

# MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Cykl seminariów informacyjnych dotyczących podejmowania działań eksportowych przez firmy technologiczne, w tym startupy w wariacie tematycznym: „USA & China Gate” w terminie 07.09.2018-20.10.2018 r. realizowanego w ramach Projektu „Pomorski Broker Eksportowy. Kompleksowy system wspierania eksportu w województwie pomorskim” w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020, Osi priorytetowej 2 Przedsiębiorstwa, Działania 2.3 Aktywność eksportowa, współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

I zjazd w terminie 07-08.09.2018 r.  
Biznes i strategia

Osoba prowadząca seminarium: Beata Witkowska



Fundusze Europejskie  
Program Regionalny



URZĄD MARSZAŁKOWSKI  
WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego



# Różnice kulturowe Zachowania biznesowe

**Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego na lata 2014 – 2020**

Gdańska Fundacja Przedsiębiorczości, ul. Lęborska 3b, 80-386 Gdańsk

GFP zarejestrowana w Sądzie Rejonowym Gdańsk – Północ w Gdańsku VII Wydział Gospodarc  
Krajowego Rejestru Sądowego w Rejestrze Przedsiębiorców pod nr KRS 0000234045,

NIP: 583-290-74-40, Regon: 220049622

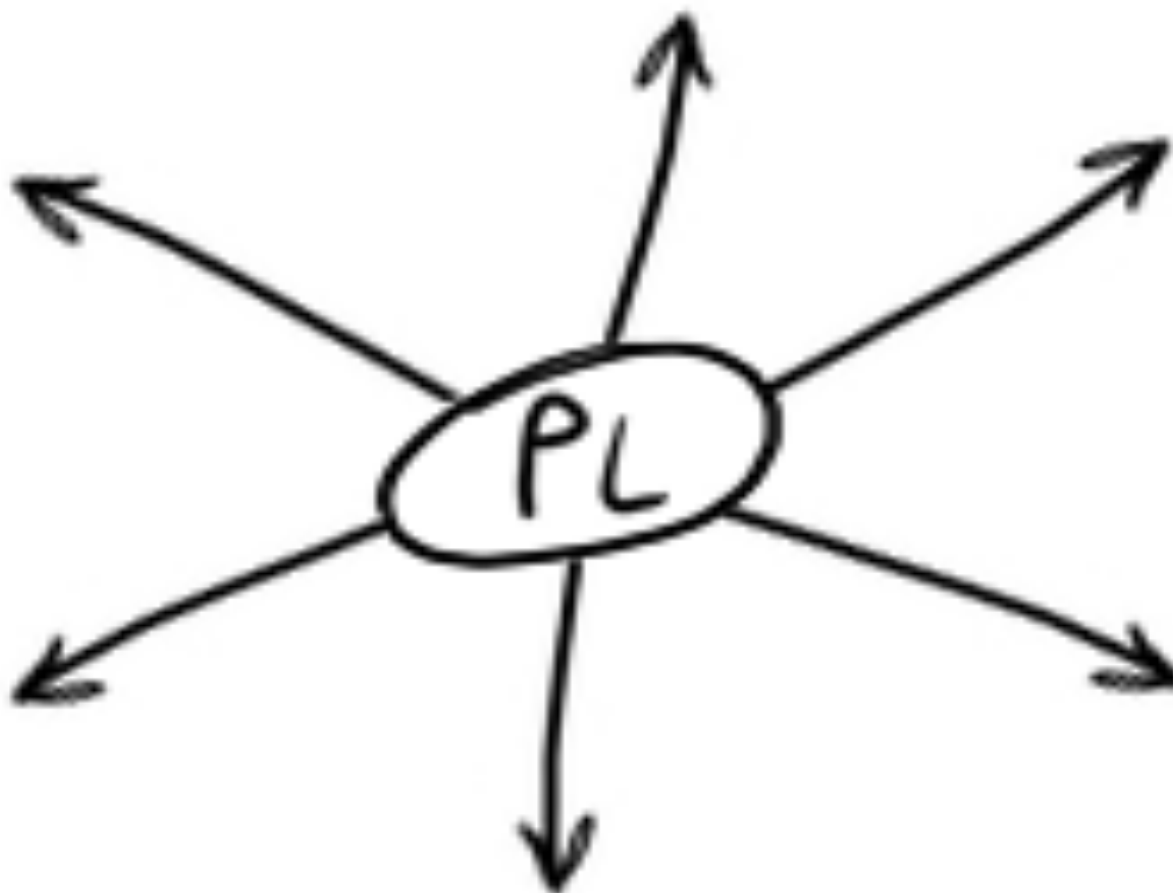


Gdańska Fundacja  
Przedsiębiorczości



- różnice kulturowe,
- zachowania biznesowe w różnych częściach świata,
- struktury i główne elementy procesu komunikacji,
- zasady protokołu,
- dobre obyczaje i etykieta w biznesie





**Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego na lata 2014 – 2020**

Gdańska Fundacja Przedsiębiorczości, ul. Lęborska 3b, 80-386 Gdańsk

GFP zarejestrowana w Sądzie Rejonowym Gdańsk – Północ w Gdańsku VII Wydział Gospodarc  
Krajowego Rejestru Sądowego w Rejestrze Przedsiębiorców pod nr KRS 0000234045,

NIP: 583-290-74-40, Regon: 220049622



**Gdańska Fundacja  
Przedsiębiorczości**

# Elementy kultury

- Język (werbalny i niewerbalny),
- Religia,
- Gospodarka i polityka,
- Instytucje społeczne,
- Wartości i postawy,
- Zwyczaje,
- Edukacja,
- Elementy materialne i estetyka itp.

# Na co zwrócić uwagę!

- ✓ przywitanie, pożegnanie,
- ✓ wręczenie wizytówek,
- ✓ prezenty – wręczenie i przyjmowanie,
- ✓ negocjacje,
- ✓ ubiór,
- ✓ stosunek do czasu,
- ✓ specyficzne zwyczaje.



## Indywidualizm – przykłady krajów

- Stany Zjednoczone
- Australia
- Wielka Brytania
- Kanada
- Holandia
- Nowa Zelandia
- Włochy
- Kraje skandynawskie





## Kolektywizm - kraje

- najbiedniejsze kraje Ameryki Łacińskiej
- Tajwan
- Korea
- Tajlandia
- Malezja
- Portugalia • Grecja







**Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego na lata 2014 – 2020**

Gdańska Fundacja Przedsiębiorczości, ul. Lęborska 3b, 80-386 Gdańsk

GFP zarejestrowana w Sądzie Rejonowym Gdańsk – Północ w Gdańsku VII Wydział Gospodarc  
Krajowego Rejestru Sądowego w Rejestrze Przedsiębiorców pod nr KRS 0000234045,

NIP: 583-290-74-40, Regon: 220049622



**Gdańska Fundacja  
Przedsiębiorczości**



Fundusze Europejskie  
Program Regionalny



URZĄD MARSZAŁKOWSKI  
WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego



**Na negocjacje międzynarodowe  
powinno się wysyłać przedstawicieli  
o tytułach służbowych takich samych,  
jakie posiadają partnerzy.**

**Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego na lata 2014 – 2020**

Gdańska Fundacja Przedsiębiorczości, ul. Lęborska 3b, 80-386 Gdańsk

GFP zarejestrowana w Sądzie Rejonowym Gdańsk – Północ w Gdańsku VII Wydział Gospodarc  
Krajowego Rejestru Sądowego w Rejestrze Przedsiębiorców pod nr KRS 0000234045,

NIP: 583-290-74-40, Regon: 220049622



Gdańska Fundacja  
Przedsiębiorczości

Negocjacje to sposób na poznanie się...

Negocjacje to ustalenie granic.

Negocjacje to sposób przekonania.

Negocjacje to manipulacja.

Negocjacje to gra.

# Style negocjacji

Miękki	Twardy
Głównie: Indonezja, Indie, Korea, Japonia oraz część Chin, część krajów Arabskich, część krajów arabskich	Głównie: Niemcy, Belgia, Holandia, Dania, częściowo Portugalia, częściowo Japonia, Francja, częściowo USA I częściowo Meksyk, część krajów arabskich, Rosja,

## Niemcy

- punktualni, uporządkowani, pragmatyczni
- Istotne jest przestrzeganie przepisów prawa
- Liczą się fakty, cyfry, tabele, power point
- Podczas rozmów należy używać jasnych, logicznych argumentów, najbardziej przemawiają dane liczbowe oraz wykresy

- Nazwisko dla Niemca jest bardzo ważne. Jeśli nie potrafisz go zapamiętać, zrobisz fatalne wrażenie.
- W Niemczech wymagane jest zwracanie się do ludzi w sposób formalny, wymieniając nazwisko i ewentualny stopień naukowy (np. Doktor, Direktor, Professor).
- Niemcy nie lubią, gdy załatwiamy coś na ostatnią chwilę.
- Denerwuje ich nasze myślenie w stylu “jakoś to będzie”.
- Niemcy źle widzą niezaradność i branie kogoś na litość.
- Niemcy nawiązują pierwszy kontakt najczęściej pisemnie. Na list należy odpowiedzieć niezależnie od zainteresowania.
- Spotkanie powinno zostać zakończone pisemnym podsumowaniem.

Niemcy stosują techniki presji psychologicznej „ostatniej minuty”. W końcowej fazie rozmów żądają nowych ustępstw, z reguły nieznaczących. Czasami jednak występują z żądaniami, których wcześniej nie sygnalizowali. Większości Niemców bardziej odpowiada realistyczna wstępna oferta cenowa niż taktyka „zaczynij z wysokiego poziomu, żeby było z czego zejść”.

## Kraje Półwyspu Arabskiego

- Należy spodziewać się delikatnego uścisku dłoni, a przy tym intensywnego patrzenia prosto w oczy.
- Wręczenie i przyjmowanie wizytówek odbywa się zawsze prawą ręką.
- Jeśli na wizytówce widnieje tytuł naukowy, koniecznie należy tak tytułować daną osobę.
- Wizytówka powinna być w języku angielskim, idealnym rozwiązaniem jest posiadanie tłumaczenia na arabski lub kurdyjski jej drugiej strony.
- Szczególnie ważna jest Twoja pozycja w firmie (im wyższa tym większy szacunek) oraz jeśli posiadane tytuły naukowe.



- Szybkie przedstawienie swojej oferty
- Oferty powyżej zakładanego pułapu
- Wszystko na piśmie
- Częste powroty do rozmów, renegocjować można wszystko
- Targowanie się jest rzeczą naturalną, co innego Holandia czy Szwedzi - tam jest to nie do pomyślenia.
- To co u nas nazywa się przekupstwem w krajach arabskich jest czymś normalnym.

## Dobre rady – wg Katarzyny Rutkowskiej

- ✓ Nie planuje się spotkań w Ramadan, który trwa cały miesiąc,
- ✓ Uwzględnij przerwy w planach na czas modlitwy, które odbywają się 5 razy dziennie
- ✓ Należy unikać komentarzy na temat życia Arabów i religii,
- ✓ Weekend trwa od czwartku do piątku, czasami do soboty
- ✓ Czasami negocjacje poprzedza zaproszenie do restauracji (typowa kolejność: zaproszenie na kolację, zasadnicze rozmowy następnego dnia).
- ✓ Nigdy nie jada się wieprzowiny, do picia podaje się herbatę miętową i mocno słodzoną czarną kawę albo inne napoje ciepłe.

## Dobre rady

- ✓ Każde ustępstwo należy robić po długim ociąganiu się i tylko na zasadzie stawianie warunku, jeżeli..., to.....
- ✓ Za ustępstwo żądamy czegoś w zamian
- ✓ Ubiór - obowiązuje tradycyjny garnitur i krawat.
- ✓ W dobrym tonie jest pozostawienie niewielkiej ilości jedzenia na talerzu. Daje to jasny sygnał, że arabski gospodarz ugościł nas obfitym posiłkiem.
- ✓ W trakcie rozmów prowadzonych na stojąco Arab zachowuje bardzo mały dystans między sobą a osobą, z którą rozmawia.
- ✓ Nie należy zwiększać tego dystansu poprzez cofanie się, ustępowanie itp.

## Dobre rady

- ✓ Do pomieszczenia, w którym toczą się negocjacje, bez przerwy może wchodzić każdy, kto chce - pracownicy, koledzy i przyjaciele, członkowie rodziny. Rozmowy są więc często przerywane i ciągną się znacznie dłużej, niż europejski partner sądził.
- ✓ Podejmowanie decyzji trwa bardzo długo.

## Dobre rady

- ✓ Siedząc, należy opierać stopy na podłodze. Nie można siedzieć w taki sposób, aby podeszwa obuwia była widoczna.
- ✓ Trzeba używać prawej ręki. Lewą ręką Arabowie posługują się jedynie przy bardzo osobistych czynnościach higienicznych.
- ✓ Należy przeprosić gospodarzy, jeśli się jest leworęcznym.
- ✓ Ręce trzeba myć przed i po posiłku. Często w tym celu podawane są specjalne miseczki i woda.
- ✓ Szybkie unoszenie brwi w trakcie rozmowy może oznaczać sprzeciw, gdyż w kulturze arabskie unoszenie brwi oznacza : Nie!

# Dziękuję za uwagę i zapraszam do kontaktu!



**Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego na lata 2014 – 2020**

Gdańska Fundacja Przedsiębiorczości, ul. Lęborska 3b, 80-386 Gdańsk

GFP zarejestrowana w Sądzie Rejonowym Gdańsk – Północ w Gdańsku VII Wydział Gospodarc  
Krajowego Rejestru Sądowego w Rejestrze Przedsiębiorców pod nr KRS 0000234045,

NIP: 583-290-74-40, Regon: 220049622



Gdańska Fundacja  
Przedsiębiorczości

**Witkowska Kancelaria Prawna**  
**ul. Smolna 13 lok. 15 A**  
**00-375 Warszawa**  
**T: 534 771 007**  
**@: [beata.witkowska@icloud.com](mailto:beata.witkowska@icloud.com)**