



ISTARS SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

Brak ocen dla tego dostawcy

AI i automatyzacja w e-commerce: sprzedaż, obsługa klienta i procesy operacyjne

Numer usługi 2026/02/01/170699/3299262

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🎓 Usługa szkoleniowa

🕒 30 h

📅 23.02.2026 do 06.03.2026

3 690,00 PLN brutto

3 000,00 PLN netto

123,00 PLN brutto/h

100,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Identyfikatory projektów	Kierunek - Rozwój, Akademia HR, Regionalny Fundusz Szkoleniowy II, Nowy start w Małopolsce z EURESEM, FELB.06.08-IZ.00-0015/25
Grupa docelowa usługi	1. Właściciele sklepów internetowych (B2C i B2B) 2. E-commerce managerowie, marketing managerowie, osoby odpowiedzialne za sprzedaż online 3. Sklepy na WooCommerce, Shopify, Shoper, PrestaShop oraz podobnych platformach
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	20-02-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	30
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

Uczestnik przygotuje praktyczny plan automatyzacji i wdrożeń AI, który zwiększa sprzedaż i konwersję, skraca czas obsługi klienta oraz realizacji zamówień, ogranicza koszty operacyjne, porządkuje dane i raportowanie oraz pozwala

wdrożyć konkretne usprawnienia w perspektywie 30 do 90 dni

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Po szkoleniu uczestnik potrafi zmapować procesy e-commerce i wskazać priorytety automatyzacji	Dostarcza 3 kompletne opisy workflow, każdy zawiera: wyzwalacz (trigger), dane wejściowe, kroki automatyzacji, warunki (if/else), rezultat, punkt kontroli człowieka (jeśli potrzebny).	Wywiad swobodny
	Dla każdego workflow wskazuje minimum 1 metrykę sukcesu (KPI), np. czas odpowiedzi, konwersja, liczba zgłoszeń obsługowanych automatycznie, spadek porzuceń koszyka.	Wywiad swobodny
	Opis wymagań technicznych i biznesowych dla e-commerce	Wywiad swobodny
zaprojektować co najmniej trzy workflow dopasowane do własnego sklepu	Workflow są realne do wdrożenia w narzędziach low-code bez wymogu przebudowy platformy sklepu (np. integracje API, webhook, integracja przez e-mail/CRM/arkusz).	Wywiad swobodny
dobrać narzędzia low-code i integracje do obsługi klienta, marketingu, zamówień i raportowania oraz wykorzystać AI do tworzenia treści	Lista narzędzi dopasowanych do wymagań biznesowych	Wywiad swobodny

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

Automatyzacja w e-commerce

- obszary automatyzacji: marketing, sprzedaż, obsługa klienta, logistyka, zwroty, księgowość, raportowanie
- mapowanie procesu end-to-end, identyfikacja wąskich gardeł
- szybkie wygrane vs projekty strategiczne

AI w sprzedaży i marketingu

- personalizacja ofert i komunikacji
- porzucone koszyki, sekwencje e-mail/SMS, segmentacja
- generowanie treści: opisy produktów, kampanie, SEO, UGC, landing pages
- asystent sprzedażowy: rekomendacje, dobór produktów, upsell/cross-sell
- praca z jakością: kontrola faktów, ton, zgodność z regulaminem

AI w obsłudze klienta

- klasyfikacja zgłoszeń i automatyczne odpowiedzi
- helpdesk, baza wiedzy, chatbot, eskalacja do człowieka
- obsługa reklamacji i zwrotów, statusy, powiadomienia
- standardy komunikacji i ograniczenia prawne (RODO, dane wrażliwe)

Procesy operacyjne i integracje

- statusy zamówień, wysyłki, faktury, dokumenty magazynowe
- integracje: sklep, marketplace, ERP/księgowość, kurierzy, CRM, e-mail
- webhooks, API, narzędzia low-code (Make/n8n), monitoring i logi
- projektowanie procesów odpornych na błędy i duplikaty

Analityka i KPI

- pomiar efektywności automatyzacji: czas, koszt, konwersja, NPS
- eventy w lejku: view, add-to-cart, checkout, purchase, refund
- dashboard operacyjny: SLA obsługi, backlog zgłoszeń, zwroty, błędy automatyzacji
- interpretacja danych i iteracje: co poprawić w pierwszej kolejności

Bezpieczeństwo i ryzyka

- bezpieczne korzystanie z AI na danych klientów
- polityki dostępu, minimalizacja danych, audyt
- ryzyka: halucynacje, błędne ceny, niezgodność treści, błędy integracji
- plany awaryjne: manual fallback, alerty, reguły eskalacji

Plan wdrożenia i dokumenty

- backlog automatyzacji i priorytety (impact vs effort)
- karty wdrożenia: cel, dane, narzędzia, testy, monitoring, KPI
- wymagania dla wykonawcy: integracje, role, bezpieczeństwo
- plan 30/90 dni: quick wins, pilot, rollout, utrzymanie

Warsztat końcowy

- praca na sklepach uczestników: wybór 3 automatyzacji do wdrożenia
- gotowy „pakiet wdrożeniowy”: mapa procesów + backlog + karty wdrożenia + KPI + next steps

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

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

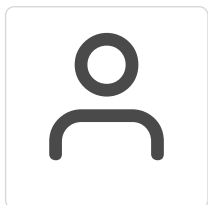
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 690,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	123,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Jakub Matysiak

Doświadczenie w budowie autonomicznych systemów informatycznych

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik przygotuje kompletny plan wdrożenia AI i automatyzacji w sklepie internetowym obejmujący cały proces od audytu działań e-commerce do uruchomienia pierwszych automatyzacji i pomiaru efektów. W ramach szkolenia uczestnik:

- zdefiniuje cel biznesowy automatyzacji (sprzedaż, koszt, czas, jakość obsługi) oraz priorytetowe obszary: marketing, sprzedaż, obsługa klienta, logistyka, zwroty i raportowanie
- zmapuje procesy end-to-end w e-commerce (od wejścia użytkownika do zamówienia i obsługi po zakupie), zidentyfikuje wąskie gardła oraz wybierze quick wins i inicjatywy strategiczne na podstawie wpływu i trudności wdrożenia
- opracuje minimum trzy workflow automatyzacji dopasowane do własnego sklepu, wraz z triggerami, warunkami, danymi wejściowymi, rezultatami, punktami kontroli oraz scenariuszami błędów i duplikatów
- zaprojektuje wykorzystanie AI w sprzedaży i marketingu: segmentację i personalizację komunikacji, sekwencje dla porzuconych koszyków, generowanie treści (opisy produktów, kampanie, SEO, landing), oraz mechanizmy upsell i cross-sell z kontrolą jakości treści
- zaplanuje automatyzację obsługi klienta: klasyfikację zgłoszeń, odpowiedzi automatyczne, bazę wiedzy i chatbot, zasady eskalacji do człowieka, a także obsługę zwrotów i reklamacji (statusy, powiadomienia, SLA)

- dobierze narzędzia i integracje (low-code i API) oraz przygotuje koncepcję architektury: sklep, marketplace, kurierzy, CRM, e-mail, helpdesk, ERP/księgowość, webhooki, logi, monitoring i alerty
- opisze wymagania funkcjonalne i нефункционаłne dla wdrożenia: role i uprawnienia, bezpieczeństwo, minimalizacja danych, RODO, zasady pracy na danych klientów oraz reguły manualnego fallbacku
- zdefiniuje wskaźniki sukcesu i analitykę automatyzacji: czas obsługi, konwersja, porzucone koszyki, NPS/CSAT, koszt obsługi, błędy automatyzacji, a także podstawowe eventy i lejek zakupowy oraz sposób raportowania wyników
- przygotuje plan wdrożenia 30/90 dni: backlog automatyzacji z priorytetami, estymację etapów, zależności, ryzyka, testy i checklistę uruchomienia oraz zasady utrzymania po wdrożeniu
- opracuje gotowy pakiet wdrożeniowy dla wykonawcy lub zespołu: mapa procesów, opisy workflow, lista integracji i danych, wymagania bezpieczeństwa i RODO, KPI, kryteria odbioru oraz kolejne kroki rozwoju

Rezultatem szkolenia jest spójny, praktyczny zestaw materiałów, który można od razu wykorzystać do wdrożenia automatyzacji i rozwiązań AI w sklepie internetowym, zarówno z software house'em, jak i we własnym zespole, oraz do uporządkowania działań sprzedażowo-marketingowych i obsługowych w oparciu o mierzalne KPI.

Warunki uczestnictwa

Warunki uczestnictwa:

- Uczestnik powinien być właścicielem sklepu internetowego lub osobą decyzyjną w obszarze sprzedaży, marketingu, obsługi klienta albo operacji e-commerce (osoba, która może wdrażać zmiany lub zlecać je wykonawcy).
- Uczestnik powinien mieć dostęp do danych sklepu, przynajmniej w zakresie podglądu, aby wykonać ćwiczenia warsztatowe: lista zamówień i statusów, kanały kontaktu z klientami (e-mail/helpdesk), podstawowe dane marketingowe (np. kampanie, źródła ruchu) oraz informacje o zwrotach i reklamacjach.
- Wskazane jest przygotowanie krótkiego opisu obecnego procesu obsługi zamówienia i obsługi klienta w sklepie (kto, jak, w jakich narzędziach), aby szybciej przejść przez audyt i mapowanie procesu.
- Wymagania techniczne: laptop/komputer, stabilne łącze internetowe, mikrofon i kamera (forma zdalna)

Warunki techniczne

Szkolenie odbędzie się na platformie Zoom lub Google Meet.

Kontakt



Andrzej Klimek

E-mail a.klimek@internetstars.pl

Telefon (+48) 796 975 796