

KORT NYT

Samsung ved at slå Apple og Nokia

Titlen som verdens største leverandør af smartphones er måske på vej til at skifte fra Apple til Samsung. Det vurderer IT-reseachfirmaet Strategy Analytics over for Bloomberg News. Samsung kører på Googles Android-styresystem, og meget tyder altså på, at Samsung med Android nu er større end Apple iOS-styresystem og med Nokias og Microsofts »mobil-windows« som en klar efterfølger.

Ifølge analytiker Neil Mawston fra Strategy Analytics er der i andet kvartal solgt mellem 18 og 21 millioner Samsung smartphones mod 20,3 mio. iPhones og 16,7 millioner Nokia-telefoner. Borsen.dk

EU-ja til Frankrigs lukkede grænser

EU vil hverken klandre Frankrig eller Italien for at have handlet i strid med Schengen-reglerne, da de to nabolande i april kom i totterne på hinanden grundet den store flytningstrøm fra Nordafrika. Det meddeler EU's kommissær for indre anliggender, Cecilia Malmström.

Grænsestriden opstod, fordi Italien i foråret valgte at give seks måneders midlertidig opholdstilladelse til over 20.000 tunesere, som oven på optøjerne i deres hjemland var flygtet til den italienske ø Lampedusa. Italiens udstedelse af de mange opholdsbeviser betød, at de mange tunesere frit kunne rejse over grænsen til ethvert andet EU-land – heriblandt til tunesernes ønskedestination, Frankrig. Frankrig tog derfor sagen i egen hånd.

I Danmark ventes der stadig på mere nyt om EU-Kommissionens holdning til den omstridte danske grænsekontrol. Ritzau



FOTO:FRANCIS GUILLOT/SCANPIX

Stuepige i mediekrig med Strauss-Kahn

Den afrikanske stuepige, der anklager den tidligere IMF-chef Dominique Strauss-Kahn for et seksuelt overgreb, går nu offentligt til angreb på franskmænd. I et interview med magasinet Newsweek siger den 32-årige Nafissatou Diallo, at Strauss-Kahn virkede som »en gal mand«, og at han angreb hende, da hun gik ind på hans hotelværelse.

»Jeg vil have retfærdighed. Jeg vil have, at han kommer i fængsel,« siger hun. »Jeg vil have, at han skal vide, at der er nogen steder, hvor man ikke kan bruge sin magt, hvor man ikke kan bruge sine penge.« Stuepigen forklarer, at hun står frem ved navn, fordi hun er blevet kaldt en prostitueret og derfor vil rense sit navn. Ritzau/AFP

Presset syrisk regering tillader partier

Under stærkt pres fra demonstranter har den syriske regering tilsluttet sig en lov, der tillader nye partier. »De nye partier skal respektere »demokratiske principper«, skriver det statslige nyhedsbureau.

Indtil i dag har kun det regerende Baath-parti været lovligt. Forbuddet mod andre partier har været i kraft siden et militærkup i 1963. Det er fire måneders tiltagende protester mod præsident Bashar al-Assad og Baath-partiet, der har fået regeringen på andre tanker. Menneskerettighedsorganisationer siger, at flere end 1400 er dræbt under opstanden mod Assads styre. Ritzau/Reuters

Kina lukker falske Apple-butikker

De kinesiske myndigheder har hen over weekenden lukket to af de fem falske Apple-butikker, der har solgt Apple-produkter i Kunming, hovedstad i den sydvestlige provins Yunnan. Det skriver kinesiske medier.

Kineserne er kendte for hurtigt at kunne kopiere populære koncepter. I tilfældet med Apple er forskellen mellem udbud og efterspørgsel i Kina enorm, rapporterer Bloomberg News. Borsen.dk

»I USA satser

Fra vild begejstring over alt for ivrige advokater til kunder, der tror, man lyver i telefonen.

De danske virksomheder Team Online og Unwire har oplevet lidt af hvert i deres første seks måneder med kundemøder i USA.

Børsen følger deres fremskridt og udfordringer i forsøget på at indtage det amerikanske marked

EKSPORT
til USA

Vejen til Amerika

USA er verdens største økonomi – og har de seneste år været gennem en af historiens største nedture. Nu forsøger to danske virksomheder at rykke ind på markedet med produkter, der på hver sin måde kan hjælpe amerikanerne med at gøre arbejdet eller sælge varen hurtigere, smartere og billigere. Børsen følger deres fremskridt og udfordringer i forsøget på at skabe ny eksport over Atlanten. Dette er det andet afsnit i serien.

AF LOUISEWITH

NEW YORK – Scenen er en villavej på Staten Island, noget af det tætteste man kommer på forstadsstemning i New York City. Det er en tidlig sommermorgen og Johnny Pedersen, USA-direktør i den danske virksomhed Team Online, har taget en taxa fra sit lufthavnshotel. Han landede i aftes fra Arizona, og hans indre ur står stadig på Vestkyst-tid, så han har ikke fået alt for meget nattesøvn.

Men det glemmer han nu. Fra Johnny Pedersen træder ind af døren hos On Your Mark, en servicevirksomhed for udviklingshæmmede med en omsætning på 20 mio. dollar, har han fuldt fokus på sit mål: At gøre de fem mennesker omkring bordet i det klinisk hvide mødelokale på anden sal så interesserede i sit produkt, Bosted System, at de vil bruge deres tid og energi på at blive Team Onlines første testkunde på USA's østkyst.

Børsen følger denne sommer de to mindre danske virksomheder, Team Online og Unwire, som hver især forsøger at skabe en eksport-succes i USA – på blot ni måneder. De to er del af et hold på ti danske virksomheder i

Eksportrådets såkaldte Vitus-program, hvor de får støtte til at tackle et nyt marked og konkurrerer om at skabe de bedste resultater. Så både Johnny Pedersen og Unwires USA-ansvarlige Henrik K. Nielsen har krydset staterne flere gange i år – såvel lodret som vandret.

Mens Johnny Pedersen og Team Online har set hurtig fremgang og allerede har flere testkunder i både Arizona og Californien, har Henrik K. Nielsen og Unwire en noget længere salgsproces.

Togbilletter via sms

I USA fokuserer Unwire på transportselskaber og sms-billetter, præcis som dem de har lavet til de københavnske S-tog og til flere andre transportselskaber i Norden. Men salget til den type kunder tager typisk ca. 12-18 måneder – og en portion tilpansningsarbejde.

I første omgang har Henrik K. Nielsen, direktør for partnersalg, derfor koncentreret sig om at møde en masse potentielle kunder og se markedet an, før Unwire begiver sig ud i en dyr ambitionssatsning. Og han har mødt vidt forskellige reaktioner.

»Det har mest været rigtig positivt. Det er tydeligt,



Johnny Pedersen, der er direktør for den danske virksomhed Team Online i USA, sidder i en taxa på vej til et møde med servicevirksomheden On Your Mark, der arbejder med udviklingshæmmede og omsætter for 20 mio. dollar om året. De skal drøfte mulighederne for at gøre On Your Mark til Team Onlines første testkunde på USA's østkyst. Foto:Anders Birch

at vi er langt fremme med vores teknologi. De fleste lader som om, men det viser sig som regel, at de ikke ved ret meget om produktet. Det har faktisk været en aha-oplevelse for dem stort set hver gang, mens de fleste kunder i Europa har større teknologisk indsigt. Det er jo skønt, at der er potentiale. Men ulempen er så, at jeg bruger en del tid på bare at præsentere, få dem til at forstå og se alle mulighederne,« siger han.

Henrik K. Nielsen og hans eksportrådgiver på Generalkonsulatet i New York har oplevet alt fra en kunde, der troede, at de talte usandt, da de ringede og præsenterede sig – og til den anden ende af spektret og de helt overstrømmende reaktioner.

Nemmere at begejstre

»Når 10-øren falder, og de forstår produktet, så siger flere af dem: Hvornår kan vi komme i gang? En enkelt bad med det samme om et konkret tilbud. Og de allerfleste giver os navne og kontakter på andre i branchen, vi skal møde. De er klart lettere at begejstre end i Europa. De er ekstremt åbne for det nye og dygtige til at netværke.« Også Johnny Pedersen har mødt begejstring og

åbenhed. Team Onlines første testkunde i Arizona besluttede sig langt hurtigere end planlagt for at rulle produktet ud i hele virksomheden. Og da den første kunde var i hus, var det væsentligt nemmere at få de næste hjem.

»Her i USA er der ingen, der satser på uafgjort. Enten er du en vinder – eller også er det lige meget. Som virksomhed, og især som ny og ukendt virksomhed fra et fremmed land, er du nødt til at udstråle den vindermentalitet: I kan regne med mig! Og der hjælper det selvfølgelig også med et lokalt netværk og lokale referencer,« siger Johnny Pedersen.

Altid noget på hjerte

Han har foretaget masser af »cold calls«, som han kalder dem: Opringninger uden aftale eller introduktion på forhånd. Men han ringer aldrig op for bare at bede pænt og høfligt om et møde. Om det er via messer og konferencer, den lokale kirke i Arizona, hvor han kommer med sin amerikanske hustru, research på kundens forhold – eller på det lokale fodboldhold, så har han altid noget på hjerte.

»Jeg ringer f.eks. op og siger: »Hallo, John, hør her,

ingen på uafgjort»



Når Henrik K. Nielsen skal gøre potentielle kunder interesserede i Unwires mobile løsninger, begynder han altid med smalltalk, som han får drejet over på produktet ved at spore samtalen ind på offentlig transport i Danmark versus USA, hvis det f.eks. er et sms-billetsystem, han forsøger at sælge til et transportselskab. Foto: Anders Birch

Pete nævnte dit navn, og han mente, jeg har noget, som vil interessere dig. Sidder du og ser Tour de France? Hør her, har du et par minutter senere? Du vil ikke fortryde det.« Der skal klart noget mere til end bare »goddag, jeg har en vare til salg,« for at fange dem,« siger han og fortsætter:

»Det skal være personligt, direkte og relevant. Man skal have en vis frækhed og noget gåpåmod. Og så skal man være beredt på, at de også kan være uforkammede. Jeg har jo også oplevet dem, der omgående siger: Tak, det er ikke interessant. Klik.«

Salg i fire trin

Når det lykkes at skabe kontakt, vil Johnny Pedersen helst begrænse hvert salg til fire trin: Det første møde, hvor det bare gælder om at få »foden i døren«, som han siger. Derefter den første præsentation, hvor han og kunden lærer hinanden og produktet at kende. Og så kontrakt- og opstartsmødet. Men så let går det ikke altid.

Ude på Staten Island er han nået til præsentationen, og her går snakken i over tre timer. De fem ledere og medlemmer stiller masser af spørgsmål, begynder også at debattere produktets mulig-

heder indbyrdes, og inviterer Johnny Pedersen på frokost. Det tegner mere end lovende. Til sidst bliver han kørt til færgen af direktøren, som lover at vende tilbage med sit endelige ja senere på ugen. Men da han vender tilbage, er det i stedet med nye spørgsmål. Han har hørt, at der er ændrede regler på vej på handicapområdet – kan han garantere, at Team Online vil kunne leve op til dem? Og at det ikke vil koste kunden noget?

Tunge at danse med

»Det er jo heldigvis gået godt for os indtil nu, og vi har været heldige at finde kunder hurtigt. Men jeg må sige, at jeg vidste ikke hvad »due diligence« var, før jeg kom til USA. Lige så hurtigt, uformelle og begejstrede, amerikanerne kan være, lige så tunge kan de være at danse med, når advokaterne først kommer ind over.«

Team Online har besvaret byger af spørgsmål om virksomhedens økonomi, sikkerhed, supportafdeling og meget andet, før aftalerne kom i hus. Efter besøget hos On Your Mark på Staten Island finder Johnny Pedersen i stedet en anden testkunde i New York, et selskab ved navn Lifespire. Han har des-

uden aftalt et nyt møde med On Your Mark til august.

»Vores kontrakt bliver længere hver gang. I Danmark er den en side eller to, men her i USA er den p.t. 12 sider. De er vant til at tage højde for alle scenarier, fordi de opererer i en verden med langt flere aktører – og også nogle gange flere snydere.«

Henrik K. Nielsen er ikke nået til kontrakterne og advokaterne endnu, men han er enig: Amerikanerne er lette at begejstre. Også han tjekker de lokale sportsresultater og begynder altid med smalltalk, som han så forsøger at dreje over til offentlig transport i Danmark vs. USA, og derfra videre til produktet. Og hvis kunden ender med at blive begejstret, forsøger han at minde sig selv om at bevare realismen.

Skal rykke hurtigt

»Det er jo fedt på den måde, at de kan være helt oppe at køre, når man siger farvel. Men man ved ikke, om de næste dag bliver begejstrede for noget andet. Kender man ikke USA, så kan man måske godt komme til at lægge for meget i det – og blive skuffet. Det er med at rykke hurtigt, når man har deres opmærksomhed. Man

kan ikke tage hjem til Danmark og høfligt vende tilbage flere uger senere. Man skal nærmest slå sig ned på deres trappe, gribe fat i dem med det samme og følge op.«

Enormt potentiale

En god portion tålmodighed er også en fordel i USA, råder Henrik K. Nielsen.

»I Europa ville jeg sjældent flyve fire timer for et enkelt møde. Men det gør jeg her, fordi afstanden mellem storbyerne ganske enkelt er større. Jeg har også oplevet, at en eller flere af dem, jeg havde lavet aftale med, pludselig ikke dukker op – så kun halvdelen er til stede. Det ville jeg opfatte som klar mangel på respekt på andre markeder. Men sådan er betingelserne,« siger han og fortsætter:

»Vi er en ny og ukendt spiller her, alle kunderne har travlt og får masser af tilbud, så vi må bare være forberedt på lidt af hvert. Omvendt er potentialet enormt, hvis vi først får foden indenfor. De store transportselskaber i USA's storbyer har som regel flere passagerer på en måned, end de europæiske selskaber har på et helt år.«

louise.with@borsen.dk

Børsen Fakta Vitus-programmet

■ Dansk eksportprogram under Eksportrådet og Udenrigsministeriet, som to gange om året giver 10 udvalgte virksomheder hjælp og rådgivning i forsøget på at indtage et nyt eksportmarked. Målet er at skabe »en eksportsucces på ni måneder«, og virksomhederne må højst have 100 medarbejdere og 100 mio. kr. i årlig omsætning. De får via programmet adgang til at deltage i to workshopper med internationale toprådgivere og samarbejder gennem hele forløbet med en eksportrådgiver, som er til rådighed i 265 timer. Virksomhedernes egenbetaling er 74.200 kr. eller ca. 35 pct. af rådgivningstimerne, mens Udenrigsministeriet dækker de resterende 65 pct.

Børsen Fakta Virksomhederne

■ **Team Online** har base i Odense og laver et stykke software, kaldet Bosted System, som kan hjælpe bosteder og dagcentre for udviklingshæmmede med at droppe det tids- og pladskrævende arbejde med papir, blyant og ringbind for i stedet at flytte dokumentation og afrapportering af service og behandling over på internettet.

■ **Unwire** har base på Østerbro i København og laver mobile løsninger, især i Danmark og i de nordiske lande til såvel transportselskaber som sportskampe, events, indsamlinger, tv-afstemninger mm. Virksomheden står blandt andet bag sms-portoen på de danske posthuse og også bag sms-billetterne i Københavns S-toge.