



Warsztaty dla przedsiębiorców sektora małych i średnich przedsiębiorstw z województwa śląskiego, planujących działalność eksportową/eksporterów

Organizator:

Fundusz Górnośląski S.A.

Szkolenie zorganizowane przez:

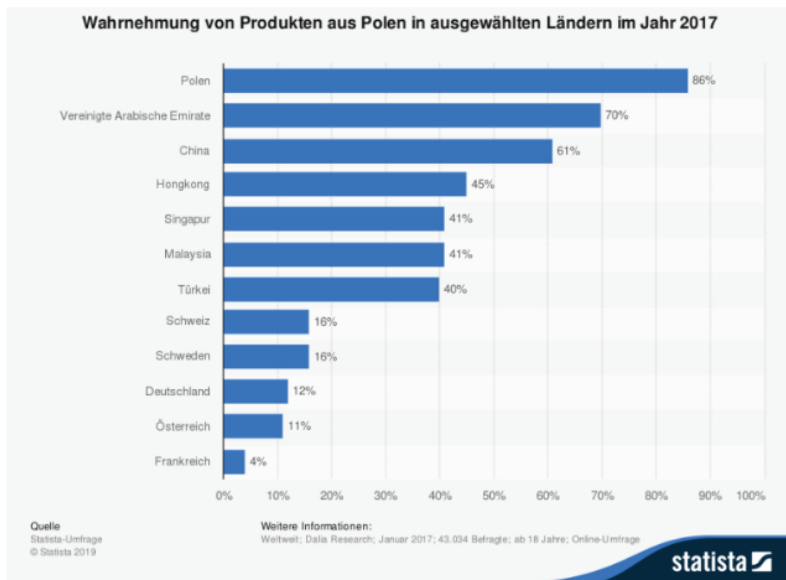
Eurofinance Training Sp. z o.o.

Charakterystyka marketingu międzynarodowego

Marketing międzynarodowy można opisać jako różne działania zaplanowane w procesie planowania. Działania takie jak ustalanie struktur cenowych do lokalnych potrzeb, formułowanie ofert promocyjnych oraz zapewnienie, że produkty i usługi są dostępne zarówno dla klientów mieszkających w kraju, jak i za granicą. Rozpoznawanie i zaspokajanie globalnych potrzeb konsumentów to główne funkcje, którymi należy się zająć.



Jak postrzegane są polskie produkty na zachodzie?



Dlaczego tak się dzieje?

Wiele biznesowych transakcji przebiega według następującego schematu: firmy obiecują wszystko, co tylko się da, aby szybko i na długo związać się z klientem. Prowadzą przepiękne prezentacje i przedstawiają wręcz idealne rozwiązania – dopracowane w każdym, nawet najmniejszym szczególe. Gdy podpiszą umowę – wracają do starych (nie)dobrych nawyków i dostarczają produkty lub usługi, które delikatnie mówiąc, odbiegają od tego, co przedstawiły kontrahentowi. Są niedopracowane, krzywe, wykonanie z innych materiałów lub po prostu pełne wad.



Co należy zrobić, aby dobrze przygotować produkt na rynki zagraniczne?

ANALIZA RYNKU I MARKETING

Pozyskasz kluczowe informacje. Poznasz swojej otoczenie konkurencyjne, kondycję poszczególnych przedsiębiorstw, a także nawyki zakupowe potencjalnych klientów.

Uchronisz się przed złymi i nietrafionymi inwestycjami. Dzięki pozyskaniu kompleksowej wiedzy na temat wybranego rynku dowiesz się, czy Twoja ekspansja ma w ogóle sens i czy przyniesie Twojej firmie określone korzyści.

Zyskasz kompleksową strategię marketingową. Otrzymasz w pełni opracowany plan działania, uwzględniający poszczególne kroki wejścia oraz rozwoju Twojej firmy na danym rynku.

STRONA INTERNETOWA – bez niej nie zaczynaj przygody z eksportem

W tym miejscu musisz dopilnować, aby Twoja strona www była nowoczesna, w pełni funkcjonalna, a przede wszystkim przetłumaczona na język, którym posługuje się Twój potencjalny klient.

Przykład:



The screenshot shows the homepage of the ZABI website. At the top left is the ZABI logo. To the right, there are links for 'Werden Sie unser Kunde' and 'Einloggen', along with flags for German, Polish, and French. A search bar contains the text 'Was suchen Sie?' and a red search button. To the right of the search bar is a shopping cart icon with the text 'WARENKORB - ANZAHL: 0' and 'SUMME: 0,00 EUR'. Below the search bar is a blue navigation bar with the links 'ANGEBOT', 'ÜBER UNS', and 'KONTAKT'. On the left side, there is a 'KATEGORIEN' section with a list of categories: 'RÄDER UND RADSÄTZE', 'TEILE UND ZUBEHÖR FÜR RÄDER', 'KUNSTSTOFF- UND METALLROLLEN', and 'WAGEN UND ZUBEHÖR FÜR TORE UND SELBSTTRAGENDES'. Below this list is a blue button labeled 'ALLE KATEGORIEN'. The main content area features a large banner with a smiling man in a suit and the text 'Produzent von Rädern und Rad-Garnituren des innenbetrieblichen Transports und für Lagerwagen'. A 'SEHEN SIE MEHR' button is located in the bottom right corner of the banner. Below the banner is a text block: 'Erfahrung und Wissen, dem Sie vertrauen können. Qualität, auf die Sie sich verlassen können.' At the bottom left, there is a section titled 'UNSERE TOP-PRODUKTE'.

www.zabi-rollen.de

E-COMMERCE

W ostatnich latach sprzedaż internetowa jest jedną z najprężniej rozwijających się branż w krajach wysokorozwiniętych.

Sklepy internetowe są niewątpliwie najważniejszym i najczęściej stosowanym przez przedsiębiorców narzędziem, które otwiera szeroki dostęp do nieograniczonej liczby potencjalnych klientów

Skorzystaj z możliwości Internetu, aby generować coraz większą sprzedaż.

- sprawdzone technologie
- skuteczna promocja
- wzrost sprzedaży



Rynek e-commerce

Biorąc pod uwagę sprzedaż na danym rynku zagranicznym, przedsiębiorcy powinni pamiętać o różnicach kulturowych. Zaufanie, lojalność, swojskość, jakość i bezpieczeństwo to podstawowe wartości konsumentów. Międzynarodowi sprzedawcy powinni dążyć do przystosowywania swoich sklepów internetowych lokalnie, czyli domeny stron e-commerce powinny mieć krajową końcówkę.



COVID19 – najlepszy okres do rozwoju biznesu

1. Przyspieszona digitalizacja, czyli zniesienie dotychczasowych barier

Dotychczas, dla wielu zagranicznych firm, największą barierą była Twoja lokalizacja, a konkretniej – duża odległość dzieląca Wasze siedziby. Ludzie po prostu preferowali budowanie bliskich relacji, a co za tym idzie – kontakt “na żywo”. Jednak COVID spowodował, że te przyzwyczajenia zeszły na drugi plan, rozmowy “twarzą w twarz” przestały mieć znaczenie, a biznesowe spotkania (za pomocą platform typu Zoom, Teams, Skype), sprawnie przenieśli się do Internetu.

2. Mniejsza konkurencja, czyli pozostają tylko najodważniejsi

COVID spowodował, że większość skupia się jedynie na przetrwaniu obecnej sytuacji, a to oznacza, że na rynku zrobiło się trochę “luźniej”. Mniejsza konkurencja oznacza mniej wojen cenowych, mniej przegranych przetargów, a co za tym idzie – więcej kontrahentów, którzy mogą stać się Twoimi klientami.



Dziękuję za uwagę i zapraszam do kontaktu 😊



rafaelchurawski.com
gpb-group.pl



facebook.com/RafaelChurawskiTwojBiznesWNiemczech
facebook.com/GPB.Group.de



linkedin.com/in/rafael-churawski
linkedin.com/company/german-poland-bridge-group-sp-z-o-o

Dziękujemy za uwagę

Organizator:
Fundusz Górnośląski S.A.
ul. Sokolska 8
40-086 Katowice

Szkolenie zorganizowane przez:
Eurofinance Training Sp. z o.o.
tel.: 22 830 13 40; tel. kom.: 609 124 124
e-mail: szkolenia@efszkolenia.pl; www.efszkolenia.pl