



9. DEC. 2016 - ARTIKEL - 5 MIN. LÄSTID

## Internationell expansion utan hastighetsbegränsning

Oavsett med- eller motgång är Karin Bjärles målsättning att aldrig tappa drivet. Med mottot att agera direkt och ta beslut i farten, har hennes företag PS of Sweden snabbt expanderat sin verksamhet till flera utländska marknader. Aktiebolaget startades 2011 och idag, fem år senare, säljs deras anatomiska tränss för hästar över hela världen.

Företaget PS of Sweden gör internationella affärer inom ridsport och har en etablerad närvaro i flera länder. Framför allt är de aktiva i USA, där de har ett dotterbolag, men även i Norge, Finland, Tyskland, Dubai och Australien. De driver också en e-handelsbutik där folk kan beställa hem saker, oavsett var i världen de befinner sig. Efterfrågan är stor på företagets huvudprodukt, anatomiska tränss för hästar, och expansionen har gått fort. Karin berättar att de etablerar sig på en ny plats när tillräckligt många kunder eller nyckelpersoner i ett specifikt land börjar höra av sig.

"Internt brukar vi säga att vi går in i ett land när de ber oss komma. Med det menar vi att vi etablerar oss när tillräckligt många människor vill ha oss där. För oss är nyckelpersoner de som hör av sig och visar personligt intresse i våra produkter. De säger att de älskar våra produkter, vill jobba med oss och har ett erbjudande att komma med. Vi kontaktar dessa personer och kollar upp det hela. Om allt verkar ok så kör vi."

PS of Sweden gör ingen aktiv marknadsföring förutom på sociala medier som Instagram och Facebook. Noll kronor i marknadsföringsbudget och ändå har de kunder över hela världen - hur är det möjligt? Karin förklarar fenomenet.

"Våra kunder hittar och kontaktar oss genom sociala medier. Vårt konto @psfsweden på Instagram är utan tvekan vår viktigaste kanal. I dagsläget har vi mer än 64 000 följare. Vår närvaro på Facebook är också jätteviktig. Dessutom har vi ju en produkt som hästarna själva gillar och i ridbranschen delar man ofta och gärna med sig av tips och råd till sina stallkompisar. Våra produkter och namn sprids helt enkelt genom "mun mot mun metoden". Nöjda kunder sprider sin åsikt vidare och så lite sociala medier på det så är vi i hamn."

### Våga lyssna på magkänslan

Om Karin hade tagit till sig alla råd från välmående människor och fakta som finns att hämta på internet, hade företaget med stor sannolikhet inte växt utanför Sverige. Listan på allt man borde veta innan kan göras oändligt lång konstaterar hon. Exempelvis information om olika utländska tullagar, vilka satser av säljmoms som gäller i olika stater i USA, kulturen i ett specifikt land och hur folk vill handla - med betalkort eller bara checkar.

"Hade jag vetat om allt detta hade jag kanske velat hålla mig i lilla trygga Sverige för att det är vad jag känner till, det är hemma. Ett råd är att inte lyssna så mycket på andra utan våga följa din egen hjärna, hjärta och framför allt din magkänsla. Säger den kör, ja då är det bara att köra!"

Att kulturella skillnader kan spela stor roll är något PS of Sweden har fått lära sig under expensionsresans gång. Det är svårt att veta exakt vad dessa olikheter innebär innan man börjar göra affärer på plats.

"Det är lite "learning by doing". Vi försöker hålla oss så professionella vi bara kan genom att följa våra företagsvärderingar och hur vi vill jobba med kundservice. Vi har ibland fått "snickra" ihop lösningar utefter situation och land. USA skiljer sig mest från det svenska affärslivet. Man får göra allt i sin makt för att göra kunden nöjd. Det är också ganska obehagligt hur det amerikanska rättssystemet fungerar med sina stämningsansökningar. Vi säljer ju ridsportprodukter och det finns en risk att du faktiskt kan ramla av en häst när du rider. För att vara trygga i att våga sälja våra produkter har vi friskrivit oss från precis allt i villkoren."

En annan skillnad är moralen gällande betalningsförmåga. Till en början skickade PS of Sweden fakturor, precis som på hemmamarknaden, men upptäckte att de sällan fick betalt i tid och ibland inte alls. Nu har de ändrat rutinerna och ser alltid till att få betalt i förhand.

"De flesta tycker inte att det är ett problem. Till de som tycker det, säger vi lite kaxigt att de får välja någon annan. Vi vill inte ta risken att de inte betalar."

### Lärpengar banar väg för snabb handlingskraft

Egentligen var PS of Sweden inte alls förberedda på att expandera utomlands. De visste bara att de ville göra det. När de stora konkurrenterna började snegla över axeln blev det dock brådskande att hinna först ut på de stora hästmarknaderna England, Tyskland och USA.

"Vi lägger rälsen medan vi springer. Det är en avvägning - ska jag vara säker på min sak och göra rätt eller agera direkt här och nu i farten. När man gör nya saker i snabb takt ingår det att man gör misstag ibland. Därför har vi ett konto med vad vi kallar lärpengar. Det är för kostnader som kan uppstå om vi råkat göra fel. Vi ställer den kostnaden mot tempot. Vår produkt är både unik och väldigt bra. Det gör att andra blickar på oss och vill göra samma sak. Är vi inte snabba kommer konkurrenterna före oss och då blir vi nummer två eller tre på marknaden med vår egen produkt. Då tar jag hellre en smäll på några hundra tusen här eller där för att hinna först ut på marknaden."

"Ett exempel på när vi behövt använda våra lärpengar är när vi gjorde integrationen av frakttavtal i vår e-handelsbutik. Någon av oss på PS of Sweden råkade klicka i fel kryssruta i systemet. Vi märkte det inte ens förrän bolaget som hjälpt oss implementera systemet ringde upp och undrade varför vi betalade våra amerikanska kunders tullkostnader. Vi hade då hunnit betala 330 000 kr för att en liten kryssruta var fel markerad i back-end gällande vårt leveranssystem i USA. Då var det tryggt att veta vi hade lärpengens kontot." [Ev kan vi ta bort hela detta stycke om frakttavtalets misstag]

Trots att det kan vara svårt att hålla kontroll på organisationen när man befinner sig på så många olika marknader tycker Karin att man måste våga lita på att folk gör sitt bästa och menar att med bestämda ramar, tydlig målsättning och ansvar under frihet så går det mesta bra.

"Kontroll i all ära men om man bara ägnar sig åt att kontrollera allting så utvecklas man inte. Om saker och ting skulle gå käpprätt åt skogen så gör det de. Alla kan och får göra fel - bara man säger till. Vi är noga med det inom företaget. Sedan gör man förhoppningsvis inte om det. Vi kan inte kontrollera allt och alla. När företaget blir större kommer vi kanske att behöva inrätta en tjänst för detta men just nu måste vi ha tillit."

### Rätt personer är A och O

Stödet från vänner, kollegor och familj har varit viktigt när det gäller beslutet att expandera. Man behöver ha människor omkring sig som tror på ens person och idé och gärna olika personer för olika ändamål, konstaterar Karin. Avslutningsvis delar hon med sig en viktig lärdom från PS of Swedens expensionsresa.

"När du expanderar och handlar med andra länder är det av största vikt av att hitta rätt medarbetare. Se till att de du arbetar med delar ditt engagemang och ditt driv. Våga testa personer i några månader så att de får uppleva hur det är att jobba med ditt företag och samtidigt får du en chans att veta vad de går för. Du kan till exempel börja med att anlita dem som konsulter, "independent contractors" eller liknande. Även om du har en bra produkt så är det ju människorna runtomkring den som gör att den blir en succé."

Läs mer om PS of Sweden och deras produkter på [www.psfsweden.se](http://www.psfsweden.se)

### Relaterat innehåll

9. DEC. 2016 [Case om Chimney](#)



Hitta



Ch



Ring t