

Exportrådet öppnar dörrarna till utlandet



Exportrådets Åsa Dreyfus omgiven
av Marie Lindqvist-Pahlstad (t.v.) och
Jenny Helldén (t.h.) från ZilenZio.

I Örebro län finns 900 exporterande företag. De kunde vara fler. Det tycker i alla fall Åsa Dreyfus, Exportrådets kvinna i Örebro, som gärna hjälper företag att hitta nya spännande marknader utanför landets gränser.

MEN ATT LYCKAS på en exportmarknad kräver noggranna förberedelser och särskilt för små företag kan det innebära stora risker. Exportrådet känner till groparna på vägen och fungerar som en dörröppnare för utlandsaffärer.

– Vi vet vad som krävs tack vare den erfarenhet som vi samlat på oss. Den delar vi gärna med oss av, säger Åsa Dreyfus.

EXPORTRÅDET HAR ARBAT fram ett processverktyg, Exportstegen, som hjälper företaget att förbereda sig på en internationell satsning. Det sker enligt något man kallar exportstegen, som består av åtta frågor som företagen bör ha tänkt igenom innan de går vidare.

– Det finns ett enormt behov av att få råd hos framförallt mindre företag. Men man vill, eller kan, inte alltid betala för det, säger Åsa Dreyfus.

Och betala behöver man inte heller. Rådgivningen är helt kostnadsfri.

Med hjälp av Exportrådet kan företaget inventera sin förmåga och bygga upp en strategi för satsningen.

– Man måste kolla att affärsidén håller. Har man en vara eller tjänst som är konkurrenskraftig? På vilket sätt ska den lanseras? Vilken marknad har man tänkt sig? Finns det återförsäljare? Och vad kostar kalaset? säger Åsa Dreyfus.

När man kommit så långt i processen jobbar man parallellt med hennes kolleger i det aktuella landet. Av Exportrådets 500 anställda finns nämligen 400 utomlands. Det är där det mer handfasta jobbet görs, som aktiv sökning av återförsäljare till exempel.

ETT BRA EXEMPEL på en lyckad export-satsning där Exportrådet och Åsa Dreyfus spelat en betydande roll är Örebroföretaget ZilenZios satsning på Norge.

Våren 2006 tog Åsa Dreyfus kontakt med ZilenZios grundare och ägare Marie Lindqvist-Pahlstad och Jenny Helldén. Företaget hade då nått stora framgångar på hemmamarknaden och Åsa kände till företaget sedan sin tid på Almi. Åsa tyckte att man ZilenZio också hade möjligheter till export, och ZilenZio kände sig nyfiken på vad Exportrådet kunde göra. Mötet resulterade i att ZilenZio arbetade igenom Exportstegen, vilket blev ett naturligt steg eftersom man redan hade exportförfrågningar från bland annat Norge.

Marie Lindqvist-Pahlstad och Jenny Helldén hade blivit inbjudna till ett möte som Föreningssparbanken och Exportrådet anordnade om hur man gör affärer med Norge. Åsa Dreyfus tyckte att det var en god idé att ZilenZio deltog.

Med på mötet var Erik Widing, som är Exportrådets man i Oslo och sommaren 2007 ringde han för att få ZilenZio att presentera sina produkter i Norge.

– **DE KLASSISKA** marknaderna för svensk export är Tyskland och Norge. Men det är sällan jag behöver peka ut ett land och det är inte heller min uppgift, säger Åsa Dreyfus.

Hennes kolleger i Oslo genomförde en marknadsundersökning och även såg till att Marie Lindqvist-Pahlstad och Jenny Helldén fick träffa norska intressenter.

– Vi hade ingen tanke på att bli ett exportföretag, säger Marie Lindqvist-Pahlstad.

Men varför inte? I januari i år begav de

sig till Oslo, visade norrmännen vad de hade att erbjuda och upptäckte att det fanns en stor efterfrågan på deras produkter i Norge. Nu har de avtal med en av de största fristående inredningskedjorna i Norge och beställningarna strömmar in.

Det blev därför också nödvändigt att anställa en representant med kontor i Oslo.

Jenny Helldén, som är ekonomiansvarig, har lite problem med att försöka räkna ut vad satsningen på Norge innebär. Hon har satt en budget på fem miljoner kronor, men hon tror inte att den håller. Det blir mer än så. Kanske mycket mer.

NORGE ÄR INTE det enklaste exportlandet och det beror på att det fortfarande inte är medlem i EU. Den norska tullen är erkänt svår att ha att göra med.

– Vi har lärt oss massor om Norge och hur det fungerar där. Snart börjar vi också tala norska, säger Jenny Helldén med ett leende.

ZilenZio och Norge är ett utmärkt exempel på när ett mindre företag med hjälp av Exportrådet etablerar sig internationellt.

– Många företag går sina egna vägar via slumpmässiga kontakter ut i världen. Men det gäller att välja en seriös partner, och framför allt välja själv, att inte bli vald. Framgångsfaktorn är inte lika hög när man avstår från att undersöka marknaden och att grundligt tänka igenom satsningen, säger Åsa Dreyfus.

Hennes uppdrag är inte bara att slussa företaget vidare. Hon kan också ta egna initiativ och kontakta företag som har varor eller tjänster som hon tycker borde vara intressanta för export. Kanske är Danmark ett passande land för ett företag som ZilenZio?

– Ja, absolut, säger Åsa Dreyfus.

