



Unico Marketing: System sprzedaży e-commerce w Social Media – szkolenie z budowy, automatyzacji i skalowania sprzedaży online

Numer usługi 2026/05/08/160223/3546521

7 011,00 PLN brutto
5 700,00 PLN netto
259,67 PLN brutto/h
211,11 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

425 ocen

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 27:00 h
- 📅 15.06.2026 do 22.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do właścicieli sklepów internetowych, osób rozwijających sprzedaż e-commerce oraz specjalistów marketingu i social media, którzy chcą uporządkować i zautomatyzować działania sprzedażowe w kanałach społecznościowych. Odbiorcami są zarówno osoby początkujące, jak i średniozaawansowane, które prowadzą lub planują prowadzić sprzedaż online i potrzebują praktycznego systemu zwiększania konwersji oraz skalowania biznesu.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	6
Data zakończenia rekrutacji	14-06-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
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

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego tworzenia i wdrażania systemu sprzedaży e-commerce w Social Media. Usługa prowadzi do efektywnego planowania komunikacji organicznej, tworzenia treści sprzedażowych, konfigurowania kampanii reklamowych oraz wykorzystywania automatyzacji i analizy danych w celu optymalizacji i skalowania sprzedaży online.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje i konfiguruje fundamenty systemu sprzedaży e-commerce w Social Media.	– identyfikuje elementy ekosystemu sprzedaży e-commerce w Social Media	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– analizuje działania konkurencji na podstawie przykładów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje strategię komunikacji organicznej dla sklepu e-commerce.	– wskazuje elementy wymagające optymalizacji w profilu marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– dobiera elementy strategii komunikacji (misja, wizja, wartości, grupa docelowa)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– klasyfikuje typy treści w ramach content pillars	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– rozróżnia etapy ścieżki klienta w procesie sprzedaży	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy i planuje treści sprzedażowe w Social Media.	– dobiera formaty treści do celu sprzedażowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– opracowuje elementy komunikatu sprzedażowego (nagłówek, treść, CTA)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– planuje kalendarz treści dla sklepu e-commerce	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– rozróżnia elementy kampanii płatnych i ich strukturę	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Analizuje i optymalizuje działania reklamowe oraz sprzedażowe w systemie e-commerce.	– interpretuje podstawowe wskaźniki efektywności kampanii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	– wskazuje działania optymalizacyjne i skalujące sprzedaż	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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

Dzień 1: Fundamenty systemu sprzedaży e-commerce w Social Media

Moduł 1 – Ekosystem i analiza działań (teoria)

- ekosystem biznesowy sklepu e-commerce w Social Media
- analiza modeli sprzedaży w Social Media
- audyt działań konkurencji (3 wybrane marki e-commerce)
- audyt dotychczasowych działań marki

Moduł 2 – Optymalizacja i konfiguracja techniczna (praktyka)

- optymalizacja profili organicznych
- konfiguracja Meta Business Suite
- ustawienia konta reklamowego
- konfiguracja pixel i Google Analytics
- tworzenie i konfiguracja katalogu produktów

Dzień 2: Strategia komunikacji i pozycjonowanie marki

Moduł 1 – Strategia marki (teoria)

- misja, wizja i wartości marki
- określenie grupy docelowej
- pozycjonowanie sklepu e-commerce w Social Media
- tone of voice marki

Moduł 2 – Planowanie komunikacji i ścieżki klienta (praktyka)

- budowa content pillars
- projektowanie ścieżki klienta (Social Media → e-commerce)
- planowanie współprac i partnerstw
- narzędzia do organizacji workflow

Dzień 3: Content sprzedażowy w Social Media

Moduł 1 – Formaty i struktura treści (teoria)

- formaty postów sprzedażowych
- struktura skutecznych treści
- zasady tworzenia landing postów
- storytelling i story sprzedażowe

Moduł 2 – Tworzenie contentu i planowanie (praktyka)

- narzędzia do tworzenia contentu

- tworzenie kalendarza treści
- struktura kreacji graficznej
- podstawy copywritingu sprzedażowego

Dzień 4: System sprzedaży i automatyzacja

Moduł 1 – Proces sprzedaży i psychologia zakupu (teoria)

- psychologia zakupu w Social Media
- struktura oferty sklepu e-commerce
- proces sprzedaży Social Media → e-commerce
- obsługa klienta w systemie sprzedaży

Moduł 2 – Automatyzacja i optymalizacja (praktyka)

- tworzenie skryptów sprzedażowych
- upsell, cross-sell i zwiększanie AOV
- automatyzacje w procesie sprzedaży
- diagnozowanie problemów w systemie sprzedaży
- skalowanie działań e-commerce

Dzień 5: Kampanie reklamowe i analiza wyników

Moduł 1 – Meta Ads i kampanie sprzedażowe (teoria)

- różnice między organic content a paid ads
- struktura kampanii reklamowych
- planowanie kampanii sprzedażowych
- konfiguracja konta reklamowego

Moduł 2 – Optymalizacja i raportowanie (praktyka)

- tworzenie kreacji reklamowych
- copywriting w kampaniach płatnych
- analiza wyników kampanii
- raportowanie i wyciąganie wniosków
- optymalizacja i skalowanie kampanii

Dzień 6: Wdrożenie, optymalizacja i podsumowanie systemu sprzedaży

Moduł 1 – Wdrożenie systemu sprzedaży (praktyka)

- integracja elementów systemu sprzedaży e-commerce w Social Media
- wdrożenie strategii komunikacji i treści sprzedażowych
- konfiguracja ścieżki klienta i lejka sprzedażowego
- synchronizacja działań organicznych i płatnych

Moduł 2 – Audyt, optymalizacja i plan dalszych działań (praktyka)

- przeprowadzenie audytu wdrożonego systemu sprzedaży
- identyfikacja błędów i wąskich gardeł w procesie sprzedaży
- opracowanie działań optymalizacyjnych
- przygotowanie planu skalowania sprzedaży
- podsumowanie i rekomendacje dalszych działań

Walidacja efektów uczenia się

- wywiad ustrukturyzowany,
- analiza dowodów i deklaracji,
- wywiad swobodny.

Opis procesu walidacji efektów uczenia się

Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana jest po zakończeniu realizacji wszystkich modułów dydaktycznych szkolenia, w ostatnim dniu usługi, zgodnie z harmonogramem. Walidacja realizowana jest w formie zdalnej w czasie rzeczywistym z wykorzystaniem platformy Zoom, po zakończeniu części teoretycznej i praktycznej szkolenia.

Proces walidacji obejmuje weryfikację osiągnięcia efektów uczenia się określonych w Karcie Usługi, odnoszących się do analizy i konfiguracji systemu sprzedaży e-commerce w Social Media, projektowania strategii komunikacji, tworzenia i planowania treści sprzedażowych oraz optymalizacji działań reklamowych i sprzedażowych.

Walidacja realizowana jest w odniesieniu do zdefiniowanych efektów uczenia się oraz przypisanych do nich kryteriów weryfikacji, przy zastosowaniu następujących metod walidacji:

- wywiad ustrukturyzowany, służący weryfikacji wiedzy uczestnika w zakresie ekosystemu e-commerce, struktury kampanii reklamowych oraz wskaźników efektywności,
- analiza dowodów i deklaracji, polegająca na ocenie przygotowanych przez uczestnika materiałów, w tym elementów strategii komunikacji, kalendarza treści oraz komunikatów sprzedażowych,
- wywiad swobodny, polegający na rozmowie weryfikacyjnej umożliwiającej pogłębioną ocenę rozumienia procesów sprzedażowych i podejmowanych decyzji marketingowych,

Warunkiem przystąpienia do walidacji jest spełnienie wymogów formalnych udziału w szkoleniu, w szczególności uzyskanie 100% frekwencji oraz zaangażowanie Uczestnika w realizację części teoretycznej i praktycznej szkolenia.

Pozytywny wynik walidacji potwierdzany jest zaświadczeniem ukończenia udziału w usłudze rozwojowej, zawierającym informację o uzyskaniu kompetencji oraz potwierdzenie przeprowadzenia walidacji efektów uczenia się w oparciu o zdefiniowane kryteria weryfikacji.

- Szkolenie prowadzone jest w grupach do 6 osób
- Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.
- Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 100% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Usługa realizowana jest w 27 godzinach zegarowych,
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: eksport raportu logowań aplikacji Zoom.
- Zajęcia praktyczne: 12 godzin i 15 minut / zajęcia teoretyczne: 11 godzin i 15 minut.
- Przerwy są zaplanowane pomiędzy modułami usługi rozwojowej i wliczają się do łącznego czasu jej trwania.
- Usługa odbywa się zdalnie w czasie rzeczywistym zgodnie ze Standardem Usług Zdalnego Uczenia się (SUZ).

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 19

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 19 Dzień 1. Moduł 1. Ekosystem i analiza działań (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Karolina Jung	15-06-2026	09:30	11:30	02:00
2 z 19 -	Przerwa	-	15-06-2026	11:30	12:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 19 Dzień 1. Moduł 2. Optymalizacja i konfiguracja techniczna (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Karolina Jung	15-06-2026	12:00	14:00	02:00
4 z 19 Dzień 2. Moduł 1. Strategia marki (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Karolina Jung	16-06-2026	09:30	11:30	02:00
5 z 19 -	Przerwa	-	16-06-2026	11:30	12:00	00:30
6 z 19 Dzień 2. Moduł 2. Planowanie komunikacji i ścieżki klienta (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Karolina Jung	16-06-2026	12:00	14:00	02:00
7 z 19 Dzień 3. Moduł 1. Formaty i struktura treści (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Karolina Jung	17-06-2026	09:30	11:30	02:00
8 z 19 -	Przerwa	-	17-06-2026	11:30	12:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 19 Dzień 3. Moduł 2. Tworzenie contentu i planowanie (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Karolina Jung	17-06-2026	12:00	14:00	02:00
10 z 19 Dzień 4. Moduł 1. Proces sprzedaży i psychologia zakupu (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Karolina Jung	18-06-2026	09:30	11:30	02:00
11 z 19 -	Przerwa	-	18-06-2026	11:30	12:00	00:30
12 z 19 Dzień 4. Moduł 2. Automatyzacja i optymalizacja (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Karolina Jung	18-06-2026	12:00	14:00	02:00
13 z 19 Dzień 5. Moduł 1. Meta Ads i kampanie sprzedażowe (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Karolina Jung	19-06-2026	09:30	11:30	02:00
14 z 19 -	Przerwa	-	19-06-2026	11:30	12:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 19 Dzień 5. Moduł 2. Optymalizacja i raportowanie (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Karolina Jung	19-06-2026	12:00	14:00	02:00
16 z 19 Dzień 6. Moduł 1. Wdrożenie systemu sprzedaży (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Karolina Jung	22-06-2026	09:30	11:45	02:15
17 z 19 -	Przerwa	-	22-06-2026	11:45	12:15	00:30
18 z 19 Dzień 6. Moduł 2. Audyt, optymalizacja i plan dalszych działań (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Karolina Jung	22-06-2026	12:15	13:30	01:15
19 z 19 -	Walidacja	Karolina Jung	22-06-2026	13:30	14:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	27:00
w tym suma godzin zajęć	23:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	03:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	32:00

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 011,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 700,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	259,67 PLN
Koszt osobogodziny netto	211,11 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	27:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Karolina Jung

Ekspertka w zakresie strategii marketingowej i komunikacji w mediach społecznościowych. Na co dzień wspiera marki osobiste i małe firmy w budowaniu silnej obecności online, koncentrując się na działaniach, które realnie przekładają się na wzrost sprzedaży i zaangażowania.

Specjalizuje się w opracowywaniu kompleksowych strategii social media – obejmujących kampanie reklamowe, komunikację opartą na wartościach oraz działania sprzedażowe. Jej podejście łączy kompetencje z zakresu marketingu, psychologii konsumenckiej, projektowania graficznego i storytellingu, co czyni jej programy szkoleniowe wyjątkowo trafnymi i praktycznymi.

W ciągu ostatnich 5 lat zdobyła certyfikaty i dyplomy potwierdzające m.in. ukończenie kursu Social Media Manager (kod zawodu 243110), Strategii Social Media Marketingowej oraz Szkoły Wirtualnej Asysty. Ukończyła także liczne szkolenia m.in. z tworzenia skutecznych treści, psychologii sprzedaży, AI, Canvy oraz podejmowania decyzji zakupowych przez klientów.

Jako trenerka prowadzi warsztaty i szkolenia strategiczne z zakresu marketingu internetowego i sprzedaży w mediach społecznościowych. Jej programy cenione są za konkretną strukturę, jasny przekaz oraz skuteczność w praktycznym wdrażaniu działań marketingowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują komplet materiałów szkoleniowych w formie drukowanej i/lub elektronicznej, zawierających omówienie realizowanych modułów, najważniejsze zagadnienia merytoryczne oraz treści pomocnicze wspierające proces uczenia się i praktyczne wykorzystanie wiedzy po zakończeniu szkolenia. Na wniosek uczestnika materiały dydaktyczne mogą zostać dostosowane do indywidualnych potrzeb osób ze szczególnymi potrzebami, w zakresie możliwym do realizacji przez Dostawcę Usługi.

Uczestnik otrzymuje

- Skrypt szkoleniowy
- Workbook do pracy własnej
- Checklista sprzedażowa
- Gotowe szablony (bio, kampania, captiony)

Warunki uczestnictwa

Termin szkolenia: Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny i może ulec zmianie. Po zebraniu minimalnej liczby uczestników termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować się do potrzeb grupy.

Jeżeli złożyłeś wniosek u Operatora, skontaktuj się z nami w celu rezerwacji. Bez wstępnej informacji nie dajemy gwarancji miejsca na szkoleniu.

Informacje dodatkowe

Szkolenie może być prowadzone również w opcji stacjonarnej i może być dostosowane do konkretnej branży lub typu działalności (np. beauty, edukacja, turystyka, consulting).

Unico Sp. z o.o. dokłada starań, aby zapewnić dostępność usługi osobom ze szczególnymi potrzebami. W przypadku potrzeby zapewnienia dodatkowych udogodnień lub dostosowań prosimy o kontakt przed zapisem na usługę, w celu ustalenia możliwego zakresu wsparcia.

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, jeśli dofinansowanie pokrywa co najmniej 70% kosztów szkolenia. Przy niższym poziomie dofinansowania do ceny netto doliczany jest VAT 23%.

Zwolnienie stosowane jest na podstawie § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r.

Warunki techniczne

Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze zdalnej w czasie rzeczywistym

Platforma / rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa

Usługa będzie realizowana zdalnie w czasie rzeczywistym za pośrednictwem platformy **Zoom**.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji

Uczestnik powinien dysponować:

- komputerem stacjonarnym, laptopem lub tabletem z dostępem do internetu,
- sprawną kamerą internetową oraz mikrofonem – ich posiadanie jest obowiązkowe przez cały czas trwania usługi,
- głośnikami lub słuchawkami umożliwiającymi odbiór dźwięku.

Minimalna rekomendowana specyfikacja urządzenia:

- procesor: minimum 1 GHz, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub lepszy,
- pamięć RAM: minimum 2 GB, zalecane 4 GB lub więcej.

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować uczestnik

Uczestnik powinien posiadać stabilne łącze internetowe umożliwiające udział w transmisji audio-wideo w czasie rzeczywistym.

Minimalne wymagania:

- co najmniej **600 kb/s** dla połączenia wideo wysokiej jakości.

Zalecane parametry:

- **1,2 Mb/s** dla połączenia wideo w jakości 720p,
- **3,8 Mb/s** dla połączenia wideo w jakości 1080p.

Dla komfortowego uczestnictwa w zajęciach rekomendowane jest korzystanie ze stabilnego łącza szerokopasmowego, zwłaszcza przy jednoczesnym korzystaniu z kamery, mikrofonu i udostępnianiu materiałów.

Niezbędne oprogramowanie umożliwiające uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów

Uczestnik powinien posiadać:

- aktualny system operacyjny obsługujący platformę Zoom,
- aktualną wersję jednej z przeglądarek internetowych, np. Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Microsoft Edge lub Opera,
- dostęp do aplikacji **Zoom** lub możliwość połączenia się przez przeglądarkę internetową.

Zaleca się korzystanie z aktualnej wersji aplikacji Zoom, ponieważ może to poprawić jakość połączenia, stabilność uczestnictwa oraz dostęp do wszystkich funkcji spotkania.

Dodatkowe wymagania organizacyjne

Warunkiem aktywnego udziału w usłudze jest:

- dołączenie do spotkania za pomocą indywidualnie udostępnionego linku,
- możliwość dwustronnej komunikacji z trenerem i grupą,
- gotowość do potwierdzania obecności na zajęciach zgodnie z zasadami realizacji usługi,
- korzystanie z urządzenia pozwalającego na bieżący odbiór obrazu, dźwięku oraz materiałów udostępnianych przez trenera.

Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu online

Link do spotkania jest aktywny do momentu zakończenia danej sesji szkoleniowej lub webinaru, zgodnie z harmonogramem usługi.

Kontakt



RAFAŁ LISSER

E-mail kontakt@unico.org.pl

Telefon (+48) 724 787 771