



PTL08.009 – Buitenland Promotie 2016

Deliverable 5B – Verslag SIG Buitenlandpromotie/Dienstverleners Ketenregie

Verslag Special Interest Group (SIG) Buitenlandpromotie

1. Doel van en deelnemers aan deze Bijeenkomst

Op 7 maart 2017 werd het Diner Pensant Exportpromotie Logistiek gehouden in restaurant Green Village in Nieuwegein. De avond stond in het teken van een discussie over de wijze waarop de promotie van de export van Nederlandse logistiek diensten ingericht is. Enkele vragen die onderwerp van discussie waren:

- Hoe groot is deze export van logistieke diensten nu precies, en wat is het belang voor de Nederland economie?
- Waar liggen de kansen om deze export van logistieke diensten verder te vergroten?
- Hoe kunnen bedrijven, overheden en kennisinstellingen intensiever samenwerken om de export van logistieke diensten te verhogen?

Nederland staat internationaal zeer hoog aangeschreven om haar logistieke kennis en kwaliteit. Een groot aantal Nederlandse bedrijven en organisaties biedt logistieke dienstverlening en producten aan buitenlandse bedrijven en overheden. De Board Buitenlandpromotie van de Topsector Logistiek probeert deze 'exportzijde' van de Nederlandse logistiek te bevorderen, naast het aantrekken van nieuwe logistieke activiteiten en ladingstromen uit het buitenland ('acquisitie').

De discussie werd deze avond gehouden met de volgende deelnemers, voornamelijk uit het bedrijfsleven:

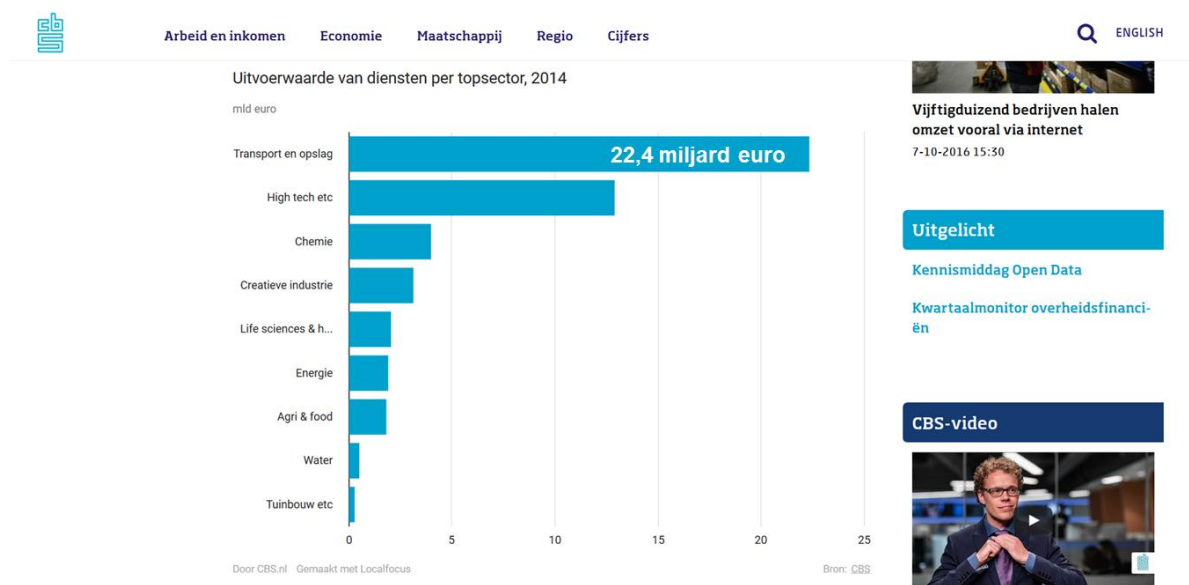
- Arènso Bakker (StigDelta)
- Albert Bogaard (Ortec)
- Bart van Bolhuis (Min IenM, gastheer)
- Remco Buurman (NDL, gastheer)
- Jo Daemen (Invest-NL)
- Arthur van Dijk (TLN, gastheer)
- Egge Haak (InChainge)

- Jeroen Haver (Board Buitenlandpromotie Logistiek, organisatie)
- Willem Heeren (Dinalog, gastheer)
- Hans Kanters (Van den Bosch Transporten)
- Leo Kamps (NHTV)
- Ad Kuijken (KLG Europe)
- Marius Overheul (Topsector Agri-Food)
- Michiel van der Eijk (KLM Cargo)
- Marjolein van Noort (Topsector Water)
- Jorn Versteijnen (Versteijnen Transport)
- Kees Verweij (Buck Consultants International, begeleiding)
- Mark Warner (Den Hartogh Logistics)

2. Presentatie Waarde export van logistieke diensten voor Nederlandse economie

Kees Verweij van BCI hield een inleidende presentatie over de waarde van de export van logistieke diensten voor de Nederlandse economie. De complete presentatie is bijgevoegd, en de belangrijkste punten van deze presentatie waren de volgende:

- Van alle negen topsectoren heeft de sector Transport en Opslag (Logistiek) verreweg de hoogste waarde in de export van diensten per jaar. In totaal exporteerde de topsector Transport en Opslag in 2014 22,4 miljard euro aan logistieke diensten, dit is een kleine 10 miljard euro meer dan de topsector HTMS (hi-tech) en ruim 6x zoveel als elk van de andere 7 topsectoren. De topsector Logistiek is dus zeer export gedreven.



22,4 miljard euro + export logistieke diensten buiten sector: 10 miljard euro extra

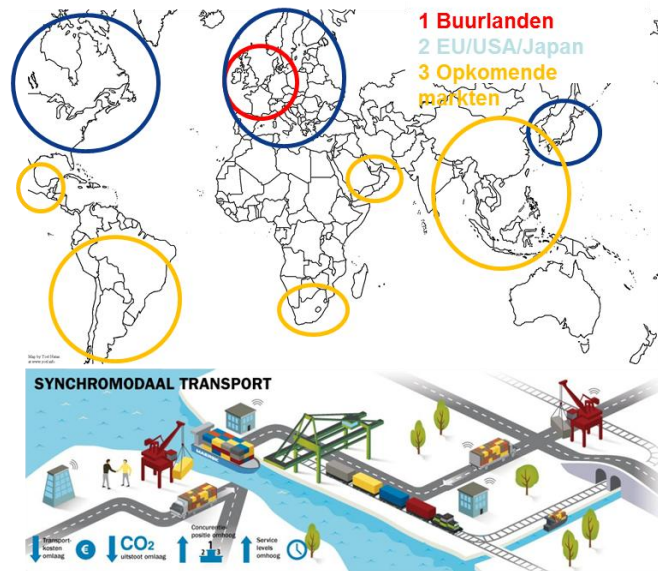
Daarnaast zijn er ook bedrijven buiten de sector Transport en Opslag die logistiek gerelateerde diensten exporten. Hierbij kan gedacht worden aan ICT-bedrijven die logistieke software produceren, material handling producenten,, banken of onderwijsinstellingen.

gen. Samen exporteren deze bedrijven ook nog eens voor 10 miljard euro aan logistieke diensten.

- De export van logistieke diensten kan verder vergroot worden door bestaande diensten op nieuwe markten aan te bieden (bijvoorbeeld gebruik binnenvaart in Zuid Amerika) of door nieuwe diensten te ontwikkelen en naast in Nederland toe te passen ook te exporteren (synchromodale en 4C diensten).

Kansen voor vergroten waarde export op twee vlakken:

- 1. Verbreding:** Hoe kunnen we bestaande diensten op meer markten aanbieden? → bijv. export naar nieuwe markten
- 2. Verdieping:** Hoe kunnen we via innovatie/nieuwe ICT diensten nieuwe klanten op bestaande markten aanboren?



- De export van logistieke diensten kan verder vergroot worden door bestaande diensten op nieuwe markten aan te bieden (bijvoorbeeld gebruik binnenvaart in Zuid Amerika) of door nieuwe diensten te ontwikkelen en naast in Nederland toe te passen ook te exporteren (synchromodale en 4C diensten).

Na de presentatie kwam als reactie dat deelnemers toch wel verbaasd waren dat de Topsector Logistiek zo veel aan diensten exporteerde ten opzichte van de andere topsectoren. Het was eigenlijk niet bekend dat de Topsector Logistiek nummer 1 stond in de export van diensten. Op de vraag hoe het zat als de export van producten meegeteld zou worden gaf Kees Verweij als antwoord dat dan de Topsector HTMS/Hi-tech als topsector met de meeste export uit de bus zou komen (ongeveer 32 miljard euro aan export in 2014, waarvan 20% door ASML), vlak daarna gevolgd door de Topsector Transport en Opslag/Logistiek met 31 miljard euro. Deze twee Topsectoren exporteren veel meer aan producten en diensten per jaar dan andere Topsectoren zoals de Agro-food en de Tuinbouw, en dat is voor veel mensen een eye-opener.

3. Verslag Discussie tijdens de Special Interest Group

Na de presentatie werd tijdens het diner aan drie tafels gediscussieerd over de volgende vragen:

- Vraag 1: wat doet uw bedrijf precies en welke activiteiten/projecten in het buitenland? Bijvoorbeeld In het buitenland zelf en/of voor buitenlandse klanten in Nederland of Verbreiding via nieuwe markten en/of verdieping via innovaties
- Vraag 2: hoe pakt u acquisitie in het buitenland op dit moment aan? Hierbij kan gedacht worden aan Market entry, Vestigingsplaatskeuze, Welke Productportfolio, Prospects benaderen of investeren in Mensen en technologie
- Vraag 3: welke ondersteuning zou u verder kunnen helpen bij acquisitie in het buitenland (ook in relatie met bestaande instrumentarium)? Hierbij kan gedacht worden aan Contacten/lessen bedrijven/community, Kansenkaarten per land, Handelsmissies/ambassades, EP Nuffic database studenten, Holland Logistics Library/apps

De vragen zijn tijdens het diner besproken aan 3 tafels. Elk van de tafels had 6 tot 8 deelnemers. De resultaten per tafel kunnen als volgt worden samengevat:

Discussie aan Tafel 1 o.l.v. Willem Heeren

- Het was een tafel met een diverse samenstelling. De kernvraag tijdens de discussie aan deze tafel was of we voor Nederland met de exportpromotie wel of niet voor goud willen gaan. Nederland heeft een sterke uitgangspositie in de export van logistieke diensten, maar er wordt nog onvoldoende samengewerkt om hier meer van te maken.
- De bedrijven aan deze tafel proberen hun logistieke diensten telkens verder uit te breiden en te innoveren om zo de buitenlandse klanten op onderscheidende wijze te bedienen. Een voorbeeld is ORTEC, die transportoptimalisatie software ontwikkeld voor klanten over de hele wereld. De kennis uit Europa kan worden ingezet voor klanten in andere werelddelen, en vice versa. Zo ontstaat er een bredere set van software oplossingen in modules, waardoor nieuwe vragen effectiever opgepakt kunnen worden. Cross-over zijn daarbij ook van groot belang: zo heeft ORTEC bijvoorbeeld geïnvesteerd in kennis over parkeeroplossingen, die in steden van steeds groter belang is.
- Om effectief nieuwe diensten te ontwikkelen moet de Topsector meer de samenwerking/cross-overs zoeken met andere Topsectoren, zoals Water, Tuinbouw en Agrifood. Dit gebeurt nog te weinig, zodat er kansen blijven liggen. Ook moeten de te ontwikkelen diensten telkens aangepast worden aan de behoeften van bedrijven en inwoners van het specifieke land. Wat je hierbij kan doen is leren van de toepassing van deze innovaties in de voorlopers onder de landen en het dan vertalen naar andere landen (nieuwe markten).
- De regie van supply chains is 1 van de belangrijkste onderwerpen waarop Nederland zich kan onderscheiden, omdat hier relatief veel innovatie in ons land plaats vindt. Denk hierbij aan 4C oplossingen. De bundelingsmogelijkheden in Nederland zijn groot, waardoor je snel nieuwe concepten kan bedenken. Deze kunnen ook snel ingevoerd worden, waardoor je een volume- en ontwikkelvoordeel kan hebben.

- Inkomende missies vanuit andere landen zouden met bezoeken ook wat diverser gefaciliteerd kunnen worden. Nu gaan missies vaak langs bij de Port of Rotterdam of Schiphol Airport, maar de grotere en innovatieve EDC's in het achterland worden vaak nog vergeten. In deze EDC's gebeurt vaak minder dan alleen opslag, er vinden bijvoorbeeld ook veel e-fulfilment activiteiten plaats of er zijn Control Tower werkzaamheden. Als de inkomende handelsmissies ook hier op bezoek zouden gaan, zou een veel diverser beeld geschetst worden van Nederland als logistieke innovatieland.
- Ook andersom zouden NL partijen ook meer kunnen samenwerken en innovaties gezamenlijk kunnen presenteren bij handelsmissies naar het buitenland. Nu reizen veel partijen nog vanuit hun eigen strategie, maar het loont om van te voren de koppen bij elkaar te steken en gezamenlijk logistieke innovaties te presenteren. Kennisinstanties als de NHTV kunnen hierbij een grote rol spelen door input te coördineren
- Nederland is in de wereld ook 'top of the bill' in Border Management processen, maar deze positie wordt nog weinig herkend en uitgedragen. De mogelijke samenwerking tussen overheid en bedrijfsleven is uniek, en levert ook weer nieuwe producten en diensten op die kunnen worden geëxporteerd. Dit biedt dus kansen,
- Tenslotte loopt Nederland ook voorop in Europa op het gebied van serious gaming op logistieke gebied. Ook hier liggen exportkansen die de Topsector Logistiek beter kan faciliteren. Inchainge, die aan tafel 2 vertegenwoordigd is, is een bedrijf dat hierbij als voorbeeld kan dienen. De NHTV heeft als HBO-instellingen zowel opleidingen op het gebied van Gaming en logistiek, en probeert deze specialisaties te combineren door de focus te leggen op serious games op het gebied van de logistiek.

Discussie aan Tafel 2 o.l.v. Remco Buurman

- Tafel 2 kende mix van partijen uit het bedrijfsleven en de overheid. De ervaring van de partijen aan tafel 2 was dat bij export van innovatieve logistieke diensten vooral de houding van lokale buitenlandse partijen een stimulerende rol kan spelen. Als je deze partijen mee kan krijgen kan je een sneeuwbal effect voor de export van diensten bereiken.
- Een voorbeeld is Inchainge, dat een serious game over het optimaal inrichten en uitvoeren van SCM bij ondernemingen heeft ontwikkeld. De eerste serious game was met een sappenproducent, maar inmiddels is de portfolio producten en het klantenbestand uitgebreid over heel de wereld. Het bedrijf laat studenten in sommige landen spelen, die maken dan hun docenten enthousiast en zo wordt het gebruik steeds verder uitgerold. Inchainge houdt ook high scores bij, en heeft nu een database met gegevens van studenten die zich onderscheiden in virtual logistics gaming over de hele wereld, maar vooral in Azië. Deze database van talenten in het buitenland kan veel waard zijn voor exporterend logistiek Nederland, maar Inchainge is nog op zoek hoe ze hiervan gebruik kunnen maken. Ze zijn geïnteresseerd om de krachten te bundelen met andere groeiende logistiek exporterende bedrijven als er een business case voor hun in zit.
- De rode draad in dit innovatieverhaal is samenwerking; Als exporteurs van logistieke diensten liggen er ook kansen buiten de traditionele paden om. Het bundelen van krach-

ten van diverse logistieke partijen staat dan centraal. Partijen als Inchainge, maar ook kennisinstellingen, kunnen op nieuwe markten de contacten maken die met andere organisaties in Nederland gedeeld kunnen worden. Zo kunnen deze nieuwe vormen van samenwerking voor iedereen kansen bieden.

- De Topsector Water was ook vertegenwoordigd aan deze tafel. Deze Topsector heeft een platform ontwikkeld waarin jonge professionals bij verschillende waterbedrijven aan de slag kunnen gaan, en zich kunnen ontwikkelen. Ook worden studenten die een HBO of WO Wateropleiding doen tot Waterambassadeurs benoemd. Met dit Ambassadeurschap krijgen ze een beurs, in ruil daarvoor zijn ze beschikbaar om voor middelbare scholieren en anderen over de mogelijkheden van een Opleiding in de Topsector Water te vertellen. Dit instrument is succesvol, en zou ook interessant kunnen zijn voor de Topsector Logistiek. De Topsector Water pleit voor nauwere samenwerking tussen Topsectoren, omdat men van elkaar kan leren en best practices overnemen. De Topsectoren zouden bijvoorbeeld samen een Young Expert Programme kunnen opzetten.
- De maatschappelijke relevantie van de topsector Logistiek wordt steeds groter. Zeker in de zich sterk ontwikkelende wereldsteden wordt een effectieve afhandeling van distributiestromen essentieel. Nederland kan zich hier onderscheiden door bijvoorbeeld de kennis van agro-logistieke kennis, de kennis van binnenvaart of de kennis van inzet van cargofietsen, en deze kennis gezamenlijk te vermarkten als integrale oplossing.
- KLM Cargo zet in op een effectieve digitale afwikkeling van vrachtstromen, met de nadruk op versstroom en ook levende have. Deze kennis kan op zijn beurt weer geëxporteerd worden naar andere luchthavens in samenwerking met Nederlandse bedrijven en kennisinstellingen. Zo worden ook de link met Nederlandse topsectoren, zoals de agro-food en de tuinbouw, steeds sterker.
- De Nederlandse overheid ondersteunt de internationale ambities van het Nederlands bedrijfsleven, en organiseert onder andere handelsmissies. Voor deze handelsmissies wordt al zoveel als mogelijk naar samenwerking en synergie tussen de deelnemers gezocht, maar er kan nog meer de focus gelegd worden op de kansen in sectoren.

Discussie aan Tafel 3 o.l.v. Arthur van Dijk

- De discussie aan tafel 3 had de focus op ondernemerschap in de logistieke dienstverlening in de praktijk. Hoe kan je als ondernemer continue de dienstverlening richting je buitenlandse klanten verbeteren? Ketenregie is hier een belangrijke tool in: de klanten willen graag ontzorgd worden. Het is wel belangrijk om niet in concepten te blijven hangen, de logistieke innovaties moeten in de praktijk ook echt werken voor klanten.
- IDS Logistics regisseert als 4PL de ketens van verschillende verladers, in het binnen- en buitenland. Verladers moeten de stap maken naar uitbesteding van een deel van de regie, maar doordat volumes gecombineerd kunnen worden zijn er vaak verschillende kansen om de servicegraad te verhogen, kosten te verlagen en bovendien duurzamer te werken.

- Een aantal van de bedrijven aan deze tafel werken voor verschillende verladers uit de USA. De dienstverlening voor deze partijen wordt in de loop van de tijd vaak doorontwikkeld. Verladers beginnen vaak met een beperkte volume, en ook met transport en opslag alleen, maar in de loop van de tijd kan dit uitbreiden, en kunnen ook allerlei VAL/VAS activiteiten plaatsvinden. Dit kan nog meer bekend gemaakt worden aan potentiële klanten in de USA maar ook in andere landen.
- De ketenregie en 4C capaciteiten die in Nederland ontwikkeld worden kunnen ook naar andere landen geëxporteerd worden. KLG Europe is hier bijvoorbeeld mee aan de slag, het bedrijf voert een flink deel van haar activiteiten uit in Oost-Europa, met name Roemenië. De ketenregie capaciteiten worden deels in Oost-Europa en deels in Nederland ontwikkeld, en vanuit het hoofdkantoor in Nederland aangestuurd. Op deze wijze kan je je als logistieke bedrijf onderscheiden in Europa.
- Vanuit de Topsector Agro-Food werd aangedragen dat een optimale logistiek essentieel is voor de mondiale koppositie van Nederland in agro-food. Het terugdringen van verliezen in de agro-ketens is in veel landen een belangrijkste manier om de voedselvoorziening te verbeteren. De Topsector Agro-Food en Logistiek zouden hierin nog meer samen kunnen optrekken dan nu al gebeurt, om zo verdere exportkansen voor Nederland te benutten.
- Het is van groot belang om de Europese markt voor de export van logistieke diensten niet uit het oog te verliezen, want hier wordt de meeste omzet gemaakt. De focus moet dus ook liggen op het bevorderen van export van logistieke diensten in de Europese Unie, zowel in de buurlanden als in Centraal- en Oost Europa. De combinatie van Nederlandse en Europese kennis kan veel synergie met zich meebrengen, en verschillende Nederlandse familiebedrijven hebben een sterke positie in deze markt. Verschillende markten vragen een verschillende aanpak, en vanuit de NFIA wordt gedacht aan het maken van specifieke kansenkaarten voor de export van logistieke dienstverlening
- De Holland Logistics Library (HLL) wordt als nuttig instrument genoemd. Deze Library is het laatste jaar steeds uitgebreider geworden en bevat verschillende presentaties en stukken die voor bevordering van de export van logistieke diensten gebruikt kunnen worden. Het aantal bedrijfscases in de HLL kan nog wel wat beter, en er kan ook per land/regio de juiste informatie bij elkaar gezocht worden. Een aantal themalijnen door de HLL zouden dus de inhoud nog beter toepasbaar maken.

4. Verslag Discussie tijdens de Special Interest Group

Op basis van de discussie aan de drie tafels werden aan het einde van de bijeenkomst de volgende conclusies getrokken:

- Conclusie 1: De export van logistieke diensten levert de Nederlandse economie met ruim 22 miljard euro veel meer op dan vaak wordt gedacht, en dit rechtvaardigt meer aandacht in het export beleid.

- Conclusie 2: De meeste logistieke dienstverleners besteden al veel aandacht aan de export van hun diensten, maar er zijn nog markten te ontginnen met een verrassende combinatie van diensten. Er kan hier bij met andere topsectoren gewerkt worden, of met partijen die ook software of virtual gaming gebied voorop lopen in de ontwikkelingen. De partijen hebben deze kansen besproken, en zijn nu meer gespist om deze te pakken.
- Conclusie 3: Nederland heeft met onder andere de HLL en de handelsmissies goede instrumenten om de export van logistieke diensten te bevorderen, maar deze instrumenten kunnen nog finetuning gebruiken. De HLL kan bijvoorbeeld met themalijnen voor specifieke markten en diensten gaan werken, handelsmissies kunnen gezamenlijk beter voorbereid worden en er kan met kansenkaarten voor nieuwe markten gewerkt worden.

Met deze conclusies werd deze Special Interest Group meeting afgesloten. De deelnemers spraken uit dat ze graag aan een vervolgbijeenkomst mee zouden doen om de besproken kansen verder uit te werken en in de praktijk te brengen.

Bijlage: Slides presentatie Waarde export van logistieke diensten voor Nederlandse economie



Export van logistieke diensten: ervaringen en kansen uit de praktijk

Diner Pensant
Exportpromotie Logistiek

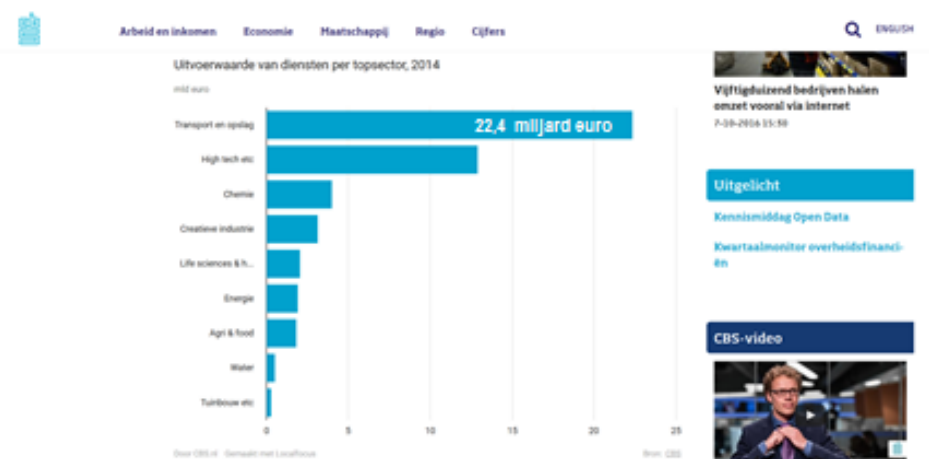
7 maart 2017

Liesbeth Staps-Brugemann
Program Manager
TKI Dinalog
staps@dinalog.nl

Kees Verweij
Partner
Buck Consultants International
kees.verweij@bciglobal.com



Export logistieke diensten: grote waarde



22,4 miljard euro + export logistieke diensten buiten sector: 10 miljard euro extra



4 vormen Export van logistieke diensten/kennis

Export van diensten (WTO/CBS statistieken)

Logistieke dienst	Omschrijving	RoI NL	Aandeel
1. Grensoverschrijdende handel in dienst/ kennis	<u>Nederlandse dienstenexport</u> • Transport/opslag door NL vervoerder voor klant in buitenland • Planning door NL ketenregisseur voor klant in buitenland	NL dienstverlener niet in buitenland	34%
2. Consumptie dienst/kennis in NL door buitenland	<u>Consument komt naar NL</u> • USA verlader stuurt manager naar NL die bedrijf voor EDC inhuurt • Buitenlandse student aan NL onderwijsinstelling		5%
3. Commerciële aanwezigheid	• Levering dienst/kennis door vestiging NL organisatie in buitenland	NL dienstverlener wel in buitenland	59%
4. Aanwezigheid natuurlijk persoon	• Levering dienst/kennis door Nederlander in buitenland: adviseur of expat		2%



Uitdaging: meer export logistieke diensten

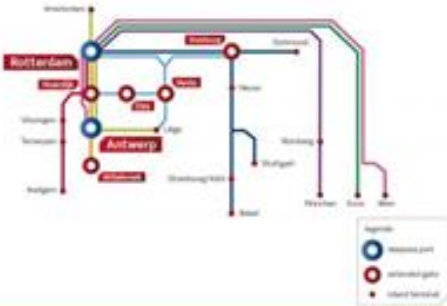
Kansen voor vergroten waarde export op twee vlakken:

- 1. Verbreding:** Hoe kunnen we bestaande diensten op meer markten aanbieden? → bijv. export naar nieuwe markten
- 2. Verdieping:** Hoe kunnen we via innovatie/nieuwe ICT diensten nieuwe klanten op bestaande markten aanboren?



Case

EUROPEAN GATEWAY SERVICES



Case

slimstock



Chile from a pioneer country to a hub for LATAM



- Capital : Santiago de Chile (17 Million people)
- Highest GDP, Lowest debt of LATAM
- Stable growth, #1 in technology report LATAM
- 40% of business in Santiago de Chile
- Low % of local production, therefore mainly focused on distribution, ideal for Slim4 product
- Very good education at universities

Before 2014 Slimstock worked with distributor

Feb 2014

Lead generation & Branding and consultative selling

First customer: October 2014

2015

#1

Big contract in April 2016
Big contract in June 2016
Ensuring successful implementations to enable reference selling

2016

Focus until 2016
✓ Building a Brand Chile
✓ Consultative selling
✓ Knowledge company

2017

✓ Building a Brand LATAM
✓ Reference selling
✓ Slimstock Academy



Case



Profiel

- Onafhankelijk adviesbureau
- Hoofdkantoor in Nijmegen in 1985
- 80 full-time professionals
- Studies in meer dan 50 Europese landen

2016: export van logistieke diensten

- Nieuwe kantoren Singapore, Shanghai, LA, SM
- Reden: klanten en ondernemerschap
- Groei omzet in buitenland
- Veel tijd/kennis om keuzes goed in te vullen



Singapore



Shanghai



Oman: export logistics education



Fast facts

Organization	NHTV Breda University of Applied Sciences, Academy Urban Development, Logistics & Mobility
Website	www.nhtv.nl
Specialization	Education
Employees	90
International	multiple, Oman

"The Dutch expertise in organizing integrated supply chains adds value and opportunities to the available infrastructure in Oman."

Marjolke Bogers
Project leader, NHTV

Results:

- 11 professionals earned certificate
- Based on the success, the course will be delivered again in 2016 and 2017.
- The initiative contributes to the wider bilateral economic relations between Oman and the Netherlands.
- Future business: BSc accreditation

17-4-2017

Versie 2.0



Vragen Diner Pensant

- Vraag 1: wat doet uw bedrijf precies en welke activiteiten/projecten in het buitenland?
- Vraag 2: hoe pakt u acquisitie in het buitenland op dit moment aan?
- Vraag 3: welke ondersteuning zou u verder kunnen helpen bij acquisitie in het buitenland (ook in relatie met bestaande instrumentarium)?
- In het buitenland zelf en/of voor buitenlandse klanten in Nederland
- Verbreding via nieuwe markten en/of verdieping via innovaties
- Market entry
- Vestigingsplaatskeuze
- Welk Productportfolio
- Prospects benaderen
- Mensen en technologie
- Contacten/lessen bedrijven/community
- Kansenskaarten per land
- Handelsmissies/ambassades
- EP Nuffic database studenten
- Holland Logistics Library/apps



EP Nuffic's Holland Alumni network facts & figures



- Launched in 2009
- Worldwide network for international students and alumni
- 62,000 members
- > 40 Alumni Associations worldwide
- Alumni staff in 11 Neso countries




Market entry: te maken keuzes (1)

- Market entry strategie: verschillende aanleidingen
 - Toeval: Stagiaire die terug wil of medewerker die wil ondernemen in het buitenland
 - Concrete aanvraag van een bestaande klant
 - Gerichte entry na een grondige analyse van de markt:
 - Wie kan product betalen
 - Is er behoefte aan het product
 - Hoe vind ik de plaatsen waar genoeg potentiële klanten zitten
 - Wat is de couleur locale, business mentality
- Prospects selecteren en benaderen
 - Export: intensieve benadering prospects vaak van groot belang
 - Rol beurzen/missies e.d. vaak indirect voor maken van afspraken



Market entry: te maken keuzes (2)

- Vestigingsplaatskeuze: waar ga je je kantoor neerzetten:
 - Wat is de meest geschikte plek:
 - In de buurt van resources
 - In de buurt van klanten
 - Hoe zet je het kantoor op
 - Legal entity: financieel handige structuur
 - Intellectual property: waar is IP en data integrity zeker
 - Hoe kom je aan:
 - Klanten: hoe ontsluit je de juiste netwerken
 - Netwerken: hoe kom je aan contacten die je verder helpen
 - Salesmensen/dealerships: acquisitie zelf doen of uitbesteden
 - Samenwerkingsverbanden: samenwerken met andere partijen



Market entry: te maken keuzes (3)

- Groeiscenarios
 - Personeel: werving en borging kwaliteit
 - Vestigingsplaats: flexibel kantoor/eigen gebouw
 - Kennis: samenwerking met kennisinstellingen
- Techniek: hoe bereid ik mijn product voor op internationalisatie
 - Cloudmodel
 - Wat is het verdienmodel: wat is de differentiatie in andere landen
 - IP, techniek en infrastructuur: wat zijn de mogelijkheden en risico's
 - Implementatie en servicemodel
 - Via dealers/agenten of zelf de markt ondersteunen
 - Snelheid schaalbaarheid van het implementatieproces
 - Hoe support je de eerste entrys



Gewenste ondersteuning/ stimulering

Suggesties ter discussie

- Toegang tot netwerk
 - vertegenwoordigers, alumni, bedrijven
- Verspreiding business cases via www.hollandlogisticslibrary.com
- Kansenskaart contacten/ do's&don'ts per markt
- Informatie tools
 - NL Exporteert App
 - Zakenpartnerscan
- Opzet van community (per werelddeel)
- Coördinatie/ gezamenlijk beursbezoek
- Activiteiten naast RVO handelsmissies

