



□ M E R K

Agentklar

Bliv klar til agentaftalen og
få en god start på din eksport



Målet er enkelt: At hjælpe dig med at opbygge et professionelt, gensidigt værdiskabende agentforhold, fra første møde”

At vælge den rigtige agent på et nyt eksportmarked er en af de vigtigste beslutninger, en virksomhed træffer. Alligevel ser vi ofte, at brands går for hurtigt frem, uden det nødvendige forarbejde, uden klare forventninger og uden en plan for opfølgning.

Denne guide giver dig konkrete værktøjer til at:

- undersøge markedet og agentens baggrund
- stille de rigtige spørgsmål til første møde
- definere realistiske målsætninger og KPI'er
- følge op struktureret gennem hele samarbejdet
- emner til vejledning om agentkontrakter

Målet er enkelt: At hjælpe dig med at opbygge et professionelt, gensidigt værdiskabende agentforhold, fra første møde.

MERK anbefaler klart, at du får hjælp til at udforme og kvalitetssikre agentaftalen via Dansk Erhverv eller anden juridisk rådgiver. Agentaftaler kan være komplekse, især omkring opsigelse, eksklusivitet, betalingsbetingelser samt hvilke ordrer, der udløser provision og provisionsraten (som kan variere, så det er værd at investere i rådgivning).

Indhold

- 4 Når du leder efter en agent: Markedsanalyse og forberedelse

- 5 Screening og baggrundscheck af potentielle agenter

- 6 Forberedelse til samtale med agent

- 7 Kontrakt og samarbejdsaftale

- 8 Opfølgning og samarbejde i første sæson

- 9 Realistiske mål og langsigtet plan

- 10 Tjekliste før du indgår en agentaftale

- 11 Forslag til spørgsmål til første møde

- 12 Forslag til konkrete KPI'er til agenten

- 13 Relevante emner til vejledning om agentkontrakter

- 15 Hvordan kommer man ud af en agentaftale?

1 .

Når du leder efter en agent: Markedsanalyse og forberedelse

Definér dit markedspotentiale

- Hvor ligger dit brand positioneret ift. pris, look og konkurrenter?
- Hvilke markeder har kunder, der matcher din profil?
- Find data på detailpriser, distributionsformer, indkøbsadfærd osv.
- Lav en SWOT-analyse (styrker, svagheder, muligheder, trusler) for dit brand i netop det marked.

Kend dine egne ressourcer

- Kan du levere B2B-service i det tempo og niveau, som agenter og butikker forventer?
- Kan du håndtere returneringer, reklamationer, markedsføring og logistik internationalt?
- Har du en eksportprisstruktur (pricelist i EUR/USD, Incoterms, betaling)?
- Kan du håndtere leveringer til større kæder, department stores eller online platforme (ofte meget tidkrævende og komplekst)?
- Kan du levere den rette dokumentation på fx 'bæredygtige' tiltag?
- Kender du toldreglerne, før du går ind i et tredjelandsmarked?

Definér dine målsætninger

- Hvor mange butikker vil du på sigt ind i?
- Hvilken type butikker?
- Hvor hurtigt skal det ske?
- Hvilket brandimage vil du have i markedet?

Dine noter:

2.

Screening og baggrundscheck af potentielle agenter

Undersøg agentens profil

- Hvilke andre brands repræsenterer agenten?
- Passer de til din positionering, eller er de for billige/dyre?
- Er der interessekonflikter med konkurrenter?
- Har agenten et veletableret kundekartotek, og kan de dokumentere det?

Indhent referencer

- Tal med 2-3 af agentens nuværende eller tidligere brands
- Spørg åbent: Hvordan er agentens opfølgning, ordreskrivning, betalingshåndtering, kundedialog?
- Tjek også ry og renommé i branchen

Afstem forventninger

- Hvor mange salgsmøder holder de?
- Hvor tit besøger de kunder?
- Skal de deltage i messer og hvem betaler det?
- Hvordan rapporterer de til dig?

Dine noter:

3 .

Forberedelse til samtale med agent

Lav et præsentationsmateriale:

- Kollektion/lookbook
- Kollektionsstruktur/leveringsstruktur
- Storytelling/brand-DNA
- Prisstruktur og salgs- og leveringsbetingelser
- Målgruppebeskrivelse
- Plan for marketingaktiviteter

Hav en klar agenda for mødet:

- Introduktion til brandet
- Hvorfor markedet er relevant?
- Hvad du forventer af agenten?
- Hvad du selv kan levere?
- Hvordan succes skal måles

Overvej også:

- Vil du have en agent med showroom?
- Skal agenten køre PR/social medieaktiviteter?
- Skal agenten rapportere leads og feedback fra kunder til dig månedligt?
- Overvej andre konkrete ting, som agenten skal overholde, og som nedfældes i kontrakten (antal af kundebesøg pr. måned, ansættelse af underagenter eller eget salgspersonale osv.)

Dine noter:

4 .

Kontrakt og samarbejdsaftale

Sørg for en skriftlig opdateret agentaftale

- Provision
- Hvordan afregnes provision på online-kunder, department stores eller større kæder – nationalt og internationalt?
- Geografi og kundeselement, mange tenderer til at give agenten et for stort område
- Opsigelsesvilkår – løbende eller tidsbegrænset kontrakt?
- Eksklusivitet (ja/nej)
- Mål for 1. og 2. sæson (fx minimumsomsætning eller antal kunder)
- Rapportering og opfølgingskrav
- Oversigt på eksisterende kunder på markedet (inkl. seneste års samlede ordre)
- Hvem betaler for kollektionsprøver – hvad sker der med kollektionsprøver er endt salg?
- Er der forventninger om deltagelse på messer og hvem betaler?
- Er agenten forpligtiget til at deltage på salgsmøder og hvem betaler eventuelle rejseomkostninger?

Brug juridisk rådgivning

- Det er 100% pengene værd – mange konflikter opstår, fordi aftalen er uklar eller mundtlig
- Kontakt din brancheforening – de tilbyder ofte rådgivning
- Spørg ind til, hvordan agenten har tænkt sig at komme rundt i hele området/markedet?

Dine noter:

5 .

Opfølgning og samarbejde i første sæson

Planlæg besøg i markedet

- Mød selv kunder sammen med agenten (viser commitment)
- Følg med på messer og kundemøder
- Få direkte feedback på kollektionen

Afhold månedlige statusmøder

- Salgsstatus
- Kundereaktioner
- Udfordringer
- Forecast og restordre
- Husk altid af fremsende et referat fra statusmøder

Justér løbende

- Er priserne rigtige?
- Skal markedsføringen styrkes?
- Er kollektionen konkurrencedygtig?

Dine noter:

6 .

Realistiske mål og langsigtet plan

Sæt SMART-mål (specifikke, målbare, accepterede, realistiske, tidsbestemte)

Eksempel: "Vi vil ind i minimum 8 premium multibrand-butikker i første sæson med en samlet ordreværdi på EUR 50.000."

Del målsætninger op i faser

- Sæson 1: etablering på markedet med minimum 8 premium butikker
- Sæson 2: udvide distribution til 14 premium butikker og en ordreværdi på EUR 90.000
- Sæson 3: konsolidere og styrke brandposition
- Det kan også være andre målsætninger

Evaluer efter hver sæson

- Skal samarbejdet fortsætte?
- Opnås der værdi for både dig og agenten?
- Skal der laves ændringer i kollektionen eller i markedstilgangen?

Dine noter:

7.

Tjekliste før du indgår en agentaftale

Markedsforberedelse

- Har vi lavet en SWOT-analyse for markedet?
- Har vi analyseret konkurrenter og prisniveau?
- Kender vi målgruppen i det pågældende marked?
- Er der data på forbrugsmønstre, butikstyper og volumen?

Brandforberedelse

- Er vores lookbook og kollektionsmateriale klar?
- Har vi en international grossistprisliste?
- Har vi fastlagt leveringsbetingelser (Incoterms, leveringstider)?
- Er vores marketingplan klar, inkl. evt. kampagner?

Forventningsafstemning

- Hvilke mål vil vi opnå (antal kunder, omsætning, branding)?
- Hvilket serviceniveau forventer vi fra agenten?
- Har vi defineret, hvor meget support vi selv kan give?
- Skal agenten deltage på messer, showroom, PR-aktiviteter?

Screening af agent

- Har vi tjekket agentens andre brands?
- Har vi set eksempler på deres kundeliste?
- Har vi kontaktet mindst 2 referencer?
- Har vi vurderet agentens markedsposition og renommé?

Praktik

- Hvordan ser agentens team ud (antal sælgere, showroom, kontor)?
- Er de vant til digitale salgsværktøjer (B2B-portaler, videomøder)?
- Har de klare rapporteringsrutiner?

Plan for opfølgning

- Har vi planlagt første markedsbesøg sammen med agenten?
- Er der lagt en fast mødefrekvens til status (fx månedligt)?
- Hvordan vil vi evaluere samarbejdet efter 1. sæson?

Dine noter:



8 . Forslag til spørgsmål til første møde

- Hvilke andre brands repræsenterer du i dag?
- Hvordan ser din kundeliste ud i det relevante segment?
- Hvilke kanaler arbejder du mest med – premium, mellempris eller volumen?
- Hvordan arbejder du med showroom og præsentationer?
- Hvordan håndterer du nye brands i opstartsfasen?
- Hvilken rapportering kan vi forvente (hyppighed, indhold)?
- Hvilke forventninger har du til os som leverandør?
- Hvad mener du skal til for at lykkes med et nyt brand i dit marked?
- Hvor mange sælgere og hvilket netværk har du i praksis?
- Hvor hurtigt vurderer du, at vi realistisk kan opbygge en kundebase?
- Hvordan vil du markedsføre vores kollektion over for kunderne?
- Hvor meget tror du, vi kan omsætte i første og anden sæson?
- Hvilke messer eller events prioriterer du at deltage på?
- Hvilke erfaringer har du med brands i samme kategori som os?



9 . Forslag til konkrete KPI'er til agenten

- Antal kundebesøg pr. måned – fx 8–12 kundebesøg
- Antal nyåbnede kunder pr. sæson – fx 5–10 nye butikker
- Ordreværdi pr. sæson – fx EUR 50.000 i første sæson
- Forventet minimumsordre – fx EUR 4.000
- Hitrate på møder – fx min. 30% af møder giver en ordre
- Opfølgingsrapportering – statusrapport hver 4. uge med pipeline + udfordringer
- Feedback – kvalitativ feedback fra kunder præsenteres til brandet mindst 2 gange pr. sæson
- Showroom-aktivitet – deltagelse i minimum 1 relevant messe eller showroom-event pr. sæson



10 .

Relevante emner til vejledning om agentkontrakter

En agentkontrakt bør aldrig være en standardaftale. Den skal afspejle jeres fælles ambitioner, roller og ansvar, og beskytte jer begge i tilfælde af uenighed eller ophør. For mange brands bliver samarbejdet med agenten første skridt mod international vækst, og en gennemtænkt kontrakt er en vigtig investering i det samarbejde.

På næste side finder du de vigtigste elementer, du bør overveje, diskutere og få skrevet ind i kontrakten, med professionel juridisk rådgivning, fx via Dansk Erhverv.

Eksklusivitet – ja eller nej?

- Hvilke konsekvenser har det at give en agent eksklusivitet i et marked?
- Hvornår giver det mening – og hvordan kan man afgrænse det geografisk, tidsmæssigt eller for bestemte kundetyper?
- Hvordan kan man sikre en exitstrategi, hvis samarbejdet ikke fungerer?

Opsigelsesvilkår og prøvetid

- Skal der være en prøvetid (fx én sæson)?
- Hvor lang opsigelsesfrist er rimelig (fx 3-6 måneder)?
- Skal der være mulighed for ophævelse ved misligholdelse?

Provision – beregning og udbetaling

- Hvordan og hvornår beregnes provision?
- Skal det være af brutto- eller nettoordre?
- Hvornår udbetales provision – ved ordreafgivelse eller betaling fra kunde?
- Hvad sker der ved returneringer eller annulleringer? Sørg for at afstemme din ordrebekræftelse og agentkontrakt desangående, så der ikke skal betales provision af ordren.
- Efterprovision. Skal der betales provision for ordrer, der f.eks. kommer efter agenten, er stoppet og i hvor lang tid efter?

Godtgørelse

- Skal en eventuel tiltrædende agent, betale for at overtage agenturet (svarende til det beløb som agenturgiver skulle have betalt den fratrædende agent i godtgørelse)?

Agentens udgifter og investeringer

- Hvem betaler for showroom, rejser og messedeltagelse?
- Skal agenten have markedsføringsmateriale stillet gratis til rådighed?
- Er der fast honorar, eller alene provisionsbaseret indtjening?
- Hvem betaler for kollektionsprøver?

Rapportering og kommunikation

- Hvor ofte skal agenten give feedback og status?
- Skal der være fast rapporteringskabelon?
- Hvad forventes af dokumentation (kundeliste, salgsfremstød, pipeline)?

Målopfyldelse og aktivitetskrav

- Hvilke minimumsmål skal opfyldes?
- Hvad sker der, hvis målene ikke nås gentagne gange?
- Skal der være mulighed for at revurdere markedet eller skifte strategi?

Lovvalg og værneting

- Skal kontrakten være underlagt dansk ret eller lokal lovgivning? (MERK anbefaler dansk ret)
- Hvor skal eventuelle tvister afgøres? (Det har stor betydning, især uden for EU – MERK anbefaler Danmark) Lovvalg og værneting bør altid følges ad.

Brandbeskyttelse og IP

- Hvem ejer navnet, logoet og materialerne?
- Hvordan må agenten bruge dem – og må de bruges efter ophør af aftalen?

Force majeure og særlige situationer

- Hvordan håndteres kriser (fx pandemi, krig, fragtstop)?
- Skal agenten stadig opfylde krav i sådanne tilfælde?

11.

Hvordan kommer man ud af en agentaftale?

Agenter i EU er beskyttet af særlige rettigheder ifølge EU-direktivet om handelsagenter. Det betyder blandt andet, at agenter i visse tilfælde kan have krav på en godtgørelse ved ophør – også selv om samarbejdet har været kortvarigt eller uden skriftlig kontrakt. Derfor er det vigtigt, at du planlægger og dokumenterer hele processen grundigt og søger juridisk rådgivning, inden du opsiger en aftale.

Her er de vigtigste ting, du skal have styr på i praksis, når du vil afslutte samarbejdet med en agent:

Salgsudvikling

- Dokumentér agentens salgsresultater og aktivitetsniveau over tid
- Sammenlign med tidligere sæsoner og de mål, I har aftalt

Kundeliste

- Få opdateret liste over alle aktive kunder
- Notér, hvilke kunder agenten har skabt kontakt til, og om de stadig er aktive kunder
- Find ud af, om agenten har øget omsætningen med gamle kunder væsentligt i de år, hvor agenten har arbejdet for jer. Er omsætningen steget med ca. 100 % giver disse kunder agenten et krav på godtgørelse

Status på ordrer

- Skab overblik over åbne ordrer, restleverancer og betalinger
- Afklar, hvem der følger op – dig eller agenten

Kunderelationer

- Planlæg, hvordan du vil tage direkte kontakt til de vigtigste kunder
- Forbered en kort besked, der forklarer skiftet på en professionel måde

Pipeline og leads

- Kortlæg hvilke nye kunder eller leads agenten har arbejdet med
- Vurder, hvilke relationer du selv vil følge op på

Referater og dokumentation

- Sørg for at have skriftlige referater eller notater fra sæsonopfølgninger
- Brug dem som baggrund for beslutningen og dokumentation, hvis det bliver nødvendigt

Intern kommunikation

- Informér dit team og relevante samarbejdspartnere om skiftet
- Koordinér, hvem der overtager ansvaret for markedet fremadrettet

Ny strategi

- Beslut om du vil finde en ny agent, tage markedet selv eller vente
- Tilpas salgs- og marketingplaner til det næste skridt

Juridisk rådgivning

- Brug altid professionel juridisk rådgivning, før du opsiger eller genforhandler aftalen.
- Som medlem af Dansk Erhverv kan du få hjælp til dette via deres juridiske eksperter.



MERK · Tietgen Hus · Børsgade 4 · 1215 København K
Tlf: +45 3374 6139 · info@merkdanmark.dk