

Human Relations

GO GLOBAL, czyli ekspansja na rynki zagraniczne

LSJ
HR GROUP



Program szkolenia: **GO GLOBAL, czyli ekspansja na rynki zagraniczne**

Gdzie: LSJ HR Group, Celna 1, Szczecin

Prowadząca: Anna Nowak | Ekspert ds. Sprzedaży B2B i e-commerce, Trener negocjacji i rozwoju zespołów. Doradca biznesowy.

Dlaczego warto wziąć udział w szkoleniu?

GO Global to szkolenie, które zamienia ambicję ekspansji w konkretny plan wejścia na rynki zagraniczne, oparty na realnych danych, case'ach i sprawdzonych modelach biznesowych.

W ciągu dwóch intensywnych dni zminimalizujesz kosztowne błędy internacjonalizacji, ucząc się, gdzie naprawdę zarabiać, a gdzie lepiej nie tracić czasu i budżetu.

Zyskasz przewagę konkurencyjną dzięki właściwemu doborowi rynków, kanałów sprzedaży i strategii cenowej, zamiast działać na wyczucie.

Nauczysz się sprzedawać i negocjować skuteczniej w różnych kulturach biznesowych, co bezpośrednio przekłada się na wyższe marże i krótszy cykl sprzedaży.

Wyjedziesz z gotowym, wstępnym planem ekspansji dla swojej firmy oraz zestawem narzędzi (w tym AI), które pozwolą skalować sprzedaż międzynarodową szybciej, mądrzej i bezpieczniej.

Cel szkolenia?

Celem szkolenia GO Global jest przygotowanie uczestników do skutecznej i świadomej ekspansji na rynki zagraniczne poprzez rozwinięcie kluczowych kompetencji niezbędnych w biznesie międzynarodowym.

Uczestnicy zdobędą praktyczną wiedzę o różnicach kulturowych i biznesowych w Europie oraz poza nią, co pozwoli im lepiej rozumieć sposób podejmowania decyzji i budowania relacji z partnerami zagranicznymi.

Uczestnicy nauczą się również analizować rynki, konkurencję oraz kanały sprzedaży, aby podejmować decyzje oparte na danych, a nie intuicji. Program daje również praktyczne doświadczenie w zakresie negocjacji, komunikacji i budowania długofalowych relacji z klientami międzynarodowymi.

Efektem szkolenia będzie stworzenie dopasowanej do realiów firmy strategii wejścia na rynki zagraniczne oraz poznanie nowoczesnych narzędzi, w tym sztucznej inteligencji, które wspierają cały proces ekspansji – od researchu po automatyzację sprzedaży i marketingu.

Program szkolenia:

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.
- Warsztat
- Grupa odgrywa rozmowę handlową zgodnie z charakterystyką kultury
- Omówienie co działało a co blokowało komunikację

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
- Każda grupa analizuje, czy dany produkt nadaje się na rynek X i jakie zmiany są potrzebne.

4. Kanały sprzedaży zagranicznej B2B

Sprzedaż przez:

- platformy B2B,
 - marketplace'y,
 - dystrybutorów,
 - sieci handlowe,
 - handel tradycyjny
 - handel nowoczesny
 - własny e-commerce.
 - agenta
-
- 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
- Grupy dostają dane o cenach i wybierają pozycjonowanie produktu (premium vs. średnia półka vs. low-cost).

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 ujednoczyć 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
- Prezentacja wypracowanych rozwiązań przed trenerem i pozostałymi grupami

14.Podsumowanie – GO Global

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

To szkolenie jest dla Ciebie, jeśli chcesz:

- ✓ Stworzyć praktyczną strategię wejścia na rynki zagraniczne, dopasowaną do Twojej firmy i konkretnego produktu – zamiast ogólnych założeń i przypadkowych działań.
- ✓ Podejmować decyzje ekspansyjne w oparciu o analizę rynku, konkurencji i kanałów sprzedaży, a nie intuicję czy chwilowe trendy.
- ✓ Skutecznie sprzedawać i negocjować w środowisku międzynarodowym, rozumiejąc różnice kulturowe i style komunikacji kluczowe m.in. dla rynków niemieckiego, włoskiego, hiszpańskiego czy brytyjskiego.
- ✓ Świadomie wybrać najbardziej efektywne kanały i modele sprzedaży zagranicznej – od marketplace'ów, przez dystrybucję, po współpracę z sieciami handlowymi.
- ✓ Zwiększać skuteczność sprzedaży zagranicznej i ograniczać ryzyko, wykorzystując nowoczesne narzędzia, w tym AI, wspierające research, analizę i skalowanie działań.

Zainwestuj w dwa intensywne dni, aby wyjść z gotowym kierunkiem ekspansji i kompetencjami, które będą pracować na wzrost Twojej firmy przez kolejne lata.

Dołącz do GO Global – Akademii Ekspansji na Rynki Zagraniczne i zamień ambicję międzynarodowego rozwoju w realne, kontrolowane decyzje biznesowe.

Po ukończeniu szkolenia otrzymasz imienny certyfikat potwierdzający zdobyte kompetencje.



2 DNI PRAKTYCZNYCH WARSZTATÓW Z ANNĄ NOWAK

LSJ HR Group ul. Celna 1 (3 piętro) | Szczecin

Harmonogram szkolenia:

W trakcie szkolenia przewidziane są 2-3 przerwy kawowe (ok. 15 minut każda) oraz przerwa na lunch.

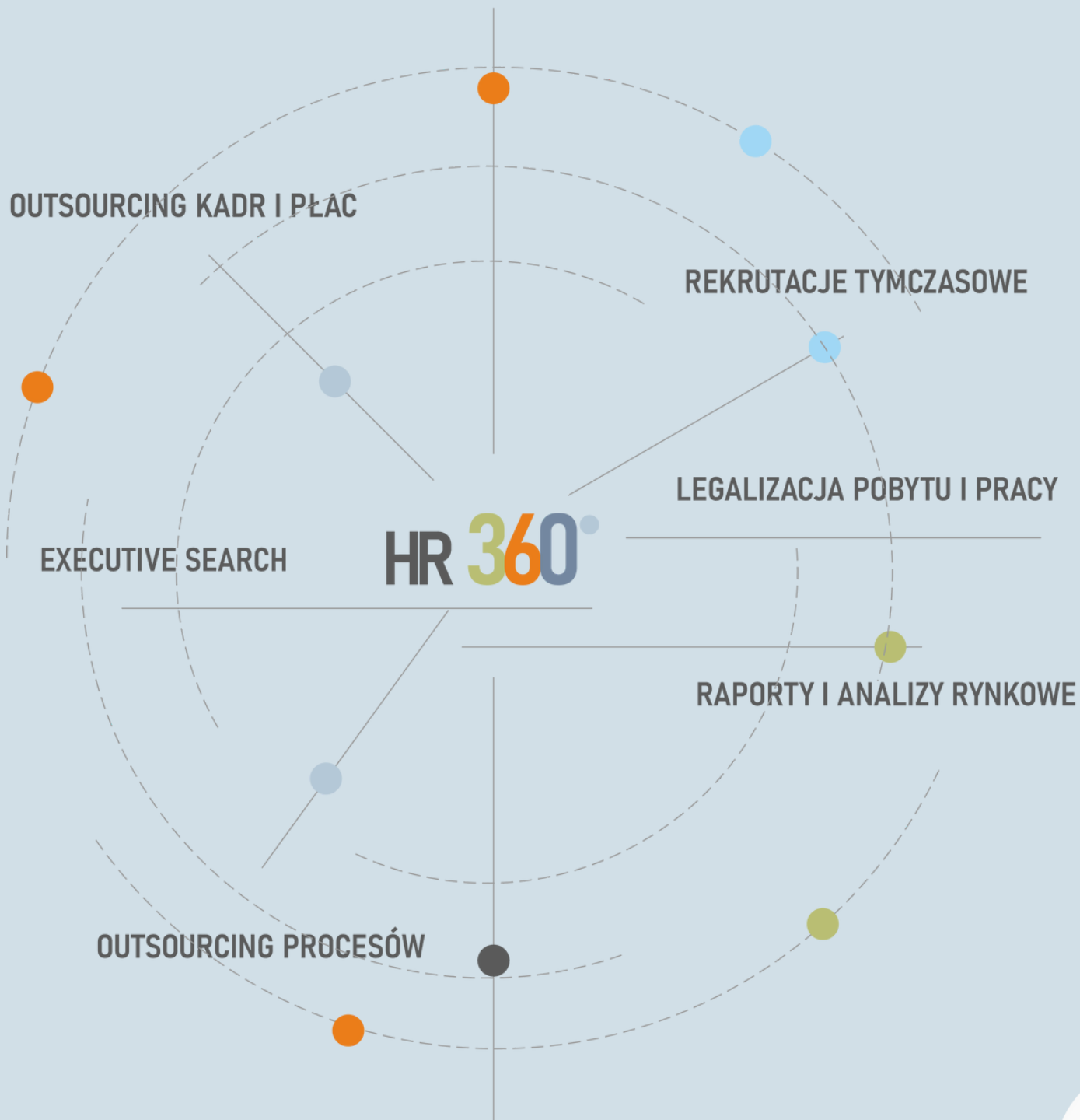
Zapraszam do kontaktu!



Joanna Siemiątkowska
Project Manager

+48 510 034 350
jsiemiatkowska@lsj.pl

REKRUTACJE STAŁE



OUTSOURCING KADR I PŁAC

REKRUTACJE TYMCZASOWE

LEGALIZACJA POBYTU I PRACY

EXECUTIVE SEARCH

HR 360°

RAPORTY I ANALIZY RYNKOWE

OUTSOURCING PROCESÓW

SZKOLENIA I DORADZTWO