**PARTNERPROFIL**

Partnerprofilen tager udgangspunkt i figur 18.34 og afsnit 4.1.2 i lærebogen. Kriterierne i tabellen er blot til inspiration. I den enkelte case må det vurderes, hvilke kriterier, der er relevante. Der kan være andre kriterier end vist nedenfor.

|  |
| --- |
| **Partnerprofil for (virksomhed X) på (marked Y)** |
| **Kriterier** | **Eksempler** | **Vurdering på skala fra 1-5, 5 er bedst** |
| *Partner 1* | *Partner 2* | *Partner n* |
| Generel styrke | StørrelseProdukt- og markedsekspertiseØkonomisk styrkeEvne til at føre lagerKvalitet af ledelsenImage/omdømme blandt kunderneOsv.  |  |  |  |
| Produkt-kompetencer | ProduktvidenEvne til at rådgiveEvt. komplementære produkters matchFysiske faciliteters standardEvne til at installere/montere/samleKvalitet af efter-salg serviceOsv. |  |  |  |
| Marketing-kompetencer | MarkedsvidenErfaring med målgruppenGeografisk dækningEvne til at levere til tidenSalgsstyrke, kundeservice og kvalitet af marketingtiltagDeltagelse i relevante messer og udstillingerMedlem af relevante netværk/handelsforeningerOsv. |  |  |  |
| Motivation | Villighed til at investere i salgstræningVillighed til at garantere minimumssalgVillighed til at føre tilstrækkeligt lagerVillighed til at tildele markedsføringsressourcerUdelt opmærksomhed til produktetVilje til at droppe konkurrerende produkterOsv. |  |  |  |
| ”Soft skills” | NetværkRelationskompetencerErfaring i at arbejde med andre eksportørerEngelsk niveau i organisationenOsv. |  |  |  |
| Vurdering/anbefaling på baggrund af analyse |  |