

3 gode råd om e-eksport

I får her en række vigtige erfaringer, som kan hjælpe jer, når I skal til udlandet

Udarbejdet af MakesYouLocal for FDIH

MAKES YOU LOCAL Succeed abroad FDIH STYRKER DANSK E-HANDEL

Gode råd om eksport

MakesYouLocal har samlet en række vigtige erfaringer, som kan hjælpe danske virksomheder når de skal til udlandet.

De gode råd er opdelt i 3 afsnit:

1) Vælg dit nye marked af de rigtige årsager
2) Lav din business case
3) Hold fokus de første 6 måneder, for det går ikke som planlagt

1. Vælg dit nye marked af de rigtige årsager

At opnå succes i et nyt marked må som udgangspunkt handle om at skabe en profitabel forretning, der har reel indflydelse på din virksomheds bundlinje. Det er måske åbenlyst, men nogle gange er der mindre rationelle grunde, der har stor indflydelse. F.eks. oplever vi mange, der vurderer et lands potentiale primært ud fra befolkningens størrelse, uden at overveje om der er hårdere konkurrence og hvilken indflydelse det har på indtjeningen.

Når man kommer fra et land med 5 mio. indbyggere, har de fleste andre lande – også dem med 2 mio. indbyggere – potentiale til at øge indtjeningen markant og altså dermed et marked, der er værd at overveje.

Først og fremmest skal du kunne se at du har en **vedvarende konkurrencefordel**. Dine produkter, eller kombinationen af dine produkter og services, skal samlet set være konkurrencedygtige.

Vi anbefaler at lave et Market scan, hvis du er i tvivl. Du skal lancere i et land, hvor du formentligt er ukendt, og for at kunder skal vælge dig til, kræver det, at du som minimum kan matche dine konkurrenter – og på enkelte parametre gerne være bedre end dem. Din pris skal være i nærheden af den billigste. Uanset din service, din indpakning eller din faglighed, så er der en naturlig grænse for hvor meget kunder vil betale ekstra for services, der ligger omkring et produkt. Se mere nedenfor.

2. Lav din business case

En business case behøver ikke at være et 3 måneders projekt og kræver heller ikke, at man har gået på CBS. Det kan gøres på en enkelt side hvor du forholder dig til følgende 3 spørgsmål

1) Med den gennemsnitsordre du forventer i det nye land, hvad tjener du så pr. ordre efter omkostningerne til fragt, returhåndtering og kundeservice er dækket? (læs mere om IPO beregningen her)

2) Hvilke nye faste månedlige udgifter vil der være efter lancering?

3) Med de to ovenstående tal kan du nu beregne hvor mange ordrer du skal have hver måned for at dække de faste udgifter samt annonceomkostninger.

Derudover skal du selvfølgelig tage højde for de omkostninger, der er til lokalisering og oversættelse af din shop.

3) Hold fokus på de første 6 måneder, for det går ikke som planlagt

At lancere i et nyt land er forbundet med en grad af usikkerhed og der vil helt sikkert være ting der ikke går efter planen.

Derfor anbefaler vi, at du laver en plan, hvor du ikke nedskalerer indsatsen, uanset resultaterne de første 6 måneder. Hvis resultaterne ikke er som forventet de første uger og du så straks slækker på indsatsen, f.eks. skruer ned for markedsføringen, dropper den lokale kundeservice eller ikke får opdateret shoppen med nye produkter, så ødelægger du chancen for at få et reelt og ærligt billede af potentialet.

Rådet er derfor at planlægge den indsats, der skal til de første 6 måneder og så arbejde efter den plan uanset resultaterne. Fokuser på at øge trafik og konvertering samt give en god kundeoplevelse.

Når der er gået 6 måneder vil der blandt skuffelserne også være gode resultater og ved at have fastholdt en konkurrencedygtig webshop i hele perioden, er der en reel mulighed for at vurdere potentialet.

De 5 faser i et vellykket projekt
Det kan anbefales at arbejde med udgangspunkt i nedenstående proces. De gode råd herover handler alle om den indledende fase, Decide, hvor der skal laves en plan for projektet.



I næste fase skal du have lokaliseret shoppen og efter lanceringen er det rigtigt vigtigt, at du arbejder med optimeringen af din konverteringsrate og dine processer, så forudsætningerne i din business case holder før du intensiverer markedsføringen.

Herefter skal du skabe vækst og lykkedes du også med denne fase, har du skabt en profitabel forretning og det er tid til at sætte nye mål.

Der er mange flere konkrete råd for flere lande i FDIH's eksportguides

MakesYouLocal har udarbejdet alle eksportguides for FDIH, hvor du kan finde flere gode råd. Du kan også søge hjælp hos FDIH's Eksport Helpdesk, som håndteres af MakesYouLocal eller se mere her www.MakesYouLocal.dk.

Held og lykke i udlandet!

Vigtige værktøjer hvis du skal sælge internationalt

Market Scan?
Et Market Scan giver dig et grundigt indblik i den konkurrencesituation, der er i det land, du overvejer at lancere i. Efter at have læst den skal du have en klar fornemmelse af, om din webshop vil være konkurrencedygtig i det nye land.

Vores Market Scan dækker følgende hovedområder:

- **Konkurrentanalyse**; vi identificerer dine vigtigste online konkurrenter og sammenligner deres webshops, produktsortiment og deres købsincitamenter på mere end 15 punkter.
- **Prissammenligning**; vi sammenligner priserne på op til 10 af dine vigtigste produkter med de identificerede konkurrenters priser.
- **Markedsføring**; du får et indblik i de vigtigste lokale markedsføringskanaler i dit nye marked samt indsigt i, hvordan de passer ind i de internationale kanaler som f.eks. Google og Facebook.
- **Logistik**; vi fortæller, hvilke forventninger kunderne har til leveringstid, leveringsformer og returvilkår.

Beregning af IPO, Indtjening pr. Ordre

Dette regnestykke er vigtigt, når du skal finde det optimale marked for din virksomhed. Når du sælger online, medfører en ny ordre en lang række af variable omkostninger, f.eks. emballage, forsendelse, betalingsgebyrer, returomkostninger og told.

Disse omkostninger er ofte meget forskellige fra marked til marked og derfor kan du godt have det samme dækningsbidrag på de varer, du sælger i Norge og USA, men når du laver en IPO beregning vil du se, at det du har tilbage efter ordren er ekspederet, kan varierer betydeligt.

Et eksempel på en beregning - tallene er fiktive:

Per order value (DKK)	Denmark	USA	Norway
Average order value incl. VAT	750,00 kr.	600,00 kr.	975,00 kr.
+ Shipping fees	40,00 kr.	0,00 kr.	35,00 kr.
- VAT	158,00 kr.	60,00 kr.	202,00 kr.
- Import taxes	24,19 kr.	48,00 kr.	0,00 kr.
- Shipping costs	70,00 kr.	110,00 kr.	30,00 kr.
- Cost of goods	330,00 kr.	240,00 kr.	487,50 kr.
- Packaging material	4,00 kr.	4,00 kr.	4,00 kr.
- Payment fees	15,00 kr.	19,00 kr.	15,00 kr.
- Warehouse costs	12,98 kr.	40,00 kr.	16,00 kr.
- Return handling	15,00 kr.	22,00 kr.	20,00 kr.
- Customer service	7,00 kr.	9,00 kr.	9,00 kr.
= IPO	153,83 kr.	48,00 kr.	226,50 kr.