



TOMASZ GIBAS
BUSINESS
CONSULTING

Brak ocen dla tego dostawcy

Ekspansja zagraniczna - Poszerzenie rynków zbytu na usługi i produkty polskich firm do krajów europejskich

Numer usługi 2025/09/27/182931/3038507

📍 Lutynia / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną
w czasie rzeczywistym)

📄 Doradztwo biznesowe

🕒 16 h

📅 23.10.2025 do 24.10.2025

1 845,00 PLN brutto
1 500,00 PLN netto
115,31 PLN brutto/h
93,75 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Identyfikatory projektów	Kierunek - Rozwój
Grupa docelowa usługi	Firmy poszukujące nowych rynków na sprzedaż swoich usług i produktów.
Data zakończenia rekrutacji	22-10-2025
Forma prowadzenia usługi	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
Liczba godzin usługi	16

Cel

Cel biznesowy

W ciągu 3 miesięcy od zakończenia dwudniowej usługi doradczej, co najmniej 80% uczestniczących firm samodzielnie zidentyfikuje i przeanalizuje minimum jeden nowy rynek europejski oraz przygotuje komplet materiałów i procesów niezbędnych do rozpoczęcia sprzedaży na tym rynku, co zostanie potwierdzone poprzez raport końcowy przesłany przez uczestników.

Uzasadnienie zgodności z metodą SMART:

S (Specific / Konkretność): Cel dotyczy konkretnie identyfikacji i analizy nowego rynku oraz przygotowania materiałów i procesów do sprzedaży zagranicznej przez uczestników usługi

M (Measurable / Mierzalność): Mierzalność zapewnia udział minimum 80% firm oraz wymaganie raportu końcowego potwierdzającego wykonanie zadania

A (Achievable / Osiągalność): Cel jest osiągalny dzięki wiedzy i narzędziom przekazany podczas usługi oraz wsparciu

doradczemu

R (Relevant / Istotność): Cel jest istotny, bo bezpośrednio wspiera rozwój sprzedaży zagranicznej i ekspansję biznesową klientów

T (Time-bound / Określony w czasie): Określony termin realizacji – 3 miesiące od zakończenia usługi

Efekt usługi

Efektem realizacji usługi doradczej „Poszerzenie rynków zbytu na usługi i produkty polskich firm do krajów europejskich” jest kompleksowe przygotowanie firmy do samodzielnej ekspansji na nowe rynki zagraniczne.

Uczestnicy uzyskują praktyczną wiedzę i narzędzia pozwalające:

- ocenić gotowość organizacji do wejścia na nowe rynki,
- przeprowadzić analizę i wybór rynków docelowych,
- przygotować niezbędne materiały i procesy do sprzedaży zagranicznej,
- zbudować kompetentny zespół ds. ekspansji,
- pozyskiwać klientów i partnerów na wybranych rynkach,
- zorganizować pracę działu sprzedaży międzynarodowej.

Bezpośrednim efektem usługi jest wypracowanie przez uczestników wstępnej strategii wejścia na nowy rynek oraz planu działań wdrożeniowych, które umożliwią rozpoczęcie sprzedaży poza Polską.

Kryteria weryfikacji efektu

Efekt usługi można zweryfikować na podstawie następujących kryteriów:

- Przygotowanie formalnych dokumentów: Uczestnicy opracowali wstępną strategię ekspansji na wybrany rynek zagraniczny, zawierającą analizę potencjału rynku, identyfikację grupy docelowej, propozycję materiałów i procesów do wdrożenia oraz plan działań operacyjnych
- Praktyczne wykorzystanie narzędzi: Uczestnicy potrafią samodzielnie korzystać z narzędzi do wyszukiwania klientów i partnerów biznesowych na rynkach zagranicznych, co potwierdzają wykonane podczas usługi ćwiczenia i zadania praktyczne
- Poziom satysfakcji uczestników: Ocena usługi przez uczestników (np. ankieta satysfakcji, metoda NPS – Net Promoter Score), w której minimum 80% uczestników deklaruje, że zdobyta wiedza i narzędzia są przydatne oraz zamierzają wdrożyć je w swojej firmie.
- Raport wdrożeniowy: W ciągu 3 miesięcy od zakończenia usługi uczestnicy przedstawiają raport z podjętych działań – potwierdzający wybór rynku, przygotowanie materiałów oraz pierwsze kroki w pozyskiwaniu klientów lub partnerów zagranicznych
- Obserwacja wdrożenia efektów: Możliwość przeprowadzenia wywiadu lub ankiety pogłębionej z wybranymi uczestnikami po kilku miesiącach, w celu oceny faktycznego wdrożenia zdobytej wiedzy i osiągniętych rezultatów biznesowych

Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi

Osiągnięcie efektu usługi doradczej potwierdzona zostanie poprzez zastosowanie kilku sprawdzonych metod walidacji i weryfikacji, zgodnie z wytycznymi dla usług rozwojowych, wybranych przez uczestników:

- Przygotowanie i ocena dokumentu wdrożeniowego (raportu/strategii):

Uczestnicy po zakończeniu usługi opracowują i przekazują raport lub wstępną strategię ekspansji na wybrany rynek zagraniczny. Dokument ten powinien zawierać analizę rynku, identyfikację grupy docelowej, opis przygotowanych materiałów i procesów oraz plan działań operacyjnych. Ocena poprawności i kompletności dokumentu przez prowadzącego doradcę stanowi kluczowy element potwierdzenia efektu.

- Zadania praktyczne i obserwacja:

W trakcie usługi uczestnicy wykonują praktyczne zadania (np. analiza rynku, wyszukiwanie partnerów, przygotowanie materiałów), których realizacja jest obserwowana i oceniana przez doradcę. Obserwacja w warunkach rzeczywistych lub symulowanych pozwala na bezpośrednią weryfikację zdobytych umiejętności.

- Wywiad ustrukturyzowany lub swobodny:

Po zakończeniu usługi możliwe jest przeprowadzenie wywiadu z uczestnikami, w którym omawiane są wdrożone działania, napotkane trudności oraz efekty pracy. Wywiad może być prowadzony indywidualnie lub grupowo i pozwala ocenić stopień wykorzystania zdobytej wiedzy w praktyce.

- Ankieta ewaluacyjna/satysfakcji:

Uczestnicy wypełniają ankietę oceniającą przydatność i praktyczność zdobytej wiedzy oraz deklarują, w jakim zakresie wdrożyli lub planują wdrożyć rozwiązania wypracowane podczas usługi. Wyniki ankiety są dodatkowym potwierdzeniem osiągnięcia efektu.

- Wskaźniki ilościowe i jakościowe:

Wskaźniki takie jak liczba przygotowanych strategii, liczba zidentyfikowanych rynków, poziom satysfakcji uczestników czy liczba wdrożonych działań eksportowych mogą być stosowane jako mierzalne potwierdzenie efektu usługi.

Program

Forma: online, 2 dni robocze (16 godzin)

Dzień 1 – Przygotowanie firmy do ekspansji zagranicznej i wybór rynku docelowego

1. Diagnoza gotowości firmy do wejścia na nowe rynki (2h)

Uczestnicy poznają kluczowe czynniki świadczące o gotowości organizacji do ekspansji zagranicznej. Przeprowadzimy analizę dojrzałości wewnętrznej firmy, jej zasobów, kompetencji oraz potencjalnych barier. Omówimy, jak identyfikować moment, w którym firma powinna rozpocząć proces internacjonalizacji oraz jakie ryzyka należy wziąć pod uwagę.

2. Przygotowanie organizacji do sprzedaży na nowych rynkach (2h)

W tej części skupimy się na praktycznych aspektach przygotowania firmy do sprzedaży zagranicznej. Uczestnicy dowiedzą się, jakie materiały marketingowe i sprzedażowe są niezbędne, jak dostosować ofertę do specyfiki wybranego rynku oraz jakie procesy i procedury powinny zostać wdrożone wewnątrz firmy, by zapewnić sprawną obsługę klientów zagranicznych.

3. Budowa zespołu ds. ekspansji zagranicznej (2h)

Przedstawimy, jakie kompetencje i role są kluczowe w zespole odpowiedzialnym za rozwój sprzedaży na rynkach zagranicznych. Omówimy modele organizacyjne, zakresy odpowiedzialności oraz sposoby efektywnej współpracy wewnątrz firmy i z partnerami zewnętrznymi.

4. Wybór właściwego rynku docelowego – analiza i walidacja (2h)

Uczestnicy poznają narzędzia i metody wyboru rynków zagranicznych. Przeprowadzimy praktyczne ćwiczenia z analizy potencjału rynkowego, oceny konkurencji i identyfikacji najatrakcyjniejszych kierunków ekspansji. Omówimy kryteria, które warto brać pod uwagę przy podejmowaniu decyzji o wejściu na nowy rynek.

Dzień 2 – Narzędzia, partnerzy i organizacja sprzedaży zagranicznej

5. Narzędzia do wyszukiwania klientów i partnerów biznesowych (2h)

W tej części uczestnicy zapoznają się z nowoczesnymi narzędziami wspierającymi wyszukiwanie potencjalnych klientów i partnerów za granicą. Przedstawimy praktyczne przykłady wykorzystania platform B2B, baz danych, mediów społecznościowych oraz udziału w targach i wydarzeniach branżowych online.

6. Rola i znaczenie partnerów w sprzedaży zagranicznej (2h)

Omówimy, jakie typy partnerów mogą wspierać sprzedaż na nowych rynkach (dystrybutorzy, agenci, integratorzy) oraz jak budować i utrzymywać z nimi relacje. Przedstawimy modele współpracy oraz dobre praktyki w zakresie negocjacji i zarządzania partnerstwami.

7. Organizacja pracy działu sprzedaży międzynarodowej (2h)

Uczestnicy dowiedzą się, jak zorganizować dział sprzedaży obsługujący klientów i partnerów zagranicznych. Omówimy procesy obsługi, narzędzia wspierające zarządzanie relacjami oraz sposoby monitorowania efektywności działań eksportowych.

8. Podsumowanie i sesja pytań i odpowiedzi (2h)

Na zakończenie szkolenia podsumujemy najważniejsze wnioski i rekomendacje. Przewidziana jest również interaktywna sesja Q&A, podczas której uczestnicy będą mogli uzyskać odpowiedzi na indywidualne pytania oraz skonsultować konkretne wyzwania związane z ekspansją zagraniczną.

Całość programu realizowana jest w formule warsztatowej, z wykorzystaniem praktycznych przykładów, ćwiczeń oraz interaktywnej dyskusji.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
1 z 9 Kiedy firma jest gotowa na nowe rynki zbytu?	Tomasz Gibas	23-10-2025	09:00	10:45	01:45	Nie
2 z 9 Przygotowanie firmy do sprzedaży na nowych rynkach	Tomasz Gibas	23-10-2025	11:00	12:45	01:45	Nie
3 z 9 Zespół do ekspansji zagranicznej – kompetencje i struktura	Tomasz Gibas	23-10-2025	13:00	14:45	01:45	Nie
4 z 9 Wybór rynku – analiza i potwierdzenie potencjału	Tomasz Gibas	23-10-2025	15:00	16:45	01:45	Nie
5 z 9 Sesja QA	Tomasz Gibas	23-10-2025	17:00	18:00	01:00	Nie
6 z 9 Narzędzia do wyszukiwania klientów i partnerów	Tomasz Gibas	24-10-2025	09:00	10:45	01:45	Nie

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
7 z 9 Waga partnerów w sprzedaży na rynkach zagranicznych	Tomasz Gibas	24-10-2025	11:00	12:45	01:45	Nie
8 z 9 Organizacja pracy działu sprzedaży międzynarodowej	Tomasz Gibas	24-10-2025	13:00	14:45	01:45	Nie
9 z 9 Podsumowanie i sesja Q&A	Tomasz Gibas	24-10-2025	15:00	16:45	01:45	Nie

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	1 845,00 PLN
Koszt usługi netto	1 500,00 PLN
Koszt godziny brutto	115,31 PLN
Koszt godziny netto	93,75 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Tomasz Gibas

Od lat wspieram przedsiębiorców i fundusze inwestycyjne w osiąganiu mierzalnych rezultatów.

Jako założyciel firm technologicznych, twórca dedykowanych pakietów wsparcia i wykładowca międzynarodowego MBA, oferuję business consulting, który pomaga skalować działalność, budować przewagi konkurencyjne i skutecznie działać na rynkach globalnych.

Dzięki wieloletniemu doświadczeniu dostarczam rozwiązania dopasowane do potrzeb naszych klientów, zapewniając pomoc w obszarach automatyzacji procesów oraz budowy powtarzalnych lejków sprzedażowych. Te działania pozwalają przedsiębiorstwom oszczędzać czas, zasoby i efektywnie rozwijać biznes.

Współpracuję z właścicielami startupów, firm oraz funduszami inwestycyjnymi, które dążą do zwiększenia efektywności działań swoich spółek portfelowych. Moje strategie koncentrują się na stabilnym rozwoju i mierzalnych wynikach, które realnie zmieniają przyszłość firm.

Tomasz (Tom) Gibas

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały szkoleniowe zostaną przekazane uczestnikom po zakończonym warsztacie

Warunki techniczne

Warsztaty prowadzone są za pomocą usługi online Microsoft Teams

Adres

ul. Azaliowa 4
55-330 Lutynia
woj. dolnośląskie

Online

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Online

Kontakt



Tomasz Gibas

E-mail kontakt@gibasbc.com

Telefon (+48) 690 079 777