

SMV:Eksport - B2B Eksport til Benelux-regionen

Annoncering af ønsket indkøb

Generelle oplysninger

Annonceringens titel: Boost din (BtB) eksport til Benelux-regionen

Annoncør: Erhvervshus Hovedstaden, Fruebjergvej 3, 2100 København Ø

Dato: 30. september 2024

Deadline: 14. oktober 2024 kl. 12.00

Kontaktperson / information:

Thomas Hagerup

E-mail: thh@ehhs.dk

Mobiltlf: +45 6188 4654

Opgaven:

Vi søger en samarbejdspartner som kan facilitere og afholde denne workshop om B2B Eksport til Benelux-landene. Formålet med denne workshop er at udstyre deltagerne med den nødvendige viden, værktøjer og strategier for at kunne trænge ind på ét eller flere markeder i Benelux-regionen.

Workshoppen skal give virksomhederne en klar forståelse af markedsmulighederne, kulturelle og lovgivningsmæssige forskelle, samt praktiske råd til at opbygge og implementere en effektiv eksportstrategi.

Vi forestiller os at workshoppen kan opbygges således:

- Workshop 9-16 (7 timer inkl. 1 time til pauser/frokost) – fysisk
- Online opfølgning 2 timer (virksomheder kommer med deres individuelle refleksioner/sparring)
- 1 times forberedelse – forud for workshoppen udfylder de et kort spørgeskema – fx hvor langt er de med deres eksport / hvilke udfordringer pt.

Workshoppen kunne tage afsæt i følgende opbygning (justér gerne baseret på din viden om markederne og hvad der i din erfaring er vigtigt):

- Velkomst og introduktion til workshoppen
- Benelux – en treenighed og alligevel meget forskellige lande
 - Økonomiske, geografiske, politiske og demografiske markedskarakteristika, herunder landenes befolknings- og erhvervsstruktur
 - Kulturforskelle – en sammenligning af landenes kultur samt købsadfærd og forretningsetik
 - Hvor er der særligt potentiale for danske eksportvirksomheder?
- Den effektive go-to-market strategi for Benelux landene
 - Hvilken forretningsmodel bør man vælge til Benelux?
 - Kan / bør man håndtere alle landene som et samlet område?
 - Hvordan ser den effektive go-to-market strategi ud og hvad indeholder den?
- Hvordan kommer man bedst og mest effektivt ind på markedet? - Hvordan kommer man i gang//justerer man sin tilgang til markederne?
 - Herunder en vurdering af fordele og ulemper ved hhv. direkte salg, virtuelt salg, datterselskab, agenter og distributører – og hvordan man optimerer udbyttet af de forskellige former i netop Benelux

- Konkrete råd til næste skridt og hvor kan man få yderligere information, hjælp, støtte og sparring til at erobre Benelux landene

Workshoppen afholdes af Erhvervshus Hovedstaden og Erhvervshus Fyn. Workshoppen forventes afholdt første gang i Odense ultimo november. Workshoppen skal kunne afholdes i hele landet med fysisk eller delvis fysisk fremmøde. Udgifter til lokale og eventuel forplejning afholdes af os og forventes ikke at være en del af tilbuddet.

Vi forventer at leverandører formår at afvikle alle workshops i høj kvalitet, formår at inddrage deltagerne og skabe en levende oplevelse. Det er sandsynligt, at yderligere forløb af samme type skal afholdes flere steder i landet og det skal fremgå af leverandørens tilbud, hvordan det evt. påvirker leverancen.

Målgruppen for workshoppen er små og mellemstore virksomheder med op til 249 årsværk, som gerne vil i gang med eller øge deres eksport, men som ikke har den store eksporterfaring eller -kompetence. Specifikt for denne workshop er det B2B virksomheder, der ønsker at starte eksport eller skalere deres nuværende eksport til et eller flere af markederne i Benelux området.

Workshoppen skal kunne engagere minimum 10 deltagere. Der er stor frihed til at strukturere workshoppen, sådan som leverandøren finder det bedst. Leverandøren skal redegøre for, hvordan deltagerne forventes at bruge deres tid op til minimum 10 timer.

Workshoppen skal lægge op til en blanding af faglige input samt praktiske øvelser, hvor den enkelte deltager kan sætte sit eget projekt i fokus. Det er vigtigt at deltagerne oplever at de mødes i øjenhøjde og at de får mulighed for at sætte deres individuelle projekter i fokus gennem arbejdet på workshoppen samt eventuelle hjemmeopgaver.

I processen med rekruttering af deltagere til workshoppen forventer vi at leverandøren kommer med input til markedsføringsmateriale samt er med til at dele på egne kanaler rettet mod målgruppen, hvor dette måtte være relevant. Det kan også være en mulighed at leverandøren laver en 1 min video, hvor de fortæller om forløbet. Dette aftales nærmere med den valgte leverandør.

Tilbuddet skal inkludere en samlet pris for afholdelse af workshoppen ved minimum 10, herunder kørsel og evt. materialer. Det er tilladt at angive en differentieret pris eller differentieret løsningsforslag pr. erhvervshusgeografi samt for et online forløb (Hovedstaden, Sjælland, Fyn, Syddjylland, Midtjylland og Nordjylland) Der skal udover de tilmeldte deltagere være plads til ansatte fra Erhvervshusene.

Såfremt workshoppen og samarbejdet er en succes, vil der være mulighed for afholdelse af yderligere workshops inden for projektperioden. Workshoppen skal derfor kunne afvikles i hele landet samt online og hvis dette ikke er muligt, så skal det fremgå klart og tydeligt af tilbuddet.

1. Opgavebeskrivelse

Hvis man mener at kunne løfte hele opgaven og afdække alle emner skal samarbejdspartner:

- Afholde mindst én workshop.
- Hvert forløb skal samlet set kunne rumme minimum 10 deltagere samt evt. forretningsudviklere fra det lokale Erhvervshus.
- Beskrive indholdet af workshoppen.
- Facilitere workshoppen på en sådan måde, at deltagerne kan arbejde praktisk med deres projekt.
- Deltage aktivt i markedsføringen af tilbuddet

2. Generelle krav for alle workshopforløb:



- Workshoppen skal være en blanding af faglige ind- og oplæg og praktiske øvelser.
- Der skal lægges vægt på, at deltagerne lærer noget de kan bruge efterfølgende i deres virksomhed.
- Workshoppen skal afsluttes med forslag til de næste skridt og evt. 5 gode råd.
- Workshoppen skal give deltagerne bud på litteratur, artikler, hjemmesider, sociale medier o.l., som kan være nyttige i deres videre arbejde med at udvikle deres projekt.
- Workshoppen skal oplyse, hvor deltagerne kan finde hjælp både blandt offentlige og private rådgivere.
- Det forventes, at leverandørerne kan give deltagerne adgang til relevant materiale og information via en passende digital platform, samt stiller alt materiale til rådighed for Erhvervshusene.
- For aktiviteter, der gennemføres helt eller delvist virtuelt skal leverandøren vise erfaring med afholdelse online, samt sikre at det tekniske setup kan løfte opgaven på professionel vis.
- Leverandøren skal selv stille Zoom, Teams eller lignende til rådighed for online aktiviteter.
- Der vil blive afholdt et koordinerende møde med den valgte leverandør, hvor de sidste detaljer og evt. tilpasninger aftales nærmere.

3. Tilbudsspecifikation

Tilbuddet skal sendes til thh@ehhs.dk. Tilbuddet skal dateres og underskrives.

Tilbuddet til Erhvervshus Hovedstaden bør på ca. 3-5 sider specificere:

- Pris for afholdelse af én workshop inkl. forberedelse, herunder kørsel og evt. materialer. Samt pris på gentagelse af workshoppen.
- Evt. forudsætninger for tilbuddet.
- Kontaktperson(er) angående workshoppen. Her bør navn, organisation og e-mailadresse specificeres.
- Beskrivelse af kontaktperson(er), der skal udføre opgaven.
- Beskrivelse af workshoppens indhold.
- Beskrivelse af den specifikke målgruppe, hvis denne ønskes nærmere beskrevet end de overordnede rammer.
- Bekræfte om leverandøren ønsker at lade sit tilbud gælde for senere workshops, selvom man i første omgang ikke vinder opgaven. Det kan blandt andet komme i spil, hvis projektet vurderer at der er behov for flere leverandører til at løse opgaven nationalt eller flere workshops. Opgaven og tilbudspris skal være uændret.

Det samlede budget for opgaven ved minimum 10 deltagere ved gennemførsel af en workshop som én leverandør eller konsortie af leverandører er op til DKK 35.000 ekskl. moms. Pris for evt. gentagelse af forløbet skal også fremgå af tilbuddet.

I udvælgelsesfasen foretages en vurdering af den enkelte tilbudsgivers generelle egnethed i forhold til den efterspurgte opgave. Vurderingen bliver foretaget på baggrund af nedenstående evalueringskriterier.

Evalueringskriterierne og vægtningen af disse er følgende:

- Pris: 20%
- Kvalitet: 80%

Kvalitet bliver bedømt ud fra følgende 4 kriterier, som det samlede tilbud skal give et klart billede af:

- Workshoppens koncept og opbygning
- Faglige kompetencer ift. Workshoppens tema.
- Erfaring og kompetencer i forhold til undervisning og facilitering.
- Forståelse for og erfaring med workshoppens målgruppe.

Erhvervshus Hovedstaden forbeholder sig retten til ikke at vælge et af de modtagne tilbud, hvis ingen tilbud vurderes at kunne udføre opgaven tilfredsstillende. I så fald vurderer projektet om opgaven annonceres på ny eller ikke gennemføres.

Baggrund for annoncering

1. Resume af projektet: Erfaringer fra både Erhvervshusene og DI viser, at virksomhedernes primære udfordringer ved opstart af eksport er et tilfældigt markedsvalg, manglende forberedelse og en utilstrækkelig strategi. SMV:Eksport vil imødekomme disse udfordringer ved at give eksportparate små og mellemstore virksomheder et strategisk afsæt, nye kompetencer og relevante netværk, der styrker deres forudsætninger for at træffe kvalificerede valg og understøtte succes på nye eksportmarkeder.

3. Målgruppe: Målgruppen for SMV: Eksport er små og mellemstore virksomheder i alle dele af landet hos hvem strategisk rådgivning og/eller tilførsel af kompetencer, kan understøtte deres internationalisering. Adgangskrav til SMV:Eksport er:

- Virksomheden skal have mellem 2-249 årsværk. Antal årsværk opgøres på baggrund af tilgængeligt data fra CVR på ansøgningstidspunktet
- Virksomheden skal have mindst et afsluttet årsregnskab.

4. Erhvervshus Hovedstaden er opmærksom på at handle i overensstemmelse med de forvaltningsretlige principper om saglighed, økonomisk forsvarlig forvaltning, forbuddet mod varetagelse af uvedkommende hensyn, ligebehandlingsprincippet og proportionalitetsprincippet. Erhvervshuset gennemfører denne annoncering for at leve op til EU's krav om, at ydelsen er købt på "markeds-mæssige vilkår" og for at finde en samarbejdspartner, der kan løse denne specifikke opgave på den bedst mulige måde.