

PODRĘCZNIK UŻYTKOWNIKA

AKADEMIA BIZNESU

E-commerce/e-eksport w praktyce

Mój|biznes
za granicą

„Mój biznes za granicą - model wsparcia instytucjonalnego MŚP w obszarze umiędzynarodowienia oferty firm i rozpoczęcia działalności na rynkach międzynarodowych”, współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020, IV Oś Priorytetowa Innowacje społeczne i współpraca ponadnarodowa, Działanie 4.3 Współpraca ponadnarodowa.

Tematyka szkolenia:

- 1. Narzędzia IT w e-commerce**
- 2. Międzynarodowe platformy sprzedaży internetowej**
- 3. Własny sklep internetowy poza granicami Polski**
- 4. Platformy b2b i b2c**
- 5. Cła i inne opłaty w międzynarodowym handlu internetowym**
- 6. Systemy płatności w e-commerce międzynarodowym**
- 7. Aspekty logistyczne w e-eksporcie**
- 8. Bariery związane z rozwojem e-eksportu**
- 9. Bezpieczeństwo transakcji w e-eksporcie**
- 10. Gwarancja i rękojmia**
- 11. E-commerce, a ochrona danych osobowych**
- 12. VAT polski, lokalny, a OSS**
- 13. Fulfilment towarów na rynkach docelowych, a wysyłka z własnego magazynu**

Szanowni Państwo!

Ekspansja na rynki zagraniczne poprzez e-commerce to dziś chyba najłatwiejsza droga do eksportu. Jak wszystko na świecie, może się udać i nie udać! Dlatego należy się dobrze zastanowić jak to zrobić, żeby nie popełnić błędów.

W tym panelu chcemy przedstawić najważniejsze elementy ekspansji zagranicznej opartej na kanale elektronicznym. Można zacząć od sąsiadów (Niemcy, Czechy, Rumunia) albo iść od razu na głęboką wodę i zacząć od USA lub Chin (czego oczywiście nie zalecamy :)

Co warto zapamiętać z tego szkolenia? Wszystko! A na pewno to:

Międzynarodowy handel elektroniczny polega na sprzedaży produktów przez Internet nabywcom z innych krajów. Nie ma praktycznie żadnych ograniczeń co do tego, gdzie firma może rozszerzyć swoją działalność, pod warunkiem, że istnieje rynek na jej towary. Jednak każda ekspansja na nowy rynek nieuchronnie wymaga wiele czasu, wysiłku i środków.

Dzięki rozwojowi międzynarodowego handlu elektronicznego zarówno sklepy stacjonarne, jak i internetowe mogą zdobywać nowych klientów. Po wprowadzeniu zintegrowanego rozwiązania e-commerce można odnieść wiele korzyści, takich jak zwiększenie widoczności marki i poszerzenie bazy klientów.

Jak każde przedsięwzięcie biznesowe, e-handel wiąże się z wyzwaniami, takimi jak znalezienie odpowiedniego rynku, zdobycie uwagi i zaufania rynku docelowego, zwiększenie sprzedaży i długoterminowy wzrost. Przedsiębiorstwa muszą również uważnie wybierać odpowiednią platformę e-commerce, upewniając się, że jest to platforma, która łączy wszystkie dane i punkty kontaktowe, umożliwiając bardziej inteligentne i efektywne zarządzanie oraz podejmowanie decyzji. Niemniej jednak, globalny handel elektroniczny może przynieść korzyści zarówno firmom, jak i klientom, jeśli zostanie wprowadzony w sposób przemyślany i strategiczny.

Najważniejsze korzyści dla firm to m.in:

Większa widoczność marki: Wprowadzenie marki w innych krajach pozwala większej liczbie kupujących zapoznać się z produktami i usługami firmy. To z kolei buduje zaufanie, zwiększa rozpoznawalność marki, a w efekcie zwiększa sprzedaż.
Poszerzenie bazy klientów: Wejście na kolejne rynki i zwiększenie widoczności marki zwiększa bazę potencjalnych klientów Twojej firmy.

Testowanie nowych rynków: Jednym z ważnych powodów, dla których sklep internetowy może dotrzeć do globalnej publiczności, jest wykorzystanie go jako poligonu doświadczalnego. Otwarcie działalności na zagranicę pozwala sprawdzić, czy niektóre rynki będą lukratywne, zanim otworzy się tam fizyczną lokalizację.

Korzyści dla klientów to m.in:

Większa różnorodność produktów: Klienci w różnych częściach świata odnoszą korzyści z globalnego handlu elektronicznego, ponieważ otrzymują większą różnorodność produktów. Produkty lub usługi mogą być bardzo pożądane w krajach lub regionach, które nie rozwijają ich wewnętrznie.

Większy kontakt między firmą a konsumentem: Dobrze przemyślana strategia globalnego handlu elektronicznego umożliwia także lepszą komunikację między firmą a konsumentami.

Rozszerzenie działalności na rynek międzynarodowy wymaga opracowania strategii marketingowych i strategii wzrostu przychodów odpowiednich dla każdego nowego rynku, a także dużego zaangażowania w realizację tego przedsięwzięcia.

Jak się przygotować?:

Zrób badanie rynku

Firma musi przeprowadzić badania rynkowe w krajach lub regionach, w których zamierza rozszerzyć działalność. Kluczowym obszarem zainteresowania jest sprawdzenie zainteresowania produktami lub usługami firmy, a także ustalenie, którzy z konkurentów już działają na danym rynku. Badania pozwolą stwierdzić, czy firma odniesie sukces na danym rynku, zanim zaczniemy przeznaczać na ten cel znaczne środki.

Zlokalizuj swoją strategię

Lokalizacja to proces dostosowywania produktu lub usługi do warunków panujących w danym miejscu. W przypadku globalnego handlu elektronicznego może to oznaczać optymalizację produktu lub usługi pod kątem innego języka, kultury, a nawet wyglądu i sposobu działania w danym regionie. Lokalizacja ma na celu zmniejszenie liczby barier otaczających nowych potencjalnych klientów.

Istnieją różne sposoby lokalizacji strategii. Na przykład Domino's aktualizuje swoje menu i wybór dodatków, aby odzwierciedlić lokalne preferencje żywieniowe. Innym sposobem na lokalizację strategii jest przetłumaczenie tekstu na stronie internetowej lub w aplikacji na różne języki. Jeśli planujesz rozszerzyć działalność na dany kraj lub region, sprawdź, jakie języki są tam używane.

Bądź świadomy innych kultur

W globalnym handlu elektronicznym ważne jest, aby pamiętać o innych kulturach. Przedsiębiorstwa muszą przeprowadzić badania, aby odkryć nowe rynki. Obrazy i projekty, które mogą być odpowiednie w jednym kraju lub regionie, mogą być

obraźliwe w innym. Aby z sukcesem i szacunkiem wejść na nowe rynki, niezbędna jest doskonała obsługa klienta.

Znajdź globalne rozwiązanie w zakresie handlu elektronicznego

Rozszerzenie działalności na bardziej globalny rynek wymaga również odpowiednich narzędzi. Na przykład skalowalne platformy handlu elektronicznego mogą być niezbędne do obsługi wzrostu, który może nastąpić wraz z ekspansją na rynek globalny.

Zapewnienie zgodności z lokalnymi przepisami

Na koniec warto przeprowadzić badania dotyczące lokalnego prawa obowiązującego na nowym rynku. Każdy kraj ma swoje własne przepisy dla sprzedawców detalicznych - od płatności i logistyki po prywatność i podatki. Przestrzeganie lokalnych przepisów jest niezbędne, aby uniknąć nadszarpnięcia wizerunku marki za granicą.

Jeśli wiesz, że Twój produkt sprzedaje się dobrze poza granicami Polski, to nic prostszego, jak rejestracja na Amazon i „sky is the limit”! Pamiętaj jednak, że ogromna część przedsiębiorców poddaje się na etapie rejestracji na Amazon i zostaje z zablokowanymi kontami.

Zrób to zatem powoli, może z pomocą wyspecjalizowanej firmy. Warto również wiedzieć jak dalej poruszać się po Amazon, czy produkty wysłać z Polski, czy magazynować w ich magazynach.

Jestem przekonany, że to szkolenie posłuży jako przewodnik po coraz gęstszym lesie e-commerce i pozwoli obrać dobrą drogę do sukcesu.

Seria ćwiczeń z zakresu międzynarodowego e-commerce pozwoli Ci nie tylko ugruntować zdobytą wiedzę, ale także nabrać pewności co do gotowości na wyznaczenie sobie nowych celów w tym obszarze i rozpoczęcie działań zmierzających do ich realizacji.

Ćwiczenie 1.

Samolot – Narzędzia e-commerce i e-eksport:

używając klawiatury wleć samolotem w odpowiednią odpowiedź i unikaj tych niepoprawnych

Poniżej zamieszczony został link do interaktywnego ćwiczenia z e-commerce i e-eksport. Ćwiczenie zawiera cztery zadania z pytaniami o podstawowe narzędzia. Należy nalecieć samolotem na poprawne odpowiedzi i unikać tych niepoprawnych.

<https://wordwall.net/pl/resource/32568424>

Zawartość ćwiczenia: 4 zadania

Czas trwania ćwiczenia: 5 minut

Punktacja: prawidłowa odpowiedź = 1 pkt

Analiza wyników:

Uzyskana punktacja	Wynik
14 pkt	Doskonały
10 pkt	Bardzo dobry
6 pkt	Dobry
6 – 0 pkt	Materiał wymaga powtórzenia

Ćwiczenie 2.

Połącz w pary – pozatechnologiczne aspekty e-eksportu – definicje

Poniżej zamieszczony został link do interaktywnego ćwiczenia z zakresu e-eksportu. Ćwiczenie zawiera osiem kluczowych definicji. Ćwiczenie polega na dopasowaniu definicji do odpowiedniego zagadnienia. Aby rozwiązać zadanie należy przeciągnąć i upuścić słowo kluczowe obok jego opisu. Można je wykonywać wielokrotnie, każdorazowo zmieniony zostaje układ haseł.

<https://wordwall.net/pl/resource/32570908>

Zawartość ćwiczenia: 8 haseł

Czas trwania ćwiczenia: 5 minut

Punktacja: prawidłowa odpowiedź = 1 pkt

Analiza wyników:

Uzyskana punktacja	Wynik
8 pkt	Doskonały
7 pkt	Bardzo dobry
6 pkt	Dobry
5 – 0 pkt	Materiał wymaga powtórzenia

Test samooceny wiadomości pozyskanych w trakcie warsztatu

Poniżej zamieszczony został link do interaktywnego testu z zakresu e-commerce i e-eksport. Test zawiera 15 pytań jednokrotnego wyboru.

<https://wordwall.net/pl/resource/32572280>

Zawartość testu: 15 pytań jednokrotnego wyboru

Czas trwania testu: 10 minut

Punktacja: prawidłowa odpowiedź = 1 pkt

Analiza wyników:

Uzyskana punktacja	Wynik
15 – 14 pkt	Doskonały
13 – 12 pkt	Bardzo dobry
11 – 9 pkt	Dobry
8 – 0 pkt	Materiał wymaga powtórzenia

NOTATKI:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

LINKI:

Narzędzia do budowania sklepów międzynarodowych:

www.prestashop.com
www.woocommerce.com
www.magneto.com

Narzędzia badawcze:

www.semrush.com
www.ahrefs.com/pl
<https://kwfinder.com/>
<https://www.junglescout.com>

Narzędzia biznesowe:

<https://veego.io>
<https://slack.com/>
<https://monday.com/lang/pl/>
<https://baselinker.com/pl-PL/home/>

Wysyłka e mailing:

<https://www.omnisend.com/>
<https://mailchimp.com/>

Narzędzia analityczne:

<https://analytics.google.com/>
<https://powerbi.microsoft.com/pl-pl/>
<https://mixpanel.com/>

Przykłady rozwiązań do sprzedaży zagranicznej:

Własne sklepy B2B i B2C

www.shopify.com
www.idosell.com
www.shoper.pl

Zewnętrzne platformy B2B

www.merxu.com
www.alibaba.com
www.globalsources.com

Marketplace na świecie:

www.amazon.com
www.ebay.com
www.aliexpress.com

ZASTRZEŻENIE

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A. (PAIH) udostępnia powyższy materiał nieodpłatnie jako efekty projektu „Mój biznes za granicą - model wsparcia instytucjonalnego MŚP w obszarze umiędzynarodowienia oferty firm i rozpoczęcia działalności na rynkach międzynarodowych” w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020; Oś priorytetowa: IV. Innowacje społeczne i współpraca ponadnarodowa; Działanie 4.3 Współpraca ponadnarodowa.

Niniejszy materiał jest elementem programu edukacyjnego skierowanego do przedsiębiorców planujących rozpocząć ekspansję zagraniczną, w tym tych niemających w pełni sprecyzowanego potencjału eksportowego.

Należy zauważyć, iż stanowi on jedynie ramy merytoryczne zagadnień uznanych za kluczowe w kontekście przygotowania do prowadzenia działalności eksportowej i korzystanie z niego, szczególnie w przypadku realizacji szkoleń, wymaga każdorazowej weryfikacji i aktualizacji treści przez eksperta prowadzącego poszczególne moduły szkoleniowe oraz ewentualnego dostosowania do branży/specyfiki firm stanowiących potencjalnych odbiorców szkolenia. Zgodnie z rekomendacją PAIH, ekspertem prowadzącym szkolenie powinien być praktyk specjalizujący się w danym zakresie tematycznym.

PAIH nie ponosi odpowiedzialności z tytułu jakiegokolwiek szkody bezpośredniej lub pośredniej jakiegokolwiek rodzaju, w tym szkody za utratę zysków, wynikłej z całkowitego lub częściowego wykorzystania informacji udostępnionych przez PAIH w niniejszym materiale. W związku z tym, każdy odbiorca tych informacji powinien sprawdzić przydatność i poprawność wyżej wymienionych informacji zgodnie z ich przeznaczeniem i korzystać z tych informacji na własną odpowiedzialność. PAIH oraz jej pracownicy nie ponoszą w żadnym wypadku odpowiedzialności za jakąkolwiek decyzję lub działanie podjęte w oparciu o wyżej wymienione informacje, ani za jakiegokolwiek konsekwencje wynikające z decyzji podjętych w oparciu o te informacje.

Udostępnione w wersji elektronicznej publikacje dostępne na stronach internetowych PAIH (m.in. https://www.paih.gov.pl/moj_biznes_za_granica) mogą być wykorzystywane tylko w celach edukacyjnych. W przypadku korzystania z materiału w celu realizacji szkoleń, należy uwzględnić w informacji o szkoleniu, że jest ono efektem projektu „Mój biznes za granicą”. Utrwalenie (sporządzenie egzemplarza, w celu jego publikacji), zwielokrotnienie, wprowadzenie do obrotu, wypożyczenie lub udostępnienie zwielokrotnionych egzemplarzy jest niedozwolone bez podpisania stosownej umowy udzielenia sublicencji przez PAIH.