

SJU NYCKELSTEG VID INTERNATIONELL EXPANSION

*Så undviker du fallgropar och blir
startklar för global försäljning*

7 TIPS FÖR ATT LYCKAS MED DIN INTERNATIONELLA EXPANSION

Vill du börja exportera eller etablera ditt företag på en ny utlandsmarknad? Då står en spännande tid framför dig. Det finns flera olika tillvägagångssätt för att växa utanför Sveriges gränser. I denna guide får du tips och rekommendationer som hjälper dig att undvika de vanligaste fallgroparna, spara tid och maximera din globala potential.

1 VÄLJ RÄTT MARKNAD

Hur ser din globala potential ut? På vilka marknader utanför Sverige har dina produkter eller tjänster störst chans att få genomslag? Hur bör du lämpligast ta dig in på en viss marknad? Ta första steget på din expansionsresa genom att svara på dessa frågor.

Att identifiera lämpliga marknader kan vara både komplext och tidskrävande. Du behöver utvärdera efterfrågan, kartlägga konkurrensen, bedöma dina egna konkurrensfördelar samt utvärdera potentiella handelshinder, risker och jämföra dessa mellan olika länder.

2 ÖKA DIN KUNSKAP OM EXPORTREGLER

Export är oftast första steget ut på världsmarknaden för svenska företag – och potentialen utanför Sverige är stor. Men för att bli en framgångsrik exportör bör du även ha god kännedom kring det som rör den praktiska exporthantering.

Inom EU är det relativt enkelt att sälja varor och tjänster men utanför EU kan lagar och regler skilja sig avsevärt mot den svenska marknaden. Här gäller det att bygga en förståelse för de särskilda regler och krav som du måste uppfylla för att få sälja på den lokala marknaden.

3 SKRÄDDARSY LOKALA ERBJUDANDEN

Ökade krav på snabba leveranser går hand i hand med nya förväntningar på marknadsanpassade eller till och med kundanpassade lösningar. Det finns inga garantier för att din affär kommer att lyckas utomlands bara för att företaget går som tåget hemma i Sverige.

Lokala preferenser och behov måste återspeglas i hur ditt erbjudande utformas och presenteras – vilket kan vara nyckeln när du ska maximera chansen att hitta nya kunder utomlands. Tänk också på att du kan behöva anpassa dina produkter för att möta olika säkerhets- eller konsumentkrav på den lokala marknaden och även se över din prisbild.

ATT TÄNKA PÅ

Börja med att utvärdera nyckelfaktorerna som påverkar valet av marknad. Har du fått förfrågningar från någon särskild marknad? Var finns era kunder och konkurrenter? Vilka sälj- och marknadsföringskanaler kan du använda dig av? Finns det några potentiella handelshinder?

För en heltäckande genomlysning bör du ta hjälp av utomstående experter som kan bistå i att ta fram en välmotiverad kortlista. Att engagera en tredje part som har insikter i affärsmöjligheterna och kanske till och med personal på plats med kunskap om det lokala affärsklimatet är ovärderligt när du ska välja rätt marknad.

ATT TÄNKA PÅ

Ta reda på vad som gäller för dina produkter på den marknad som du ska sälja till. Ett första steg är att identifiera vilken varukod eller HS-nummer dina produkter har. Då kan du till exempel söka i databasen [Access2Markets](#) för att se vilka tullar och andra avgifter som gäller för ett visst land.

Innan du blir startklar måste du veta hur du ska hantera exportdokument, tullar, utforma leveransvillkor, certifieringar, betala skatt och moms samt säkra logistik och betalningar. Vänd dig till en exportrådgivare för att få bästa möjliga stöd ([se sid 4](#)).

ATT TÄNKA PÅ

Gör en grundlig analys av kundgruppen på din nya marknad och utvärdera möjligheten att skräddarsy ditt erbjudande. Genom att bemöta skillnader i konsumentbeteenden, kundbehov och betalningspreferenser stärker du din relevans och attraktionskraft. Om du upplevs som ett lokalt varumärke fast med svensk hållbarhets- och kvalitetsstämpel kan halva matchen redan vara vunnen.



4 UTVECKLA EN LÅNGSIKTIG EXPORTPLAN

Många exportchefer tar ett för snävt perspektiv och missar chansen att dra nytta av synergier för att förenkla inträde på nästa marknad. Finns affärsmöjligheter i en hel region? Kan du använda samma logistikpartners, sälj- och marknadsföringskanaler? Detta kan möjliggöra avsevärt mindre administration och lägre kostnader vilket bör återspeglas i din exportplan. Din exportplan bör samtidigt utförligt redogöra för risker och sätta tydliga mål med KPI:er och förklara hur dessa ska uppnås.

5 BYGG DITT GLOBALA KONTAKTNÄTVERK

Ett brett kontaktnätverk är avgörande oavsett om du ska exportera eller etablera egen närvaro på en ny marknad. Att ha god kännedom om en marknad är ovärderligt när du till exempel ska välja distributörer eller värva nya kunder. Detsamma gäller för lokala logistikpartners eller andra tjänstleverantörer när du ska ge dig in i en lokal konsumentmarknad eller sälja via e-handel.

6 MAXIMERA DIN NÄTHANDEL

Näthandel kan i vissa fall vara det starkaste kortet i inledningen av en internationell expansion. Allt fler produktkategorier säljs idag över nätet till kunder över hela världen, även inom business-to-business, vilket många företag går miste om. Genom att utvärdera möjligheten att öka din näthandel på nya marknader parallellt med att du utvecklar din exportplan kan du etablera en färdig försäljningskanal till en förhållandevis låg investering. Strategisk kunskap om e-handel och väletablerade logistiklösningar är en nyckelförutsättning.

7 ETABLERA LOKAL NÄRVARO

Många företag som börjar exportera och sälja lokalt inser efter en tid att affärerna växer och att de behöver en lokal närvaro för att inte gå miste om affärsmöjligheter. I det skedet kan en hel del praktiska utmaningar uppstå och här gäller det att minimera risk.

Ett klassiskt misstag som företag gör är att ta på sig för många uppgifter i processer som är svåra att styra från huvudkontoret långt borta i Sverige. För frågor som lönehantering, betalningar, HR, skatter och moms, och när du behöver stärka relationen med kunder och partners (inte minst vid förhandling), kan en lokal samarbetspartner vara ovärderlig.

ATT TÄNKA PÅ

Börja med att sätta upp målen för din expansion och bygg därefter en långsiktig exportplan. Utifrån marknadsundersökning och analys bör exportplanen kartlägga såväl risker och möjligheter samt beskriva milstolpar och tidslinje för din internationella expansion. Detta görs med fördel i samråd med kunniga exportrådgivare som även kan hjälpa dig att tydliggöra kostnadsbilderna. Läs mer om [hur Business Swedens rådgivare kan hjälpa dig på sid 4](#).

ATT TÄNKA PÅ

Sätt upp en handlingsplan för hur du ska bygga och vårda ditt kontaktnätverk på regelbunden basis. Desto mer affärer du gör utomlands desto fler partners kommer du att behöva som kan attrahera nya kunder och underhålla relationen med existerande kunder, röja hinder och stärka din leveranssäkerhet samt korta tiden till marknad.

Försäljningsresultat uppnår du oftast i paritet med den tid och de resurser du har investerat i en marknad. Om du inte kan tillsätta en marknadsansvarig som bemästrar det lokala språket och kulturen - oroa dig inte, här finns flertalet möjligheter att outsourca tjänster ([se sid 4](#)).

ATT TÄNKA PÅ

Ta hjälp av kurser och e-handelsexpertter som kan vägleda din strategi på varje marknad ([utforska Business Swedens onlineutbildningar här](#)). För att sälja via nätet utanför EU behöver du bygga en förståelse för komplexa regelverk. Du behöver kunskap om den praktiska hanteringen, hur du säkrar betalningar, logistik och leveransvillkor.

ATT TÄNKA PÅ

Fundera på vilken typ av lokal närvaro som krävs för att stärka din positionering. Och vänd dig till en extern samarbetspartner som har personal på plats med lokal kännedom. Denna partner bör kunna erbjuda handfast stöd med skräddarsydda lösningar efter dina behov.

Våga släppa taget om det dagliga maskineriet som får din lokala verksamhet att fungera. Tiden och huvudbryn du sparar kan du istället investera i att planera för nästa expansionsfas.

SÅ KAN BUSINESS SWEDEN HJÄLPA DIG

1. PRAKTISK EXPOROTHANTERING

Med hjälp av våra kurser och guider kan du kontinuerligt vässa dina kunskaper om exportregler och bli startklar för internationell expansion. Kom igång snabbt och enkelt genom att utforska [våra exportguider och onlineutbildningar](#), från Exportguiden och Skeppningshandboken till vårt digitala verktyg [GoGlobal](#).

2. BYGG DIN EXPORTPLAN

Utvärdera dina exportmöjligheter. Våra globala rådgivare hjälper dig att analysera nya marknader, prioritera rätt från början och ta fram en skräddarsydd exportplan. [Börja din exportresa](#)

3. FÅ HJÄLP PÅ NY MARKNAD

Business Swedens medarbetare finns på fler än 40 marknader globalt. Vi anpassar våra lokala insatser efter ditt företags behov – vare sig det gäller analys, knyta kontakt med kunder och partners eller delta i främjandeaktiviteter. [Läs mer](#)

CONTACT



CARL NORSTEN

Regional exportrådgivare

carl.norsten@business-sweden.se



KAVEH FAREBRANT

Regional exportrådgivare

kaveh.farebrant@business-sweden.se



*We help Swedish companies grow global sales and
international companies invest and expand in Sweden.*

BUSINESS-SWEDEN.COM

BUSINESS SWEDEN Box 240, SE-101 24 Stockholm, Sweden
World Trade Center, Klarabergsviadukten 70
T +46 8 588 660 00 info@business-sweden.com
www.business-sweden.com