



Tilfredshetsundersøkelse 2009

Elling Håmsø
oktober 2009

INTSOK tilfredshetsundersøkelse 2009

Formål med undersøkelsen:

Å kartlegge INTSOK-partnerenes:

- Tilfredshet med de tjenester som INTSOK tilbyr
- Nytteverdi i internasjonaliseringsarbeidet
- Anbefalinger for videre utvikling av INTSOKs tjenester

Undersøkelsen ble gjennomført i perioden september til oktober 2009. En tilsvarende undersøkelse ble gjennomført i 2000, 2004 og 2006.

Et omfattende spørreskjema ble besvart av 140 av INTSOKs 183 partnere (77%).

Disse bedriftenes totalomstning i olje- og gassmarkedet fordeler seg som følger:

< 50 mill.	35%	500 – 1000 mill	10%
50 – 250 mill.	32%	1000 – 2000 mill	6%
250 – 500 mill.	9%	>2000 mill.	7%

Hovedkonklusjoner

1. De fleste INTSOK-partnerne er tilfreds med medlemsskapet, 85% sier at de vil fornye medlemsskapet ved neste forfall, 15% sier kanskje.
2. Partnere som har et proaktivt forhold til INTSOK er vesentlig mer tilfredse enn passive partnere
3. 57% av partnerne har et proaktivt forhold til INTSOK, en nedgang fra 69% in 2006
4. 38% av partnerne og 53% av de mest aktive partnerne sier at INTSOK har hatt vesentlig betydning for suksess i internasjonale markeder (terningkast 4 – 6)
5. 72% sier at INTSOK har innfridd forventningene, 92% for aktive partnere
6. Nesten alle opplever seg som internasjonalt konkurransedyktige, men de fleste har behov for å styrke kompetanse og personellressurser
7. Nesten 40% av partnerne forventer mer enn 100% vekst i internasjonal omsetning de neste 5 årene, i 2006 var denne andelen 29% og i 2004 kun 18%.
8. Nesten alle mener at INTSOK satser på de markedene som er mest interessante

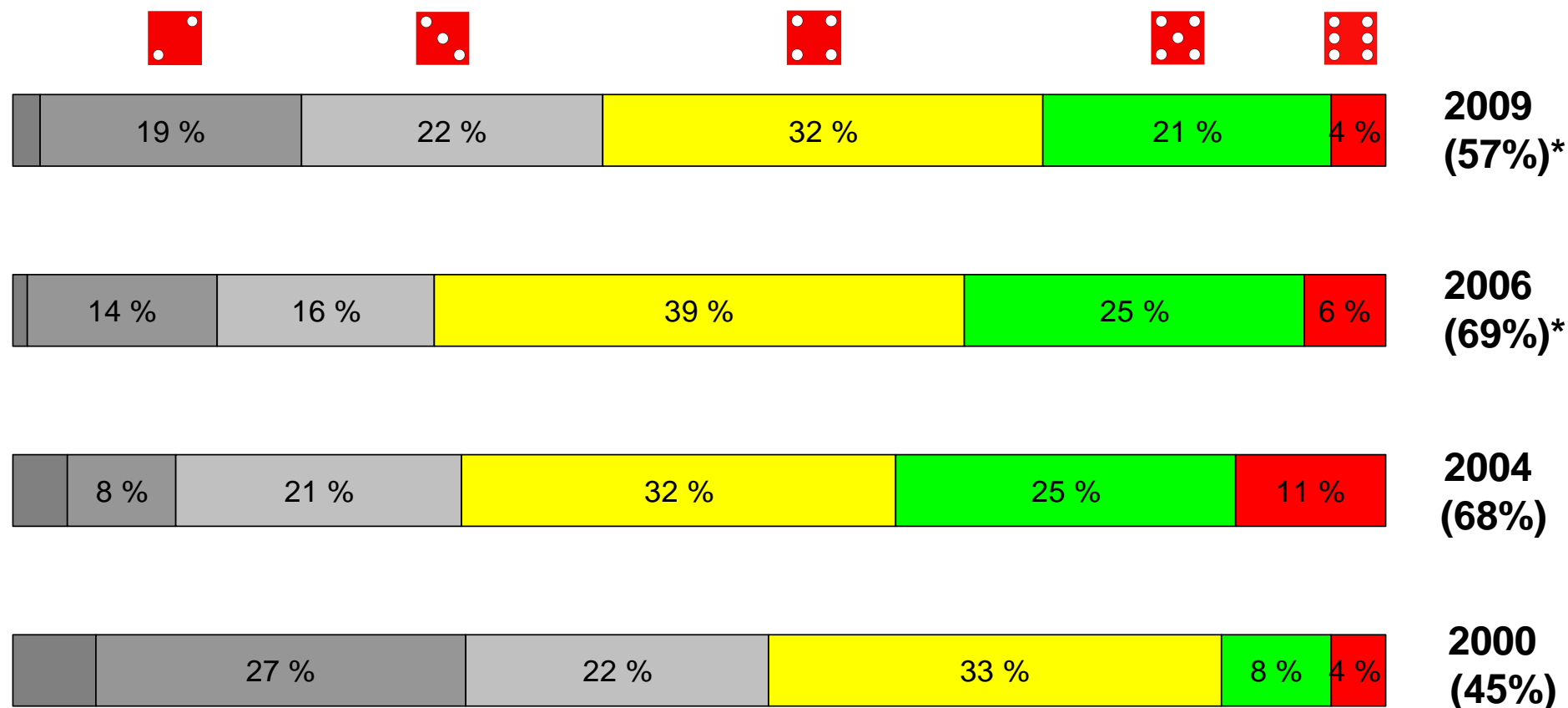
Hovedkonklusjoner

9. De fleste partnerne synes at markedsrapportene er nyttige, samme som tidligere år
10. Regionsdirektørene i Norge og rådgiverne ute vurderes å ha god erfaring og kompetanse og de fleste partnerne opplever dem som nyttige
11. Sekretariatet får meget god tilbakemelding
12. Tilfredsheten med seminarer og workshops er lavere enn tidligere år
13. Politisk ledede delegasjonsreiser får enda lavere score enn tidligere år
14. Hjemmesidene får dårligere score enn tidligere, men tilgjengelighet av markedsinformasjon på hjemmesidene vurderes fremdeles som god
15. Det er forholdsvis liten forskjell mellom små og store partnere, de store er litt mer tilfredse
16. Statoil mener i enda større grad enn gjennomsnitt at INTSOK har hatt betydning for resultater i internasjonale markeder

Redusert andel proaktive partnere

- 57% av partnerne sier at de har et proaktivt forhold til INTSOK og benytter seg av de tjenester som er relevante for bedriften, dette er en nedgang fra 69% i 2006.
- Andelen proaktive medlemmer var enda lavere (45%) i 2000 og en av de viktigste anbefalingene den gang var å sørge for at en større andel av medlemsbedriftene benyttet seg aktivt av INTSOKs tjenester.
- Flere store bedrifter (70%) enn små (56%) har et proaktivt forhold til Intsok
- Antallet INTSOK partnere har fra 2006 til 2009 økt fra 143 til 183, og antallet aktive partnere fra 99 til 104.

I hvilken grad har din bedrift et proaktivt forhold til INTSOK?



* Andel som gir terningkast 4, 5 eller 6

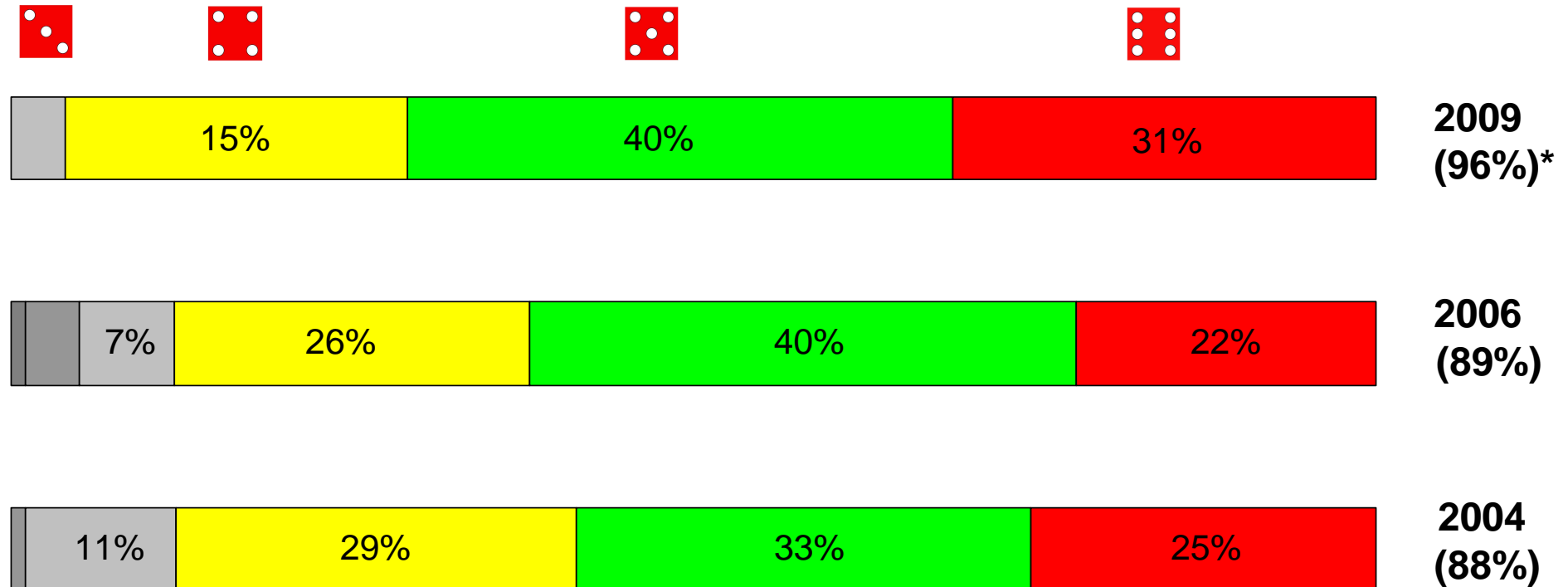
INTSOK satser på de mest interessante markeder?

Hele 96% av partnerbedriftene mener at INTSOK satser på de mest aktuelle markeder, landprioriteringer vises i tabellen nedenfor

	Ikke viktig	Litt viktig	Svært viktig
Brasil	7%	22%	71%
US Mexicogulfen	16%	28%	56%
UK	14%	37%	49%
Russland	16%	49%	35%
Midt-Østen	25%	37%	48%
Australia	27%	49%	24%
Angola	35%	38%	27%
Canada	30%	47%	23%

	Ikke viktig	Litt viktig	Svært viktig
Mexico	30%	49%	21%
Kina	35%	42%	22%
Malaysia	34%	48%	18%
India	36%	47%	17%
Nigeria	47%	33%	21%
Kazhakstan	46%	35%	19%
Indonesia	43%	42%	16%

Satser INTSOK på de mest interessante markeder?



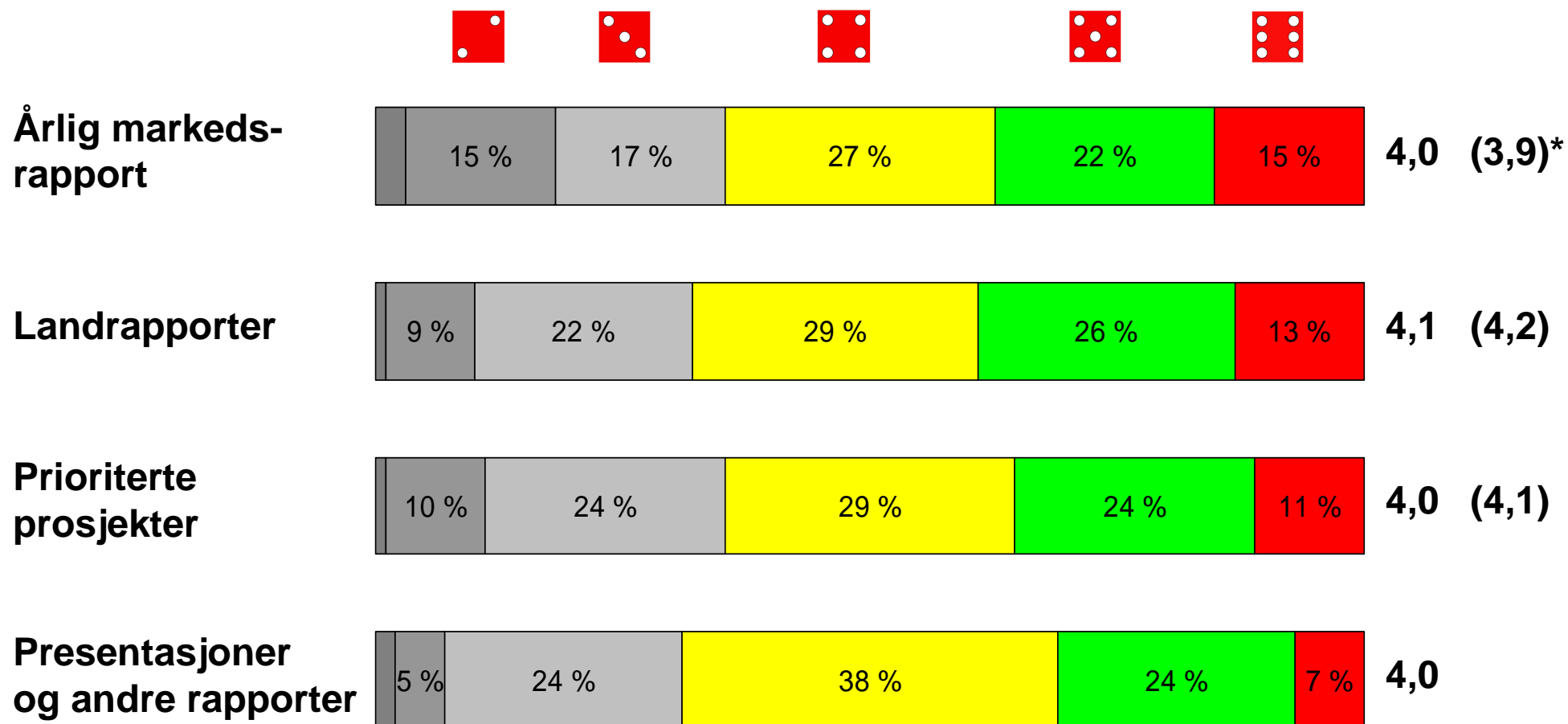
* Andel som gir terningkast 4, 5 eller 6

Antallet INTSOK partnere har økt fra 104 i 2004 til 184 i 2009

Tilfredshet med markedsrapporter

- De fleste partnerne gir uttrykk for stor tilfredshet med markedsrapportene, 65 – 70% gir terningkast 4 - 6 for årsrapporten som utarbeides av Douglas Westwood, landrapporter, prioriterte prosjekter og diverse presentasjoner og rapporter
- Omtrent samme andel partnere er fornøyd med INTSOKs nyhetsbrev (67%)
- De proaktive partnerne er enda mer fornøyd med markedsrapportene, i snitt gir 76% av disse terningkast 4 eller mer for de forskjellige rapportene
- De store partnerbedriftene er vesentlig mer tilfreds med markedsrapportene enn de små, spesielt gjelder dette Douglas Westwood rapporten og landrapportene.

Nytteverdi markedsrapporter

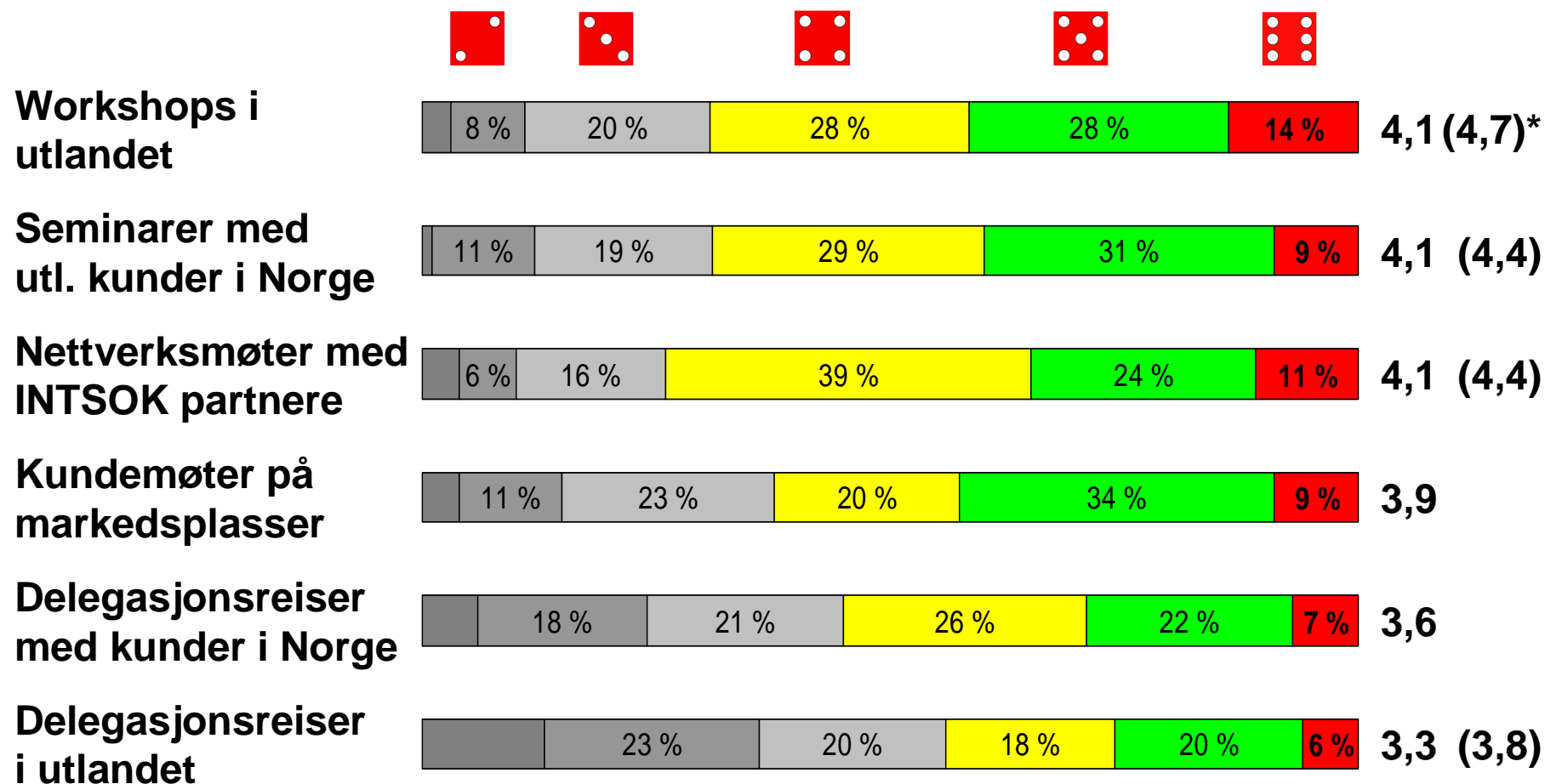


* Tall for 2006 i parentes

Redusert nytteverdi av forskjellige INTSOK-aktiviteter

- INTSOK tilbyr flere typer kundeaktiviteter enn tidligere, men dette er åpenbart krevende og partnerne gir lavere karakterer enn tidligere år. I gjennomsnitt er 60% tilfreds med disse aktivitetene (terningkast 4 – 6), mot 73% i 2006
- Tematiske workshops og seminarer med kunder i prioriterte markeder og seminarer med utenlandske kunder i Norge får best score, 69% sier at de er tilfredse med disse. Men i 2006 var 83% tilfreds med workshops ute og 77% med seminarer i Norge.
- Nettverksmøter med INTSOK partnere og kundemøter med oljeselskaper og hovedleverandører på internasjonale markeds plasser (som London, Aberdeen, Paris, Milano, Haag og Houston) får også rimelig god attest.
- Delegasjonsreiser i Norge hvor utenlandske kunder besøker INTSOK partnere er ikke like populære, 55% sier seg fornøyde med disse.
- Delegasjonsreiser med seminarer og møter i forbindelse med kongelige og politiske besøk er minst interessante.
- Det er liten forskjell mellom små og store partnere, untatt delegasjonsreiser til utlandet som de store bedriftene finner mer nyttige.
- De proaktive partnerne finner alle kundeaktivitetene mer nyttige (73% er tilfreds) enn de passive (54%)

Hvilken nytteverdi har følgende aktiviteter hatt for din bedrift?

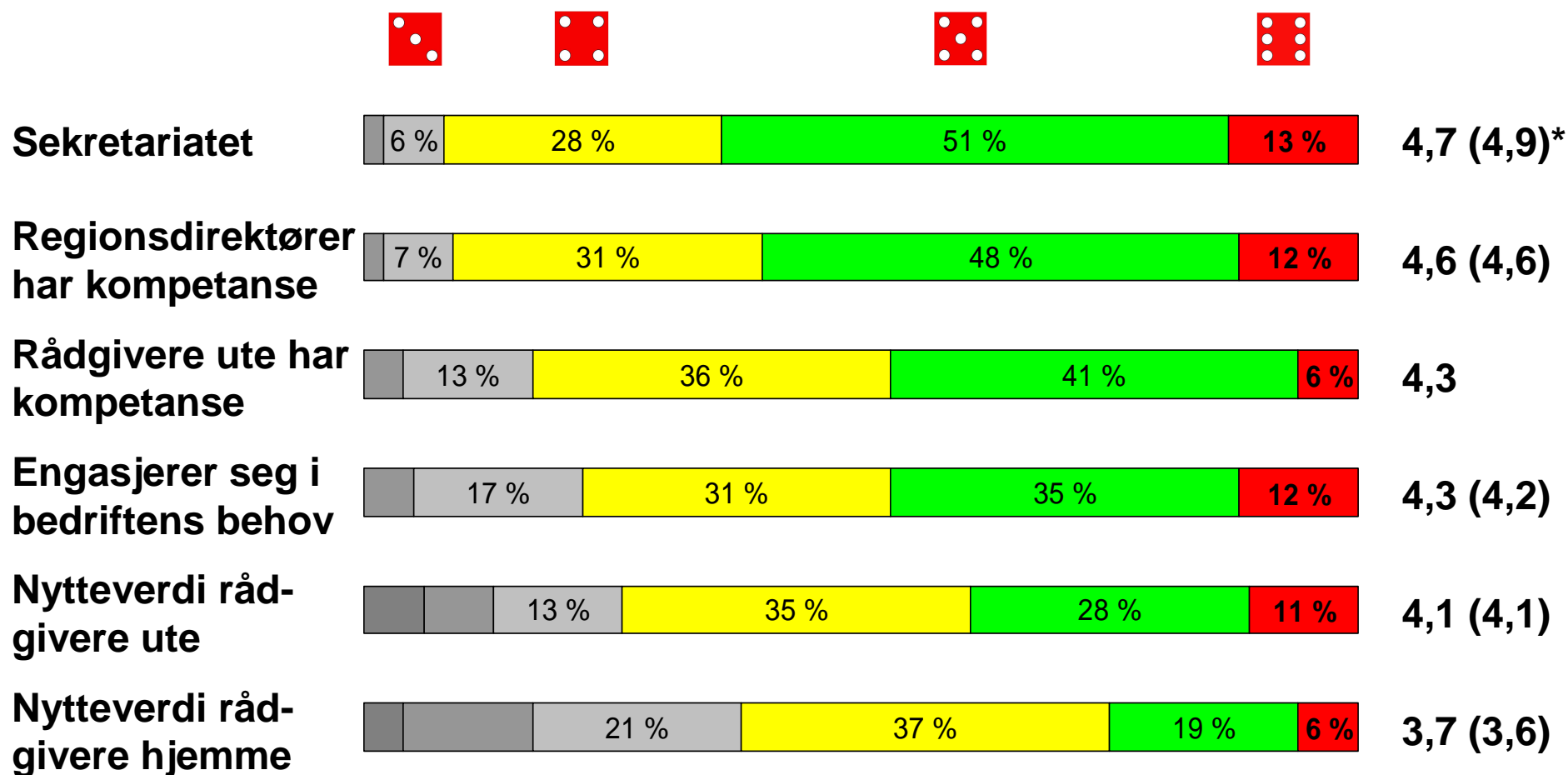


* Tall for 2006 i parentes

Tilfredshet med tjenester

- Partnerne gir uttrykk for tilfredshet med INTSOKs vilje og evne til å engasjere seg i bedriftens behov og de tjenester som rådgiverne hjemme og ute tilbyr
- Nesten alle er tilfredse med at sekretariatet gir rask og god tilbakemelding på spørsmål og kommentarer
- Tilfredshet med rådgiverne og sekretariatet er omtrent som i 2006, men ikke så høy som i 2004
- Regionsdirektørene i Norge vurderes å ha høy kompetanse, 91% gir dem terningkast 4 eller høyere
- Rådgiverne i utlandet vurderes også å ha høy kompetanse, 83% gir dem terningkast 4 eller høyere
- Selv om regionsdirektørene ansees å ha mer kompetanse enn rådgiverne i markedene ute, er nytteverdien større for den hjelp som rådgiverne ute tilbyr.
- 78% sier at INTSOK har evne og vilje til å engasjere seg i bedriftens spesielle ønsker og behov. Dette er omtrent som i 2006, men lavere enn 2004 (85%)

Tilfredshet med tjenester?

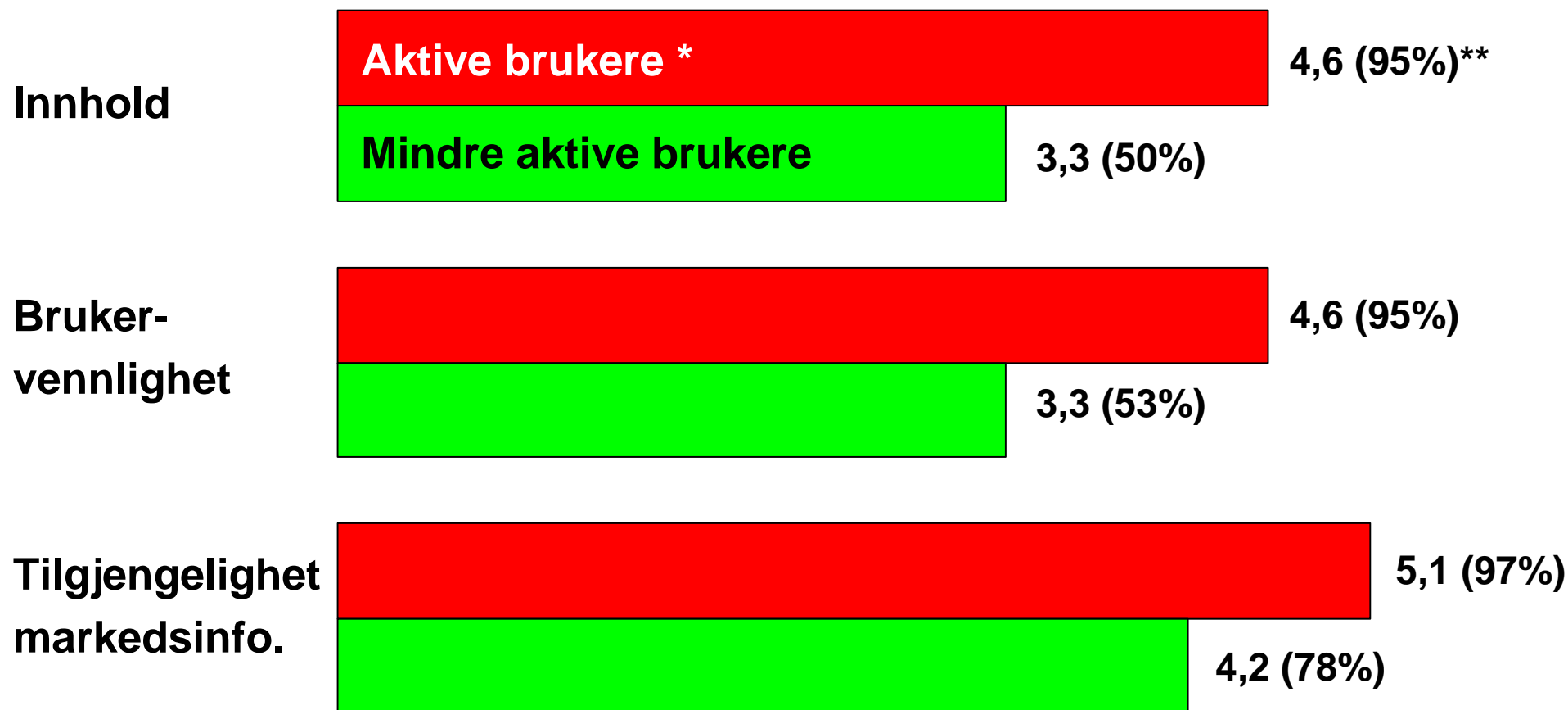


* Tall for 2006 i parentes

Tilfredshet med INTSOKs hjemmesider

- I gjennomsnitt er tilfredshet med hjemmesidene lavere enn i 2006, 63% gir terningkast 4-6 mot 70% i 2006
- En større andel partnere sier at de er aktive brukere av hjemmesidene, 52% sammenlignet med 45% i 2006
- Forskjellen i tilfredshet er vesentlig større mellom aktive og mindre aktive brukere enn tidligere, de aktive brukerne er fortsatt svært fornøyde, 95% gir karakter 4-6 for både innhold og brukervennlighet
- Aktive brukere er spesielt fornøyde med tilgjengeligheten av markedsinformasjon på hjemmesidene, langt på veg er også de mindre aktive brukerne enige i at markedsinformasjon er godt tilgjengelig
- Dersom vi sier at det er først og fremst aktivt brukere av hjemmesidene som har en kvalifisert mening om brukervennlighet og innhold, er hjemmesidene bra, men det er klart behov for å øke andelen aktive brukere.
- Det synes ikke fra kommentarene å være informasjon som flere partnere savner på hjemmesidene

INTSOKs hjemmesider



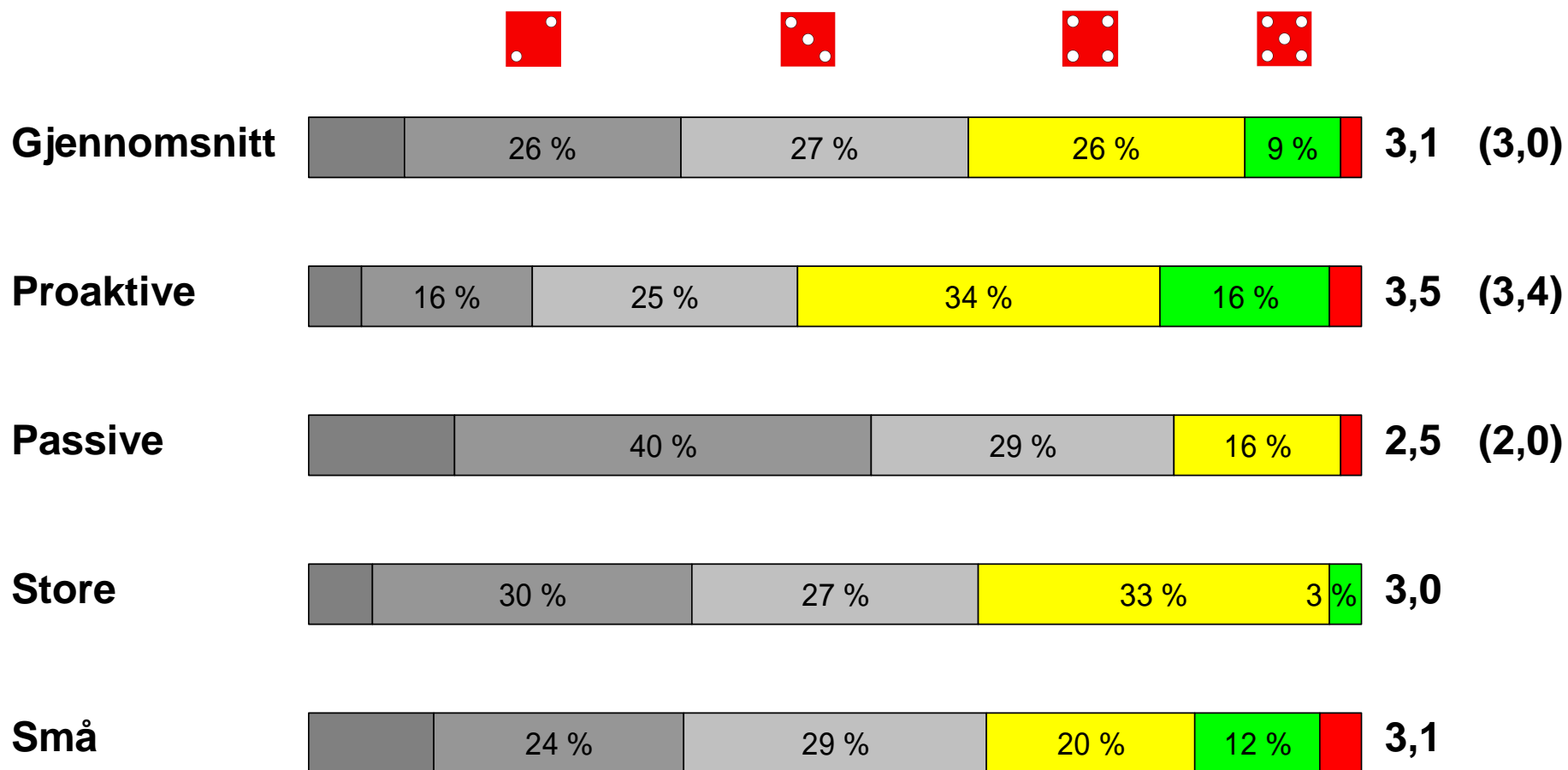
* 52% som svarer 4-6 på spørsmål om de bruker hjemmesidene aktivt

** Tall i parentes er andel som er tilfreds (terningkast 4-6)

INTSOK har hatt betydning for resultater i internasjonale markeder?

- 38% av medlemsbedriftene sier at INTSOK-medlemsskapet har hatt stor betydning for oppnådde resultater i internasjonale markeder (terningkast 4 - 6), dette er en svak økning fra tidligere år (35% i 2006 og 31% i 2004)
- De proaktive bedriftene gir høyere score (53% gir terningkast 4 - 6) og de passive gir vesentlig lavere (17%)
- Det er liten forskjell mellom små og store partnerbedrifter
- Statoil (5 besvarelser) mener i større grad enn gjennomsnittet at INTSOK har bidratt til resultater i internasjonale markeder

Har INTSOK hatt betydning for resultater i internasjonale markeder?



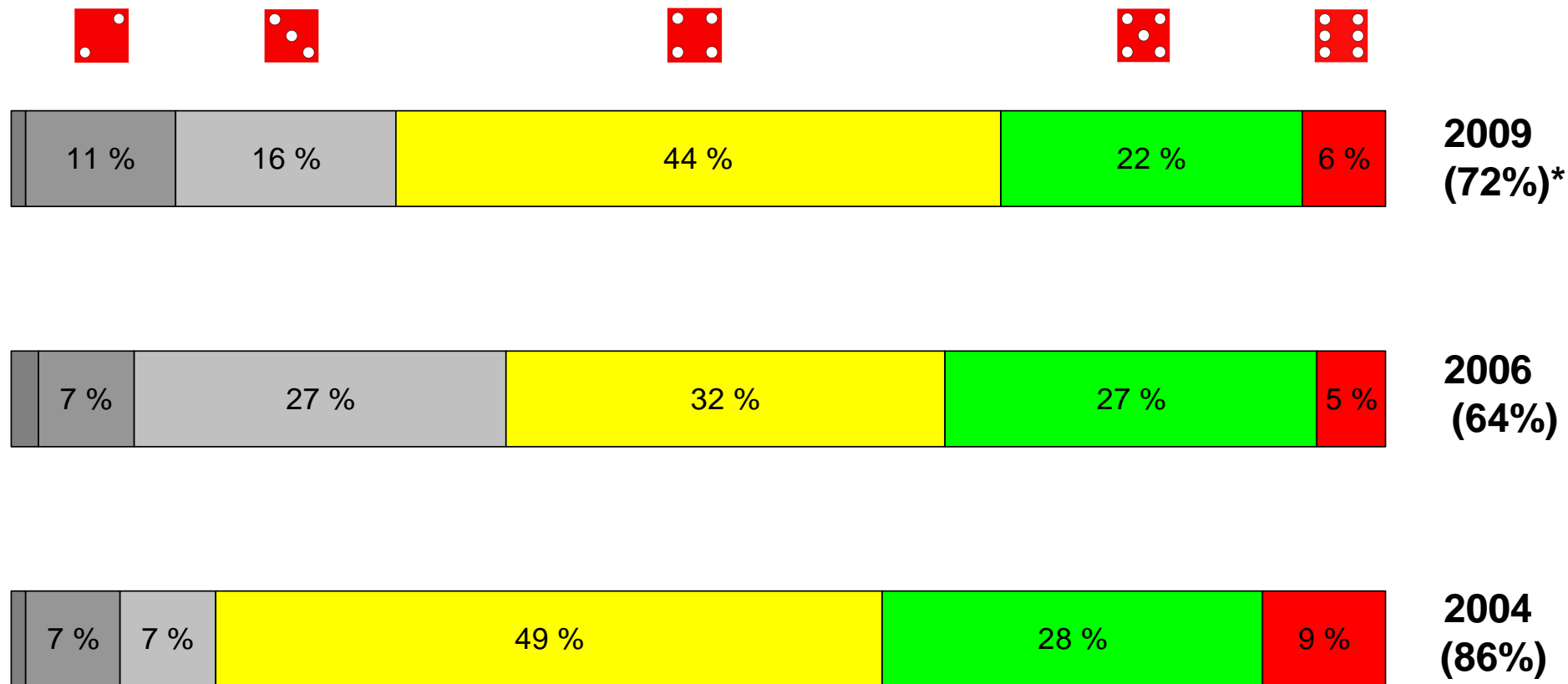
* Tall for 2006 i parentes

forts.

INTSOK har tilfredsstilt forventninger til nytteverdi?

- 72% av partnerbedriftene sier at som en samlet vurdering, har INTSOK tilfredsstilt forventningene til nytteverdi (terningkast 4-6). Dette er en forbedring fra 64% i 2006 men fortsatt lavere enn 86% i 2004
- En større andel av de proaktive medlemmene (92%) sier at INTSOK har tilfredsstilt forventningene, dette er vesentlig bedre enn i 2006 (74%) og omtrent som i 2004 (94%)
- Det er kun små forskjeller mellom små og store partnerbedrifter når det gjelder opplevd nytteverdi.

I hvilken grad har INTSOK møtt forventningene til nytteverdi?



Store forskjeller mellom proaktive og passive partnere

- Partnere som sier at de har et proaktivt forhold til INTSOK er på de aller fleste områder vesentlig mer tilfreds
- Mange svar på spørsmålet: 'Hva er du som INTSOK partner minst tilfreds med?' viser til manglende egen innsats for å dra nytte av INTSOKs tjenester

Sammenligning mellom proaktive og passive partnere



* % som gir terningkast 4, 5 eller 6

Små forskjeller i tilfredshet mellom små og store partnerbedrifter

- En sammenligning mellom de små bedriftene (omsetning mindre enn 250 mill) og de store (omsetning over 500 mill) viser forholdsvis få forskjeller.
- I de tilfeller hvor det er signifikante forskjeller, er det i nesten alle tilfeller de store bedriftene som er mest fornøyd
- De store bedriftene finner i større grad at INTSOK prioriterer produkter og tjenester som er aktuelle for dem, de finner markedsrapportene mer relevante og nyttige, de har i større grad et proaktivt forhold til INTSOK og bruker hjemmesidene i større grad.
- De små bedriftene opplever nettverksmøter mellom partnerne som mer nyttige.

Forskjeller i tilfredshet mellom små og store bedrifter



* Andel som gir terningkast 4, 5 eller 6

Sammenligning mellom Statoil og øvrige partnere

- Undersøkelsen ble besvart av fem representanter for Statoil og kun en fra hver av de øvrige partnerne
- Statoil har i samme utstrekning som de øvrige bedriftene et proaktivt forhold til INTSOK
- Statoils representanter vurderer i større grad enn INTSOKpartnerne for øvrig at INTSOK har hatt betydning for resultater i internasjonale markeder
- For øvrig gir Statoil lavere score på om INTSOK har innfridd forventningene, nytteverdi av markedsrapporter og workshops i utlandet
- Statoil er vesentlig mer tilfreds med delegasjonsreiser til utlandet.

Sammenligning mellom Statoil og øvrige partnere



Hva er du mest tilfreds med?

Til sammen 72 kommentarer:

Markedsinformasjon (19)

- Markedsrapporter "How to do business in....."
- Markedsrapporter danner som regel basis for strategi og budsjetter i bedriften.
- Vi har fått detaljert kunnskap om markedene utenfor Norge

Service (18)

- Den positive og imøtekommende holdningen hos de norske og lokalt ansatte
- Kompetent og proaktiv holdning, forstår våre utfordringer
- Blir tatt på alvor, selv om vi er en liten bedrift
- At de alltid stiller opp på forespørsel

Representanter i markedene (11)

- Høyt kunnskapsnivå ved utekontorene
- Kontakter som tilrettelegger for møter ute i markedene
- Et internasjonalt nettverk for å komme i kontakt med mulige partnere

Hva er du mest tilfreds med?

Nettverk (10)

- Totaliteten i medlemskap i en større nettverk for en liten bedrift i oppstart
- Nettverk og åpne forretningskanaler
- Mulighet for nettverksbygging

Workshops (10)

- Evnen til å samle relevante kunders beslutningstakere (tekniske/kommersielle)
- Muligheten til å delta på seminarer
- At vi kan komme i kontakt med kunder på en grei måte

Diverse kommentarer (4)

- Mulighet for initiell assistanse i nye markeder
- Et oppegående sted å henvende seg
- Totaliteten, tilstedeværelse i våre markeder, god kompetanse, positive mennesker

Hva er du minst tilfreds med?

Til sammen 22 kommentarer:

Fokuserer ikke på våre produkter (5)

- Liten informasjon om IT/Telecom
- For lite om vårt interesseområde miljøovervåking
- Lite fokus og kompetanse innen trading av råolje og produkter
- INTSOK har begrenset kunnskap om våre tjenester, det er selvfølgelig en utfordring for oss å gjøre noe med

For mye fokus på de store bedriftene (3)

- En god del av aktivitetene styres av Statoil
- For mye Statoil og Aker
- Benytter de store selskapene som foredragsholdere, programhelter på for høyt nivå

Workshops (2)

- Treffer ikke beslutningstakere for våre prosjekter på møteplasser som INTSOK arrangerer for oss
- Kundedeltakerne på workshops er ofte på et noe høyt nivå i forhold til beslutningstakerne

Hva er du minst tilfreds med?

Diverse enkeltkommentarer (14)

- Savner litt mer langsiktige planer for hvert marked
- Litt lite engasjert i forbindelse med messer
- Bør være mer kritiske til våre planer og forslag, ikke bare opptatt av å hjelpe
- Kostnader ved deltakelse på arrangementer
- Identifisering av aktuelle prosjektmuligheter, det blir gjerne for generelt hva INTSOK kommer med

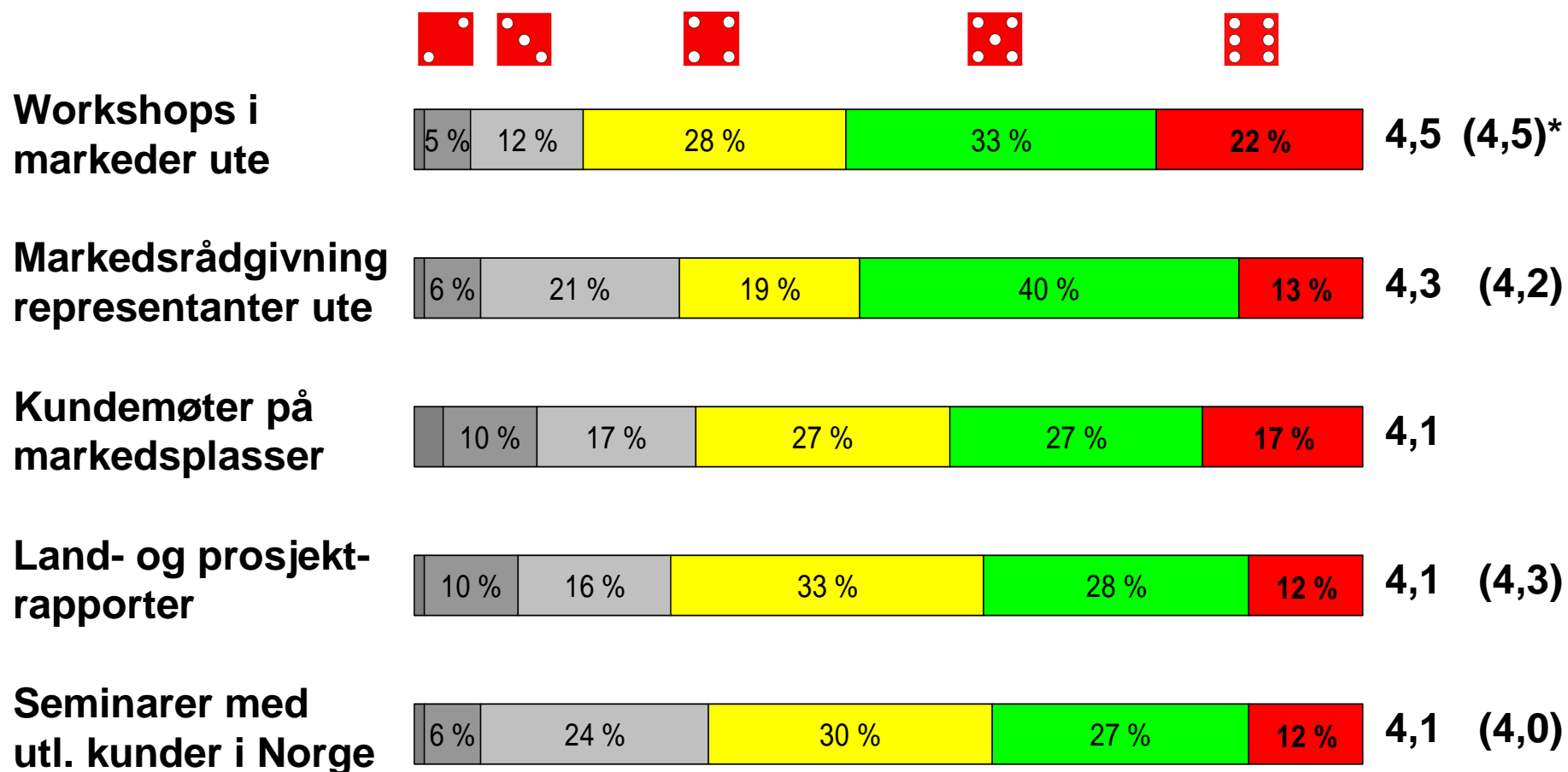
Andre erfaringer eller synspunkter

- Vi bør engasjere oss mer i planlegging av arrangementer slik at våre behov blir bedre ivaretatt
- Risiko og ansvarsforhold i utlandet bør vektlegges i større grad
- Kanskje flere representanter fra de mindre selskapene i INTSOKS styre
- Forbedre erfaringsutveksling med hva som går bra og hva som går dårlig ved internasjonalisering

Prioriteringer for fremtiden

- Det er svært få endringer i rekkefølgen for prioriterte aktiviteter sammenlignet med 2006
- Teknologiseminarer/workshops med oljeselskaper og hoved-leverandører i utlandet er høyeste prioritet, 83% gir terningkast 4-6.
- Markedsrådgivning fra INTSOKs representanter ute kommer på andre plass, 72% anser dette som viktig.
- Politisk ledede delegasjonsreiser kommer sist på prioriteringslisten. Kartlegging av Norsk offshoreindustri omdømme, kontorfellesskap i utlandet og arbeid for menneskerettigheter gis også lav prioritering.
- De store bedriftene legger forholdsvis mer vekt på informasjonsvirksomhet mot norske myndigheter for å bedre rammebetingelsene, videreutvikling av land- og prosjektrapporter og samarbeid med finansinstitusjoner som GIEK og Eksportfinans
- De små bedriftene legger forholdsvis mer vekt på matchmakingaktiviteter i utlandet, tilrettelegging av kontorfellesskap i utlandet, kundemøter på markedsplasser slik som London, Aberdeen, Paris, Milano, etc., og felles introduksjonsprogrammer slik som 'Houston Entry Program' og Partnerskapsprosjektet mot Russland.

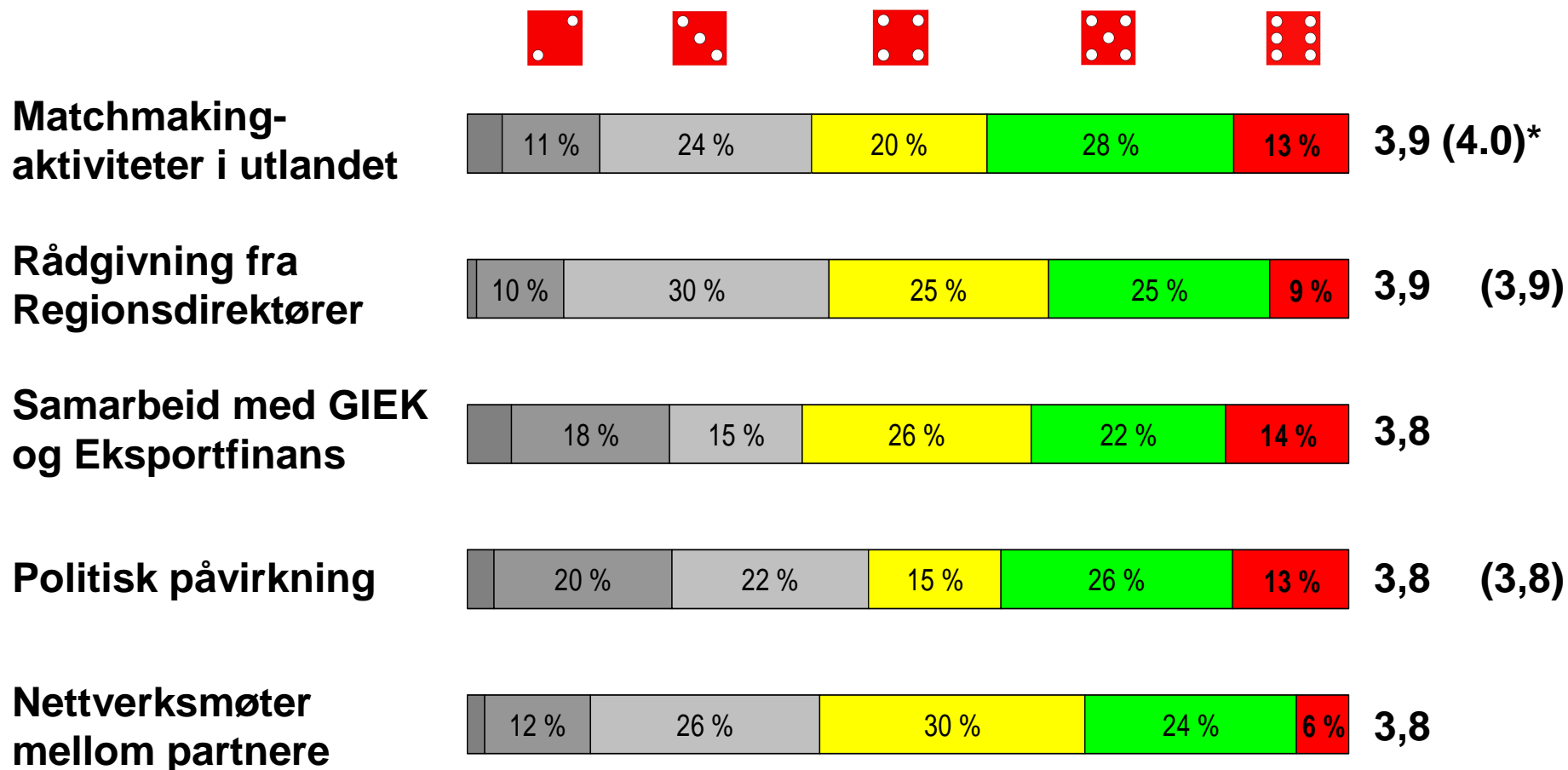
Prioriteringer for fremtiden



* Tall for 2006 i parentes

forts.

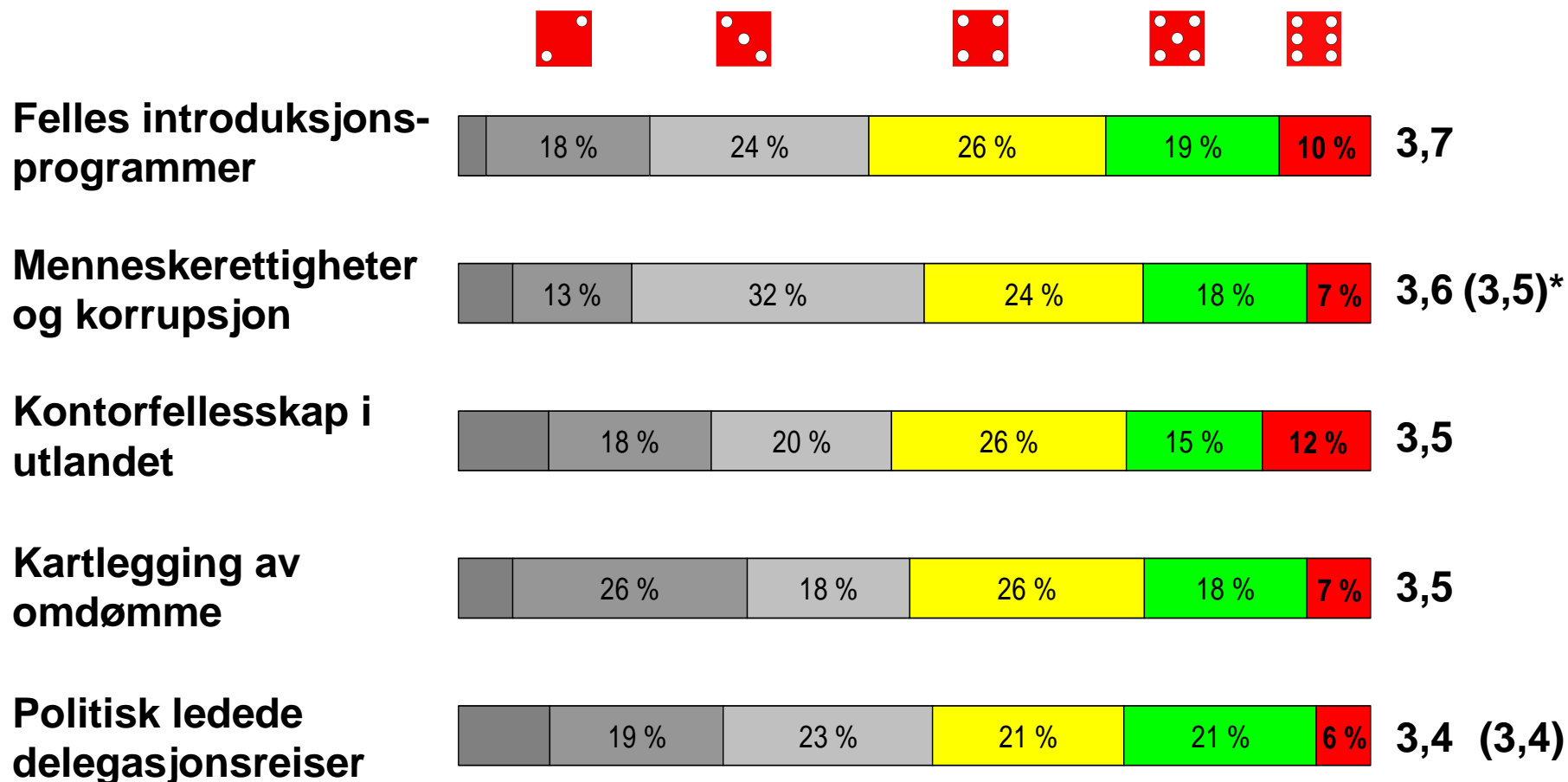
Prioriteringer for fremtiden



* Tall for 2006 i parentes

forts.

Prioriteringer for fremtiden

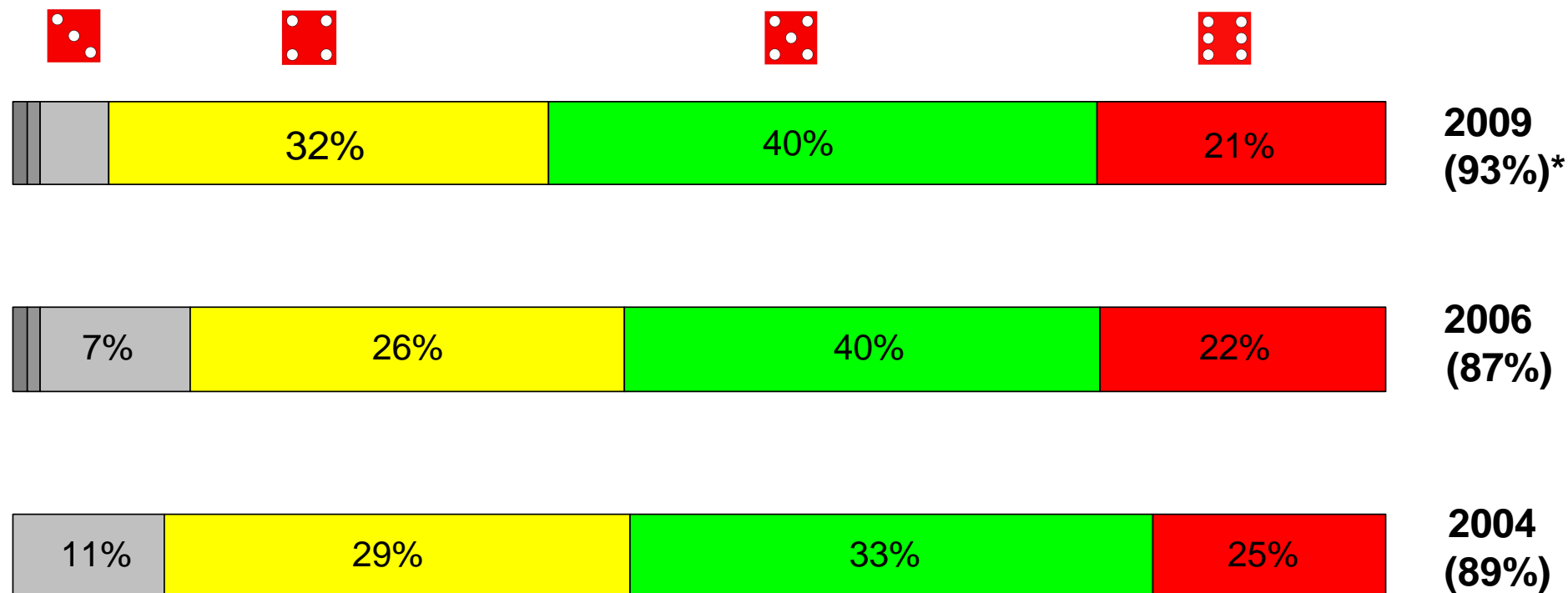


* Tall for 2006 i parentes

Internasjonal konkurransedyktighet

- De aller fleste av INTSOKs medlemsbedrifter opplever seg selv som internasjonalt konkurransedyktige, og 93% gir seg selv terningkast 4 eller høyere på dette spørsmålet, hele 72% sier 5 eller 6. Dette er noe høyere enn tidligere år.
- Det er svært liten forskjell mellom små og store partnerbedrifter.

I hvilken grad opplever du din bedrift som internasjonalt konkurransedyktig?



* Andel som gir terningkast 4, 5 eller 6

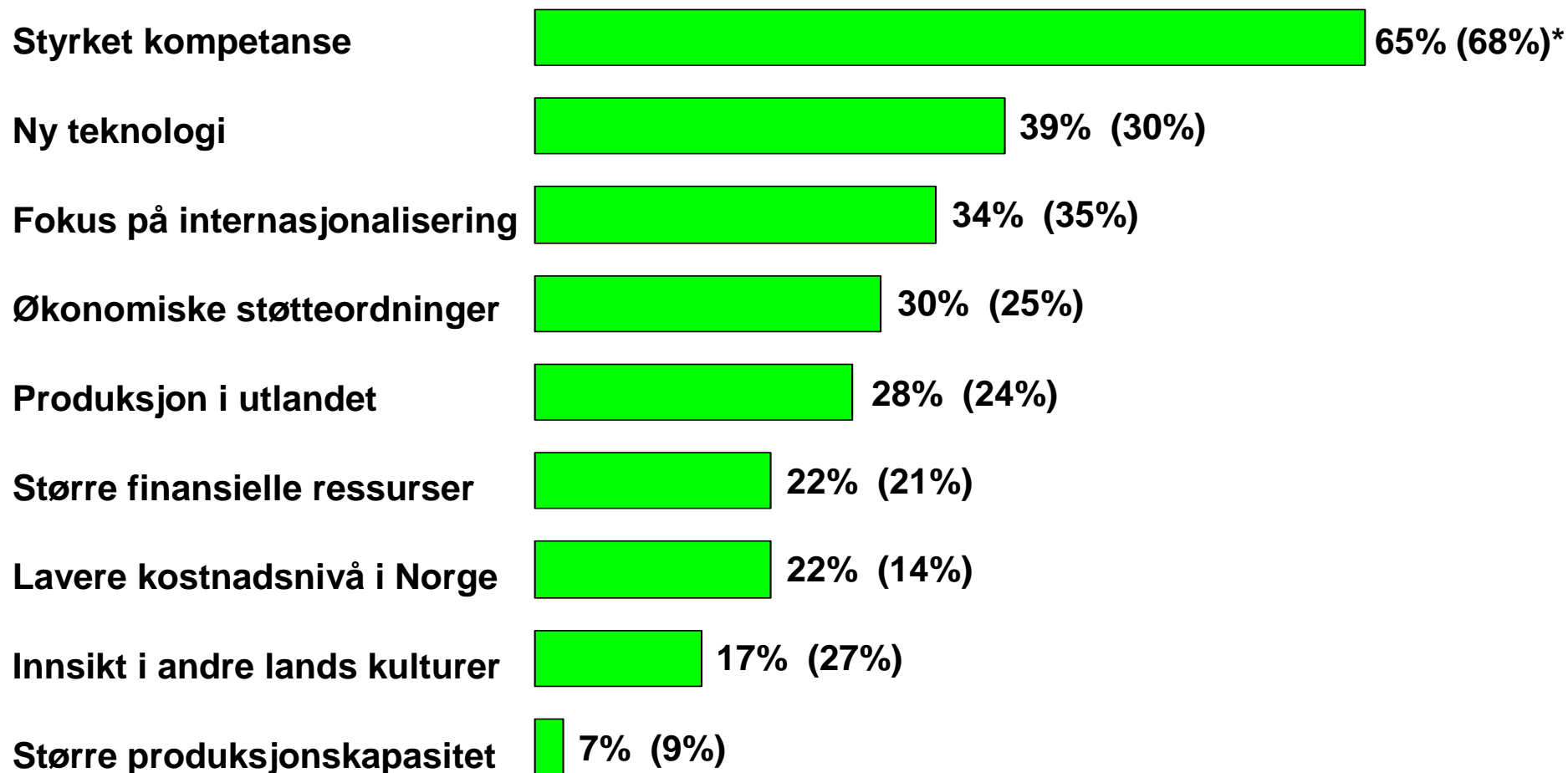
Antallet INTSOK partnere har økt fra 104 i 2004 til 184 i 2009

Forutsetninger for vekst i internasjonale markeder

Medlemsbedriftene ble bedt om å avmerke de tre viktigste suksessfaktorer for å bli mer konkurransedyktige i internasjonale markeder:

- Styrket kompetanse og personellressurser er den klart viktigste suksessfaktor, 65% av bedriftene nevner denne, både store og små. Dette var også den klart viktigste faktoren i 2006
- 39% nevner behov for ny teknologi, store bedrifter (55%) mer enn små (34%)
- Større fokus på internasjonalisering internt i bedriften kommer på tredje plass, 34% mener at dette er en viktig forutsetning for å lykkes.
- Nesten ingen har behov for større produksjonskapasitet
- Innsikt i andre lands kulturer ansees mindre viktig enn i 2006
- De store bedriftene legger mer vekt på ny teknologi og produksjon i utlandet
- De små bedriftene legger mer vekt på behov for større finansielle ressurser

Hva skal til for å bli mer internasjonalt konkurransedyktig?



* Tall for 2006 i parentes

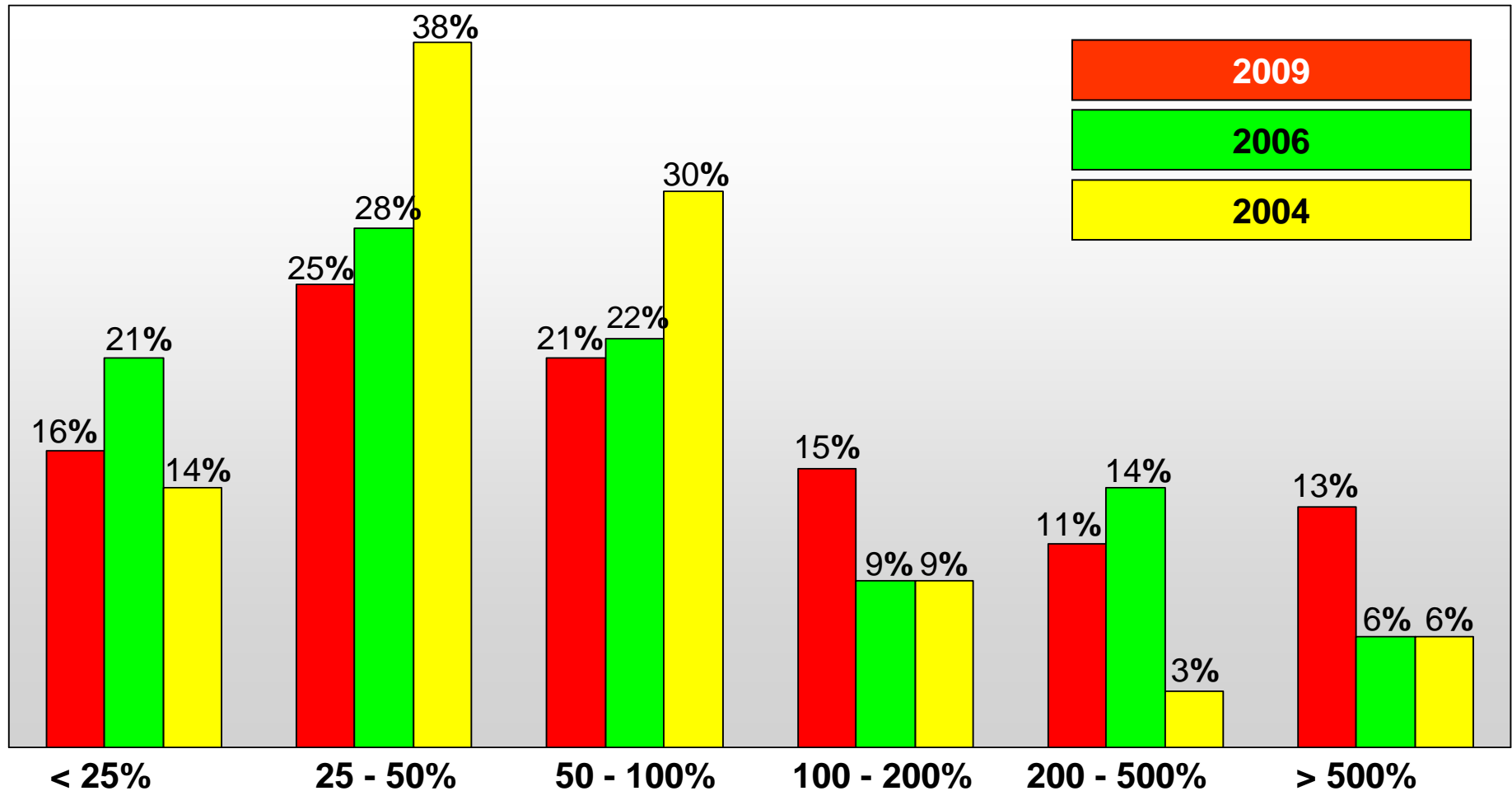
Stadig økende ambisjoner for vekst i internasjonale markeder

- INTSOK-partnerne har stadig høyere ambisjoner for vekst, 39% forventer å mer enn doble internasjonal omsetning de neste 5 årene, i 2006 hadde 29% dette målet og i 2004 kun 18%
- Tabellen nedenfor viser andel partnere som forventer mer enn en dobling av internasjonal omsetning de neste 5 årene

	Alle	Proaktive	Små (<250 mill.)	Store (>500 mill.)
Internasjonal vekst > 100 % neste 5 år	39%	44%	37%	50%

- Hele 13% mener at de kan mer en 5-doble internasjonal omsetning de neset 5 årene, flertallet av disse er små bedrifter

Ambisjoner for vekst i internasjonale markeder?



Vedlegg 1 – Spørreskjema

1. Satser INTSOK på de geografiske markeder som er mest interessante for din bedrift?
2. I hvilken grad benytter din bedrift seg av markedsinformasjon fra INTSOK? (Annual market report, country reports, priority projects, presentations, etc.)?
3. Hvor viktige er følgende markeder for din bedrift de neste 3 - 5 årene:
(Angola, Australia, Brasil, Canada, India, Indonesia, Kazhakstan, Kina, Malaysia, Mexico, Midt-Østen, Nigeria, Russland, US Mexicogolfen, UK, Andre?)
4. Hvilken nytteverdi har INTSOKs markedsrapporter for din bedrift:
 - Annual Market Report (utarbeidet av Douglas Westwood)
 - Country Reports
 - Priority Project
 - Presentations and other reports
5. Mottar din bedrift de ukentlige nyhetsbrevene (Newsletter)?
6. Hvis ja, hvor nyttige er de ukentlige nyhetsbrevene?
7. Er du tilfreds med tilgjengeligheten av markedsinformasjon på INTSOKs hjemmesider?
8. Hvordan opplever du nytteverdien for din bedrift av følgende INTSOK aktiviteter:
 - Tematiske workshops, seminarer og konferanser med kunder i INTSOKs prioriterte markeder (Angola, Brasil, Kina, etc.)
 - Kundemøter med oljeselskaper og hovedleverandører på internasjonale markedsplasser (som London, Aberdeen, Paris, Milano, Haag og Houston)
 - Konferanser og seminarer med utenlandske kunder i Norge (FPSO International, International Oil & Gas Business Days, Russia-Norway Oil & Gas Conference, etc.)
 - Delegasjonsreiser i Norge hvor utenlandske kunder besøker INTSOKs partnerbedrifter i Norge
 - Delegasjonsreiser med seminarer og møter til aktuelle markeder i forbindelse med politiske besøk (Konge- og Kronprinsparbesøk og Statsrådsbesøk)
9. Opplever du at INTSOK har evne og vilje til å engasjere seg i din bedrifts spesielle ønsker og behov?
10. Vurderer du at INTSOKs olje- og gassrådgivere i utlandet har den nødvendige erfaring og kompetanse for den jobben de utfører?

11. Vurderer du at INTSOKs olje- og gassrådgivere i utlandet har den nødvendige erfaring og kompetanse for den jobben de utfører?
12. Opplever du at INTSOKs sekretariat gir rask og god tilbakemelding på spørsmål og kommentarer?
13. Hvilken nytteverdi har individuell rådgivning fra INTSOKs regionsdirektører i Norge hatt for din bedrift (møter, e-mail og telefon)?
14. Hvilken nytteverdi har INTSOKs olje- og gassrådgivere i markeder ute hatt for din bedrift (markeds-informasjon, forretningspraksis, kontaktpersoner, hjelp med å sette opp møter, partnersøk, etc.)?
15. Hvor nyttige er nettverksmøter for erfaringsutveksling mellom INTSOK-partnerbedrifter med felles interesser?
16. Angi nytteverdien av slike nettverksmøter som din bedrift har deltatt på i 2008 og 2009:
(Indonesia, Kashakstan, Midt-Østen, Mexico, Russland, USA)
17. I hvilken grad har din bedrift gjennom INTSOK styrket nettverk som din bedrift er en naturlig del av?
18. Hvor mye bruker din bedrift INTSOKs hjemmesider på Internett?
19. Hva synes du om INTSOKs hjemmesider på internett?
 - Innhold
 - Brukervennlighet
20. Er det informasjon eller tjenester som du savner på INTSOKs hjemmesider?
21. Har du forslag til hvordan INTSOK kan gjøre bedre bruk av Internett (sosiale medier, nettmøter, etc.)
22. I hvilken utstrekning har INTSOK-partnerskapet vært av betydning for at din bedrift har oppnådd resultater i internasjonale markeder?
23. Som en samlet vurdering, i hvilken utstrekning mener du at INTSOK-partnerskapet har tilfredsstillt din bedrifts forventninger til nytteverdi?
24. Har din bedrift et proaktivt forhold til INTSOK og benytter de tjenester som er relevante for din bedrift?
25. Er den informasjon du mottar fra INTSOK vanligvis relevant og nyttig?
26. Fokuserer INTSOK på de produkter og tjenester som er mest aktuelle for din bedrift?
27. Hva er du som INTSOK partner mest tilfreds med?
28. Hva er du som INTSOK partner minst tilfreds med?

29. Er det sannsynlig at din bedrift vil fornye INTSOK partnerskapet ved neste forfall?

30. Hva bør INTSOK prioritere i fremtiden?

- Videreutvikling av land- og prosjektrapporter (Annual Report, Country Reports, Priority Projects)
- Tematiske workshops, seminarer og konferanser med kunder i INTSOKs prioriterte markeder (Angola, Brasil, Kina, etc.)
- Kundemøter med oljeselskaper og hovedleverandører på internasjonale markedsplasser (som London, Aberdeen, Paris, Milano, Haag og Houston)
- Konferanser og seminarer med utenlandske kunder i Norge (FPSO International, International Oil and Gas Business Days, Russia - Norway Oil & Gas Conference, etc)
- Delegasjonsreiser med seminarer og møter til aktuelle markeder i forbindelse med politiske besøk (Konge- og Kronprinsparbesøk og Statsrådsbesøk)
- Matchmakingaktiviteter mellom INTSOK partnere og lokale selskaper i markedene
- Nettverksmøter for erfaringsutveksling mellom INTSOK partnerbedrifter med felles interesser
- Rådgivning fra INTSOKs regionsdirektører stasjonert i Norge
- Rådgivning fra INTSOKs olje- og gassrådgivere stasjonert i utlandet
- Informasjonsvirksomhet mot norske politikere, myndigheter og offentlige insitusjoner for å bedre rammebetingelsene
- Samarbeide med myndigheter og interesseorganisasjoner som arbeider for å bedre menneskerettigheter, bekjempe korrupsjon, og generelt styrke utviklingen av demokratiske prosesser
- Samarbeid med finansinstitusjoner som GIEK og Eksportfinans for å bidra med finansiering av internasjonale prosjekter
- Gjennomføre et prosjekt for kartlegging av norsk olje- og gassindustriens omdømme i INTSOKs prioriterte markeder
- Felles introduksjonsprogrammer som "Houston Entry Program", Partnerskapsprosjektet mot Russland, Mentorprogrammet mot UK
- Tilrettelegging for kontorfellesskap i utlandet (slik som Houston og Rio)

31. Opplever din bedrift seg som internasjonalt konkurransedyktig?
32. Hva skal til for å bli mer konkurransedyktig internasjonalt? Merk KUN de 3 viktigste:
 - Større fokus på internasjonalisering internt i bedriften
 - Styrket kompetanse/personellressurser
 - Større egne finansielle ressurser
 - Større produksjonskapasitet
 - Lavere kostnadsnivå i Norge
 - Ny teknologi
 - Produksjon ute
 - Bedre innsikt i andre lands kulturer
 - Bedre økonomiske støtteordninger til internasjonalisering
 - Annet (spesifiser)
33. Omsetning i olje- og gassmarkedet, inkludert omsetning gjennom datterselskaper i utlandet (mill. NOK) (<50, 50-250, 250-500, 500-1000, 1000-2000, >2000)
34. Hvor stor andel av bedriftens totalomsetning i olje- og gassmarkedet er eksport eller omsetning gjennom datterselskaper i utlandet? (0-33%, 34-66%, 67-100%)
35. Ambisjoner for vekst i internasjonal omsetning til olje- og gassmarkedet (inkl. datterselskaper i utlandet) fram til 2015 (0-25%, 25-50%, 50-100%, 100-200%, 200-500%, >500%)
36. Har du andre erfaringer eller synspunkter i forbindelse med din bedrifts INTSOK partnerskap?
37. Det kan være nyttig for INTSOKs ansatte å få tilgang til din besvarelse, men bare dersom du tillater det:

Elling Håmsø
Bedriftsrådgiver
Postboks 171
4302 Sandnes
Telefon: 90 12 24 18
Epost: elling@elling.no