**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 | Størrelse  Produkt- og markedsekspertise  Økonomisk styrke  Evne til at føre lager  Kvalitet af ledelsen  Image/omdømme blandt kunderne  Osv. |  |  |  |
| Produkt-  kompetencer | Produktviden  Evne til at rådgive  Evt. komplementære produkters match  Fysiske faciliteters standard  Evne til at installere/montere/samle  Kvalitet af efter-salg service  Osv. |  |  |  |
| Marketing-  kompetencer | Markedsviden  Erfaring med målgruppen  Geografisk dækning  Evne til at levere til tiden  Salgsstyrke, kundeservice og kvalitet af marketingtiltag  Deltagelse i relevante messer og udstillinger  Medlem af relevante netværk/handelsforeninger  Osv. |  |  |  |
| Motivation | Villighed til at investere i salgstræning  Villighed til at garantere minimumssalg  Villighed til at føre tilstrækkeligt lager  Villighed til at tildele markedsføringsressourcer  Udelt opmærksomhed til produktet  Vilje til at droppe konkurrerende produkter  Osv. |  |  |  |
| ”Soft skills” | Netværk  Relationskompetencer  Erfaring i at arbejde med andre eksportører  Engelsk niveau i organisationen  Osv. |  |  |  |
| Vurdering/anbefaling på baggrund af analyse |  | | | |