

Как сделать свой продукт глобальным

Арам Пахчанян,
Вице-президент



ABBYY за 30 секунд

- **Российская компания**, основана в 1989 г. Редкий пример успеха российского ПО на мировом рынке.
- Один из нескольких **крупнейших мировых научных центров** по разработке технологий искусственного интеллекта. **27% дохода** инвестируется в НИОКР:
 - Распознавание символов
 - Прикладная лингвистика и перевод
- Клиенты и партнеры более чем в **130 странах мира**
- **30 миллионов пользователей** в мире
- Самые известные бренды
 - Система распознавания **ABBYY FineReader**
 - Словарь **ABBYY Lingvo**

Группа АБВУУ



>1000 сотрудников в 12 офисах во всем мире

Головной офис и исследования и разработка в Москве

Что нужно обеспечить

- Локализацию
- Адаптацию
- Обратную связь
- Продвижение
- Поддержку
- Защиту

Локализация

- Перевод делается всегда с английского.
- Агентства:
 - Очень разные цены на разные языки
 - Процесс:
 - Основной перевод
 - Доперевод
 - Тестирование
- Краудсорсинг
 - Продукт должен быть популярным
 - Нужно выстроить инфраструктуру
 - Качество не гарантируется
 - Зато можно покрыть много языков

Адаптация

- Больше, чем локализация: продукт должен казаться местным
- Учет разных особенностей:
 - Специфика местных потребностей
 - Направление письма, иероглифы, сложные написания (divangari, thai, и т.д.)
 - Очень разная длина слов в разных языках: влияет на дизайн
 - Использование локальных символов, известных персонажей и т.д.
 - Цветовые решения
 - Accessibility (напр. Section 508 в США)
 - Название (напр. для Китая)

Обратная связь

- США: сырой материал
- Европа: не один регион, а множество
- Азия: конформизм
- Языковые, культурные барьеры (разные умолчания)
- Вывод: все надо перепроверять

Продвижение

- На какие рынки выходить?
- С чем выходить?
 - Технология
 - Продукт (лицензия или web-продукт)
 - Сервис
- Глобальное продвижение
- Продвижение через партнеров, создание сети
- Локальный маркетинг, акции
- Локальные проекты
- Разница менталитета: изучайте мир

Поддержка

- Уровни поддержки
 - партнер-офис-HQ
- Сообщество:
 - Не взлетает без масштаба
 - Надо их вести, нужны локальные волонтеры

**Защита: У вас могут отнять все в два
счета**

Патенты (США)

- Троллинг, зонтичные патенты
- Процедура разбирательств
 - От \$1 млн
 - Несколько лет
 - Зачастую суд присяжных
- Технологии
 - Меньше риск атаки
 - Надо готовиться к участию в защите партнера
- Обычные продукты
 - Вы преодолели определенный рубеж
 - Вы интересны как объект недружественного поглощения
- Веб-продукты
 - Наиболее защищены от патентных проблем
- Совет: ничего не выкидывайте.

Пиратство

- Технологии
 - В странах третьего мира
 - Пример: антивирусы в Китае
 - Желательно защитить, если есть возможность
- Продукты
 - Надо делать защиту
 - Пиратство есть везде
 - Все равно взломают, но есть недоверие ко взломанному продукту
- Веб-продукты
 - Тоже воруют: гейты
 - Проще защищаться

Торговые марки

- Мадридское соглашение (1891 г), протокол (1989)
- Вне соглашения: США, Канада, и т.д.
- Доменное имя: не столь актуально, если не веб-продукт



Арам Пахчанян

Вице-президент

twitter: arampak

e-mail: aram_p@abbyy.com