

Możliwość dofinansowania

Szkolenie realizowane w ramach projektu „Postaw swój biznes na nogi” –E-commerce

Numer usługi 2026/01/07/162674/3242808

Smart Safety Consulting Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością



3 490,08 PLN

brutto

3 490,08 PLN

netto

218,13 PLN

brutto/h

218,13 PLN

netto/h

Warszawa

Usługa szkoleniowa

stacjonarna

16:00 h

19.05.2026 do 20.05.2026

Informacje podstawowe

- Kategoria
Biznes / Sprzedaż
- Grupa docelowa usługi

Usługa skierowana jest do os. dorosłych odp. za marketing i sprzedaż w e-commerce, którzy w swojej pracy chcą zwiększać skuteczność działań online oraz rozwijać kompetencje w zakr. strategii cyfrowej.

W szkoleniu mogą wziąć udział:

- **Specjaliści i menedżerowie e-commerce** – zarządz. sprzedażą online, analiza wyników i optymalizacja procesów
- **Marketing managerowie i koordynatorzy proj. online**–planowanie i nadzór kampanii market. oraz koord. zespoł.
- **Os. prowadzące sklepy internet. lub zarządzające kampaniami marketingowymi** – obsługa sklepu online, zarządz. ofertą i kampaniami sprzedaż.
- **Pracownicy dział. marketingu, contentu oraz analityki internetowej**–tworzenie treści, analiza danych i wspieranie działań marketingowych
- licz. uczest:**3-10 osób**(opt. do ćw. prak.,pracy w grup. i symulacji wystąpień)

Udział w szkol. nie wymaga uprzedniego przyg. merytorycznego.Prog. został opracowany z myślą o os. rozpocz. zdobywanie wiedzy w danym obszarze,w tym również o uczest. bez wcześ. dośw. w szkol w tej tem

- Minimalna liczba uczestników
3
- Maksymalna liczba uczestników
10

- Data zakończenia rekrutacji
18-05-2026
- Forma prowadzenia usługi
stacjonarna
- Liczba godzin usługi
16
- 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

Usługa przygotowuje Uczestnika do samodzielnego tworzenia i realizacji strategii marketingowej sklepu internet. oraz do skutecznego prowadz. działań marketingowych w e-commerce. Uczestnik nauczy się dobierać i optymalizować kanały online, ustalać KPI, wykorzystywać narzędzia analityczne i marketingowe, stosować SEO, Google Ads, Meta Ads i Marketplace, tworzyć treści i copywriting zgodne z wytycznymi SEO oraz korzystać z narzędzi AI w marketingu w celu zwiększenia efektywności działań i sprzedaży.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się, kryteria weryfikacji i metody walidacji.

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje rolę strategii marketingowej w eCommerce	– rozróżnia cele krótkoterminowe i długoterminowe strategii marketingowej	Test teoretyczny
	– wskazuje elementy składające się na strategię marketingową	Test teoretyczny
Charakteryzuje kanały marketingu internetowego	– klasyfikuje kanały według efektywności dla eCommerce	Test teoretyczny
	– rozróżnia kanały płatne, organiczne i własne	Test teoretyczny
Analizuje dobór kanałów marketingowych pod potrzeby sklepu internetowego	– wskazuje kanały odpowiednie dla określonych celów sprzedażowych	Test teoretyczny
	– porównuje skuteczność kanałów w zależności od branży i grupy docelowej	Test teoretyczny
Definiuje znaczenie KPI w marketingu eCommerce	– rozróżnia podstawowe wskaźniki internetowe (np. CTR, ROI, konwersje)	Test teoretyczny
	– ustala przykładowe KPI dla kampanii marketingowej	Test teoretyczny
Analizuje zastosowanie SEO w sklepie internetowym	– rozróżnia elementy optymalizacji on-page i off-page	Test teoretyczny
	– wskazuje działania poprawiające pozycjonowanie w wyszukiwarkach	Test teoretyczny
Projektuje kampanie reklamowe w Google Ads i Meta Ads	– wskazuje cele kampanii i grupy docelowe	Test teoretyczny
	– rozróżnia typy kampanii i ich parametry	Test teoretyczny
Planuje budżet marketingowy	– ustala proporcje wydatków na kanały marketingowe	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje współpracę w zespole marketingowym	– porównuje koszty i potencjalne efekty kampanii	Test teoretyczny
	– identyfikuje role członków zespołu w realizacji kampanii	Test teoretyczny
	– projektuje odpowiedzialności przy planowaniu i wdrażaniu działań	Test teoretyczny
Rozróżnia etapy planowania kampanii marketingowej	– porządkuje działania planistyczne i wykonawcze	Test teoretyczny
	– organizuje elementy wymagające koordynacji zespołowej	Test teoretyczny
Analizuje wpływ treści marketingowych na zaangażowanie klientów	– ocenia efekty treści w zależności od kanału	Test teoretyczny
	– klasyfikuje skuteczność różnych formatów contentu	Test teoretyczny
	– interpretuje dane analityczne i KPI	Test teoretyczny
Monitoruje wyniki kampanii marketingowych	– modyfikuje działania w oparciu o wyniki	Test teoretyczny
	– projektuje działania korygujące w kampaniach	Test teoretyczny
Nadzoruje proces optymalizacji kampanii	– modyfikuje parametry kampanii w czasie rzeczywistym	Test teoretyczny
	– konstruuje elementy SEO dla tradycyjnych wyszukiwarek i AI	Test teoretyczny
Projektuje strategię pozycjonowania sklepu w wyszukiwarkach i LLM AI	– planuje działania zwiększające widoczność sklepu	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Szkolenie w całości opiera się na pracy nad wybranym sklepem internetowym.

Dzień 1

8 godz. zajęć praktycznych

- Budowa strategii marketingowej dla sklepu internetowego
- Omówienie 15 kanałów marketingu internetowego
- Wybór kanałów spersonalizowanych pod potrzeby eCommerce
- Omówienie szczegółowe każdego z wybranych kanałów np. SEO, Google Ads, Meta Ads, Marketplace
- Ustalenie KPI (podstawowych wskaźników internetowych) dla eCommerce
- Omówienie narzędzi analitycznych i pomiarowych dla sklepu internetowego

Dzień 2

7 godz. 45min. zajęć praktycznych

- Omówienie narzędzi marketingu internetowego (SENUTO, GA4, Google Search Console, Neuron Writer, Keyword Planner) pod eCommerce
- Praktyczne wykorzystanie AI w wybranych kanałach marketingowych (szanse i zagrożenia)
- Warsztat z Content Marketing-u (rodzaje treści - Video Marketing, Podcast, Grafiki)
- Warsztat z Copywritingu (pisanie treści, zgodnie z wytycznymi SEO)
- Warsztat z praktycznego korzystania z narzędzi marketingowych
- Warsztat z budowy strategii marketingowej dla firmy, wraz z ustaleniem budżetu oraz KPI
- Warsztat z pozycjonowania sklepu internetowego pod wyszukiwarki internetowe (Google, Bing) oraz LLM AI (Google AI Overviews, AI Mode i ChatGPT)

Walidacja- test teoretyczny (15min)

Celem walidacji jest potwierdzenie, że uczestnik szkolenia osiągnął zakładane efekty uczenia się.

Walidacja odbywa się w formie **testu teoretycznego** realizowanego na ostatnim etapie szkolenia. Test ma na celu weryfikację stopnia przyswojenia wiedzy przekazanej podczas zajęć oraz zrozumienia zasad i technik omawianych w poszczególnych modułach szkoleniowych..

Narzędziem walidacyjnym jest **test jednokrotnego wyboru**, udostępniany uczestnikom po zakończeniu szkolenia, realizowanego na platformie Zoom. Test odbywa się w obecności trenera prowadzącego lub wyznaczonej osoby odpowiedzialnej za weryfikację efektów uczenia się (z wykorzystaniem połączenia wideo). Warunkiem uzyskania pozytywnego wyniku walidacji jest udzielenie co najmniej 70% prawidłowych odpowiedzi. Za przygotowanie pytań do testu odpowiedzialny jest walidator, natomiast osoba prowadząca udostępnia uczestnikom test podczas szkolenia online. Testy po zakończeniu usługi są przekazywane i sprawdzane przez walidatora.

Czas przeznaczony na test: **15 minut**.

Przerwy oraz walidacja są wliczone w koszt usługi. Szkolenie realizowane jest w godzinach zegarowych.

Szkolenie trwa 16 x 60 minut = 16 godz. zegarowych. Harmonogram szkolenia uwzględnia przerwy w łącznym wymiarze **jednej godziny** w każdym dniu szkoleniowym.

Usługa adresowana jest do os. dorosłych odp. za marketing i sprzedaż w e-commerce, którzy w swojej pracy chcą zwiększać skuteczność działań online oraz rozwijać kompetencje w zakr. strategii cyfrowej (specjaliści, menadżerowie e-commerce, marketing menadżerowie, koordynatorzy projektów online, osoby prowadzące sklepy internetowe lub zarządzające kampaniami marketingowymi, pracownicy działów marketingu, contentu oraz analityki internetowej).

Warunki organizacyjne dla przeprowadzenia usługi :

Szkolenie realizowane jest w formie zdalnej w czasie rzeczywistym.

Link do spotkania oraz dane dostępne zostaną przesłane uczestnikom z odpowiednim wyprzedzeniem.

Maksymalna liczba uczestników grupy: 10 osób.

Szkolenie zdalne w czasie rzeczywistym odbywa się w grupach średnio od 3 do 5 osób, z podziałem na tzw. pokoje.

Warunki organizacyjne zostały **dodatkowo** opisane w sekcji Warunki uczestnictwa.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 18

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 18 Budowa strategii marketingowej dla sklepu internetowego	Bartłomiej Lewicki	19-05-2026	08:00	09:45	01:45
2 z 18 przerwa kawowa	Bartłomiej Lewicki	19-05-2026	09:45	10:00	00:15
3 z 18 Omówienie 15 kanałów marketingu internetowego	Bartłomiej Lewicki	19-05-2026	10:00	11:00	01:00
4 z 18 Wybór kanałów spersonalizowanych pod potrzeby eCommerce	Bartłomiej Lewicki	19-05-2026	11:00	12:00	01:00
5 z 18 przerwa obiadowa	Bartłomiej Lewicki	19-05-2026	12:00	12:30	00:30
6 z 18 Omówienie szczegółowe każdego z wybranych kanałów np. SEO, Google Ads, Meta Ads, Marketplace	Bartłomiej Lewicki	19-05-2026	12:30	14:00	01:30
7 z 18 przerwa kawowa	Bartłomiej Lewicki	19-05-2026	14:00	14:15	00:15
8 z 18 Ustalenie KPI (podstawowych wskaźników internetowych) dla eCommerce	Bartłomiej Lewicki	19-05-2026	14:15	15:00	00:45
9 z 18 Omówienie narzędzi analitycznych i pomiarowych dla sklepu internetowego	Bartłomiej Lewicki	19-05-2026	15:00	16:00	01:00
10 z 18 Omówienie narzędzi marketingu internetowego (SENUTO, GA4, Google Search Console, Neuron Writer, Keyword Planner) pod eCommerce	Bartłomiej Lewicki	20-05-2026	08:00	09:45	01:45
11 z 18 przerwa kawowa	Bartłomiej Lewicki	20-05-2026	09:45	10:00	00:15
12 z 18 Praktyczne wykorzystanie AI w wybranych kanałach marketingowych (szanse i zagrożenia). Warsztat z Content Marketing-u (rodzaje treści - Video Marketing, Podcast, Grafiki)	Bartłomiej Lewicki	20-05-2026	10:00	11:00	01:00
13 z 18 Warsztat z Copywritngu (pisanie treści, zgodnie z wytycznymi SEO). Warsztat z praktycznego korzystania z narzędzi marketingowych	Bartłomiej Lewicki	20-05-2026	11:00	12:00	01:00
14 z 18 przerwa obiadowa	Bartłomiej Lewicki	20-05-2026	12:00	12:30	00:30
15 z 18 Warsztat z budowy strategii marketingowej dla firmy, wraz z ustaleniem	Bartłomiej Lewicki	20-05-2026	12:30	14:00	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
budżetu oraz KPI					
16 z 18 przerwa kawowa	Bartłomiej Lewicki	20-05-2026	14:00	14:15	00:15
17 z 18 Warsztat z pozycjonowania sklepu internetowego pod wyszukiwarki internetowe (Google, Bing) oraz LLM AI (Google AI Overviews, AI Mode i ChatGPT)	Bartłomiej Lewicki	20-05-2026	14:15	15:45	01:30
18 z 18 Walidacja - test teoretyczny	-	20-05-2026	15:45	16:00	00:15

Cennik

Cennik

- Rodzaj ceny
Cena
- Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto
3 490,08 PLN
- Koszt przypadający na 1 uczestnika netto
3 490,08 PLN
- Koszt osobogodziny brutto
218,13 PLN
- Koszt osobogodziny netto
218,13 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1
1 z 1

Bartłomiej Lewicki

Trener, coach, certyfikowany Specjalista Google Ads & Google Analytics, 11-letni praktyk biznesu. Absolwent e-administracji UKSW w Warszawie oraz administracji publicznej UKW w Bydgoszczy. Head of Digital Marketing & eCommerce, zarządzał zespołami w ponad 150 projektach internetowych i startupach. Prowadzi szkolenia z zakresu strategii marketingowej, efektywnego budżetu marketingowego i wykorzystania AI w biznesie. Doświadczenie zdobywał m.in. w RTV EURO AGD i Locon, budując zespoły i struktury sprzedaży. Realizuje kampanie Performance Marketing 360° na budżetach do 1 mln zł/mies., opracowuje strategie marketingowe dla firm i administracji publicznej. Laureat 3. miejsca w Mistrzostwach Polski SEO (SENUTO) oraz wyróżnienia Rising Stars w e-commerce (+14 610% wzrostu TOP10 fraz). Biegły obsługuje m.in. Google Ads, Facebook Ads, Allegro Ads, Google Analytics, SENUTO, WordPress, Shoper, Prestashop. Zrealizował ponad 300 godzin szkoleń dla kluczowych firm i administracji rządowej oraz samorządowej. W pracy stawia na praktyczne case study i testy narzędzi marketingowych (np. ChatGPT). Współpracował m.in. z Orange, T-Mobile, PGE, Samsung, Bosch, Huawei, Ministerstwami: Edukacji, Cyfryzacji, Środowiska. Posiada ponad 120 h doświadczenia w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce w przeciągu ostatnich 2 lat, liczone wstecz od rozpoczęcia szkolenia. W ciągu ostatnich 5 lat licząc od daty usługi, prow. szkol. o tej samej oraz pokrewnej tem.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Zgodnie z ustaleniami z klientem szkolenie odbędzie się w formie zdalnej w czasie rzeczywistym. Każdy uczestnik z odpowiednim wyprzedzeniem otrzyma link do spotkania oraz identyfikator i kod dostępu. Zgodnie z wymaganiami, uczestnik szkolenia zobowiązany jest podać pełne imię i nazwisko podczas dołączania do szkolenia online. Hasło dostępu: Każda sesja Zoom powinna być zabezpieczona hasłem, które zostanie przekazane uczestnikom przed rozpoczęciem szkolenia.

Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze:

1) platforma/rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego będzie prowadzona usługa: zoom.us.

2) minimalne wymagania sprzętowe:

Głośniki i mikrofon – wbudowane lub zewnętrzne, Kamera internetowa – wbudowana lub zewnętrzna,

Komputer wyposażony w co najmniej 2 GB pamięci RAM.

Procesor: minimalny pojedynczy rdzeń 1 GHz lub wyższy, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub wyższy (Intel i3 / i5 / i7 lub odpowiednik AMD).

System operacyjny jeden z wymienionych: macOS X z systemem macOS 10.7 lub nowszym, Windows 10 (uwaga: w przypadku urządzeń z systemem Windows 10 muszą one działać w systemie Windows 10 Home, Pro lub Enterprise. Tryb S nie jest obsługiwany), Windows 8 lub 8.1, Windows 7, Windows Vista z dodatkiem SP1 lub nowszym, Windows XP z dodatkiem SP3 lub nowszym, Ubuntu 12.04 lub wyższy, Mint17.1 lub wyższa, Red Hat Enterprise Linux 6.4 lub nowszy, Oracle Linux 6.4 lub nowszy, CentOS 6.4 lub wyższy, Fedora 21 lub nowsza, OpenSUSE 13.2 lub wyższy, ArchLinux (tylko 64-bit).

3) minimalne wymagania dot. parametrów łącza sieciowego: Łącze o przepustowości pobierania i wysyłania danych o prędkości: 5 Mb/s.

4) niezbędne oprogramowanie umożliwiające dostęp do prezentowanych treści i materiałów: - Zoom Client for Meetings - wersja 4.6.10 (20041.0408) lub wyższa albo - przeglądarka internetowa: Dla Windows: IE 11+, Edge 12+, Firefox 27+, Chrome 30+ Dla Mac: Safari 7+, Firefox 27+, Chrome 30+ Dla Linux: Firefox 27+, Chrome 30+

5) okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line: link do spotkania on-line jest ważny tylko w okresie trwania usługi (od momentu rozpoczęcia usługi do jej zakończenia).

Warunki uczestnictwa

Ciche i dobrze oświetlone miejsce do udziału w szkoleniu. Miejsce, w którym uczestnik będzie uczestniczył w szkoleniu, powinno być dobrze oświetlone, aby zapewnić odpowiednią widoczność wideo. Zasilanie (pełna bateria lub dostęp do źródła prądu, aby uniknąć przerwania połączenia).

Test połączenia: Zaleca się przeprowadzenie krótkiej sesji testowej na dzień przed szkoleniem, aby upewnić się, że wszystkie urządzenia i oprogramowanie działają poprawnie.

Informacje dodatkowe

Szkolenie realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi tj. symulacje, case study, scenki treningowe, ćwiczenia grupowe i indywidualne, gry i filmy szkoleniowe, dyskusje, analizy doświadczeń uczestników, dzięki czemu zdobędą wiedzę oraz rozwiną umiejętności, postawy i zachowania.

Szkolenie jest prowadzone w formie zdalnej.

Podczas szkolenia przewidziane są:

- 2 przerwy kawowe x 15 min

- 1 przerwa x 30 min

Przerwy oraz walidacja są wliczone w koszt usługi. Szkolenie realizowane jest w godzinach zegarowych.

W przypadku finansowania ze środków publicznych w przynajmniej 70% - cena netto=brutto. Stawka vat zgodnie z art. 43 ust. 1 pkt 29 podpunkt c), ustawy o vat.

Adres

ul. Chełmżyńska 180H
04-464 Warszawa
woj. mazowieckie
Szkolenie odbędzie się w formie zdalnej w czasie rzeczywistym.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt

Łukasz Furtak

E-mail
biuro@smartsc.com.pl
Telefon
(+48) 534 483 483