

**Szkolenie: GO GLOBAL. Akademia ekspansji na rynki zagraniczne.**

Numer usługi 2025/09/12/13374/3004112

1 709,70 PLN brutto

1 390,00 PLN netto

122,12 PLN brutto/h

99,29 PLN netto/h

LSJ HR GROUP
SOZAŃSKI SPÓŁKA
KOMANDYTOWA

★★★★☆ 4,3 / 5

1 468 ocen

📍 Szczecin / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 14 h

📅 17.11.2025 do 18.11.2025

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Usługa skierowana jest do:

- menedżerów sprzedaży i eksportu,
- zespołów handlowych B2B i e-commerce,
- osób odpowiedzialnych za rozwój biznesu i marketing,
- właścicieli biznesów, którzy chcą znacząco przyspieszyć rozwój swojej firmy

W szkoleniu mogą wziąć udział uczestnicy z różnych projektów (skontaktuj się z nami celem weryfikacji).

Usługa rozwojowa adresowana również do Uczestników projektu "Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe".

Minimalna liczba uczestników

6

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

14-11-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

14

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do skutecznej i świadomej ekspansji na rynki zagraniczne poprzez:

- zdobycie wiedzy o różnicach kulturowych i biznesowych w Europie i poza nią,
- umiejętność analizy rynku, konkurencji i kanałów sprzedaży,
- umiejętność w zakresie negocjacji, budowania relacji i komunikacji z klientami zagranicznymi,
- stworzenie strategii wejścia na rynki zagraniczne dopasowanej do własnej firmy,
- poznanie narzędzi (w tym AI) wspierających proces ekspansji.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik zna podstawowe strategie wejścia na rynki zagraniczne oraz potrafi wskazać ich zalety i ryzyka.	poprawnie wskazuje trzy główne strategie ekspansji zagranicznej, i wybiera właściwą strategię wejścia na rynek w podanym studium przypadku.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik rozpoznaje różnice kulturowe w komunikacji biznesowej w wybranych krajach europejskich i pozaeuropejskich	wskazuje różnice w stylach komunikacji (relacyjny vs. zadaniowy), poprawnie dopasowuje preferowany kanał komunikacji (np. mail, spotkanie offline, WhatsApp) do kraju, rozpoznaje, w których krajach relacje osobiste są kluczowe w sprzedaży.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik przeprowadza podstawową analizę rynku i konsumenta pod kątem ekspansji zagranicznej	wskazuje elementy benchmarku produktu i rozróżnia segmenty klientów.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik zna kanały sprzedaży zagranicznej B2B i skutecznie dobiera je do strategii firmy.	poprawnie wymienia kanały sprzedaży B2B, a także dopasowuje właściwy kanał sprzedaży do konkretnego przypadku.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik rozumie budowę strategii cenowej i prowadzi analizę konkurencji na rynkach zagranicznych.	wyjaśnia różnicę między pozycjonowaniem premium, średnia półka, low-cost i na podstawie analizy wybiera właściwe pozycjonowanie produktu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że validacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od validacji?

TAK

Program

Usługa skierowana jest do:

- menedżerów sprzedaży i eksportu,
- zespołów handlowych B2B i e-commerce,
- osób odpowiedzialnych za rozwój biznesu i marketing,
- właścicieli biznesów, którzy chcą znacząco przyspieszyć rozwój swojej firmy

Uczestnicy szkolenia będą pracować w sali szkoleniowej wyposażonej w ekran i stoły. Ok. 20% usługi przeznaczone jest na przekazanie wiedzy teoretycznej, pozostały czas poświęcony zostanie na praktyczne ćwiczenia, omówienie case study, pracę w grupach/parach, scenki itp. Godzina usługi obejmuje 60 minut (łącznie z przerwami wskazanymi w harmonogramie) - w trakcie szkolenia na każdy dzień przewidziane są 2 przerwy kawowe oraz jedna przerwa obiadowa.

Validacja zostanie przeprowadzona w formie testu z wynikiem generowanym automatycznie

1. Wprowadzenie do ekspansji zagranicznej

- Powitanie, przedstawienie celów i uczestników.
- Krótkie przedstawienie firm i ich oczekiwań.
- Dlaczego warto wychodzić na rynki zagraniczne?
- Kiedy warto wchodzić na rynki zagraniczne?
- Strategie wejścia na rynki: organiczna ekspansja, joint ventures, przejęcia, dystrybucja.
- Ryzyka ekspansji i jak nimi zarządzać (ryzyko kursowe, polityczne, kulturowe, regulacyjne).

2. Różnice kulturowe w biznesie w Europie i poza nią

- Style komunikacji biznesowej (np. relacyjne Włochy/Hiszpania/Francja vs. zadaniowe Niemcy/UK/Szwecja).
- Preferencje w komunikacji B2B: telefon, WhatsApp, mail, LinkedIn, spotkania online, offline
- Znaczenie języka i lokalnego zespołu sprzedażowego
- Kraje, w których relacja osobista decyduje o sprzedaży, a gdzie liczy się proces, logistyka i jakość obsługi posprzedażowej.

3. Analiza rynku i konsumenta

- Benchmark produktu: dostępność, konkurencja, regulacje prawne (opakowanie, język etykiety, certyfikaty CE, normy branżowe).
- Segmentacja klientów : offline vs. online, marketplace vs. retail vs. hurt.
- Jak wygląda udział e-commerce i innych kanałów w sprzedaży w poszczególnych krajach.
- Studium przypadków: różnice w produktach (np. serwetki 3 vs. 4-warstwowe, inne wielkości opakowań w zależności od kraju).
- **Element AI:** narzędzia AI do monitoringu cen konkurencji i analizy e-commerce

4. Kanały sprzedaży zagranicznej B2B

- Sprzedaż przez:
 - platformy B2B,
 - marketplace'y,
 - dystrybutorów,
 - sieci handlowe,
 - handel tradycyjny
 - handel nowoczesny
 - własny e-commerce.

- agent
- Jak budować relacje z buyerami (zakupy centralne, procedury, proces decyzyjny).
- Kiedy lepiej wejść przez partnera, a kiedy samodzielnie?
- **Element AI** : do segmentacji leadów B2B i personalizacji ofert (CRM)

5. Strategia cenowa i konkurencja

- Analiza cen i marż na różnych rynkach.
- Konkurencja lokalna vs. globalna – jak znaleźć niszę.
- Mocne i słabe strony konkurencji – jak się odróżnić.
- Przykłady polskich firm – jakie strategie przyjęli.
- **Element AI**: narzędzia AI do monitoringu cen konkurencji

6. Sprzedaż i komunikacja z klientem zagranicznym

- Jak pozyskiwać klientów: LinkedIn, cold mailing, cold calling, networking, targi.
- Proces kontaktu – od pierwszej wiadomości po spotkanie (różnice kulturowe w podejściu).
- Rola prezentacji produktu: online vs. offline.
- Delegacje i spotkania – jak je zaplanować, co przygotować, jak zamieniać spotkania w kontrakty.

7. Negocjacje i budowanie relacji

- Różnice w negocjacjach (twarde Niemcy vs. elastyczni Włosi vs. relacyjni Hiszpanie).
- Case studies z różnych branż.
- Jak budować relacje długofalowe – spotkania podsumowujące, zaproszenia, follow-upy.
- **Element AI**: symulacje rozmów negocjacyjnych (AI jako klient z Niemiec, Włoch, UK)
- **Symulacja negocjacji**: Polska firma vs. kupcy z Niemiec/Włoch/Hiszpanii

8. Struktura sprzedaży i organizacja zespołu

- Jak podzielić rynki (strategiczne vs. niestrategiczne).
- Kanały sprzedaży i przypisanie ich do zespołu (dział handlowy, e-commerce, marketing).
- CRM i proces sprzedaży – czy można go ujednolicić dla wszystkich rynków?
- KPI dla zespołu sprzedaży zagranicznej (liczba leadów, spotkań, kontraktów, marża, udział w rynku).

9. Targi i wydarzenia branżowe

- Jak wybierać targi międzynarodowe.
- Jak się przygotować (stoisko, materiały, prezentacje).
- Spotkania z nowymi klientami vs. podtrzymywanie relacji z dotychczasowymi.
- PAIH

10. Strategie ekspansji i skalowania

- Dywersyfikacja vs. koncentracja – czy lepiej być na 80 rynkach, czy na 5 strategicznych.
- Przykład COVID-19 – jak dywersyfikacja geograficzna chroniła sprzedaż.
- Modele ekspansji (franczyza, dystrybucja, lokalne spółki).
- Przykłady sukcesów polskich firm, różnych strategii na różnych rynkach.

11. Regulacje prawne i logistyka

- Certyfikaty, znaki jakości (CE, FSC, itp.).
- Obowiązki językowe na etykietach i opakowaniach.
- Różnice w logistyce – lokalni operatorzy vs. globalni gracze.
- ICOTERMS
- Modele dostaw w B2B i B2C (dropshipping, pół-dropshipping, fulfillment centers, lokalne magazyny).

12. Zasoby ludzkie i kompetencje

- Kogo zatrudniać: lokalni sprzedawcy, native speakerzy, osoby z doświadczeniem w danym kraju, agenci, pracownicy konkurencji
- Kompetencje miękkie – otwartość na delegacje, ciekawość świata, elastyczność.
- Jak budować międzynarodowy zespół sprzedażowy.

13. Warsztat strategiczny

- Podział uczestników na grupy – tworzenie planu ekspansji dla wybranej firmy:
 - wybór rynków strategicznych,

- przygotowanie produktu i jego prezentacji online
- analiza konkurencji, cen
- aspekty prawne,
- wybór kanałów sprzedaży, proces sprzedażowy, KPI
- Zasoby ludzkie,
- harmonogram działań vs budżet

14. Podsumowanie – GO Global

- Najważniejsze wnioski.
- Jak zamieniać wiedzę w praktykę.
- Plan działań dla każdej firmy uczestniczącej.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 709,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 390,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	122,12 PLN
Koszt osobogodziny netto	99,29 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Anna Nowak

Ekspert ds. Sprzedaży B2B i e-commerce. Trener negocjacji i rozwoju zespołów. Doradca biznesowy, doświadczona menedżerka i trenerka z ponad 15-letnią praktyką w sprzedaży, e-commerce i HR. Łączy perspektywę twardych wyników biznesowych z rozwojem ludzi i zespołów. Specjalizuje się w tworzeniu i wdrażaniu strategii sprzedażowych, skalowaniu biznesu na rynkach zagranicznych oraz

rozwoju kompetencji negocjacyjnych i przywódczych. Jej warsztaty są dynamiczne, oparte na realnych case studies i dostarczają narzędzi gotowych do natychmiastowego zastosowania.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają prezentację ze szkolenia. W trakcie warsztatów będą pracować na autorskich ćwiczeniach opracowanych przez Trenerkę.

Informacje dodatkowe

Zawarto umowę z WUP w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu "Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe".

W szkoleniu mogą wziąć udział także uczestnicy z innych programów dofinansowań (skontaktuj się z nami celem weryfikacji).

Adres

ul. Celna 1
70-644 Szczecin
woj. zachodniopomorskie

Budynek wyposażony w windę, możliwy dostęp dla wózków.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Joanna Siemiątkowska

E-mail jsiemiatkowska@lsj.pl

Telefon (+48) 510 034 350