



<http://www.romaniapozitiva.ro/featured/expertiza-globala-de-business-pentru-antreprenorii-romani-interviu-cu-kenneth-morse/>

Thu, Sep 9, 2010 |

## INTERVIEW WITH KEN MORSE

In the context of the RO Business Mentoring Program, led by K. Morse.

*English version*

**“Strong players like to be on a winning team. They are not afraid to work hard and will come back from a defeat to try even harder.”**

- **What are the most important 3 professional values that you have put into your business projects?**

There is really one MOST IMPORTANT value for any business leader: Integrity. Following the letter of the law is not enough; you must “do the right thing” even if you could make short term profits or personal gain by exploiting a loophole. The recent banking crisis was caused by people who sold a bundle of securities which was weak. It wasn’t illegal, but it was wrong. You must demonstrate integrity in all your dealings with customers, shareholders, and very importantly, your employees.

The second value is the CUSTOMER comes first. The CEO must be passionately committed to providing value to customers.

The third is to constantly upgrade and nurture the TEAM. **An “A” team with a “B” idea will beat a “B” team with an “A” idea every time.**

- **Within AspenTech EMEA you had almost zero personnel turnover. How did you manage to continuously motivate your people?**

First of all, all out team bought in to the values above.

In addition to openly sharing all the news (both good and bad) and treating them with respect, I set clear, very high expectations. People are proud to be expected to excel.

I communicated constantly and made sure the team had what each one needed to be successful. Strong players like to be on a winning team. They are not afraid to work hard and will come back from a defeat to try even harder.

- **Why did you decide to get involved in a mentoring program for Romanian entrepreneurs?**

I have always wanted to do business in Romania; I’ve met many ambitious Romanians outside the country. Also our daughter Allison has been supporting Hospices of Hope for several years, assisting nurses in Brasov and Bucharest to introduce modern health care for the terminally ill. She has been very impressed by the energy and commitment of the people she knows in the Romanian clinical community.



I believe Romanian entrepreneurs have great enthusiasm and high goals. I met Peter & Alina of PPF who demonstrated an extraordinary understanding of the challenges faced by young, ambitious Romanian companies; I was deeply impressed by their strong commitment to solving the problems young Romanian entrepreneurs face in order to achieve their full potential.

- **What do you think that are the most important challenges of a Romanian entrepreneur today?**

How to increase sales, gain market share penetration, generate repeat business, and engender customer loyalty at home. Even more challenging is how to build a global sales team and achieve effective distribution outside Romania, while facing a tsunami of global competitors.

- **Which is the most important learning message for local Romanian entrepreneurs from your truly global experience?**

Improving the effectiveness of the sales activities in globally ambitious companies, large and small, is consistently cited by business experts as one of the highest priorities, year after year. In the current tough climate, every purchase by any prospective customer must be justified at all levels of management. Having the best ROI-based sales approach is essential to shortening the sales cycle across borders. This is the key to the survival of most companies.

Romanian startup teams may be at a disadvantage when it comes to having the necessary passion for perfection and swift, seamless sales execution. Today's bright young Romanian entrepreneurs were typically not raised to think about the importance of sales. They did not grow up as junior capitalists, running lemonade stands or going door-to-door selling girl-scout cookies. While at university, their professors probably looked down on sales, and were rarely (if ever) themselves forced to compete for funding themselves. So, where will their sales mentors come from?

This is true across Europe, so that one of the most important business lessons—the importance of sales—usually comes late in the career of Europe's entrepreneurs.

Sales is a science, and can be taught and learned.

- **2 reasons for a Romanian entrepreneur to attend the Sales Strategy Workshop in Romania, 11-12 of October 2010.**

We guarantee the CEOs and top sales executives who attend:

- their sales will increase & their sales cycle will become shorter
- their sales pipeline will become more dependable
- their repeat business will increase and grow

- **Your message for our readers (RomaniaPozitiva):**

It takes 15 to 20 years to build a world class company, so you should be passionate about the solution you are providing to your clients. Try to start your business with one or more excellent co-founders, as "lone wolves" build smaller companies. You should also and like and admire the members of your team, because you will be working with them for a long time!



Thank you!

RomaniaPozitiva, September 2010

Romanian version

**„Jucătorii puternici își doresc să facă parte din echipe câștigătoare! Ei nu se tem să muncească din greu și revin după o înfrângere chiar cu mai multă putere.”**

- **Care sunt cele mai importante 3 valori profesionale pe care le-ați pus în practică în proiectele dumneavoastră?**

Există o valoare extrem de importantă pentru orice leader în afaceri: integritatea! Respectarea literei legii nu e suficient; trebuie să faci ceea ce trebuie, chiar dacă ai putea să obții profit în termen scurt sau recunoaștere personală, exploatând o greșeală! Recenta criză bancară a fost cauzată de oameni care au vândut un teanc de titluri de valoare fara acoperire). Nu a fost ilegal, dar a fost greșit. Trebuie să demonstrezi integritate în toate acțiunile tale cu clienți, parteneri de afaceri și – foarte important – angajații tăi!

A doua valoare este: CLIENTUL este cel mai important. Managerii trebuie să fie pasionați să aducă valoare clienților lor.

A treia valoare este să reușești să-ți îmbunătățești și să-ți mobilizezi constant ECHIPA. **O echipă de „A” cu o idee de “B” va câștiga întotdeauna în fața unei echipe de „B” cu o idee de “A”!**

- **La compania AspenTech EMEA ați înregistrat fluctuație de personal zero. Cum ați reușit să motivați constant oamenii?**

În primul rând, toată echipa a îmbrățișat valorile descrise mai sus. Pe lângă faptul că este important să împărtășești toate veștile (bune și rele deopotrivă) și să tratezi oamenii cu respect, eu am stabilit așteptări foarte înalte și clare. Oamenii sunt mândri să te aștepți să exceleze!

Am comunicat constant și m-am asigurat că echipa are tot ceea ce e nevoie pentru a avea succes. *Jucătorii puternici își doresc să facă parte din echipe câștigătoare! Ei nu se tem să muncească din greu și revin după o înfrângere chiar cu mai multă putere.*

- **De ce v-ați decis să vă implicați într-un program de mentoring pentru antreprenori români?**

Întotdeauna am vrut să fac afaceri în România. Am întâlnit mulți români ambițioși în afara țării. Fica mea, Allison a sprijinit Hospices of Hope mai mulți ani la rând, ajutând asistente din Brașov și București să introducă metode moderne de îngrijire a bolnavilor în stadiul terminal. Ea a fost impresionată de energia și determinarea oamenilor pe care i-a cunoscut din comunitatea medicală.

Cred că antreprenorii români au entuziasm foarte mare și obiective ambițioase. L-am întâlnit pe Peter & Alina de la PPF (Fundatia Post Privatizare) care au înțeles extraordinar de bine provocările companiilor din România. Am fost pe deplin impresionat de determinarea cu care doresc să rezolve problemele tinerilor antreprenori români pentru a-și atinge potențialul.



- **Care credeți că este azi cea mai importantă provocare a antreprenorilor români?**

Cum să crească vânzările, cota de piață, cum să genereze business repetitiv și cum să fidelizeze clienții.

Și mai provocator este să-ți construiești o echipă de vânzări la nivel global și să înregistrezi rezultate înafara României, rezistând unui tsunami din partea competitorilor globali.

- **Care este cea mai importantă lecție de business pentru antreprenorii români din perspectiva experienței dumneavoastră la nivel global?**

Îmbunătățirea eficienței activităților de vânzări în cadrul companiilor mici sau mari, dar ambițioase este în mod constant citată de experții în afaceri ca fiind una din cele mai importante priorități în acest an.

În acest climat economic dificil, fiecare achiziție a oricărui client trebuie să fie justificată la toate nivelurile de management. Abordare de tipul „return of investment” în vânzări este esențială pentru scurtarea ciclului de vânzări. Aceasta este cheia de supraviețuire pentru cele mai multe companii.

Echipele românești de start-up s-ar putea să fie în dezavantaj când e vorba să existe pasiunea, rapiditatea și perfectiunea necesare activităților de vânzări.

Antreprenorii români de astăzi nu au fost crescuți și educați despre importanța vânzărilor. Ei nu au crescut ca tinerii capitaliști vânzând limonadă pe stradă sau mergând din ușă în ușă și vânzând prăjiturele făcute în casă.

În același timp, în universități profesorii lor probabil urmăreau scăderea vânzărilor și rareori au fost provocați să se finanțeze pe sine. Deci, de unde să vină mentorii cu experiență în vânzări?

Acesta este adevărul în toată Europa, deci una din cele mai importante lecții de business – importanța vânzărilor – vine ceva mai târziu în cariera antreprenorilor europeni.

Vânzările sunt o știință, deci pot fi predate și învățate!

- **2 motive pentru care un antreprenor român ar fi bine să participe la Workshopul de Strategie în Vânzări din România, 11-12 Octombrie 2010.**

Garantăm managerilor care participă la workshop că:

- o Vânzările lor vor crește și ciclul lor de vânzare va deveni mai scurt
- o Vor avea vânzări constante
- o Business-ul lor repetitiv va crește și se va dezvolta.

- **Mesajul dumneavoastră pentru cititorii RomaniaPozitiva:**

Sunt necesari 15 până la 20 de ani să construiești o companie de talie mondială, deci tu trebuie să fi pasionat de soluțiile pe care le livrezi clienților tăi. Încearcă să-ți pornești afacerea cu unul sau mai mulți excelenți co-fondatori pentru că “lupii singuratici” au construit



companii mai mici. Este bine să-ți placă membrii echipei tale și să-i admiri, pentru că vei lucra cu ei multă vreme!

*Mulțumim pentru interviu!*

*RomaniaPozitiva, septembrie 2010*

### **\*Profil Kenneth Morse**

- Antreprenor în serie
- Profesor invitat, Școala de Afaceri ESADE
- Catedră în Antreprenoriat, Inovare și Competitivitate, Universitatea Tehnologică Delft
- Managing Director fondator, Centrul de Antreprenoriat MIT
- MIT Enterprise Forum Global Board
- Președinte, Entrepreneurship Ventures, Inc.
- Consiliul Național pentru Consultanță în Inovare și Antreprenoriat (S.U.A.)
- Membru, Telefonica Disruptive Council
- Membru, Consiliul Consultativ Citi SFS
- Consilier Vânzări, Scottish Enterprise
- New Zealand GNS Science, Comisia Externă de Experti
- Consilier Vânzări, Dynasil Corporation
- Membru al Consiliului Director, MassChallenge
- Membru, Barcelona HiT: The Hothouse of Innovation & Technology
- Licențiat în știință, MIT
- MBA, Școala de Afaceri Harvard

Ken este lider de performanță în vânzările globale high-tech și în managementul vânzărilor, având o experiență de peste 35 de ani.



*Portofoliu*

Ken Morse este co-fondator a șase companii de high-tech, alături de prieteni și colegi de facultate din MIT. Cinci din aceste companii au avut IPO-uri sau fuziuni de succes; una a fost un dezastru. Acestea includ 3Com Corporation, Aspen Technology, Inc., o companie de comerț, o companie biotech și o companie de sisteme expert. Ken a fost fie CEO, fie responsabil, în parte sau în totalitate, pentru organizarea vânzărilor în fiecare din aceste noi companii. În timpul celor peste patru ani în calitate de Director Executiv al AspenTech (AZPN) Europe SA/NV, echipa lui Ken a atins 18 trimestre consecutive de performanță în vânzări, construind relații strategice apropiate cu companiile farmaceutice și de produse chimice de top din toată regiunea. Ken a dezvoltat organizația AspenTech EMEA de la 22 de angajați la peste 200, cu fluctuații de personal aproape de zero, și a extins veniturile din vânzări cu procentaje între 600% și 900% odată cu relații cheie cu clienții.

Interesul lui Ken pentru companii internaționale high-tech a început la MIT (Massachusetts Institute of Technology), unde a absolvit Științele Politice în 1968, urmate în 1972 de un MBA la Harvard Business School. După absolvire, s-a angajat la Schrodgers, banca



comercială din Marea Britanie, unde a lucrat direct pentru Jim Wolfensohn, fost președinte al Băncii Mondiale.

În 1975, Ken a format o companie de consultanță comercială sub egida Chase Manhattan Bank, pentru a sprijini companii americane bazate pe tehnologie, cum ar fi IBM, General Motors, Gillette, Hughes Aircraft, Mine Safety Appliances, Waters Associates și altele, să intre pe piața chineză. Ken a lucrat în Beijing timp de cinci ani, în timpul celei de-a doua jumătăți a Revoluției Culturale. În 1980, Morse s-a mutat în Silicon Valley ca membru fondator al 3Com Corporation.

În cei treisprezece ani în care Ken a fost Director Executiv fondator al Centrului de Antreprenariat MIT (1996-2009), numărul studenților care au urmat Cursuri de Antreprenariat a crescut de la 220 la 1600 pe an, în timp ce numărul profesorilor a crescut de la 3 la peste 36. Ken a fost numit "Education All Star" ("Star în Educație") de către revista "Mass High-tech", și este membru al MIT Enterprise Forum Global Board.

Ken a fost numit în recent creatul Consiliu Național de Consultanță în Inovare și Antreprenariat, de către secretarul Locke și președintele Obama (Washington), și este membru al Council for Foreign Relations (New York).

Ken este membru al Telefonica Disruptive Council, Consiliul de Consultanță Citi SFS, Barcelona Hit: Hothouse of Innovation & Technology și al Comisiei Externe de Experti a New Zealand GNS Science. Este, de asemenea, consilier comercial al Scottish Enterprise.

Ken activează în comitetul director al mai multor start-up-uri, printre care Denkwerk Gmbh (Germania); iMotions – Emotion Technology ApS și Zylinc A/S (Danemarca); The Little Engineer (Liban); Aifos Solutions SL, Indisys și Invenio (Spania); Izon Science Ltd. (Noua Zeelandă); Naseeb Networks și Sofizar (Pakistan); Dynasil Corporation și mai multor spin-off-uri ale MIT (S.U.A.), incluzând Cogito, FloDesign Sonics, IntAct, Terrafugia și UkuMi.

Ken este profesor invitat la Facultatea de Business ESADE din Barcelona și este Șeful Catedrei de Antreprenariat, Inovare și Competitivitate la Universitatea Tehnologică Delft (Olanda). Predă în cadrul workshop-urilor de Dezvoltare a Competențelor Antreprenoriale în Europa, Liban, Arabia Saudită, Pakistan, Noua Zeelandă, Quebec și S.U.A., de peste 8 ani.

Ken vorbește fluent limba franceză și puțin limba chineză. Este membru al Cercle Royal Gaulois Artistique & Litteraire din Bruxelles. Când nu ajută tinerele companii să aibă succes, lui Ken îi place să navigheze cu barca lui de lemn, veche de 50 de ani, alături de familia sa, în jurul Cape Cod.

Este în stadiul de început al scrierii unei cărți despre antreprenori globali care au construit companii puternice departe de Silicon Valley și Route 128. Titlul, încă în lucru, este "Making it Happen Globally" („Reușite la nivel global”).