

ROOTSI TURULE SISENEMISE ABC



1. KÜSI ENDALT, MILLINE ON ETTEVÕTTE MOTIIV EKSPORDIKS

On see kasv, riskide hajutamine või teatud ressursside maksimeerimine? Vastus annab suuna, kuidas ja mis toodetega uuele turule pürgida. Kaalu ka, kuidas näeb ekspordiplaan lõplikult välja ehk kus olete kolme aasta pärast. Võta aega, et teha põhjalik turu-uuring (vali maksimum kolm sihtururiiki). Alles siis asu tegema ekspordiplaane.

2. LEIA VÄÄRTUS EHK ETTEVÕTE KUI TERVIK

Mis on ettevõtte tugevad ja nõrgad küljed? Millist väärtust toob pakumine välisurul? Kuidas suudame välisuru klientide vajadusi konkurentidest paremini lahendada? Kas toode on sihturu jaoks valmis? Kas ettevõtte on valmis ekspordiks või on tarvis veel eeltööd teha? Millise kliendini soovid jõuda ja millised oleks olulised müügikanalid?

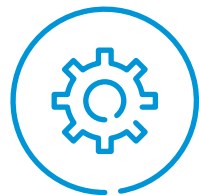


3. KAARDISTA MÄNGUMAA

Mis võimalused on sinu ettevõtte jaoks? Näiteks, kuidas saab EAS olla sulle kasulik? Kasuta ka oma kontaktvõrgustikku ja otsingut internetis. Siinkohal soovitame eriti kasutada kohaliku ekspordinõuniku abi.

4. ÄRA KIIRUSTA

Tee kaalutletud otsuseid. Eelneva analüüsi põhjal oled nüüd valmis välja valima õiget turgu, sihtgruppi, toodete sortimenti ning müügikanalid. Saad positsioneerida ettevõtet lähtuvalt konkurentidest, ettevõttest ja kompetentsidest.



5. LÄHENE ROOTSLASTELE STRATEEGILISELT

Pane paika oma tähtsamad eksporditegevused, sh suhtlemise ja kontaktide loomise strateegia, kuigi alati on võimalus oma plaane muuta, kui vajadus tekib. Osale messidel külalisena, kaardista tähtsamad network-üritused, kasuta aktiivselt LinkedIn'i uute kontaktide loomiseks, hoia end kursis turul toimuvaga olemasolevate kontaktide ja EAS ekspordinõuniku abil.

