



DIGITAL BRAND  
MAGDALENA  
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5

1 684 oceny

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

Numer usługi 2025/07/17/118911/2886560

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📅 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 14.10.2025 do 15.10.2025

1 440,00 PLN brutto

1 440,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

|                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kategoria</b>                     | Biznes / Sprzedaż                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Identyfikatory projektów</b>      | Kierunek - Rozwój, Małopolski Pociąg do kariery, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Grupa docelowa usługi</b>         | <p>Grupa docelowa usługi kierowana jest do:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Jednoosobowych działalności gospodarczych</li> <li>Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli</li> <li>Specjalistów SEO / SEM</li> <li>Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników</li> <li>Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów</li> <li>Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce</li> <li><b>Uczestników projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe</b></li> <li><b>Uczestników projektu Kierunek-Rozwój</b></li> <li><b>Uczestników projektu Bony rozwojowe</b></li> <li>Usługa również jest adresowana do uczestników Projektu MP oraz dla uczestników projektu NSE</li> <li>Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i/lub dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem".</li> </ul> |
| <b>Minimalna liczba uczestników</b>  | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Maksymalna liczba uczestników</b> | 10                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Data zakończenia rekrutacji</b>   | 13-10-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Forma prowadzenia usługi</b>      | zdalna w czasie rzeczywistym                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

# 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 |
| Stosuje sztuczną inteligencję AI w E-Commerce                                              | Tworzy newsletter przy wykorzystaniu dostępnych szablonów                                                                   | Test teoretyczny |
|                                                                                            | 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

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

TAK

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

TAK

## Program

Usługa zdalna w czasie rzeczywistym, 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 przebadzcowania?
- 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 przeoptymizowania 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: 15

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                         | Prowadzący          | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <div>1 z 15</div> Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)                                    | -                   | 14-10-2025            | 08:30               | 08:45               | 00:15         |
| <div>2 z 15</div> Blok I - Nasz własny sklep internetowy – dobre praktyki na 2025 rok.- teoria- rozmowa na żywo | Krzysztof Bernardyn | 14-10-2025            | 08:45               | 10:00               | 01:15         |
| <div>3 z 15</div> Przerwa                                                                                       | Krzysztof Bernardyn | 14-10-2025            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                                                                   | Prowadzący          | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>4 z 15</b> Blok II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta.- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Krzysztof Bernardyn | 14-10-2025            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>5 z 15</b> Przerwa                                                                                                                                                                     | Krzysztof Bernardyn | 14-10-2025            | 12:00               | 12:30               | 00:30         |
| <b>6 z 15</b> Blok III - Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.- praktyka- ćwiczenia                                       | Krzysztof Bernardyn | 14-10-2025            | 12:30               | 14:00               | 01:30         |
| <b>7 z 15</b> Blok IV – Marketing automation i e-mail marketing w e-commerce, opinie- teoria+praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia                                                         | Krzysztof Bernardyn | 14-10-2025            | 14:00               | 15:30               | 01:30         |
| <b>8 z 15</b> Blok I – User Experience, architektura informacji, wyszukiwanie – analiza jakościowa procesu zakupowego- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia                       | Krzysztof Bernardyn | 15-10-2025            | 08:30               | 10:00               | 01:30         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                               | Prowadzący          | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>9 z 15</b> Przerwa                                                                                 | Krzysztof Bernardyn | 15-10-2025            | 10:00               | 10:30               | 00:30         |
| <b>10 z 15</b> Blok II – SEO w e-commerce: czynniki wpływające na pozycje w Google-praktyka-ćwiczenia | Krzysztof Bernardyn | 15-10-2025            | 10:30               | 12:00               | 01:30         |
| <b>11 z 15</b> Przerwa                                                                                | Krzysztof Bernardyn | 15-10-2025            | 12:00               | 12:30               | 00:30         |
| <b>12 z 15</b> Przerwa                                                                                | Krzysztof Bernardyn | 15-10-2025            | 12:00               | 12:30               | 00:30         |
| <b>13 z 15</b> Blok III – SEO Copywriting dla e-commerce-praktyka-ćwiczenia                           | Krzysztof Bernardyn | 15-10-2025            | 12:30               | 14:00               | 01:30         |
| <b>14 z 15</b> Blok IV – Bezpieczeństwo i wydajność e-commerce-teoria-rozmowa na żywo                 | Krzysztof Bernardyn | 15-10-2025            | 14:00               | 15:15               | 01:15         |
| <b>15 z 15</b> Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)                            | -                   | 15-10-2025            | 15:15               | 15:30               | 00:15         |

## Cennik

### Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 1 440,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 1 440,00 PLN |

Koszt osobogodziny brutto

90,00 PLN

Koszt osobogodziny netto

90,00 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 prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia

### Warunki uczestnictwa

#### Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Logowanie się pełnym imieniem i nazwiskiem
- Włączona kamera oraz dostęp do mikrofonu

#### Niespełnienie powyższych może skutkować brakiem dofinansowania

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej
- W ramach realizacji usług szkoleniowych, Organizator utrzuca wizerunek Uczestników w formie nagrań wideo, fotografii lub innych materiałów audiowizualnych wyłącznie w celach archiwizacyjnych, kontrolnych oraz dokumentacyjnych związanych z projektem dofinansowanym.
- Uczestnik zapisując się na szkolenie wyraża zgodę na utrwalenie i wykorzystanie jego wizerunku w wyżej wymienionych celach.
- Organizator nie udostępnia nagrań Uczestnikom po szkoleniu.

Regulamin świadczenia usług szkoleniowych znajduje się na stronie:

<https://digitalbrand.com.pl/>

## Informacje dodatkowe

Zawarto umowę z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój

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

## Warunki techniczne

Rekomendowane warunki techniczne:

- 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.
- Szkolenie będzie prowadzone na platformie ClickMeeting. 3 dni przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link do szkolenia.
- Link jest aktywny od rozpoczęcia szkolenia do daty jego zakończenia
- Aby mieć pewność, że możemy wziąć udział w wydarzeniu bez jakichkolwiek problemów, warto przed szkoleniem sprawdzić działanie platformy, dźwięku i kamery za pomocą udostępnionego podczas logowania **Testu konfiguracji systemu** i postępować zgodnie z instrukcją
- **Działająca kamera i mikrofon** w celu POTWIERDZENIA I UDOKUMENTOWANIA SWOJEJ OBECNOŚCI PODCZAS SZKOLENIA (

warunek obligatoryjny dla szkoleń z dofinansowaniem

- Urządzenie pozwalające na swobodny udział w szkoleniu (laptop/tablet/telefon – preferowany laptop/komputer)
- Stabilne połączenie z Internetem
- Rekomendujemy, aby podczas szkolenia móc korzystać z dwóch monitorów – na jednym, żeby była wyświetlane szkolenie i prezentowane funkcjonalności, na drugim będą Państwo mogli pracować niemalże jednocześnie wraz z Trenerem. Drugim monitorem może być drugi komputer, telewizor lub tablet.

## Kontakt



**Magdalena Głomska**

**E-mail** [biuro@digitalbrand.com.pl](mailto:biuro@digitalbrand.com.pl)

**Telefon** (+48) 505 139 506