



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5
2 179 ocen

Szkolenie SPECJALISTA DS. E-COMMERCE – jak sprzedawać w Internecie w dobie sztucznej inteligencji AI. Customer journey, marketing automation i e-mail marketing. [kwalifikacja, egzamin zewnętrzny]

Numer usługi 2026/08/17/118911/3749017

- Usługa szkoleniowa
- zdalna w czasie rzeczywistym
- Zajęcia grupowe
- 16:00 h
- 23.11.2026 do 24.11.2026

2 800,00 PLN brutto
2 800,00 PLN netto
175,00 PLN brutto/h
175,00 PLN netto/h
225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Identyfikatory projektów	Małopolski Pociąg do kariery, Kierunek - Rozwój, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe
Grupa docelowa usługi	Grupa docelowa usługi kierowana jest do: - Jednoosobowych działalności gospodarczych - Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli - Specjalistów SEO / SEM - Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników - Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów - Osób, które chcą nabyć kwalifikacje marketingowo-sprzedażowe Uczestników projektu Kierunek-Rozwój Uczestników projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe Uczestników projektu Bony rozwojowe Usługa również jest adresowana do uczestników Projektu MP oraz dla uczestników projektu NSE Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i/lub dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem".
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	20-11-2026
Forma prowadzenia usługi	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	Analiza dowodów i deklaracji
	Ocenia kiedy warto inwestować w SEO, a kiedy nie warto	Test teoretyczny
Charakteryzuje różnice między platformami e-commerce (WooCommerce, PrestaShop, Magento).	Definiuje 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	Analiza dowodów i deklaracji
	Wykorzystuje narzędzia e-mailingowe do budowania relacji z klientem i zwiększania sprzedaży	Analiza dowodów i deklaracji

Kwalifikacje

Kwalifikacje niewłączone do ZSK

Uznane kwalifikacje

Pytanie 3. Czy dokument jest certyfikatem wydawanym przez międzynarodowe instytucje?

TAK

Strona internetowa Instytucji Certyfikującej: <https://standardgccs.com/>

Strona internetowa Instytucji Walidującej: <https://icvc.eu/>

Informacje

Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	ICVC Certyfikacja Sp. z o.o
Nazwa Podmiotu certyfikującego	Talent Odyssey Ltd Numer akredytacji ICVC Certyfikacja Sp. z o.o.

Program

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:

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 przebudzowania?
- 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 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 checklist – 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)

Walidacja efektów uczenia się (Test walidacyjny oraz analiza dowodów i deklaracji) zostanie przeprowadzona z harmonogramem. Szkolenie kończy się walidacją przeprowadzoną przez osobę wyznaczoną do tego celu. Wynik testu sprawdzany jest instytucję walidującą. Osoba prowadząca szkolenie nie ocenia wiedzy ani umiejętności uczestników w zakresie swoich zajęć. Certyfikat zostanie wydany przez jednostkę uprawnioną do certyfikacji, potwierdzając zdobycie wymaganych kwalifikacji. W czasie walidacji praktycznie zostanie zweryfikowana wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne i kompetencje cyfrowe przy zastosowaniu odpowiednich narzędzi i metod walidacyjnych zgodnych z metodami walidacji określonymi w efektach uczenia. W ramach walidacji przeprowadzany jest po szkoleniu z pytaniami zamkniętymi, jednokrotnego wyboru. Czas trwania testu wynosi 30 min. 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.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 17

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Blok I – Nasz własny sklep internetowy – dobre praktyki na 2025 rok.- teoria- rozmowa na żywo	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	23-11-2026	08:00	10:00	02:00
2 z 17 -	Przerwa	-	23-11-2026	10:00	10:15	00:15
3 z 17 Blok II – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta.- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	23-11-2026	10:15	12:00	01:45
4 z 17 -	Przerwa	-	23-11-2026	12:00	12:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 17 Blok III – Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.- praktyka-ćwiczenia	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	23-11-2026	12:30	14:00	01:30
6 z 17 Blok IV – Marketing automation i e-mail marketing w e-commerce, opinie-teoria+praktyka-rozmowa na żywo, ćwiczenia	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	23-11-2026	14:00	15:00	01:00
7 z 17 -	Przerwa	-	23-11-2026	15:00	15:15	00:15
8 z 17 Zajęcia warsztatowe	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	23-11-2026	15:15	16:00	00:45
9 z 17 Blok I – User Experience, architektura informacji, wyszukiwanie – analiza jakościowa procesu zakupowego-teoria+praktyka-rozmowa na żywo, ćwiczenia	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	24-11-2026	08:00	10:00	02:00
10 z 17 -	Przerwa	-	24-11-2026	10:00	10:15	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 17 Blok II – SEO w e-commerce: czynniki wpływające na pozycje w Google- praktyka- ćwiczenia	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	24-11-2026	10:15	12:00	01:45
12 z 17 -	Przerwa	-	24-11-2026	12:00	12:30	00:30
13 z 17 Blok III – SEO Copywriting dla e-commerce- praktyka- ćwiczenia	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	24-11-2026	12:30	14:00	01:30
14 z 17 Blok IV – Bezpieczeństwo i wydajność e-commerce- teoria- rozmowa na żywo	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	24-11-2026	14:00	15:00	01:00
15 z 17 -	Przerwa	-	24-11-2026	15:00	15:15	00:15
16 z 17 Podsumowanie	Zajęcia	Krzysztof Bernardyn	24-11-2026	15:15	15:30	00:15
17 z 17 -	Walidacja	-	24-11-2026	15:30	16:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	02:00

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 800,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	175,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	175,00 PLN
W tym koszt walidacji brutto	80,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	80,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	250,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	250,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

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:

- prezentację ze szkolenia
- certyfikat szkolenia
- zaświadczenie

KWALIFIKACJA: Certyfikat ICVC/ECE 20331.12

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 utrzuwa 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

Telefon (+48) 505 139 506