

КОНЪЮНКТУРА

НОВАЯ ЭКОНОМИКА

Promobot сыграл в казино

Пермские разработчики впервые приняли участие в международной выставке в Лас-Вегасе

Дина Полина

Компания Promobot подвела итоги своей работы на выставке потребительских технологий CES (Consumer Electronics Show), которая прошла в Лас-Вегасе 9–12 января. Ежегодно там представляют лучшие инновационные разработки. В этом году компания Promobot презентовала на CES четвёртую версию своего робота и получила предварительные заказы на \$10,5 млн.

«CES — это событие мирового масштаба. Его стремятся посетить ведущие разработчики, блогеры, гла- вы IT-корпораций. Здесь мы встретили Гая Кавасаки — человека, который создал касту поклонников Apple и вообще направление маркетингового евангелизма, сооснователя компании транспорта будущего Hyperloop — Бибона Грэста, ведущего российского блогера — Wylsacom», — рассказал «Новому компаньону» коммерческий директор Promobot Олег Кивокурцев.

Потенциальные заказчики

Стенд пермской компании разместился в павильоне Smart City, где была представлена последняя разработка — Promobot V.4. По словам Олега Кивокурцева, за три дня работы на выставке команда собрала 152 контакта людей со всего мира, интересовавшихся возможностями поставки роботов. «Также мы подготовили специальные листы, заполняя и подписывая которые, каждый из потенциальных заказчиков подтверждал свой интерес к нашей продукции. Фактически это договор о намерениях. В итоге мы насчитали 44 компании, которые изъявили желание внедрить

промоботов в своём бизнесе. Практика показывает, что люди могут отказаться от предварительных договорённостей. Поэтому мы готовы к тому, что цифра реальных контрактов будет меньше», — отметил собеседник.

Олег Кивокурцев обратил внимание, что среди потенциальных заказчиков Promobot есть такие компании, как Oracle, NASA, Texas Instruments, Hyperloop, Lyft, Amazon. Другие относятся к строительной, развлекательной (казино), торговой, гостиничной отраслям, ретейлу, а также занимаются управлением недвижимостью (бизнес-центры, кампусы компаний). География заказов также оказалась широкой: США (22 заказа), Мексика (шесть заказов), Китай (четыре заказа), Франция (три заказа). Также проявили интерес представители Канады, Кореи, Бразилии, Японии, Турции, Германии, Индии, Австрии, Израиля, Польши, Таиланда, Нидерландов и Панамы. «Крупнейшим заказчиком стала компания из ОАЭ, которая занимается оснащением учреждений образования, торговых и бизнес-центров по всему миру. Она готова приобрести 200 промоботов второй версии и 300 — четвёртой», — отметил разработчик. Общее количество предзаказов — 700 промоботов стоимостью \$10,5 млн.

КСТАТИ

Как попасть на CES? Лайфхаки от Олега Кивокурцева:

1. Заявка на участие в выставке должна быть подана не позднее июня.
2. Выбирайте стенд в центре зала, так как трафик людей здесь больше, чем на входе или выходе.
3. Не скупитесь на приобретение медиапакета, который предлагают организаторы CES. Затраты на освещение в СМИ (\$5 тыс.) окупятся, если помимо продаж вы планируете PR.
4. Не стесняйтесь приглашать к своему стенду людей с камерами. Расскажите о своём продукте.
5. Не везите с собой из Перми рекламную продукцию, закажите её печать на месте. Это избавит вас от риска утери во время перелётов.
6. Приезжайте заранее, чтобы успеть разрешить все непредвиденные ситуации.
7. Обязательно спрашивайте у организаторов обо всех возможных видах расходов. Например, хранение ящиков оказалось платной услугой — \$1 тыс. за три дня.
8. Не берите в аренду стулья, телевизоры и другие вещи. Приобрести их в магазине окажется в разы дешевле.
9. Подготовьте договоры о намерениях, закрепляйте интерес к вашей продукции письменно. В этом случае вероятность того, что контрагент впоследствии подпишет с вами реальный контракт, выше 50%.
10. Не забывайте о лекарствах. После долгих перелётов необходимо быть бодрым.



Международные контакты Promobot на выставке CES-2018



Стоимость участия

Стоимость павильона начинается от \$5 тыс. Электричество, интернет, хранение и многое другое оплачивается отдельно. Общие затраты компании на участие в выставке составили 2 млн руб. «Получилось достаточно дорого, но затраты оправдывают себя. О нас рассказали большое количество СМИ, снял сюжет Wall Street Journal. Много видеосюжетов, несколько десятков публикаций», — говорит Олег Кивокурцев.

Конкуренты

Несмотря на то что был отдельный павильон, где были представлены только роботы, прорывных разработок, по словам представителя Promobot, на выставке не было. «Здесь было откровенно скучно. Среди сервисных разработок нам не было равных, и это не наши слова, а оценка многих участников выставки. Китайский разработчик представил новую версию Sanbot King Kong, но его дизайн не отвечает современным требованиям. Множество других компаний привезли разработки 10-летней давности и давно от нас отстали», — отметил собеседник.

Перспективы

По словам Олега Кивокурцева, сейчас предстоит переконвертировать листы потенциальных заказов в реальные сроки, заказы и договоры. Поставки будут реализованы в 2018-м — 2020-е годы. «После того как появится понимание, насколько эффективной была поездка, будет принято решение об участии в CES в следующем году», — заключил собеседник.

Международная выставка потребительских технологий CES проходит каждый год, начиная с 1976 года. Это престижное событие для производителей электроники, IT-компаний, стартапов. Самое ожидаемое техношоу Америки славится масштабом представленных инноваций, что вызывает огромный интерес как в профессиональной среде, так и у широкой публики. Здесь были представлены первая видеокассета, DVD-проигрыватель, цифровое радио, записывающее устройство Blu-ray, дроны, различные версии планшетов и телевизоров 4K, 3D-принтер, умная одежда. В ежегодной выставке принимает участие 3000 команд, а общая проходимость всех павильонов составляет около 100 тыс. человек со всего мира.

cesexpo.ru