



DIGITAL BRAND  
MAGDALENA  
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5

2 027 ocen

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

Numer usługi 2026/01/14/118911/3258954

- Usługa szkoleniowa
- zdalna w czasie rzeczywistym
- 16:00 h
- 13.05.2026 do 14.05.2026

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>	Małopolski Pociąg do kariery, Kierunek - Rozwój, 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>• Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd.</li> <li>• Osób chcących podnieść swoje kompetencje marketingowo-e-commercowe</li> <li>• <b>Uczestników projektu Kierunek-Rozwój</b></li> <li>• <b>Uczestników projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe</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>	12-05-2026

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

# 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:

Test walidacyjny generowany automatycznie. (pre-test).

### Blok I – Nasz własny sklep internetowy – dobre praktyki na 2026 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 przebudżowania?
- 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, konfiguracja, 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 przeoptymalizowania 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)

Test walidacyjny generowany automatycznie. (post-test).

Forma walidacji:

Trener w trakcie szkolenia zbiera dowody, a na koniec szkolenia przekazuje je Walidatorowi. Walidator po zakończonym szkoleniu analizuje dowody w postaci oceny wykonania strony względem założeń. W ramach walidacji przeprowadzany jest także test przed i po szkoleniu z pytaniami zamkniętymi, jednokrotnego wyboru.

Wynik testu generowany jest automatycznie po wypełnieniu testu. Walidator opracowuje protokół wraz z osiągniętym efektem walidacji oraz wskazaniem do dalszego rozwoju.

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 14

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<span>1 z 14</span> Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	13-05-2026	08:30	08:45	00:15
<span>2 z 14</span> Blok I - Nasz własny sklep internetowy – dobre praktyki na 2026 rok.- teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	13-05-2026	08:45	10:00	01:15
<span>3 z 14</span> Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	13-05-2026	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>4 z 14</b> Blok II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta.- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Krzysztof Bernardyn	13-05-2026	10:30	12:00	01:30
<b>5 z 14</b> Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	13-05-2026	12:00	12:30	00:30
<b>6 z 14</b> Blok III - Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.- praktyka- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	13-05-2026	12:30	14:00	01:30
<b>7 z 14</b> Blok IV – Marketing automation i e-mail marketing w e-commerce, opinie- teoria+praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	13-05-2026	14:00	15:30	01:30
<b>8 z 14</b> Blok I – User Experience, architektura informacji, wyszukiwanie – analiza jakościowa procesu zakupowego- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	14-05-2026	08:30	10:00	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 14 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	14-05-2026	10:00	10:30	00:30
10 z 14 Blok II – SEO w e-commerce: czynniki wpływające na pozycje w Google-praktyka-ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	14-05-2026	10:30	12:00	01:30
11 z 14 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	14-05-2026	12:00	12:30	00:30
12 z 14 Blok III – SEO Copywriting dla e-commerce-praktyka-ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	14-05-2026	12:30	14:00	01:30
13 z 14 Blok IV – Bezpieczeństwo i wydajność e-commerce-teoria-rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	14-05-2026	14:00	15:15	01:15
14 z 14 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)	-	14-05-2026	15:15	15:30	00:15

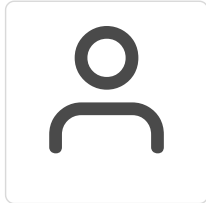
## Cennik

### 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

# 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 w wersji elektronicznej:

- skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału
- prezentację ze szkolenia
- certyfikat szkolenia
- zaświadczenie

## 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 utrwała 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 WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój

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

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 wyświetlana szkolenie i prezentowane funkcjonalności, na drugim będą Państwo mogli pracować niemalże jednocześnie wraz z Trenerem. Drugim monitorem może być drugi komputer, telewizor lub tablet.

Zwolnienie z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o podatku od towarów i usług z związku z §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2020 r. poz. 1983 z późn. zm.).

## Kontakt



**MAGDALENA GŁOMSKA**

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

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