

### **Jak kryzys wywołany pandemią COVID-19 wpłynął na działalność Waszej firmy?**

Kryzys nieznacznie wpłynął na nasze prace nad rozwojem kropek i tuszy kwantowych, ale możemy powiedzieć, że włączył nam kilka czerwonych lampek. To dobry moment, by przyrzeć się niektórym zewnętrznym zależnościom spółki oraz przyrzeć się wydajności niektórych procesów w firmie. Jesteśmy startupem, więc ciągle walczymy z czasem. Zwolnienie tempa lub zawieszenie prac B+R, to dla nas brak rozwoju. A przy ciągle ponoszonych kosztach znacznie obniża szanse płynnego przejścia do kolejnej rundy finansowania. Nie możemy pochwalić się potem przed inwestorem, że jesteśmy super bo doścignęliśmy do kolejnej rundy mimo, że szalał COVID - musimy wykazać progres i potencjał do dalszego rozwoju. Nie spodziewamy się, że jakkolwiek inwestor będzie brał pod uwagę ciężkie czasy przy podejmowaniu decyzji o finansowaniu. Więc zasuwamy i robimy swoje.

### **Jak odnaleźliście się w warunkach home office?**

W przypadku laboratorium chemicznego długi czas na home office nie bardzo ma sens, chociaż w miarę możliwości korzystaliśmy również z tej opcji, gdy była taka konieczność. Przy zachowaniu środków bezpieczeństwa, prace B+R w naszej firmie prowadzone były z podobną intensywnością jak przed pandemią. Główne problemy, jakie się pojawiły podczas pandemii to wydłużone terminy dostaw odczynników do naszych procesów oraz zwolnienie prac związanych z rozbudową naszego laboratorium. Trochę to skomplikowało kilka procesów, ale nie spowodowało jakiegoś istotnego zatoru, ponieważ ilości jakie przerabiamy nie są nadal przemysłowe. Mam wrażenie, że dużo więcej pojawiło się pracy organizacyjnej, ze względu na łatwość spotkań z klientami, inwestorami, partnerami, którzy wcześniej byli często nieuchwytni. Teraz dużo łatwiej jest się umówić i dzień szybko wypełnia się spotkaniami przed monitorem. Na szczęście nie byliśmy zmuszeni do zwolnień pracowników, nawet udało się nam zatrudnić w tym okresie nowe osoby. Jesteśmy startupem o mocnym komponencie B+R i dla nas zespół to podstawowa wartość, którą chronimy.

### **Co w dobie koronawirusa sprawia największą trudność w prowadzeniu Waszego biznesu? Dlaczego to trudność i jak sobie z nią radzicie?**

Jesteśmy startupem, nasz rozwój uzależniony jest póki co od inwestorów i kolejnych rund finansowania. Właśnie jesteśmy w trakcie rozmów z kilkoma mniejszymi i większymi funduszami z Europy, USA i Japonii. Dwa z nich napisały nam wprost, że zamrażają inwestycje do czasu ustabilizowania się sytuacji. To nowopowstałe organizacje i same nie są pewne swojej przyszłości. Z kolejnymi, z którymi rozmawiamy, widzimy ryzyko znacznego wydłużenia się procesu domykania inwestycji. W związku z tym dokonujemy obecnie analizy naszego modelu biznesowego pod kątem różnych scenariuszy. Z drugiej strony, analizujemy różne skutki formalno-prawne przerwania niektórych działań aby zawczasu wiedzieć jak się na nie przygotować. Z trzeciej strony, środki można oszczędzać nie wydając ich lub robić to wydajniej. W związku z tym, chcemy wykorzystać ten czas do wykonania krytycznej analizy procesów w Spółce. Zleciliśmy właśnie audyt w tym zakresie, jego wyniki pomogą nam lepiej zaplanować wydawanie środków w najbliższych miesiącach.

### **Czy w tej trudnej sytuacji otrzymujecie wsparcie od inwestora/inwestorów? Jeśli tak, powiedzcie proszę, jakie oraz oceńcie, czy forma pomocy jest wystarczająca.**

W pierwszym kwartale tego roku otrzymaliśmy dofinansowanie zarówno ze strony inwestorów prywatnych jak i NCBiR. To pozwoliło nam wejść w czasy wybuchu COVID-19 z mocną podbudową. Stąpamy twardo po ziemi i wiemy, że ostateczny wynik naszych prac zależy od nas.

### **Jak po wybuchu pandemii koronawirusa zmieniła się Wasza zewnętrzna komunikacja? Co teraz komunikujecie obecnym i potencjalnym klientom?**

Zgodnie z wcześniejszymi zapowiedziami prace nad rozwojem niebieskiej kropki kwantowej i tuszy kwantowych trwają, tak więc nie było potrzeby zmieniać nic w naszej dotychczasowej komunikacji. Dodajemy za to teraz nowe kierunki - chcemy wzmocnić przekaz wysyłany do potencjalnych partnerów w USA. Z kolei w Azji chcemy wykorzystać nasze kontakty w ramach tajwańskiego akceleratora Garage+, do którego należymy. Budowanie widoczności na rynkach zagranicznych jest dla nas teraz bardzo ważne. Żałujemy, że został przesunięty event Hello Tomorrow w Paryżu, na który zostaliśmy

zaproszeni. Na szczęście sporo wydarzeń przeniosło się online, jak na przykład japoński event dla inwestorów IVS Launch Pad.

**Czy z powodu kryzysu na nowo musieliście szukać swojej wartości? Dlaczego? Jak do niej docieraliście?**

Nie, pracujemy w modelu B2B i na naszym etapie rozwoju komunikacja nie jest mocno zakorzeniona na końcowym odbiorcy. Jest mniej podatna na takie wydarzenia jak pandemia.

**Jakie komunikacyjne bariery stwarza koronawirus? I jak sobie z nimi radzicie?**

Zdajemy sobie sprawę, że przekaz w internecie jest teraz zdominowany przez COVID. Największe szanse na podchwycenie ma teraz komunikat, gdzie w tytule pojawia się "lek na wirusa". Ale spokojnie szukamy okazji i liczymy na te branżowe miejsca w sieci, gdzie będzie można więcej opowiedzieć o testach tuszy kwantowych czy unikalnych właściwościach naszej QNA blue dot.

**Co Waszym zdaniem jest najważniejsze w komunikacji kryzysowej?**

Chyba to, że Spółka nadal realizuje swoje cele zgodnie z planem. W momencie w jakim się znaleźliśmy szuka się jakiejś normalności, potwierdzenia, że nie wszystko wokół pogrążone jest w kryzysie. Wysyłamy więc sygnał do naszego bliższego i dalszego otoczenia - czasy są trudne i niepewne, ale robimy dalej swoje i z silnym, zgranym zespołem naukowców budujemy dalej swoją wartość.

Artur Podhorodecki, CEO QNA Technology