

WYSTĄPIENIA PUBLICZNE

- Jak się prezentować w czasie wystąpień publicznych. Reakcje na sytuację kryzysową. Sposoby walki z tremą.
- Jak przygotować się do spotkania z dziennikarzem. Co zrobić, by nie powiedzieć za dużo i kontrolować przekaz.
- Setka – język mediów w naszej służbie. Typowe błędy popełniane w czasie wystąpień publicznych i sposoby ich unikania.

STRATEGIA EKSPORTOWA PRODUKTÓW I USŁUG WRAZ Z ELEMENTAMI MODELU BIZNESOWEGO

- Określenie celów eksportowych i głównych czynników motywujących eksport
- Analiza gotowości przedsiębiorstwa do eksportu
- Badania rynków zagranicznych
- Zdobywanie i ustalanie źródeł informacji na temat rynku docelowego

FINANSE – KONSTRUKCJA STRATEGII CENOWYCH Z ELEMENTAMI BUDŻETU EKSPORTOWEGO NA WYBRANE RYNKI

- Strategia cenowa jako nieodzowny element zarządzania
- Rodzaje strategii cenowych
- Zasady tworzenia strategii cenowych
- Sprzedaż eksportowa a sprzedaż krajowa – różnice i podobieństwa
- Elementy składowe wartości eksportowanego produktu
- Podatkowe aspekty sprzedaży eksportowej
- Różnice kursowe i ich wpływ na wynik finansowy eksportera
- Instrumenty finansowe dla transakcji zagranicznych i ich koszty
- Rola i koszty ubezpieczenia dla transakcji zagranicznych
- Wpływ logistyki na konstrukcję strategii cenowych
- Możliwości pozyskania wsparcia finansowego dla eksporterów

MARCIN GRACZYK

Pełnomocnik Zarządu PAIH ds. Marki Polskiej Gospodarki, Rzecznik Prasowy PAIH. Odpowiedzialny za realizację strategii PR i komunikacji zewnętrznej PAIH, a także budowanie i wzmacnianie wizerunku agencji. Z branżą PR związany jest od wielu lat, a w komunikacji i mediach pracuje od 1999 roku. Wykładowca akademicki, juror branżowych konkursów poświęconych PR i Komunikacji. Wcześniej pracował jako dziennikarz polityczny i gospodarczy.



GRZEGORZ GAŁCZYŃSKI

Strategic Industries Manager w Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu (PAIH). Prawnik, politolog, magister zarządzania. Ponad czternastoletnie doświadczenie w branży motoryzacyjnej, w tym osiem lat na stanowiskach kierowniczych. Ponad 6 lat doświadczenia w doradztwie biznesowym.



ADRIANA RUDNICKA

Dyrektor Zarządzająca PPH "Ewa-bis, Sp. z o.o. Specjalistka w dziedzinie eksportu produktów spożywczych i finansów. Od 25 lat rozwija działy handlowe i realizuje strategię sprzedażowe przedsiębiorstw, zdobywając kilkakrotnie tytuły Gazeli Biznesu oraz Wybitny Eksporter. Współtwórczyni Kongresu Ekspansyjnych Eksporterów.



ESG – SZANSE I WYZWANIA

- Czym jest ESG?
- Wdrażanie ESG – Europa vs. reszta świata
- Szanse i korzyści związane z ESG
- Wyzwania ESG
- Konsekwencje zaniechań w dziedzinie ESG
- Włączenie ESG w strategię firmy – jak przygotować się na zachodzące zmiany?

E-COMMERCE/E-EKSPORT W PRAKTYCE

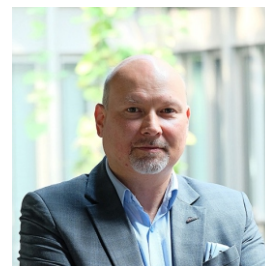
- Narzędzie IT i ICT w e-commerce
- Międzynarodowe platformy sprzedaży internetowej
- Własny sklep internetowy poza granicami Polski
- Platformy b2b i b2c
- Cła i inne opłaty w międzynarodowym handlu internetowym
- Systemy płatności w e-commerce międzynarodowy
- Aspekty logistyczne w e-eksportcie
- Bariery związane z rozwojem e-eksportu
- Bezpieczeństwo transakcji w e-eksportcie
- Gwarancja i rękojmia E-commerce a ochrona danych osobowych
- VAT polski, lokalny a OSS

KONSTRUKCJA KONKURENCYJNEJ OFERTY EKSPORTOWEJ I JEJ PREZENTACJA

- Główne elementy oferty eksportowej
- Opis produktów/usług, których dotyczy oferta eksportowa
- Prezentacja oferty na tle konkurencji lokalnej
- Przewagi konkurencyjne wobec produktów dostępnych na rynku docelowym eksportu
- Konstrukcja ceny eksportowej
- Odpowiedzialność w sprzedaży międzynarodowej - Incoterms
- Gwarancja/rękojmia
- Systemy rabatowe

PIOTR PLACHA

Kluczowy Ekspert w Zespole Ekspertów Branżowych PAIH, analityk strategiczny i doradca biznesowy. Wspiera polskich eksporterów w internacjonalizacji działalności. Ma wieloletnie doświadczenie w dziedzinie wdrażania w korporacjach zasad zrównoważonego rozwoju (SDGs) i społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). Zaangażowany w działania mające na celu zdobywanie i dzielenie się wiedzą na ten temat zrównoważonego rozwoju i raportowania ESG wśród firm sektora MŚP. Członek Rady Innowatorów ESG przy Polskim Stowarzyszeniu ESG oraz Grupy roboczej ESG w PAIH.



JUSTYNA LIPCZYŃSKA

Menadżerka w Departamencie Wsparcia Eksportu PAIH, specjalizująca się w tematyce e-commerce, marketingu cyfrowym i zrównoważonym rozwoju biznesu (ESG)



MACIEJ ŚMIGIEL

Ekspert ds. Afryki i Bliskiego Wschodu. Od 3 lat wspiera polskich przedsiębiorców w internacjonalizacji i ekspansji międzynarodowej. Specjalizuje się w komunikacji międzykulturowej, w tym biznesowej.



MARKETING MIĘDZYNARODOWY I EFEKTYWNE NARZĘDZIA MARKETINGOWE W DZIAŁALNOŚCI EKSPORTOWEJ Z ELEMENTAMI RÓŻNIC KULTUROWYCH

- Czym jest marketing międzynarodowy i jego elementy (produkt/firma)
- Strona www, broszury i katalogi produktowe
- Branding/rebranding
- Opakowania produktów na rynki zagraniczne
- Social media
- Pozycjonowanie na rynkach zagranicznych
- Platformy internetowe (b2b, b2c)
- Videomarketing
- Promocja na targach
- Misje zagraniczne
- Różnice kulturowe w relacjach z klientami zagranicznymi
- Charakterystyka poszczególnych regionów świata pod kątem różnic kulturowych
- Europa, USA, Azja, Kraje Arabskie – na co zwrócić uwagę podczas nawiązywania kontaktów biznesowych
- Religia a biznes

WOJCIECH NOWICKI

Posiada kilkunastoletnią praktykę zawodową w konsultingu biznesowym, kierowaniu międzynarodowymi projektami promocyjnymi oraz doświadczenie w obszarze marketingu narodowego – budowaniu wizerunku Polski.

