 요인 분석

-기술설명회와 상담회 분석을 통한 마케팅 방법론 업그레이드



2007. 01. 26
(재)경기테크노파크
경기기술이전센터

박흥균

photo: iStockphoto.com / Tunny





[자산]

- 개인이나 법인이 소유하고 있는 경제적 가치가 있는 유형·무형의 재산
- 연구자, 지식재산, 연구장비

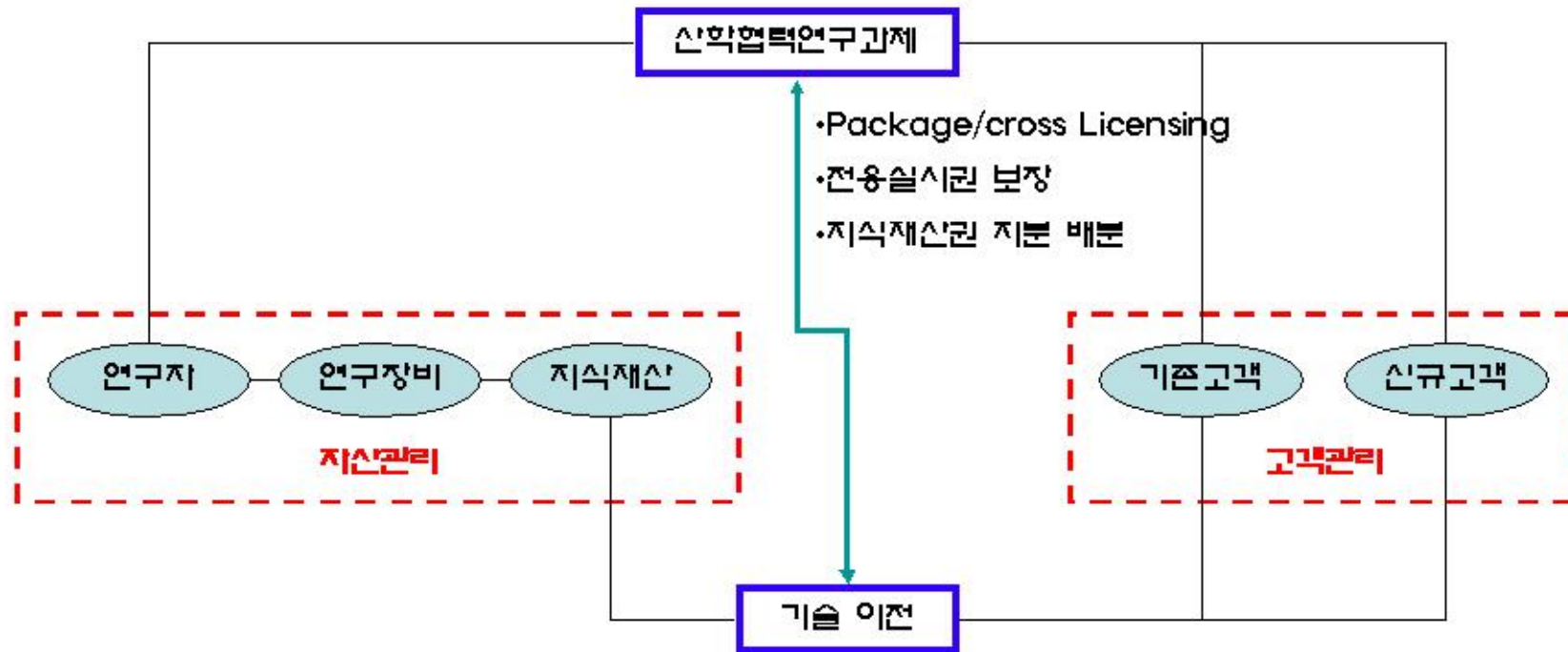
[고객]

- 상점 따위에 물건을 사러 오는 사람
- 고객생산[顧客生産]: 주문생산

[Question]

1. 자체 자산관리 시스템이 있는가?
2. 나의 자산관리 대상에 고객도 포함되는가?
3. 고객에 대한 친숙도는 어느 정도인가?
4. 고객생산을 해본 경험과 사후관리를 해본 적이 있는가?





[Question]

1. 단순관리, 통합관리, 복합관리?
2. 패키지, 크로스 라이선싱 문제, 연구수행 후 지식재산권 지분배분에 관한 문제 검토 경험?
3. 경상 실시료를 받는 시스템이 있는가?
4. 전용실시권 허여 만기 후 기술관리에 대한 대비책은 있는가?





기술마케팅 기반조성	수요 조사 및 수요관리	기술 마케팅
<ul style="list-style-type: none">•자산관리•지식재산 vs 기업분류•기술이전 사업화 지원	<ul style="list-style-type: none">•우수기술 홍보•기술설명회, 기술상담회•산학협력프로그램 운영	<ul style="list-style-type: none">•수요기술 수렴을 통한 산학연구 도출•관리 기업대상으로 신규 기술의 지속적인 지원
자산관리 시스템	기업DB구축	(상시적인) 기술마케팅

EVENT



- 기술선별, 기술평가
- 기술이전 마케팅
- 기술이전 설명회(상담회)
- 사후관리

2006 기술이전 설명회(상담회)

행사명	주 관	기술공급자	마케팅 지원	분야
북어 Festival	한국발명진흥회	전국대학	지역 지식재산센터	전분야
수도권대학 기술이전 상담회	KAUTM, GTTC 수도권대학	수도권대학	델타텍코리아 GTTC	전자부품소재
G-TLO 컨소시엄 기술설명회	G-TLO GTTC	G-TLO	한국바이오벤처협회 한국보건산업진흥원 GTTC	바이오
한양 Techno-Fair	한양대학교 GTTC	한양대학교	델타텍코리아 한국바이오벤처협회 한국보건산업진흥원 GTTC	전기전자, 기계, IT, 바이오, 건설



EVENT 개요



행사명	행사일	준비기간	장소	비고
G-TLO 컨소시엄 기술설명회	11. 28(화)	1.5개월	코엑스(장보고홀)	•보유 기업DB 대상 기술 마케팅
한양 Techno-Fair	12. 06(수)	1.5개월	한양대학교(HIT)	•보유 기업DB 대상 기술 마케팅 •DRS



출시기술 선별 및 기술설명회(상담회) 홍보

75

	기술발굴	기술선별	수요기업발굴
G-TLO 기술설명회	참여대학 바이오 분야 기술 발굴(19건)	<div>기술등급평가</div> <div>↓</div> <div>기술평가(7건)</div>	보유기업DB
한양 Techno-Fair	BK사업 기술발굴 (31건)		DRS 보유기업DB

	홍보대상	홍보수단
G-TLO 기술설명회	<ul style="list-style-type: none"> •GTTC: 경기도내 바이오업체 700업체 •한국바이오벤처협회: 협회 회원업체 •각대학 관계 업체 	<ul style="list-style-type: none"> - 이메일 - 팩스 - 뉴스레터 - 신문홍보(일간보사)
한양 Techno-Fair	<ul style="list-style-type: none"> •GTTC: 경기도내 제조업체 •한국바이오벤처협회: 협회 회원업체 •델타텍코리아: 보유기업DB 	<ul style="list-style-type: none"> - 이메일 - 팩스 - 뉴스레터 - DRS

G-TLO 기술설명회 준비 일정



G-TLO, 한국보건산업진흥원, 한국바이오벤처협회, GTTC						13(10월) Kick-off	14
15	16	17 ← 기술 발 굴 →	18	19	20	21	
22	23	24 ← 기술 선 별 →	25	26	27	28	
29	30 기술평가착수	31 대상기술수요기업 파악	1(11월)	2 기업DB활용회의(보건산업진흥원)	3	4	
5	6	7 대상기술 수요기업 파악	8	9	10 홍보자료제작	11	
12	13 e-메일	14 조정장발송	15	16 신문광고/fax	17	18	
19	20 기술평가완료	21	22 e-메일	23 신문광고/fax	24 설명회책자제작	25	
26	27	28 기술이전설명회	사 후 관 리				

한양 Techno-fair 준비 일정



한양대, 한국바이오벤처협회, GTTC, 성동구, 송파구, 산업은행, 중소기업청			1 기	2 술 발	3 →	4
5	6	7	8	9	10	11
DRS시작, 홍보자료 제작, 행사장 부스배치결정						
12	13	14	15	16	17	18
대상기술수요기업파악			e-메일			
19	20	21	22	23	24	25
				e-메일/fax		
26	27	28	29	30	1	2
	핵심타겟 수요기업 대상 홍보를 발송		e-메일		fax	
3	4	5	6 한양 Techno-Fair			
		e-메일				

G-TLO 기술설명회 행사일정(장소: COEX 장보고홀 334호)



시간	내용
13:50 - 14:00	등록
14:00 - 14:05	G-TLO 소개
14:05 - 14:20	정부지원 이전기술개발사업 설명(김성용 사무관)
14:20 - 16:00	기술 설명회
16:10 - 17:00	기술 상담 (1부)
17:00 - 17:30	기술 상담 (2부)



- 개 회 식 -



- 기 술 설 명 -



- 기 술 상 담 -

한양 Techno-Fair 행사일정(장소: 한양대 HIT관 6층)



시간	프로그램	
	Session I 한양 바이오 기술 전시회	Session II 한양 BK21 기술이전 상담회
09:30-09:35	◦한양대 바이오 분야 연구 인프라 및 개발 기술 소개, 전시	◦ 개회사, 경과보고, 협력기관 소개
09:35-09:40		◦ 인사말
09:40-09:50		◦ 격려사
09:50-10:00		◦ 유망사항 전달(상담자)
10:00-16:40		◦ 기술이전상담



- 개 회 식 -



- 기 술 상 담 -



- 기 술 전 시 -



·참여기업

행사명	참가기술	중 참가신청	사전신청	현장신청	행사참가	기술상담수
G-TLO	7	73	64	9	42	17
한양Techno-Fair	31	147	140	7	72	58

〈변수〉

1. 참가신청 업체 중 50% 정도만 참석?

- 행사일: 사업마감 시즌을 앞두고 있어 참석을 저조
- 장소: 접근성
- 기술공급자의 브랜드

2. 참가업체 모두가 기술상담을 원하는 것은 아니다?

- 기술선별의 문제 대두: 권리성, 완성도
- 상담자는 기술사업화에 대해서는 전문가?





기술상담결과 사후관리분류

행사명	자료요구 (기술/시장)	사업화문의	신사업기획	연구과제	2차상담	비고
G-TLO	3/4	6	5	1	5	
한양Techno-Fair	14/7	7	7	6	10	

〈변수〉

1. 사업화 문의와 다수의 신사업 기획 상담

- 신사업 진출을 위한 아이템발굴 시즌
- 바이오 업계의 경우 4~5개 팀 운영, 1팀당 2~3과제 운영

2. 철저한 상담 준비 및 상담에 임하는 탄력적인 태도

- 해당기술의 사업화에 필요한 변수 등을 고려
- 산학연구과제 도출과 패키지라이선싱 고려
- 기술이전 못지 않는 연구소(자) 홍보의 필요성





·사후관리

행사명	자료송부	내부검토 중	협상진행	기술이전	비고
G-TLO	완료	4	3	1	
한양Techno-Fair	완료	9	7	0	

〈변수〉

1. 설명회(상담회) 후 의사타진에 소요되는 기간이 길다?

- 기술수요자가 원하는 자료의 빠른 백업이 중요하나 즉각반응의 부재: 과도한 업무구조
- 기술이전전담인력의 능력 배양 검토: 바이오 분야의 경우 기술사업화를 위해서 임상실험과 규격 승인에 대한 문제가 민감한 만큼, 전담인력의 관련 지식인지가 중요

2. 기술평가에 대한 논의

- 기술설명회(상담회)에 기여하는 기술평가서의 비중은?
- 발명자와의 면담내용, 발명신고서의 중요성 인지



기업체의 주요 요구사항



1. 기업 규모별 요구사항

- 중소기업 이하: 신규사업 진출을 위한 컨설팅, 기술사업화 지원 요구
- 중소기업 이상: 기술개발 등을 위하여 관련 기술자 및 기술자료를 얻을 수 있는 연구 자료 포탈이 있었으면 함(개별대학보다는 범연구집단 차원)

2. 충실한 기술공급자 역할

- 정기적인 기술자료를 공급해 줄 것을 요구
- 수요기술에 대한 신속한 백업: G-TLO 설명회 참가업체에 타 대학 기술을 공급하여 기술이전 성사

3. 기술이 적용될 시장에 대하여 상호 고민

- 기술적용 시장에 대한 이견발생

ex) 발명자의 적용시장 제시로 협상에 새로운 국면 전환





1. 고객관리 체계화: 기업DB 구축 활용

- 한번 고객은 영원한 고객이다: 과거 산학연구과제를 통한 협력 기업이나 과거 기술이전 대상업체의 관리 부재
- 참가기업에 대한 적극적인 상담 및 사후관리로 확실한 **기술수요고객으로 확보**

2. 기술이전전담인력은 Solution or Assistance?

- 설명회(상담회) 출시 기술분야에 대한 특수성 인지 부족

3. 기술개발자 및 연구소 홍보 병행

