



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA



Szkolenie E-commerce w praktyce. Jak sprzedawać w Internecie – od strategii do realizacji.

Numer usługi 2024/01/31/118911/2060957

📍 Gdańsk / stacjonarna
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 16 h
📅 22.05.2024 do 23.05.2024

2 880,00 PLN brutto
2 880,00 PLN netto
180,00 PLN brutto/h
180,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Grupa docelowa usługi kierowana jest do: • Jednoosobowych działalności gospodarczych • Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli • Specjalistów SEO / SEM • Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników • Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów • Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce • Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	3
Data zakończenia rekrutacji	21-05-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do wykorzystania różnych metod promocji firmy w sieci, za pomocą zarówno płatnych form reklamy jak i narzędzi bezpłatnych. Przedstawia korzyści jakie przynosi obecność w Internecie. Pozwala zdobyć wiedzę jakich błędów unikać, aby prowadzone działania przyniosły sukces. Pozwala zdobyć wiedzę jak stawiać pierwsze kroki w e-commerce aby zminimalizować ryzyko prowadzenia działalności.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje jak działa Google (w kontekście biznesowym) i jak to się przekłada na jego firmę Ocenia jak błędne myślenie o obecności w Google prowadzi do straty potencjalnych klientów i jak zmienić tę sytuację Definiuje jakie trzy podstawowe warunki musi spełnić, by strona firmowa pojawiała się w Google i zdobywała dobrych klientów Ocenia kiedy warto inwestować w SEO, a kiedy nie warto	Efekty uczenia się zostaną zweryfikowane na podstawie testu	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

tak dokument zawiera opis efektów uczenia się

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

tak dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

tak dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji

Program

Usługa stacjonarna, realizowana jest w godzinach dydaktycznych - 45 min.

Metody pracy: wykłady, dyskusje z uczestnikami, ćwiczenia indywidualne.

Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej.

Aby wziąć udział w szkoleniu nie jest wymagana żadna wiedza z zakresu omawianych pojęć .

I DZIEŃ - E-commerce w praktyce. Jak sprzedawać w Internecie – od strategii do realizacji

Trener –Krzysztof Bernardyn

Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)

I blok - Nasz własny sklep internetowy – dobre praktyki na 2024 rok.- teoria

- Przegląd platform sklepowych: WooCommerce, PrestaShop, Magento itp.
- Szata graficzna sklepu oraz pozytywne doświadczenie użytkownika (User eXperience),
- Z czego składa się dobry sklep internetowy: kategoria, produkt, checkout, mail,
- Jak zaprojektować i zoptymalizować skuteczną stronę produktową?
- Audyt stron sprzedażowych.

II blok – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta.- teoria+ praktyka

- Strategia STP – segmentacja, targetowanie i pozycjonowanie online w praktyce
- Jak identyfikować punkty styku (touchpoints) dla wybranego produktu/usługi?
- Customer journey online – jak projektować mapę podróży klienta?
- Strategia ustalania cen, modele płatności.
- Modele wysyłki, magazyn, logistyka i śledzenie przesyłek.
- Porzucone koszyki – przyczyny i metody ich ratowania.

III blok - Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.- praktyka

- Generowanie leadów – jak pozyskiwać kontakty handlowe w internecie?
- Planowanie kampanii reklamowych – wybór źródeł pozyskiwania leadów.
- Reklama w wyszukiwarkach cenowych - Google Ads
- Jak skłaniać potencjalnych klientów do pozostawienia danych teleadresowych wraz ze zgodą na kontakt handlowy i marketingowy?
- Jak budować bazę odbiorców – e-mail, SMS, dane z social media?

IV blok - Sprzedaż na zewnętrznych agregatorach sprzedaży i porównywarki cenowe.- teoria

- Porównywarki cenowe: po co istnieją, jakie występują w Polsce
- Allegro, Amazon, eBay, Ceneo - prowizje i płatności – ile kosztuje promocja
- ceneo.pl vs allegro.pl – jeden właściciel, różne serwisy – dlaczego w ten sposób?
- Przegląd konta sprzedawcy ceneo.pl: zamówienia, płatności i faktury, licytowanie pozycji, oferty.
- Przegląd metod promocji sklepu: licytowanie pozycji, boksy reklamowe, teksty promocyjne, promowanie na stronie kategorii, rekomendacje, przycisk „zadzwoń”.
- Tworzenie kampanii (warsztat)
- Opinie: zarządzanie opiniami, konfiguracje, zaufane opinie, widжет opinii w naszym sklepie,
- Ochrona marki i walka z podróbkami lub podejrzаныmi ofertami.

II DZIEŃ - SEO I CONTENT MARKETING W E-COMMERCE

I blok - Charakterystyka SEO- teoria

- Czym jest SEO?
- Wyniki naturalne vs. płatne, SEM = SEO + PPC
- Działanie wyszukiwarki
- Roboty, wyszukiwarki, data center
- Jak Google widzi Twoją stronę?
- Google PageRank – obecna wartość wskaźnika
- Dobór i analiza słów kluczowych

- Jak szukać odpowiednich słów kluczowych?
- Konkurencyjność fraz
- Na co pozycjonuje się konkurencja?
- Przegląd najlepszych narzędzi doboru fraz

II blok - czynniki wpływające na pozycję w Google- teoria

- Najważniejsze czynniki wpływające na pozycję w Google
- Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję
- Jak wpływać na pozycję w Google? – czynniki wewnętrzne
- Optymalna budowa adresów stron oraz linki
- Sekcja head
- Kod strony i jego wpływ na pozycję
- Optymalna budowa strony pod wyszukiwarkę Google
- Linkowanie wewnętrzne

III blok - SEO Copywriting- praktyka

- SEO Copywriting – jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?
- Pisanie tekstów z wykorzystaniem słów kluczowych
- Jak uniknąć przeoptymalizowania witryny?
- Jak wpływać na pozycję w Google? – czynniki zewnętrzne
- Rodzaje linków
- Link Building
- W jaki sposób poprawnie linkować?

IV blok – linki i zaplecze SEO- praktyka

- Metody pozyskiwania linków
- Linkowanie mające negatywny wpływ na pozycję
- Local SEO
- Pozycjonowanie w wynikach lokalnych i mapach
- Elementy optymalizowane w mapach
- Wszystko o zapleczach SEO
- Znaczenie hostingu w budowie zaplecza SEO
- Jak budować efektywne zaplecza
- Narzędzia automatyzujące budowę zaplecza i generatory treści
- Najnowsze zmiany w algorytmach Google

Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 14

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	22-05-2024	08:30	08:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 14 I blok - Nasz własny sklep internetowy – dobre praktyki na 2024 rok.- teoria	Krzysztof Bernardyn	22-05-2024	08:45	10:00	01:15
3 z 14 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	22-05-2024	10:00	10:30	00:30
4 z 14 II blok – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta.- teoria+ praktyka	Krzysztof Bernardyn	22-05-2024	10:30	12:00	01:30
5 z 14 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	22-05-2024	12:00	12:30	00:30
6 z 14 III blok - Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.- praktyka	Krzysztof Bernardyn	22-05-2024	12:30	14:00	01:30
7 z 14 IV blok - Sprzedaż na zewnętrznych agregatorach sprzedaży i porównywarki cenowe.- teoria	Krzysztof Bernardyn	22-05-2024	14:00	15:30	01:30
8 z 14 I blok - Charakterystyka SEO- teoria	Krzysztof Bernardyn	23-05-2024	08:30	10:00	01:30
9 z 14 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	23-05-2024	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 14 II blok - czynniki wpływające na pozycje w Google- teoria	Krzysztof Bernardyn	23-05-2024	10:30	12:00	01:30
11 z 14 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	23-05-2024	12:00	12:30	00:30
12 z 14 III blok - SEO Copywriting- praktyka	Krzysztof Bernardyn	23-05-2024	12:30	14:00	01:30
13 z 14 IV blok – linki i zaplecze SEO- praktyka	Krzysztof Bernardyn	23-05-2024	14:00	15:15	01:15
14 z 14 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)	-	23-05-2024	15:15	15:30	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	2 880,00 PLN
Koszt usługi netto	2 880,00 PLN
Koszt godziny brutto	180,00 PLN
Koszt godziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1
Krzysztof Bernardyn



Trener od 2017 roku. Prowadzi indywidualne oraz grupowe kursy i szkolenia z tematyki SEO + nowe technologie, E-commerce, a także Projektowania UI oraz UX wraz z implementacją WordPress / no-code. Przeprowadził ponad 600 godzin szkoleniowych w ostatnich dwóch latach – wśród klientów były zarówno mikro i małe przedsiębiorstwa, jak i liderzy rynku, zatrudniający setki osób.

Najważniejszą wartością szkoleń jest próba indywidualnego / szerokiego spojrzenia i znalezienia najbardziej optymalnego rozwiązania, pomagającego rozwijać konkretne cele biznesowe. Każde szkolenie poprzedzone jest wcześniejszym wywiadem i, w miarę możliwości, szczegółowym audytem oraz analizą konkurencji.

Studiował chemię na Uniwersytecie Gdańskim, którą ukończył w 2007 roku. Od 2007 roku, stale związany z branżą reklamową i kreatywną, gdzie poprzez pracę w agencjach i wydawnictwach zdobywał doświadczenie pracując dla polskich i zagranicznych firm (w tym dla Media Markt Polska). W latach 2015-2023 współwłaściciel agencji reklamowej Snowball Media.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału, prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia

Warunki uczestnictwa

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej oraz zaliczenie zajęć w formie ćwiczeń.
- Zapisując się na usługę wyrażasz zgodę na rejestrowanie/nagrywanie swojego wizerunku na potrzeby monitoringu, kontroli oraz w celu utrwalenia efektów uczenia się.

Informacje dodatkowe

Organizacja szkolenia:

Szkolenie podzielone jest na blok teoretyczno-warsztatowy według ustalonego harmonogramu. Tematyka, zakres oraz tempo prowadzonych szkoleń dopasowane jest do potrzeb Uczestników szkolenia.

Adres

ul. Kaprów 3A/36
80-316 Gdańsk
woj. pomorskie

Szkolenie znajduje się na ulicy Kaprów 3A. Prosimy o wybranie na domofonie nr 36 aby móc dostać się do wnętrza budynku jeżeli drzwi wejściowe byłyby zamknięte. Kierujemy się na schody lub do windy na 3 piętro. Na przeciwko windy znajduje się biuro Digital brand. Po wejściu do środka proszę kierować się do sali na przeciwko drzwi wejściowych.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506