



POLSKI
KLASTER
EKSPORTOWY

Jak być gotowym do sprzedaży zagranicznej

Piła, 30 października 2019 r.

Docelowe rynki programu – Niemcy

NIEMCY – sprawa prostsza

- największy rynek Unii Europejskiej
- sąsiad Polski – największy odbiorca polskiego eksportu
- komunikacja w języku niemieckim – powszechnym w zachodniej Polsce
- ta sama strefa czasowa
- łatwy i szybki transport
- uproszczona dokumentacja eksportowa i rozliczenia
- ujednolicony system bankowy
- waluta EUR



POLSKI
KLASTER
EKSPORTOWY

Docelowe rynki programu – USA

USA – sprawa trudniejsza

- największy rynek zaraz po Chinach i Indiach
- duży odbiorca polskich produktów i usług, w części realizowana przez firmy polonijne
- nie dotyczy to sektora ICT i IT
- język angielski i hiszpański (Floryda i Kalifornia)
- duża różnica czasowa od 6 do 9 godzin
- eksport poza teren Unii Europejskiej
- rozliczenie i transport dużo bardziej utrudnione
- wahania kursu USD



POLSKI
KLASTER
EKSPORTOWY

Charakterystyka rynku – Niemcy

Odbiorcami polskich produktów wyposażenia wnętrz w Niemczech są przede wszystkim sieci sklepów i grup zakupowych.

Posiadają one ponad 60% rynku, co daje im przełożenie na zakupy ok 90% małych i dużych sklepów meblowych.

Na rynek niemiecki trafia obecnie około 40% polskich mebli sprzedawanych poza granicami naszego kraju.

Niemcy doceniają:

- Wzornictwo
- Jakość wykonania
- Terminowość – transport z Chin Niemiec jest dłuższy niż z Polski
- Elastyczność
- Cena – oczywiście 😊



POLSKI
KLASTER
EKSPORTOWY

Charakterystyka rynku – USA

W ostatnich latach eksport polskiego sektora informatycznego i technologii informacyjno-komunikacyjnych (IT/ICT) należy do najszybciej rosnących

Z roku na rok rośnie nie tylko wartość eksportu tego sektora do USA, ale też jego udział w eksporcie polskim ogółem.

W Stanach Zjednoczonych, w których zaawansowanie rozwiązań technologicznych należy do jednych z najwyższych na świecie, polskie mikro i małe firmy informatyczne tworzące aplikacje, jak i wielcy producenci oprogramowania czy gier cieszą się doskonałą opinią

Amerykanie cenią sobie polską jakość oraz wysoką kulturę pracy Polaków



POLSKI
KLASTER
EKSPORTOWY

Jak być gotowym do eksportu – siły na zamiary

Analiza rynków docelowych oraz mocy przerobowych:

- Dokąd chcemy sprzedawać?
- Czy jesteśmy gotowi do sprzedaży zagranicznej?
- Czy pozwalają nam na to warunki produkcyjne – moce przerobowe?
- Czy pozwala nam na to sytuacja ekonomiczna przedsiębiorstwa?
- Co wiemy o rynku, którym jesteśmy zainteresowani – dokładna analiza potencjału!
- Zagrożenia idące za sprzedażą zagraniczną na dany rynek



POLSKI
KLASTER
EKSPORTOWY

Jak być gotowym do eksportu – ludzie

Dział eksportu:

- doświadczeni specjaliści
- języki obce
- obycie w międzynarodowym środowisku biznesowym
- znajomość rynków docelowych
- elastyczność w godzinach pracy
- gotowość do częstych podróży służbowych lub zmiany miejsca zamieszkania
- twardy negocjator

Jak być gotowym do eksportu – ludzie

Produkcja

- Dostosowanie standardów produkcji do wymagań klientów zagranicznych
- Terminowość dostaw
- Elastyczność
- Certyfikacja
- Zapewnienie mocy przerobowych
- Dokumentacja
- Transport



POLSKI
KLASTER
EKSPORTOWY

Jak być gotowym do eksportu – marketing zagraniczny

Konieczne:

- Dostosowanie działań marketingowych do specyfiki rynków docelowych
- Wysoko wyspecjalizowane działania marketingowe w Internecie na rynkach docelowych: Adwords
- Ogromna rola targów jako bezpośredniego nawiązywania kontaktów biznesowych na rynkach docelowych
- Przygotowanie do targów pod kątem oferowanych produktów i usług
- Przygotowanie do targów pod kątem specyfiki rynku



POLSKI
KLASTER
EKSPORTOWY

Zalety

- Zwiększenie obrotu i zysku przedsiębiorstwa
- Prestiż
- Umiędzynarodowienie firmy
- Rozwój kadry i zwiększenie jej morale
- Doświadczenie pozwalające ekspansje na kolejne rynki
- Możliwość pozyskania dofinansowań wspierających rozwój zagraniczny firmy
- Dalszy rozwój zagraniczny poprzez przejęcia i alianse



POLSKI
KLASTER
EKSPORTOWY

Ryzyka

- Obciążenie płynności finansowej przedsiębiorstwa
- Wzrost zatrudnienia i wydatków na płace dla specjalistów
- Ryzyko kursowe USD i EUR
- Koszty związane z częstymi podróżami
- Koszty związane z uruchomieniem biura w USA (opcja)
- Napięty łańcuch dostaw
- Koszty związane z certyfikacją i dostosowaniem produkcji



POLSKI
KLASTER
EKSPORTOWY

O imprezach w programie

IMM Kologne

<https://www.imm-cologne.com/>

1,158 wystawców

246,500 mkw, 14 hal

149,500 odwiedzających



POLSKI
KLASTER
EKSPORTOWY

O imprezach w programie

Consumer Electronic Show (CES)

<https://www.ces.tech/>

4 500 wystawców

1 000 000 mkw

170 000 odwiedzających



POLSKI
KLASTER
EKSPORTOWY

Dziękuję za uwagę!

Sebastian Józef Kuśmerek

Sebastian.kusmierек@exportcluster.pl

www.exportcluster.pl

Fundacja Promocji Eksportu

ul. Wąwozowa 19/33

02-796 Warszawa



**POLSKI
KLASTER
EKSPORTOWY**