

13 danske virksomheder var i efteråret 2016 i New York på en Master Class, som gav masser af viden om etablering på det amerikanske marked.



RICE fik viden og netværk i New York

RICE greb muligheden, da de hørte om en Master Class i New York. For selv om interiørvirksomheden allerede har etableret sig på det amerikanske marked, er der stadig meget at lære. "Det er svært at sælge i USA, og vi følte ikke, at vi havde knækket koden," forklarer Dagmar Top Hastrup, som er Salg & Marketing Direktør hos RICE. Sammen med sin kollega, der er Business Developer i USA, var hun i New York for at lære nyt. "Vi fik alt serveret på et sølvfad. Import, told, lager, fragt, salgskanaler, marketing... Det var ny viden på et rigtig højt niveau. Jeg har aldrig været på en tur, hvor jeg fik så meget med hjem," fortæller Dagmar Top Hastrup begejstret og fremhæver blandt andet helt konkrete råd fra møder med danske virksomheder, som allerede er etablerede i USA.

Viden som giver fodfæste

Projektleder Heidi Svane fra Lifestyle & Design Cluster fortæller, at målet med turen var at give danske virksomheder inspiration til at navigere i en tid med digitalisering og nye forretningsmodeller. "Vores rolle som klynge er at formidle viden og facilitere netværk. Derfor bød programmet på seminarer, cases og virksomhedsbesøg, ligesom lokalt base-rede, danske og amerikanske brancheeksperter gav deltagerne maksimal viden," forklarer Heidi Svane og fastslår, at programmet skulle hjælpe virksomhederne med at få det bedste mulige fodfæste i USA.



Tendenser

Det blev fire hektiske dage fyldt med tendenser:

- *Det Danske Generalkonsulat oplever, at amerikanske forbrugere er meget begejstrede for nordiske produkter. Især i storbyer som New York og Seattle, samt flere andre byer på vestkysten, er der efterspørgsel på Nordisk design. Hos BIG - Bjarke Ingels Group - fortalte arkitekterne, at amerikanere har 'hunger for Scandinavian design'.*
- *Kundeorientering. Der er stor forskel på kundeservice; både leveringen af den og forventningerne fra kunden, fastslog blandt andre Brandguru David Polinchock og Pia Schribo fra PUMA.*
- *Både Ecco og BoConcept konstaterede, at markedet er meget interessant, hvis man har modet til at indtage det. Ecco har solgt 1 milliard par sko, og BoConcept har i dag 19 butikker i USA.*

Deltagerne var desuden på Grand Central Terminal, hvor Claus Meyer har åbnet sin nordiske restaurant 'Agern'. Her handlede det om at uddanne det amerikanske personale til at forstå restaurantens danske kvalitet og historie.

Desuden blev Lemonsqueeze, Story, VaynerMedia, Rebecca Minkoff, BIG og New York Fashion Tech Lab besøgt, og der var matchmaking med distributører, showrooms, online salgspaltforme og bloggere.

Luksusnetværk

Dagmar Top Hastrup fortæller, at adgangen til nye netværk er værdifuld for RICE.

"Vi har både franchise, B2B og B2C, og undervejs lod programmet os møde alle kanaler; fra lager til medier. Der blev åbnet mange vigtige døre til netværk, der fremadrettet kan hjælpe os i USA," siger hun og giver arrangørerne stor ros.

"De kan noget, vi andre ikke kan. Og de fik os ind på steder, vi ellers ikke ville få adgang til. Som klynge ved de, hvordan dansk designs kendte og

velrenommerede brand udnyttes ude i verden. I praksis har vi jo heller ikke tiden til selv at etablere sådanne kontakter. Det er simpelthen en luksus, at Lifestyle & Design Cluster ved, hvad der skaber værdi for os".

Strategier skrives om

RICE har allerede implementeret den nye viden.

"For os har fragt stor betydning, og et af oplæggene handlede præcis om at gøre det smartere," fortæller Dagmar Top Hastrup.

Også på brandingområdet fik RICE øjnene op for muligheder, så nu er der truffet andre beslutninger og lagt en ny strategi. Der er derfor ingen tvivl hos virksomheden:

"Vi deltager, hvis der senere arrangeres Master Class, for det er så givtigt. Vi var allerede i USA, men hvis vi skulle starte op i et nyt land, ville det være fantastisk at få en tilsvarende mulighed inden opstart. Samtidig er det jo helt oplagt, at vi som danske virksomheder deler erfaringer, så vi ikke laver de samme fodfejl".

MASTER CLASS I NEW YORK

I efteråret 2016 inviterede Service Platform, Lifestyle & Design Cluster, Dansk Mode & Textil og FDIH til Masterclass i New York. Målet var at matche danske livsstilsbrands med relevante amerikanske samarbejdspartnere samt at besøge førende tænkere og lære af best practice. De deltagende virksomheder var InWear, ARKK Copenhagen®, Kähler Design, Skagerak, Carriwell ApS, Pilgrim, RICE, Yab Yum Clothing Co ApS/GABBA, LauRie, Gudrun & Gudrun, RVL / Revolution, Stinne Gorell og Encoded.

Matchmaking-turen er finansieret af Styrelsen for Forskning og Innovation under Innovation Express-ordningen.