

Fundacja Homo  
Perfectus

## Własny sklep internetowy / sprzedaż przez Internet

Numer usługi 2024/08/05/28085/2250882

zdalna w czasie rzeczywistym

Usługa szkoleniowa

21 h

29.08.2024 do 31.08.2024

4 830,00 PLN brutto

4 830,00 PLN netto

230,00 PLN brutto/h

230,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Sprzedaż
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Szkolenie skierowane jest do osób, które są zainteresowane założeniem i/lub rozwojem działalności gospodarczej w formie sprzedaży internetowej oraz osób, które chcą zdobyć lub poszerzyć wiedzę na temat prowadzenia sprzedaży internetowej.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	5
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	16
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	28-08-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	21
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

## Cel

### Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje do samodzielnego prowadzenia działań z zakresu sprzedaży z wykorzystaniem narzędzi i rozwiązań cyfrowych. Usługa przygotowuje do koordynacji i wyznaczania celów do realizacji działań sprzedażowych wykorzystujących cyfrowe narzędzia.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą z zakresu e-commerce	Definiuje pojęcia dotyczące sprzedaży internetowej	Test teoretyczny
	Wymienia przykłady i zasady działania nowoczesnych narzędzi i rozwiązań cyfrowych wykorzystywanych w e-commerce	Test teoretyczny
	charakteryzuje rynek e-commerce	Test teoretyczny
	charakteryzuje klientów e-commerce	Test teoretyczny
Analizuje kanały komunikacji z klientem	charakteryzuje kanały komunikacji z klientem	Test teoretyczny
	wskazuje zasadność wyboru kanałów komunikacji	Test teoretyczny
	dopasowuje kanały komunikacji do typów klientów	Test teoretyczny
analizuje wskaźniki sprzedaży internetowej	Charakteryzuje wskaźniki sprzedaży	Test teoretyczny
	Wskazuje cele sprzedaży	Test teoretyczny
	opracowuje wskaźniki sprzedaży	Test teoretyczny
Przygotowuje proces sprzedaży internetowej	charakteryzuje cele sprzedaży	Test teoretyczny
	definiuje klientów	Test teoretyczny
	opisuje ścieżkę zakupową	Test teoretyczny
	wskazuje i uzasadnia wybrane narzędzia sprzedaży	Test teoretyczny
	tworzy lejek sprzedażowy	Test teoretyczny
	wskazuje wybrane wskaźniki sprzedaży	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**

### Blok 1.1.

1. Test wiedzy
2. Czym jest e-commerce
3. Najważniejsze pojęcia sprzedaży internetowej (CRM, UX, customer journey, SEO itp.)
4. Typy e-commerce
5. Rodzaje platform e-Commerce
6. E-Commerce – pozycjonowanie, zwiększenie ruchu, zwiększenie sprzedaży
7. Omówienie korzyści ze stosowania rozwiązań e-commerce, w tym wykorzystujących algorytmy AI

### Blok 1.2.

1. Charakterystyka rynku e-Commerce
2. Charakterystyka i typy klientów e-commerce
3. Inspiracje i zachowania nabywców online
4. Dostosowywanie strategii sprzedażowej do klientów (ćwiczenia)
5. Projektowanie sprzedaży online
  - specyfika projektowania e-commerce oraz serwisów transakcyjnych
  - projektowanie procesów sprzedażowych i check-out w sklepie internetowym
  - psychologia zachowań konsumentów online – jak wpłynąć na decyzje klientów i zmotywować ich do zakupów

### Blok 1.3.

1. Nowoczesne kanały komunikacji z klientem w e-commerce:
  - Wiadomość e-mail,
  - Wiadomość SMS,
  - Live chat,
  - Media społecznościowe,
  - Komunikacja outbound,
  - Komunikacja inbound,
  - Formularz kontaktowy,
  - Infolinia.
2. Najnowsze trendy w e-commerce: automatyzacja, personalizacja, kontekstowość (ćwiczenia)
3. Film/y edukacyjne, dobre praktyki i benchmarki

### Blok 2.1.

## 1. Procesy sprzedażowe w gospodarce cyfrowej

- digitalizacja procesów oraz integracja danych w obszarach marketingu, sprzedaży,
- Systemy IT sercem cyfrowej transformacji
- Cyfrowa transformacja i agregacja danych w marketingu i sprzedaży

## 2. Cyfrowa ścieżka klienta

- Typy klientów (persona/y). Targetowanie.
- Cyfrowa ścieżka klienta – czym jest
- Zastosowania ścieżki klienta (ćwiczenia)
- Przykładowa ścieżka klienta w internecie (case study)
- Ścieżka klienta a lejek konwersji

### Blok 2.2.

#### 1. Metody budowania cyfrowej ścieżki klienta

#### 2. Model ścieżki zakupowej 5A:

- Świadomość (A – Aware)
- Atrakcyjność (A – Appeal)
- Pytania (A – Ask)
- Działanie (A – Act)
- Orędownictwo (A – Advocate)

#### 3. Cele reklamowe i model ścieżki zakupowej 5A w praktyce (case study)

#### 4. Jak dobrze zaprojektować ścieżkę konsumenta?

#### 5. Filmy edukacyjne/benchmarki

### Blok 2.3.

#### Lejki sprzedażowe

- Czym są
- Dla kogo
- Elementy: sprzedażowe, wizerunkowe, marketingowe
- Etapy (ToFu, MoFu i BoFu)
- Lejek B2B i B2C
- Nieliniowy lejek sprzedażowy
- Efekty jakie daje zastosowanie lejka sprzedażowego
- Dlaczego warto stosować lejek sprzedażowy
- Lejek a proces sprzedaży
- Do czego wykorzystać lejek sprzedaży?
- Analiza sprzedaży
- Tworzenie lejka - ćwiczenia

### Blok 3.1.

#### Sprzedaż z wykorzystaniem mediów społecznościowych (social selling)

- Co to jest social selling?
- Social Selling: Taktyki i kanały
- Jak działa algorytm LinkedIn? (case study)
- Social selling – jakie działania prowadzić?
- Jak sprzedawać, dzięki social media?
- Jak sprawdzić social selling index? (ćwiczenia)

### Blok 3.2.

#### System CRM – platforma obsługi klienta

- Czym jest
- Zarządzanie relacjami z klientem
- CRM – dla kogo

- Funkcjonalności CRM
- Wdrożenie CRM
- Dedykowany CRM
- Mobilny CRM
- CRM w chmurze
- Korzyści z wdrożenia CRM
- Jakiego problemu rozwiązuje system CRM
- Przykłady systemów CRM
- CRM dla firmy handlowej (case study)
- Filmy edukacyjne – innowacje/benchmarki

### Blok 3.3.

Wskaźniki KPI (Key Performance Indicator)

- Definicja
- Przykłady KPI
- Dlaczego kluczowe wskaźniki efektywności są ważne?
- 5 najważniejszych wskaźników KPI dla e-commerce
- Jak sprawdzać KPI i na nie wpływać?
- Opracowanie wskaźników KPI dla biznesu (ćwiczenia)

### Blok 3.4.

Walidacja i podsumowanie szkolenia

**Godzina szkolenia trwa 45 minut. Przerwy nie są wliczane do czasu trwania usługi szkoleniowej.**

**Usługa realizowana jest on-line.**

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 16</b> Blok 1.1 E-commerce - główne pojęcia (2 godz.; test przed rozpoczęciem zajęć, wykłady)	Tymoteusz Mitlewski	29-08-2024	09:00	10:30	01:30
<b>2 z 16</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	29-08-2024	10:30	10:45	00:15
<b>3 z 16</b> Blok 1.2 Charakterystyka rynku e-commerce (2 godz.; wykłady, ćwiczenia)	Tymoteusz Mitlewski	29-08-2024	10:45	12:15	01:30
<b>4 z 16</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	29-08-2024	12:15	12:30	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>5 z 16</b> Blok 1.3 Nowoczesne kanały komunikacji z klientem (3 godz.; wykłady, materiały video, case study)	Tymoteusz Mitlewski	29-08-2024	12:30	14:45	02:15
<b>6 z 16</b> Blok 2.1 Procesy sprzedażowe i cyfrowa ścieżka klienta (2 godz.; wykłady, case study, ćwiczenia)	Tymoteusz Mitlewski	30-08-2024	09:00	10:30	01:30
<b>7 z 16</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	30-08-2024	10:30	10:45	00:15
<b>8 z 16</b> Blok 2.2 Metody budowania cyfrowej ścieżki klienta (2 godz.; wykłady, case study, materiały video)	Tymoteusz Mitlewski	30-08-2024	10:45	12:15	01:30
<b>9 z 16</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	30-08-2024	12:15	12:30	00:15
<b>10 z 16</b> Blok 2.3 Lejki sprzedażowe (3 godz.; wykłady, ćwiczenia)	Tymoteusz Mitlewski	30-08-2024	12:30	14:45	02:15
<b>11 z 16</b> Blok 3.1 Sprzedaż z wykorzystaniem mediów społecznościowych (2 godz.; wykłady, ćwiczenia)	Tymoteusz Mitlewski	31-08-2024	09:00	10:30	01:30
<b>12 z 16</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	31-08-2024	10:30	10:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>13 z 16</b> Blok 3.2 System CRM – platforma obsługi klienta (2 godz.; wykłady, case study, materiały video)	Tymoteusz Mitlewski	31-08-2024	10:45	12:15	01:30
<b>14 z 16</b> Przerwa	Tymoteusz Mitlewski	31-08-2024	12:15	12:30	00:15
<b>15 z 16</b> Blok 3.3 Wskaźniki KPI (2 godz.; wykłady, case study, materiały video)	Tymoteusz Mitlewski	31-08-2024	12:30	14:00	01:30
<b>16 z 16</b> Blok 3.4 Walidacja i podsumowanie szkolenia (1 godz. test na zakończenie zajęć, dyskusja)	-	31-08-2024	14:00	14:45	00:45

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 830,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 830,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	230,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	230,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



**1 z 1**

**Tymoteusz Mitlewski**



Absolwent Uniwersytetu Wiedeńskiego na kierunku komunikacja i stosunki międzyludzkie. Praktyk z ponad 25 letnim doświadczeniem, właściciel agencji PR. Doradca zarządów, twórca zespołów, kreator brandów i kampanii, w tym CSR. Doświadczenie nabywał pracując dla firm - od startupów po korporacje - z kilkudziesięciu branż. Autor wielu koncepcji, kreacji, kampanii i eventów w tym 5-letniego, ogólnopolskiego prospołecznego projektu CSR. Brał udział i prowadził projekty w obszarach tworzenia i modyfikowania struktur organizacyjnych, mapowania i optymalizacji procesów biznesowych, przygotowywania i wdrażania strategii, audytów i analiz efektywnościowych, zarządzania zmianą oraz benchmarkingu. Specjalizuje się w doradztwie biznesowym, optymalizacji komunikacji przedsiębiorstw, budowaniu nowych produktów/brandów, a także integracji technologii cyfrowych i procesów biznesowych w przedsiębiorstwach. Posiada ponad 120 h doświadczenia w prowadzeniu szkoleń (dla osób dorosłych) o podobnej tematyce w ostatnich 2 latach oraz ponad 500 godzin doradztwa z obszaru zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej, zarządzania przedsiębiorstwem, zarządzania relacjami z klientami oraz planowania i tworzenia kampanii marketingowych. Adres e-mail: t.mitlewski@homoperfectus.org.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

W trakcie szkolenia uczestnicy otrzymają dostęp do materiałów szkoleniowych - prezentacja w formacie .pdf oraz dostęp do materiałów multimedialnych.

### Informacje dodatkowe

Warunkiem uzyskania zaświadczenia o ukończeniu szkolenia jest obecność na min. 80% czasu trwania szkolenia i uzyskanie pozytywnego wyniku walidacji.

**Szkolenie realizowane jest metodami interaktywnymi.**

#### Metody stosowane podczas szkolenia:

- wykład,
- praktyczne przykłady,
- ćwiczenia,
- warsztaty,
- case study,
- materiały video,
- testy sprawdzające wiedzę.

## Warunki techniczne

#### Warunki techniczne:

- 1) **Platforma** (rodzaj komunikatora): WEBEX (<http://webex.com.video-conferencing>), platforma obsługiwana jest przez dedykowaną aplikację lub przeglądarkę;
- 2) Minimalne **wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego**: 20/20 Mbit – zalecane do płynnej transmisji;
- 3) Minimalne **wymagania sprzętowe**: urządzenie (komputer, tablet, smartphone itp.) z dostępem do internetu
- 4) Niezbędne **oprogramowanie** umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów: czytnik plików w formacie .pdf oraz .doc(s);
- 5) Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line: ważny przez okres trwania szkolenia.



Podstawą do rozliczenia usługi jest przedstawienie wygenerowanego z systemu raportu, umożliwiającego weryfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

## Kontakt



**Alicja Koszewar**

**E-mail** [a.koszewar@homoperfectus.org](mailto:a.koszewar@homoperfectus.org)

**Telefon** (+48) 500 244 644