



8. Marknadsblock Europa, Amerika och Japan (Asien)

Hemmamarknaden för System 3R var minimal. Jag tvingades att från första stund skapa mig en egen uppfattning om marknader för export. Efter att ha bildat mig en uppfattning om Europa-blocket besökte jag under 1971 Amerika och Japan. För stunden fann jag att dessa marknader inte var mogna för mina idéer. Däremot gav besöken många uppslag för senare etablering och utveckling av min helhetssyn i företagsbygget.

I Amerika fick jag veta att **3R** stod för **R**eading, **wR**iting, **aR**ithmetic, dvs vårt ABC. Se bild 8.1. Detta resulterade i byggstenen - **3R kunskap**, en nog så viktig byggsten för företagets motto "3R i tiden med individen för framtiden". Om inte medarbetarna besitter god färdighet i att läsa, skriva och räkna, hur skall det då bli möjligt att bygga ett konkurrenskraftigt högteknologiskt företag på en global marknad?

Mitt besök i Japan skedde i samband med en stor internationell utställning av verktygsmaskiner, vilket var den bransch mina produkter var inriktade på. Det första intrycket som etsade sig fast i minnet var den kö av tusentals ungdomar som väntade på utställningens öppnande, se bild 8.2. Dessa ungdomar såg jag sedan i grupper noggrant studera utställarnas maskiner från Europa och Amerika. Efter denna erfarenhet insåg jag att skall man ha någon framgång på den japanska marknaden gällde det att vara lyhörd och lära känna denna unika kultur och höga bildning inom tekniska områden.

Efter min egen marknadsundersökning drog jag upp riktlinjerna för hur jag skulle nå ut med mina idéer och produkter. Jag fann att via etablerade återförsäljare skulle jag inte nå fram då dessa inte skulle ha tillräckligt intresse och uthållighet för att bryta ny mark.

Min slutsats blev att söka en lokal specialist inom det specifika tillämpningsområdet. Så blev det och i takt med att marknaden mognade startade jag upp ett System 3R marknadsbolag med en partner som erbjöds ett tredjedelsägande tillsammans med det svenska moderbolaget, vilket ägde resterande två tredjedelar. Delägarna blev min brygga ut i världen och jag besökte dem löpande för direkta kundkontakter och träning av medarbetarna. Det var ett mycket effektivt insteg på nya marknader till ringa kostnader.

Börje Ramsbro

Innovators matter more than ever

Bilda 8.1



Bild 8.2

