



Future Consulting
Monika Ornał-Olech

Brak ocen dla tego dostawcy

E-commerce - gdzie sprzedawać i jak założyć sklep internetowy

Numer usługi 2024/06/21/150920/2192318

- 📍 Lublin / stacjonarna
- 👤 Usługa szkoleniowa
- 🕒 32 h
- 📅 16.09.2024 do 19.09.2024

4 800,00 PLN brutto

4 800,00 PLN netto

150,00 PLN brutto/h

150,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Informatyka i telekomunikacja / Internet
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest dla wszystkich, którzy chcą uzyskać informacje jak sprzedawać przez platformy internetowe i jak utworzyć sklep internetowy. Usługa skierowana jest również do wszystkich osób funkcjonujących w Internecie lub również takich którzy, dopiero planują się tam znaleźć. Dla osób, które dodają treści na: stronach www, blogach portalach informacyjnych, vlogach, mediach społecznościowych czy sklepach internetowych.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	8
Data zakończenia rekrutacji	13-09-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	32
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje do samodzielnej realizacji większości zadań na swojej witrynie czy na stronie pracodawcy, bądź koordynowania pracy zespołu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy strony sklepów internetowych. Dostarcza rozwiązania w zakresie obsługi platform sprzedażowych i integracji.	Uczestnik samodzielnie tworzy stronę sklepu internetowego. Opisuje trendy, wyzwania i możliwości platform sprzedażowych i ich integracji.	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Wykorzystuje nabytą wiedzę w zakresie definicji. Dobiera domeny w Polsce i innych krajach.	Uczestnik charakteryzuje podstawowe zasady optymalizowania strony internetowej. Monitoruje działania marketingowe firmy i wpływa na poprawę jakości tych działań.	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Wykorzystuje narzędzi do optymalizacji. Dobiera słowa kluczowe do pozycjonowania.	Uczestnik usprawnia działanie strony, dopasowuje treści na stronie internetowej w taki sposób, aby skutecznie dotrzeć do klienta. Dodaje treści do stron www i sklepów internetowych w taki sposób aby przynosiły one wartość w postaci wyższych pozycji na dane słowa kluczowe.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji 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

-> Szkolenie jest adresowane do osób, które dodają treści na: stronach www, blogach portalach informacyjnych, vlogach, mediach społecznościowych czy sklepach internetowych.

-> W celu skutecznego uczestnictwa, szkolenie adresowane jest do osób posiadających minimum podstawową umiejętność obsługi komputera.

-> Za 1 godzinę usługi szkoleniowej uznaje się godzinę dydaktyczną tj. lekcyjną (45 minut).

-> Ilość przerw oraz długość ich trwania zostanie dostosowana indywidualnie do potrzeb uczestników szkolenia. Zaznacza się jednak, że łączna długość przerw podczas szkolenia nie będzie dłuższa aniżeli zawarta w harmonogramie.

-> Przerwy nie wliczają się w czas trwania usługi.

Warunki organizacyjne:

-> Skompletowanie jednej grupy uczestników 2-8 osobowej

-> Przydzielenie każdej z osób indywidualnego stanowiska komputerowego (jedno stanowisko obejmuje: krzesło, biurko, laptop, myszka)

I CZĘŚĆ

I. Wybór motywu, modyfikacja i personalizacja.

- Na przykładzie motywów zainstalowanych razem z Wordpress'em.
- Na przykładzie motywów zawierających wizualny pagebuilder.

II. Pagebuilder – zasady działania.

- Layout strony w edytorze wizualnym – sekcje, kolumny i odstępy.
- Omówienie elementów.
- Konfiguracja elementów.
- Układ, kopiowanie, powielanie, przenoszenie i usuwanie.

III. Wtyczki

- Instalacja.
- Personalizacja.
- Najpopularniejsze wtyczki – niezbędny webmastera.

IV. Zmiana wyglądu strony.

- Używanie ustawień szablonów.
- Używanie zdjęć w nagłówkach.
- Tworzenie nawigacji.
- Zmiana strony pomiędzy blogiem a stroną statyczną.
- Instalacja szablonów z repozytorium Wordpress'a.
- Instalacja szablonów za pomocą FTP.
- Responsywność strony.
- Tworzenie formularzy kontaktowych.
- Tworzenie map.
- Animacje elementów i warstwy.
- Używanie video na stronie (Youtube, Vimeo i własny hosting).

V. Analiza stron

- Aktualizacja systemu i rozszerzeń.
- Bezpieczeństwo systemu.
- Wdrożenia nowych funkcjonalności i rozszerzeń.
- Proste zmiany w kodzie.
- Struktura i budowa systemu WordPress.

II CZĘŚĆ

I. Wprowadzenie - marketing internetowy

- Marketing internetowy - jak i gdzie szukać miejsc do wypromowania swojej firmy
- Budowa marki - pomysł i grupa docelowa
- Strategia marketingowa celem wypromowania produktu lub usługi w Internecie

II. Kampanie - analiza i audyt

- Analiza dotychczasowych kampanii reklamowych i sprzedażowych
- Analiza działań marketingowych w Internecie
- Analiza konkurencji
- Określenie grupy docelowej
- Określenie celów marketingowych i sprzedażowych
- Przygotowanie raportu

III. Kampania Google Ads

- Przedstawienie możliwości systemu reklamowego (konwersje, słowa kluczowe, remarketing)
- Optymalizacja dotychczasowych rozwiązań i budżetu
- Konfiguracja nowych rozwiązań i budżetu
- Wdrożenie nowej reklamy

IV. Kampania na stronach sprzedażowych

- Przedstawienie możliwości (landing page, squeeze page, sales page, lead magnet, sales funnel, microsite)
- Optymalizacja dotychczasowych rozwiązań i budżetu
- Konfiguracja nowych rozwiązań i budżetu
- Wdrożenie nowej reklamy

V. Przyszłość - czyli kierunek w jakim zmierza marketing internetowy

- Nowinki, ciekawostki, trendy
- Prognozowane zmiany

III CZĘŚĆ

I. Wprowadzenie

- Pojęcie wyszukiwarki internetowej, przykłady, sposób działania, historia
- Dobór słów kluczowych oraz ich znaczenie
- Algorytmy w wyszukiwarkach internetowych
- Różnice pomiędzy pojęciem pozycjonowania a optymalizacji
- Techniki on-site i off-site

II. Podstawy

- Indeksacja
- Błędy i przekierowania
- Wyszukiwarki internetowe - jak korzystać by znaleźć jak najlepiej dopasowany wynik do naszych oczekiwań

III. Słowa kluczowe

- Sposoby na znalezienie najlepszych słów kluczowych
- Budżet i strategia
- Narzędzia do wyszukiwania słów kluczowych
- Rodzaje słów kluczowych
- Słowa kluczowe w treści i w domenie - czy to jeszcze działa?
- Badanie konkurencji

IV. Domena

- Jak dobierać domeny w zależności od słowa kluczowego i branży
- Dobór domen w Polsce i w innych krajach
- Co jest lepsze? Domena z końcówką krajową czy podstrona krajowa
- Gdzie znaleźć dobre domeny
- Gdzie utrzymywać domeny

V. Optymalizacja

- Optymalizacja i dobór rozwiązań serwerowych
- Optymalizacja treści
- Optymalizacja obrazów
- Optymalizacja kodu
- Optymalizacja bazy danych
- Optymalizacja zapytań
- Optymalizacja pod treść, mapy, wiadomości, grafikę, wideo od Google
- Cache
- UX oraz urządzenia mobilne
- Narzędzia wykorzystywane do optymalizacji

VI. Pozycjonowanie

- Meta tagi
- Przydatne znaczniki
- Hiperłącza
- Adresy URL
- Adresy kanoniczne
- W3C
- Linkowanie wewnętrzne
- Linkowanie zewnętrzne
- Wyszukiwanie głosowe
- Mapa witryny
- Fasety, sidebary, breadcrumbs, nawigacje, strony kategorii

VII. Badanie zachowania użytkowników

- Wpływ zachowania użytkownika na wyniki w wyszukiwarce internetowej
- Narzędzia do badania i monitorowania zachowania

VIII. Ogólnodostępne skrypty, przydatne moduły i czy warto je wybierać?

- WordPress
- Drupal
- Prestashop
- Magento

IX. Niebezpieczeństwa

- Bany i filtry od Google
- Nieuczciwe firmy
- Sprzedaż linków
- Hostingi pod SEO - czy bezpieczne?
- Duplikacja treści
- SWL

X. Automatyzacja zadań

- Synonimizacja
- Automatyzacja procesów linkowania

XI. Własne zaplecze, pressel pages, katalogi, fora, komentarze - czy warto inwestować w to swój czas i pieniądze?

- Zaplecze
- Pressel Pages
- Katalogi stron
- Księgi gości
- Fora
- Komentarze
- Inne skrypty

XII. Social media jak źródło użytkowników i linkowania - implementacja, linkowanie, budowa społeczności

- Facebook

- Twitter
- Instagram
- Pinterest
- Inne

Egzamin podsumowujący.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 24

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 24 Wybór motywu, modyfikacja i personalizacja.	Adrian Flak	16-09-2024	09:00	09:45	00:45
2 z 24 Pagebuilder – zasady działania.	Adrian Flak	16-09-2024	09:45	11:15	01:30
3 z 24 Przerwa	Adrian Flak	16-09-2024	11:15	11:30	00:15
4 z 24 Wtyczki	Adrian Flak	16-09-2024	11:30	13:00	01:30
5 z 24 Zmiana wyglądu strony.	Adrian Flak	16-09-2024	13:00	14:30	01:30
6 z 24 Analiza stron	Adrian Flak	16-09-2024	14:30	15:15	00:45
7 z 24 Wprowadzenie - marketing internetowy	Adrian Flak	17-09-2024	09:00	09:45	00:45
8 z 24 Kampanie - analiza i audyt	Adrian Flak	17-09-2024	09:45	11:15	01:30
9 z 24 Przerwa	Adrian Flak	17-09-2024	11:15	11:30	00:15
10 z 24 Kampania Google Ads	Adrian Flak	17-09-2024	11:30	13:00	01:30
11 z 24 Kampania na stronach sprzedażowych	Adrian Flak	17-09-2024	13:00	14:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 24 Przyszłość - czyli kierunek w jakim zmierza marketing internetowy	Adrian Flak	17-09-2024	14:30	15:15	00:45
13 z 24 Wprowadzenie	Adrian Flak	18-09-2024	09:00	09:45	00:45
14 z 24 Podstawy	Adrian Flak	18-09-2024	09:45	11:15	01:30
15 z 24 Przerwa	Adrian Flak	18-09-2024	11:15	11:30	00:15
16 z 24 Słowa kluczowe; Domena	Adrian Flak	18-09-2024	11:30	13:00	01:30
17 z 24 Optymalizacja	Adrian Flak	18-09-2024	13:00	14:30	01:30
18 z 24 Pozycjonowanie	Adrian Flak	18-09-2024	14:30	15:15	00:45
19 z 24 Badanie zachowania użytkowników	Adrian Flak	19-09-2024	09:00	09:45	00:45
20 z 24 Ogólnodostępne skrypty, przydatne moduły i czy warto je wybierać?	Adrian Flak	19-09-2024	09:45	11:15	01:30
21 z 24 Przerwa	Adrian Flak	19-09-2024	11:15	11:30	00:15
22 z 24 Niebezpieczeństwa; Automatyzacja zadań	Adrian Flak	19-09-2024	11:30	13:00	01:30
23 z 24 Własne zaplecze, pressel pages, katalogi, fora, komentarze - czy warto inwestować w to swój czas i pieniądze?	Adrian Flak	19-09-2024	13:00	14:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
24 z 24 Social media jak źródło użytkowników i linkowania - implementacja, linkowanie, budowa społeczności; Egzamin podsumowujący	-	19-09-2024	14:30	15:15	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	150,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	150,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Adrian Flak

Ukończył studia wyższe I i II stopnia na kierunku Informatyka. Praktyk i szkoleń w zakresie E-commerce, SEO, SEM oraz programowania. Przeprowadził wiele szkoleń dotyczących nowoczesnych technik sprzedażowych w Internecie oraz programowania. Ukończył kursy ORACLE związane z JEE7 czy SQL. Zrealizował wiele projektów E-commerce oraz pracował na stanowiskach związanych z tą branżą.

Trener posiada odpowiednie do rodzaju i zakresu świadczonych usług doświadczenie zawodowe, nabyte w ciągu ostatnich 5 lat od daty publikacji usługi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy z uczestników otrzyma tematyczne materiały dydaktyczne w postaci skryptów oraz prezentacji w formie pdf, przesłanych na adres e-mail, najpóźniej w dniu rozpoczęcia szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem uzyskania zaświadczenia potwierdzającego zdobyte kompetencje jest przystąpienie do egzaminu na zakończenie szkolenia. Na egzamin uczestnik nie musi dokonywać osobnego zapisu.

Koszt egzaminu wliczony jest w cenę usługi i odbędzie się w ustalonym wg harmonogramu szkolenia terminie.

Informacje dodatkowe

Nie pasuje Ci termin szkolenia? Skontaktuj się z nami!

Telefon: 601 847 454

Mail: kontakt@future-consulting.pl

Adres

ul. Agatowa 5/U9D

20-400 Lublin

woj. lubelskie

Szkolenie odbędzie się w sali szkoleniowej zlokalizowanej przy ul. Agatowej 5/U9D w Lublinie.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Monika Ornal-Olech

E-mail monikaornal@wp.pl

Telefon (+48) 601 847 454