



Kompleksowa organizacja szkoleń dla MŚP w zakresie rozwoju kompetencji eksportowych - Część 2

Projekt obejmuje kompleksową organizację **cyklu szkoleniowego na poziomie zaawansowanym** w zakresie rozwoju kompetencji eksportowych dla wielkopolskich MŚP (10 spotkań).

Działanie jest realizowane w ramach projektu pozakonkursowego „Wielkopolska 2050 – budowa marek i internacjonalizacja wielkopolskiej gospodarki na rzecz wzrostu jej konkurencyjności w obliczu wyzwań klimatycznych (Wielkopolska 2050)” nr FEWP.01.07-IZ.00-0001/24 współfinansowanego ze środków Programu Fundusze Europejskie dla Wielkopolski na lata 2021-2027.

Zakładany termin realizacji cyklu szkoleniowego:

od 03.03.2026 do 02.04.2026 – spotkania we wtorki i czwartki w godzinach 9.00 – 12.30

:

I. Ramowy program szkolenia:

Spotkanie nr 1

ANALIZA RYNKÓW EKSPORTOWYCH I WYBÓR METODY WEJŚCIA:

- ustalanie sytuacji rynkowej
- metody wejścia na rynek zagraniczny
- badanie zachowań nabywców za granicą
- analiza uwarunkowań prawnych, kulturowych i politycznych
- analiza przypadków

WARUNKI WEJŚCIA NA WYBRANE RYNKI ZAGRANICZNE ORAZ ASPEKTY FORMALNO- PRAWNE Z ELEMENTAMI RÓŻNIC KULTUROWYCH - RYNKI NIEMIECKOJĘZYCZNE

Spotkanie nr 2

POSZUKIWANIE KANAŁÓW DYSTRYBUCJI I ODBIORCÓW NA RYNKACH ZAGRANICZNYCH

- kto jest naszym klientem
- kanały dystrybucji w marketingu międzynarodowym
- analiza kanałów dystrybucji
- strategię dystrybucji
- jak pozyskać klienta, m.in: imprezy targowe, misje gospodarcze, izby gospodarcze, Internet itp.
- źródła informacji o potencjalnych partnerach
- jak wybrać pośrednika
- formy komunikacji w dotarciu do potencjalnych odbiorców, z uwzględnieniem czynników kulturowych
- oferta i zapytanie ofertowe w handlu zagranicznym
- analiza przypadków

WARUNKI WEJŚCIA NA WYBRANE RYNKI ZAGRANICZNE ORAZ ASPEKTY FORMALNO- PRAWNE Z ELEMENTAMI RÓŻNIC KULTUROWYCH – RYNKI AFRYKAŃSKIE

Spotkanie nr 3

STRATEGIA MARKETINGOWA W EKSPORCIE:

- struktura eksportu jako uwarunkowanie działań marketingowych
- segmentacja rynku zagranicznego
- wybór strategii w zakresie produktu, ceny i logistyki marketingowej
- strategia działań promocyjnych za granicą
- strategia kreowania wizerunku przedsiębiorstwa eksportującego
- organizacja i budżetowanie działań marketingowych na rynku zagranicznym
- analiza przypadków

WARUNKI WEJŚCIA NA WYBRANE RYNKI ZAGRANICZNE ORAZ ASPEKTY FORMALNO- PRAWNE Z ELEMENTAMI RÓŻNIC KULTUROWYCH – RYNKI BLISKOWSCHODNIE





Spotkanie nr 4

NOWOCZESNE TECHNIKI SPRZEDAŻY W EKSPORCIE

- storytelling sprzedażowy
- efektywna sprzedaż przez rekomendację
- jak wykorzystać media społecznościowe do zwiększenia wyników sprzedaży za granicą
- sprzedaż w Internecie
- marketing bezpośredni oraz targi i wystawy
- prezentacje i szkolenia dla dystrybutorów
- zagraniczne platformy handlu międzynarodowego oraz zagraniczne portale branżowe

WARUNKI WEJŚCIA NA WYBRANE RYNKI ZAGRANICZNE ORAZ ASPEKTY FORMALNO- PRAWNE Z ELEMENTAMI RÓŻNIC KULTUROWYCH - RYNKI AZJATYCKIE

Spotkanie nr 5

SZTUKA PREZENTACJI W BIZNESIE:

- rola autoprezentacji, czyli sztuka prezentacji
- co to jest pitch
- jak zainteresować w ciągu 3-5 minut potencjalnego partnera biznesowego na spotkaniach B2B podczas targów i jak sprawić, by słuchacze chcieli nas słuchać
- jakie informacje przekazać w swojej krótkiej prezentacji, aby zainteresować partnerów biznesowych nawiązaniem współpracy
- co robić ze wzrokiem, rękoma, głosem
- stres, czyli techniki radzenia sobie z negatywnymi emocjami,
- przygotowanie prezentera – strój, uczesanie, świadomość własnej fizjonomii, sposoby radzenia sobie z treścią
- werbalne i niewerbalne środki przekazu – na co zwrócić szczególną uwagę w zagranicznych kontaktach
- rola interakcji z rozmówcą
- prezentacja w obcym języku – na co uważać

WARUNKI WEJŚCIA NA WYBRANE RYNKI ZAGRANICZNE ORAZ ASPEKTY FORMALNO- PRAWNE Z ELEMENTAMI RÓŻNIC KULTUROWYCH - rynki Litwy, Łotwy i Estonii

Spotkanie nr 6

NEGOCJACJE MIĘDZYNARODOWE

- czym się charakteryzują negocjacje międzynarodowe, zasady negocjacji, jakie cechy posiada skuteczny negocjator
- jak kultura wpływa na proces negocjacji zagranicznych
- komunikacja międzykulturowa
- bariery w negocjacjach międzynarodowych
- planowanie negocjacji międzykulturowych, techniki i błędy negocjacyjne
- sporządzenie strategii negocjacji i dobór odpowiednich taktyk w zależności od kultury partnerów, z którymi się negocjuje
- negocjacje w wybranych krajach (m.in. Chiny, Japonia, Indie, kraje arabskie, USA, Ameryka Łacińska, kraje europejskie: m.in. Niemcy, Skandynawia, Francja, Włochy, Bałkany)
- polscy negocjatorzy w opinii innych kultur
- style negocjacji, jakim jestem negocjatorem

WARUNKI WEJŚCIA NA WYBRANE RYNKI ZAGRANICZNE ORAZ ASPEKTY FORMALNO- PRAWNE Z ELEMENTAMI RÓŻNIC KULTUROWYCH – RYNKI SKANDYNAWSKIE

Spotkanie nr 7

SPECYFIKA SPORZĄDZANIA OFERTY EKSPORTOWEJ

- prawne aspekty ofert w handlu zagranicznym
- elementy ofert zgodnych z wymaganiami rynków zagranicznych
- kalkulacja ceny ofertowej
- cykl zawierania umów w eksporcie za pomocą oferty
- postępowanie eksportera z zapytaniem i zamówieniem
- analiza przypadków





**WARUNKI WEJŚCIA NA WYBRANE RYNKI ZAGRANICZNE ORAZ ASPEKTY FORMALNO- PRAWNE
Z ELEMENTAMI RÓŻNIC KULTUROWYCH - RYNKI GRUPY WYSZEHRADZKIEJ (CZECHY, SŁOWACJA,
WĘGRY).**

Spotkanie nr 8

ETAPY REALIZACJI TRANSAKCJI EKSPORTOWEJ

- cykl transakcji eksportowej i związane z nim czynności
- działania eksportera w zakresie dokumentacji
- kontrola przedwysyłkowa i wysyłka towaru
- załatwianie reklamacji towaru przez eksportera

**WARUNKI WEJŚCIA NA WYBRANE RYNKI ZAGRANICZNE ORAZ ASPEKTY FORMALNO- PRAWNE
Z ELEMENTAMI RÓŻNIC KULTUROWYCH – RYNEK WŁOSKI**

Spotkanie nr 9

**FINANSOWANIE DZIAŁALNOŚCI EKSPORTOWEJ, Z UWZGLĘDNIENIEM FUNDUSZY UNIJNYCH NA LATA
2021-2027 – PRZEGLĄD DOSTĘPNYCH INSTRUMENTÓW, W TYM M.IN.:**

- kredyt eksportowy – finansowanie udzielane eksporterowi lub importerowi w celu realizacji kontraktu eksportowego
- ubezpieczenie kredytu eksportowego – ochrona przed ryzykiem niewypłacalności kontrahenta zagranicznego (np. poprzez KUKE)
- faktoring eksportowy – szybkie pozyskanie środków z należności eksportowych, z możliwością przejęcia ryzyka niewypłacalności
- leasing eksportowy – finansowanie dostaw środków trwałych w formie leasingu dla zagranicznych odbiorców
- programy wsparcia publicznego – np. dotacje, gwarancje i preferencyjne kredyty z BGK, PARP, PAIH
- zabezpieczenia finansowania – np. gwarancje bankowe, poręczenia, cesje wierzytelności

**WARUNKI WEJŚCIA NA WYBRANE RYNKI ZAGRANICZNE ORAZ ASPEKTY FORMALNO- PRAWNE
Z ELEMENTAMI RÓŻNIC KULTUROWYCH – RYNEK KAZACHSTANU**

Spotkanie nr 10

ZARZĄDZANIE RYZYKIEM W EKSPORCIE

- niepewność i ryzyko w odniesieniu do rynku zagranicznego
- sposoby ograniczania ryzyka eksportowego
- gwarancje bankowe jako forma przeniesienia ryzyka na bank
- ubezpieczenia w działalności eksportowej, międzynarodowe procedury bezpieczeństwa dostaw

**WARUNKI WEJŚCIA NA WYBRANE RYNKI ZAGRANICZNE ORAZ ASPEKTY FORMALNO- PRAWNE
Z ELEMENTAMI RÓŻNIC KULTUROWYCH – POZOSTAŁE RYNKI UE**

Szczegółowy program całego cyklu przygotowany zostanie na podstawie **analizy potrzeb szkoleniowych**, przeprowadzonej wśród uczestników.

