



Logo DIGITAL
BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA

DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA



Szkolenie E-Commerce – jak sprzedawać w Internecie w dobie sztucznej inteligencji AI. Customer journey, marketing automation i e-mail marketing.

Numer usługi 2025/03/07/118911/2605795

📍 Gdańsk / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 11.06.2025 do 12.06.2025

2 880,00 PLN brutto

2 880,00 PLN netto

180,00 PLN brutto/h

180,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
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	2
Maksymalna liczba uczestników	4
Data zakończenia rekrutacji	09-06-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem usługi jest przygotowanie uczestnika do wykorzystania różnych metod promocji firmy w sieci, za pomocą zarówno płatnych form reklamy jak i narzędzi bezpłatnych.

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	Test teoretyczny
	Definiuje jakie trzy podstawowe warunki musi spełnić, by strona firmowa pojawiała się w Google i zdobywała dobrych klientów	Test teoretyczny
	Ocenia kiedy warto inwestować w SEO, a kiedy nie warto	Test teoretyczny
Charakteryzuje różnice między platformami e-commerce (WooCommerce, PrestaShop, Magento).	Poznaje zasady projektowania przyjaznej użytkownikowi szaty graficznej sklepu internetowego.	Test teoretyczny
	Identyfikuje kluczowe elementy sklepu internetowego (kategorie, strony produktów, proces checkout, maile transakcyjne).	Test teoretyczny
	Tworzy newsletter przy wykorzystaniu dostępnych szablonów	Test teoretyczny
Stosuje sztuczną inteligencję AI w E-Commerce	Łączy sklep internetowy z narzędziami do e-mailingu	Test teoretyczny
	Wykorzystuje narzędzia e-mailingowe do budowania relacji z klientem i zwiększania 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

Usługa stacjonarna, szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min.

Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

Liczbę godzin praktycznych: 12h

Liczba godzin teoretycznych: 4h

Metody pracy: wykłady, dyskusje z uczestnikami i case study uczestników, ćwiczenia indywidualne, videorozmowa, współdzielenie ekranu, interaktywny chat za pomocą, którego będą przesyłane linki do podstron i omawianych tematów.

Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia. Szkolenie przeznaczone jest zarówno dla osób początkujących, jak i osób bardziej zaawansowanych.

Trener: Krzysztof Bernardyn

1 DZIEŃ:

Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)

Blok I – Nasz własny sklep internetowy – dobre praktyki na 2025 rok.- teoria-rozmowa na żywo

- 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?
- **Jak wykorzystać sztuczną inteligencję do tworzenia chwytliwych opisów?**
- Audyt stron sprzedażowych.

Blok II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta.-teoria+ praktyka-rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu

- Lejek sprzedażowy – skąd się biorą nasi klienci?
- 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.
- **Automatyzacja procesów pozakupowych z wykorzystaniem sztucznej inteligencji.**

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

- Generowanie leadów – jak pozyskiwać kontakty w internecie?

- Planowanie kampanii reklamowych – wybór źródeł pozyskiwania leadów.
- **Wykorzystanie sztucznej inteligencji do opracowywania strategii naszego sklepu**
- Reklama w wyszukiwarkach cenowych – Google Ads
- Google Merchant / Google Zakupy – wady, zalety. Przegląd narzędzia i dostępnych informacji
- Porównywarki cenowe: po co istnieją, jakie występują w Polsce
- Przegląd funkcji ceneo.pl
- Allegro vs nasz sklep: czy warto korzystać z marketplace'ów?
- **Czy, jak i dlaczego marketplace'y wykorzystują sztuczną inteligencję do własnych celów**
- Jak skłaniać potencjalnych klientów do pozostawienia danych w okresie przebadzowania?
- Integrator Baselinker: zalety i wady rozwiązania.
- Jak budować bazę odbiorców – e-mail, SMS, dane z social media?

Blok IV – Marketing automation i e-mail marketing w e-commerce, opinie-teoria+praktyka-rozmowa na żywo, ćwiczenia

- Czym jest marketing automation (MA) – początki, stan obecny i perspektywy rozwoju
- MA po stronie sklepu vs wykorzystanie zewnętrznych integratorów
- Przegląd najpopularniejszych narzędzi MA
- **Systemy mailingowe – stworzenie szablonu newslettera przy wykorzystaniu narzędzia. Połączenie e-mail marketingu ze sklepem internetowym i pop'upem na stronie.**
- Budowanie trwałych relacji z klientami z wykorzystaniem MA
- Systemy CRM – przegląd narzędzi dla e-commerce
- Opinie: zarządzanie opiniami, konfiguracje, zaufane opinie, widget opinii w naszym sklepie,
- Zaufane opinie, opinie konsumenckie Google – przegląd rozwiązań i dobre praktyki na 2025 rok.

2 DZIEŃ:

Blok I – User Experience, architektura informacji, wyszukiwanie – analiza jakościowa procesu zakupowego- teoria+ praktyka-rozmowa na żywo, ćwiczenia

- Dogłębna analiza
- strony
- **produktowej**
- : zdjęcia, opisy, tytuły, metaopisy, znaczniki rozszerzone json, og.
- Dogłębna analiza
- strony
- **kategorii**
- : zdjęcia, opisy, tytuły, metaopisy, znaczniki rozszerzone json, og.
- Kategorie w e-commerce: card sorting, ustalanie hierarchii,
- Strona koszyka i zamówienia: dobre praktyki, trendy
- Wyszukiwarki w e-commerce: kiedy i jak stosować, ustawianie wagi czynników: nazwa / tagi / synonimy / kategorie, wyszukiwanie inteligentne z trackingiem użytkownika
- Przegląd narzędzi do analizy jakościowej – ankiety, NPS, nagrywanie ekranu, mapy ciepła (heatmaps)
- Instalacja i aktywacja narzędzi do analizy jakościowej, w tym ankiety pozakupowe

Blok II – SEO w e-commerce: czynniki wpływające na pozycje w Google-praktyka-ćwiczenia

- Najważniejsze czynniki wpływające na pozycje w Google – jak działają algorytmy?
- Najnowsze zmiany w algorytmach Google: **sztuczna inteligencja SGE**
- Jak wpływać na pozycję w Google? – **czynniki wewnętrzne**
- Jak wpływać na pozycję w Google? – **czynniki zewnętrzne**
- Optymalna budowa adresów stron oraz linki – architektura informacji
- Google Search Console – raporty wydajności, indeksacja, CTR
- Optymalna budowa strony pod wyszukiwarkę Google
- Jak AI Google rozpoznaje teksty generowane przez AI?
- Przegląd narzędzi do analizy SEO: Ahrefs, Senuto, MOZ

Blok III – SEO Copywriting dla e-commerce-praktyka- ćwiczenia

- SEO Copywriting – jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?
- Pisanie tekstów z wykorzystaniem słów kluczowych – dobór i analiza słów kluczowych

- Wykorzystywanie sztucznej inteligencji do tworzenia tekstów
- Sprawdzanie statusów „Ai generated” vs „Human writing”
- Jak uniknąć przeoptimalizowania witryny?
- Jak wpływać na pozycję w Google? – czynniki zewnętrzne
- Rodzaje linków
- Link Building
- W jaki sposób poprawnie linkować?

Blok IV – Bezpieczeństwo i wydajność e-commerce-teoria-rozmowa na żywo

- Najczęstsze sposoby i cele ataków sklepów internetowych
- Jak wybrać odpowiedni: bezpieczny i wydajny serwer? Rodzaje dostępnych hostingów.
- Podstawowe zasady bezpieczeństwa przy prowadzeniu i obsłudze sklepów.
- Emergency chceklist – gotowe instrukcje i procedury na wypadek awarii. Jak postępować z klientami, gdy coś nie działa?
- „Bezawaryjność” jako istotny czynnik budowania zaufania do marki, przegląd programów antywirusowych, firewall’i i statusu indeksacji na „czarnych listach”
- Narzędzia do sprawdzania wydajności e-commerce: wbudowane w system i zewnętrzne: Google Insights, GT Metrix
- Reputacja domeny: Talos Intelligence MX Toolbox i inne. Obsługa maili na zewnętrznych serwerach (MS, AWS, Google)

Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 880,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 880,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	180,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia

Warunki uczestnictwa

Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej

Rekomendowane warunki techniczne:

- Założone konto Canva (może być wersja bezpłatna)
- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy);
- 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej);
- System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 11), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS.
- Korzystanie z Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge (Chromium), Yandex lub Opera. Należy korzystać z najaktualniejszej oficjalnej wersji wybranej przeglądarki.

Należy zabrać:

- laptopa, myszkę, ładowarkę
- telefon i ładowarkę

Informacje dodatkowe

Jak przygotować się do szkolenia aby było jeszcze bardziej efektywne?

- Sprawdź czy masz dostęp do swojej strony internetowej/sklepu – jeśli jest to możliwe – pozyskaj
- Sprawdź czy masz dostęp do swojego konta w Google Analytics -- jeśli jest to możliwe – pozyskaj

Adres

ul. Kaprów 3a/36

80-316 Gdańsk

woj. pomorskie

Sala szkoleniowa mieści się w Gdańsku - Oliwa, na trzecim piętrze w kamienicy biurowej.

W pobliżu znajduje się parking płatny. Łatwy dojazd środkami komunikacji miejskiej: SKM, tramwaj, autobus.

Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami:

- Winda
- Podjazd
- Szerokie drzwi
- Dostosowana toaleta

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Zdjęcie
Magdalena
Głomska

Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506