



Szkolenie – Prowadzenie sprzedaży i obsługiwanie klienta w e-handlu

Numer usługi 2026/10/05/194983/3858101

3 444,00 PLN brutto

2 800,00 PLN netto

430,50 PLN brutto/h

350,00 PLN netto/h

225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

PRIME ACADEMY

SPÓŁKA Z

OGRANICZONĄ

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

107 ocen

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 zdalna w czasie rzeczywistym

👥 Zajęcia grupowe

🕒 08:00 h

📅 12.11.2026 do 13.11.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Usługa skierowana jest do osób dorosłych prowadzących sprzedaż lub obsługę klienta w handlu elektronicznym, w szczególności do: pracowników działów handlowych i obsługi klienta w przedsiębiorstwach prowadzących sprzedaż internetową; osób pracujących w marketingu lub sprzedaży, które rozszerzają działania o kanały cyfrowe; osób prowadzących sklepy internetowe lub realizujących działania marketingu online; właścicieli firm i menedżerów planujących rozwój sprzedaży internetowej; osób chcących potwierdzić lub uzupełnić kompetencje w obszarze e-commerce

Minimalna liczba uczestników

6

Maksymalna liczba uczestników

18

Data zakończenia rekrutacji

11-11-2026

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 uczestnika do prowadzenia sprzedaży i obsługi klienta w e-handlu. Uczestnik charakteryzuje modele e-commerce i typy e-konsumentów, dobiera systemy e-commerce i narzędzia marketingu cyfrowego, projektuje serwis sprzedażowy, formułuje cele sprzedażowe, analizuje i optymalizuje działania na podstawie danych, wykorzystuje content marketing oraz buduje relacje z klientami w środowisku cyfrowym.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje podstawowe pojęcia i modele funkcjonowania handlu elektronicznego	Wyjaśnia pojęcia e-commerce, marketplace, platforma sprzedażowa, konwersja, koszyk zakupowy	Test teoretyczny
	Rozróżnia modele B2C, B2B, C2C oraz sprzedaż przez marketplace	Test teoretyczny
	Wskazuje różnice pomiędzy własnym sklepem internetowym a sprzedażą przez platformy handlowe	Test teoretyczny
Wymienia i objaśnia charakterystyki różnych typów e-konsumentów	Rozróżnia typy e-konsumentów na podstawie zachowań zakupowych	Test teoretyczny
	Opisuje czynniki wpływające na decyzje zakupowe	Test teoretyczny
	Wskazuje różnice w korzystaniu z kanałów cyfrowych przez różne grupy klientów	Test teoretyczny
Analizuje zalety i ograniczenia różnych systemów e-commerce	Porównuje funkcjonalności systemów e-commerce	Test teoretyczny
	Wskazuje ich zalety i ograniczenia	Test teoretyczny
	Dobiera system odpowiedni do specyfiki produktu lub usługi	Test teoretyczny
Charakteryzuje metody i techniki content marketingu stosowane w sprzedaży online	Wymienia podstawowe formy content marketingu	Test teoretyczny
	Opisuje rolę treści w procesie sprzedaży online	Test teoretyczny
	Wskazuje przykłady wykorzystania treści w promocji produktów	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wymienia i charakteryzuje kanały promocji i reklamy w środowisku cyfrowym	Wymienia kanały promocji (media społecznościowe, SEO i SEM, e-mail marketing, reklama display, marketing treści)	Test teoretyczny
	Charakteryzuje ich działanie i funkcje w pozyskiwaniu klientów	Test teoretyczny
	Wskazuje przykłady zastosowania.	Test teoretyczny
Opisuje funkcje narzędzi analitycznych wykorzystywanych do monitorowania sprzedaży online	Wymienia etapy procesu sprzedaży w e-handlu	Test teoretyczny
	Wyjaśnia znaczenie poszczególnych etapów dla skuteczności sprzedaży	Test teoretyczny
	Wskazuje czynniki wpływające na decyzje zakupowe klientów	Test teoretyczny
Opisuje etapy procesu sprzedaży w handlu elektronicznym oraz czynniki wpływające na decyzje zakupowe klientów	Wymienia narzędzia promocji i reklamy stosowane w e-commerce	Test teoretyczny
	Objaśnia sposób ich działania	Test teoretyczny
	Wskazuje przykłady zastosowania w działaniach sklepów internetowych	Test teoretyczny
Dobiera odpowiedni system e-commerce do specyfiki produktu lub usługi Projektuje podstawową strukturę serwisu sprzedażowego lub szablonu sklepu internetowego	Identyfikuje cechy produktu wpływające na wybór systemu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Porównuje systemy pod względem funkcjonalności, integracji, kosztów i skalowalności	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dobiera system i uzasadnia wybór	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Określa elementy struktury serwisu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Opracowuje schemat z przejrzystą nawigacją i logicznym układem treści	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wskazuje rozwiązania zwiększające użyteczność serwisu.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Formułuje cele sprzedażowe i marketingowe dla określonego produktu lub rynku	Analizuje informacje o produkcie, grupie docelowej i rynku	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Formułuje cele mierzalne i osadzone w czasie	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uzasadnia ich dobór	Obserwacja w warunkach symulowanych
Dobiera narzędzia marketingu cyfrowego wspierające sprzedaż w e-commerce	Rozpoznaje narzędzia marketingu cyfrowego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dopasowuje je do celu sprzedażowego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wskazuje przykłady zastosowania	Obserwacja w warunkach symulowanych
Generuje ruch w serwisie sprzedażowym z wykorzystaniem narzędzi promocji online	Wymienia kanały i narzędzia promocji online	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dobiera działania promocyjne zwiększające ruch	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wskazuje wskaźniki oceny ich skuteczności.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Analizuje efektywność działań sprzedażowych z wykorzystaniem narzędzi analitycznych	Rozpoznaje narzędzia analityczne	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Analizuje dane dotyczące ruchu i wyników sprzedaży	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Formułuje wnioski na podstawie danych	Obserwacja w warunkach symulowanych
Optymalizuje działania sprzedażowe na podstawie wyników analizy danych	Identyfikuje dane i wskaźniki oceny efektywności.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Analizuje wyniki w celu określenia obszarów wymagających poprawy	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Proponuje działania optymalizacyjne	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje content marketing do wspierania sprzedaży w środowisku cyfrowym	Wymienia formy treści (opisy produktów, materiały wideo, wpisy w mediach społecznościowych, newslettery)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dobiera je do celu i grupy docelowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Przygotowuje propozycję treści wspierającej sprzedaż.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Reaguje elastycznie i kreatywnie na zmiany zachodzące w środowisku sprzedaży internetowej	Dostrzega zmiany (nowe narzędzia, zmiany zachowań klientów, trendy)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wykazuje gotowość do dostosowywania działań	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Proponuje nowe rozwiązania.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Współpracuje z zespołem w zakresie realizacji działań sprzedażowych i marketingowych	Komunikuje się z zespołem w sposób umożliwiający sprawną realizację działań	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uwzględnia role innych osób	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wspiera realizację wspólnych celów	Obserwacja w warunkach symulowanych
Dzieli się wiedzą i doświadczeniem z innymi członkami zespołu	Przekazuje informacje i wskazówki.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wspiera innych w rozwiązywaniu problemów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wykazuje gotowość do dzielenia się dobrymi praktykami	Obserwacja w warunkach symulowanych
Podejmuje decyzje w zmiennych warunkach rynkowych i technologicznych	Identyfikuje czynniki rynkowe i technologiczne	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Rozważa możliwe sposoby działania	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Podejmuje decyzje w oparciu o dostępne informacje	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Buduje i utrzymuje relacje z klientami w środowisku cyfrowym	Identyfikuje sposoby komunikacji z klientami	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dostosowuje komunikację do potrzeb klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dbą o utrzymywanie pozytywnych relacji	Obserwacja w warunkach symulowanych
Wykazuje gotowość do ciągłego doskonalenia własnych kompetencji w obszarze e-commerce	Wskazuje źródła wiedzy i możliwości rozwoju	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Rozpoznaje obszary wymagające rozwoju	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Podejmuje działania rozwojowe	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje i kompetencje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyrażnie 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 wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Szkolenie realizowane jest w formie zdalnej w czasie rzeczywistym i obejmuje 8 godzin zegarowych. Jedna godzina szkolenia odpowiada 60 minutom. Przerwy oraz walidacja efektów uczenia się są wliczone do czasu trwania usługi.

Program obejmuje zagadnienia związane z prowadzeniem sprzedaży i obsługą klienta w e-handlu zgodnie z Rekomendacją nr 1/2026 Sektorowej Rady ds. Kompetencji – Sektor Handel z e-commerce, w obszarze kompetencji biznesowo-handlowych – kompetencja „Prowadzenie sprzedaży i obsługiwanie klienta w e-handlu”.

Zajęcia obejmują część teoretyczną i praktyczną, w tym ćwiczenia, analizę przypadków, pracę na przykładach oraz dyskusję moderowaną. Podczas zajęć zdalnych wykorzystywane są komunikacja głosowa i wideo, czat, udostępnianie ekranu oraz praca na materiałach i zadaniach udostępnianych uczestnikom.

Warunki organizacyjne:

Zajęcia odbywają się z jednoczesnym udziałem trenera i uczestników. Każdy uczestnik korzysta z indywidualnego stanowiska umożliwiającego udział w usłudze zdalnej. Ćwiczenia realizowane są indywidualnie oraz w podgrupach. Uczestnicy mają możliwość bieżącej komunikacji z trenerem, zadawania pytań oraz wykonywania ćwiczeń podczas zajęć. Maksymalna liczba uczestników wynosi 18 osób.

Materiały dydaktyczne:

Uczestnicy otrzymują materiały szkoleniowe w formie elektronicznej, obejmujące materiały prezentowane podczas szkolenia, przykłady dobrych praktyk, studia przypadków, materiały do ćwiczeń oraz instrukcje dotyczące wykorzystywanych narzędzi e-commerce.

Walidacja efektów uczenia się:

Walidacja jest realizowana w ostatniej części usługi i jest wliczona do czasu jej trwania. Walidację przeprowadza osoba wyznaczona do walidacji efektów uczenia się, odrębna od osoby prowadzącej szkolenie.

Walidacja prowadzona jest z wykorzystaniem testu teoretycznego oraz obserwacji w warunkach symulowanych. Test teoretyczny służy weryfikacji efektów i kryteriów odnoszących się do wiedzy.

Obserwacja w warunkach symulowanych służy weryfikacji efektów i kryteriów odnoszących się do umiejętności i kompetencji społecznych. Uczestnik wykonuje zadania odnoszące się do sytuacji występujących w e-handlu, obejmujące m.in. dobór rozwiązań e-commerce i narzędzi marketingu cyfrowego, projektowanie działań sprzedażowych, analizę danych i wskaźników, proponowanie działań optymalizacyjnych, wykorzystanie content marketingu oraz komunikację z klientem.

Osoba walidująca dokonuje oceny osiągnięcia efektów uczenia się na podstawie ustalonych kryteriów weryfikacji. Warunkiem potwierdzenia osiągnięcia efektów uczenia się jest spełnienie przypisanych do nich kryteriów weryfikacji.

Usługa realizowana jest zdalnie w czasie rzeczywistym w dwóch blokach po 4 godziny zegarowe.

Łączny czas trwania usługi wynosi 8 godzin zegarowych i obejmuje 7 godzin zajęć szkoleniowych, 30 minut przerw oraz 30 minut walidacji efektów uczenia się.

Ramowy program szkolenia

Moduł I. Handel elektroniczny – modele, systemy i klient – teoria

- podstawowe pojęcia i modele e-commerce: B2C, B2B, C2C, marketplace, konwersja, koszyk zakupowy,
- typy e-konsumentów i czynniki wpływające na decyzje zakupowe,
- systemy e-commerce – funkcjonalności, zalety i ograniczenia,
- etapy procesu sprzedaży w e-handlu.

Moduł II. Dobór systemu i projektowanie serwisu sprzedażowego – praktyka

- dobór systemu e-commerce do specyfiki asortymentu,
- projektowanie struktury serwisu: strona główna, kategorie, karta produktu, koszyk, proces zamówienia,
- ocena użyteczności struktury serwisu i wskazywanie usprawnień,
- ćwiczenia dotyczące doboru rozwiązań e-commerce.

Moduł III. Cele sprzedażowe i dobór narzędzi marketingu cyfrowego – praktyka

- formułowanie mierzalnych celów sprzedażowych i marketingowych,
- kanały promocji: media społecznościowe, SEO i SEM, e-mail marketing, reklama display,
- dobór narzędzi marketingu cyfrowego do celu i grupy docelowej,
- planowanie działań wspierających sprzedaż online.

Moduł IV. Generowanie ruchu i analiza efektywności sprzedaży – praktyka

- planowanie działań zwiększających ruch w serwisie sprzedażowym,
- narzędzia analityczne i wskaźniki: ruch, konwersja, wartość koszyka, porzucenia,

- analiza przykładowych danych sprzedażowych i formułowanie wniosków,

Moduł V. Content marketing i relacje z klientem w kanałach cyfrowych – praktyka

- formy treści wspierających sprzedaż: opisy produktów, materiały wideo, posty, newslettery,
- dobór treści do celu i grupy docelowej,
- przygotowanie treści wspierającej sprzedaż,
- komunikacja i budowanie relacji z klientami w środowisku cyfrowym,
- reagowanie na zmiany w środowisku e-commerce,
- współpraca zespołowa i dzielenie się wiedzą,
- podejmowanie decyzji w zmiennych warunkach rynkowych i technologicznych,
- identyfikowanie możliwości dalszego rozwoju kompetencji w obszarze e-commerce.

Walidacja efektów uczenia, test teoretyczny i obserwacja w warunkach symulowanych

Zostały zastosowane rozwiązania zapewniające rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji tzn. osoba prowadząca usługę, nie dokonuje weryfikacji efektów uczenia się uczestników usługi.

Przyjęte metody walidacji w pełni pozwalają na sprawdzenie uzyskania przez uczestnika oczekiwanych kompetencji w obszarze wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne. Usługodawca oświadcza, że proces walidacji jest zgodny z wytycznymi BUR

Osiągnięcie efektów uczenia się zostanie zweryfikowane w wymienionych formach walidacji i potwierdzone przez osobę wskazaną do walidacji w niniejszej karcie

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 8

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 8 Moduł I. Handel elektroniczny – modele, systemy i klient. Audio-wideo, czat, udostępnianie ekranu i prezentacji, dyskusja	Zajęcia	RAFAŁ KOCZAN	12-11-2026	08:00	09:15	01:15
2 z 8 -	Przerwa	-	12-11-2026	09:15	09:30	00:15
3 z 8 Moduł II. Dobór systemu i projektowanie serwisu sprzedażowego. Audio-wideo, czat, udostępnianie ekranu, ćwiczenia i analiza przykładów.	Zajęcia	RAFAŁ KOCZAN	12-11-2026	09:30	10:45	01:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 8 Moduł III. Cele sprzedażowe i dobór narzędzi marketingu cyfrowego. Audio-wideo, czat, udostępnianie ekranu, ćwiczenia i analiza przykładów	Zajęcia	RAFAŁ KOCZAN	12-11-2026	10:45	12:00	01:15
5 z 8 Moduł IV. Generowanie ruchu i analiza efektywności sprzedaży. Audio-wideo, czat, udostępnianie ekranu, analiza danych i ćwiczenia.	Zajęcia	RAFAŁ KOCZAN	13-11-2026	08:00	09:45	01:45
6 z 8 -	Przerwa	-	13-11-2026	09:45	10:00	00:15
7 z 8 Moduł V. Content marketing i relacje z klientem w kanałach cyfrowych. Audio-wideo, czat, udostępnianie ekranu, ćwiczenia i symulacje	Zajęcia	RAFAŁ KOCZAN	13-11-2026	10:00	11:30	01:30
8 z 8 -	Walidacja	-	13-11-2026	11:30	12:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	08:00

Rodzaj godzin	Liczba godzin
w tym suma godzin zajęć	07:00
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	00:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	10:00

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług, jeśli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 444,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	430,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	350,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	08:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



RAFAŁ KOCZAN

Trener współpracujący z Prime Academy Sp. z o.o., specjalizujący się w marketingu cyfrowym i handlu elektronicznym. Prowadzi szkolenia i doradztwo z zakresu sprzedaży online, pozyskiwania ruchu, analityki sprzedażowej oraz obsługi klienta w kanałach cyfrowych dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

Spełnienie wymagań Rekomendacji nr 1/2026: doświadczenie w zakresie tematyki usługi – powyżej 2 lat doświadczenia zawodowego w obszarze marketingu, handlu i e-commerce nabyte w ostatnich 5 latach, a także doświadczenie w prowadzeniu usług rozwojowych o zbliżonej tematyce

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymują:

- materiały dydaktyczne w formie elektronicznej,
- instrukcje techniczne i schematy,
- przykłady dobrych praktyk,
- materiały pomocnicze do ćwiczeń

Informacje dodatkowe

Po zrealizowaniu szkolenia Uczestnik Otrzyma Zaświadczenie o ukończeniu usługi szkoleniowej.

Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć i pozytywnym wyniku walidacji.

Zwolnienie z VAT – art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o VAT w zw. z § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia MF; finansowanie ze środków publicznych w co najmniej 70%

Warunki techniczne

Usługa realizowana jest zdalnie w czasie rzeczywistym za pośrednictwem platformy Zoom.

Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze:

- komputer, laptop lub urządzenie mobilne wyposażone w kamerę, mikrofon i głośniki/słuchawki;
- dostęp do stabilnego łącza internetowego; rekomendowana przepustowość min. 1,5 Mb/s wysyłania i pobierania dla połączenia wideo;
- aktualna wersja aplikacji Zoom lub przeglądarka internetowa umożliwiająca korzystanie z platformy;
- system operacyjny Windows, macOS, Linux, Android lub iOS obsługiwany przez aktualną wersję Zoom;
- możliwość korzystania z komunikacji audio-wideo, czatu oraz udostępniania ekranu.

Uczestnik otrzyma link umożliwiający udział w szkoleniu przed rozpoczęciem usługi. Link będzie aktywny przez cały okres realizacji usługi.

Obecność uczestników weryfikowana jest na podstawie raportów/logów z platformy Zoom umożliwiających potwierdzenie udziału w zajęciach.

Kontakt



MATEUSZ GUMIENNY

E-mail mat.gumienny@gmail.com

Telefon (+48) 727 933 422