



Fundacja Biznes
Odpowiedzialny
Społecznie

★★★★★ 4,9 / 5

1 027 ocen

Projektowanie i optymalizacja procesów sprzedaży w e-commerce

Numer usługi 2026/10/15/12144/3881733

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 18:00 h
- 📅 04.11.2026 do 06.11.2026

6 192,00 PLN brutto

6 192,00 PLN netto

344,00 PLN brutto/h

344,00 PLN netto/h

225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie „Projektowanie i optymalizacja procesów sprzedaży w e-commerce” skierowane jest do właścicieli i pracowników przedsiębiorstw, którzy chcą rozwinąć kompetencje w zakresie organizacji i usprawniania sprzedaży internetowej. Adresowane jest do osób zainteresowanych uporządkowaniem wiedzy o przebiegu procesu sprzedaży, obsłudze zamówień oraz poprawie doświadczenia klienta. W szkoleniu mogą uczestniczyć osoby odpowiedzialne lub przygotowujące do odpowiedzialności za organizację sprzedaży online, analizę jej efektywności i wdrażanie usprawnień, w tym właściciele sklepów internetowych, menedżerowie, pracownicy działów handlowych, marketingu i obsługi klienta oraz specjaliści e-commerce. Szkolenie jest również przeznaczone dla osób rozpoczynających pracę w handlu internetowym oraz pracowników sprzedaży i marketingu tradycyjnego, którzy rozszerzają swoje obowiązki o działania w kanałach cyfrowych.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

20

Data zakończenia rekrutacji

03-11-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestników do samodzielnego projektowania i optymalizacji procesów sprzedaży w handlu elektronicznym. Po ukończeniu szkolenia uczestnik mapuje proces sprzedaży od pozyskania klienta do obsługi posprzedażowej, identyfikuje wąskie gardła i zakłócenia oraz analizuje wskaźniki efektywności poszczególnych etapów. Projektuje usprawnienia, koordynuje współpracę między sprzedażą, marketingiem, obsługą klienta i logistyką oraz monitoruje skuteczność wprowadzanych zmian, uwzględniając

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje etapy procesu sprzedażowego end-to-end w handlu cyfrowym	Wymienia podstawowe etapy procesu sprzedażowego end-to-end w handlu cyfrowym	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Opisuje działania realizowane na poszczególnych etapach procesu sprzedażowego w e-commerce (np. pozyskanie ruchu, prezentacja oferty, zakup, obsługa zamówienia, obsługa posprzedażowa)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wyjaśnia znaczenie spójności działań na kolejnych etapach procesu sprzedażowego dla budowania doświadczenia klienta oraz efektywności sprzedaży	Analiza dowodów i deklaracji
Opisuje zależności pomiędzy procesami sprzedaży, marketingu, obsługi klienta i logistyki	Wymienia główne procesy związane z funkcjonowaniem sprzedaży internetowej, w tym działania marketingowe, sprzedażowe, obsługę klienta oraz procesy logistyczne	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Opisuje powiązania pomiędzy procesami marketingu, sprzedaży, obsługi klienta i logistyki w realizacji zamówienia w handlu cyfrowym raportowania zrównoważonego rozwoju (ESRS)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wyjaśnia znaczenie współpracy pomiędzy obszarami marketingu, sprzedaży, obsługi klienta i logistyki dla sprawnego funkcjonowania sprzedaży internetowej oraz satysfakcji klienta	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wyjaśnia znaczenie spójności procesu zakupowego dla doświadczenia klienta	Definiuje pojęcie spójności procesu zakupowego w handlu cyfrowym	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje elementy procesu zakupowego wpływające na doświadczenie klienta (np. prezentacja oferty, proces składania zamówienia, komunikacja z klientem, obsługa posprzedażowa) Wyjaśnia wpływ spójności działań realizowanych na kolejnych etapach procesu zakupowego na satysfakcję klienta oraz skuteczność sprzedaży	Obserwacja w warunkach symulowanych Analiza dowodów i deklaracji
Identyfikuje wąskie gardła i zakłócenia w procesie sprzedaży online	Wyjaśnia pojęcie wąskich gardeł oraz zakłóceń w procesie sprzedaży internetowej	Test teoretyczny
	Wskazuje przykładowe sytuacje w procesie sprzedaży online, w których mogą występować wąskie gardła lub zakłócenia (np. w procesie składania zamówienia, płatności, realizacji dostawy lub obsługi klienta)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Rozpoznaje potencjalne przyczyny występowania wąskich gardeł lub zakłóceń w procesie sprzedaży internetowej	Analiza dowodów i deklaracji
Opisuje metody mapowania i analizy procesów sprzedażowych w e-commerce	Wyjaśnia znaczenie mapowania procesów sprzedażowych w zarządzaniu sprzedażą w e-commerce	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wymienia przykłady metod mapowania i analizy procesów sprzedażowych (np. mapowanie procesu, analiza ścieżki klienta, analiza etapów procesu sprzedaży)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Opisuje sposób wykorzystania mapowania procesów do identyfikowania problemów i możliwości usprawnienia procesu sprzedaży	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wskazuje podstawowe wskaźniki efektywności poszczególnych etapów procesu sprzedaży online	Wymienia przykłady wskaźników efektywności stosowanych w analizie procesu sprzedaży w e-commerce (np. współczynnik konwersji, liczba porzuconych koszyków, czas realizacji zamówienia)	Test teoretyczny
	Wyjaśnia znaczenie poszczególnych wskaźników w ocenie efektywności etapów procesu sprzedaży online	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wskazuje przykłady sytuacji, w których analiza wskaźników efektywności może prowadzić do optymalizacji procesu sprzedaży	Analiza dowodów i deklaracji
Mapuje proces sprzedaży od pozyskania klienta do obsługi posprzedażowej	Identyfikuje etapy procesu sprzedaży w handlu cyfrowym od pozyskania klienta do obsługi posprzedażowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Przedstawia przebieg procesu sprzedaży w formie uporządkowanego schematu lub mapy procesu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uwzględnia w mapie procesu działania realizowane w obszarze marketingu, sprzedaży, obsługi klienta oraz logistyki	Analiza dowodów i deklaracji
Identyfikuje wąskie gardła w przebiegu procesu zakupowego	Analizuje przebieg procesu zakupowego w handlu cyfrowym w celu wskazania etapów, na których mogą występować utrudnienia dla klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Rozpoznaje miejsca w procesie zakupowym, w których mogą pojawiać się opóźnienia, błędy lub spadek konwersji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wskazuje możliwe przyczyny występowania wąskich gardeł w procesie zakupowym	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje usprawnienia organizacji procesu sprzedaży	Analizuje przebieg procesu sprzedaży w celu identyfikacji obszarów wymagających usprawnienia	Analiza dowodów i deklaracji
	Proponuje rozwiązania usprawniające organizację procesu sprzedaży w handlu cyfrowym Uzasadnia proponowane usprawnienia w odniesieniu do poprawy efektywności sprzedaży oraz doświadczenia klienta	Debata swobodna Analiza dowodów i deklaracji
Koordynuje działania między sprzedażą, marketingiem, obsługą i logistyką	Identyfikuje zadania realizowane przez poszczególne obszary zaangażowane w proces sprzedaży w handlu cyfrowym (marketing, sprzedaż, obsługa klienta, logistyka) Dobiera działania zapewniające spójność współpracy pomiędzy wskazanymi obszarami w realizacji procesu sprzedaży	Test teoretyczny Analiza dowodów i deklaracji
	Rozwiązuje sytuacje wymagające uzgodnienia działań pomiędzy obszarami marketingu, sprzedaży, obsługi klienta i logistyki	Analiza dowodów i deklaracji
Monitoruje sprawność przebiegu procesu sprzedaży	Identyfikuje wskaźniki wykorzystywane do oceny sprawności przebiegu procesu sprzedaży w handlu cyfrowym	Test teoretyczny
	Analizuje dane dotyczące przebiegu procesu sprzedaży w celu oceny jego efektywności	Analiza dowodów i deklaracji
	Wskazuje obszary procesu sprzedaży wymagające poprawy na podstawie analizy dostępnych danych	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje dane dotyczące poszczególnych etapów procesu sprzedaży w celu identyfikacji możliwości optymalizacji	Identyfikuje dane dotyczące poszczególnych etapów procesu sprzedaży w ecommerce (np. liczba odwiedzin, konwersja, porzucenia koszyka, liczba zamówień)	Test teoretyczny
	Analizuje dane sprzedażowe w celu określenia efektywności poszczególnych etapów procesu sprzedaży online Wskazuje obszary procesu sprzedaży wymagające usprawnienia na podstawie analizy danych	Obserwacja w warunkach symulowanych Analiza dowodów i deklaracji
Wykazuje orientację procesową i koncentrację na całościowym doświadczeniu klienta	Uwzględnia wpływ poszczególnych etapów procesu sprzedaży na całościowe doświadczenie klienta Wykazuje gotowość do współpracy z różnymi obszarami organizacji w celu zapewnienia spójności procesu sprzedaży	Analiza dowodów i deklaracji Analiza dowodów i deklaracji
	Podejmuje działania ukierunkowane na poprawę jakości doświadczenia klienta na różnych etapach procesu zakupowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Ponosi odpowiedzialność za spójność i jakość procesów sprzedażowych	Uwzględnia znaczenie spójności działań realizowanych w różnych obszarach procesu sprzedaży dla jakości obsługi klienta	Analiza dowodów i deklaracji
	Wykazuje gotowość do reagowania na nieprawidłowości lub zakłócenia w przebiegu procesu sprzedaży	Analiza dowodów i deklaracji
	Podejmuje działania sprzyjające utrzymaniu wysokiej jakości realizacji procesu sprzedaży w handlu cyfrowym	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Dba o współpracę między zespołami zaangażowanymi w realizację procesu	Dostrzega znaczenie współpracy pomiędzy zespołami zaangażowanymi w realizację procesu sprzedaży (np. marketing, sprzedaż, obsługa klienta, logistyka)	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wykazuje gotowość do wspierania przepływu informacji pomiędzy zespołami uczestniczącymi w procesie sprzedaży Podejmuje działania sprzyjające budowaniu efektywnej współpracy pomiędzy zespołami w celu zapewnienia sprawnej realizacji procesu sprzedaży	Analiza dowodów i deklaracji Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wykazuje gotowość do ciągłego doskonalenia procesów sprzedażowych	Dostrzega potrzebę monitorowania i doskonalenia procesów sprzedażowych w odpowiedzi na zmiany rynkowe oraz potrzeby klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wykazuje otwartość na wprowadzanie usprawnień w organizacji procesu sprzedaży w oparciu o analizę danych oraz informacje zwrotne od klientów Podejmuje działania ukierunkowane na identyfikowanie możliwości usprawnienia przebiegu procesu sprzedaży	Analiza dowodów i deklaracji Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wykazuje orientację na doskonalenie doświadczenia klienta w procesie zakupowym	Wyjaśnia znaczenie doświadczenia klienta w procesie zakupowym w e-commerce	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje przykłady działań sprzyjających poprawie doświadczenia klienta na poszczególnych etapach procesu zakupowego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Opisuje sposób uwzględniania potrzeb i opinii klientów w doskonaleniu procesu sprzedaży online	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wspiera wprowadzanie zmian usprawniających proces sprzedaży w organizacji	Wyjaśnia znaczenie wprowadzania zmian w procesach sprzedaży w celu zwiększania efektywności działania przedsiębiorstwa	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje przykłady działań wspierających usprawnianie procesów sprzedażowych w organizacji Opisuje sposób współpracy z innymi członkami zespołu przy wprowadzaniu zmian w procesie sprzedaży	Analiza dowodów i deklaracji 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

Pretest - weryfikacja poziomu wiedzy przed rozpoczęciem szkolenia - 10 min.

1. Charakterystyka procesu sprzedaży w handlu elektronicznym – zajęcia teoretyczne - 1 godzina 30 minut

- Etapy procesu sprzedażowego od pozyskania klienta, przez zakup i realizację zamówienia, do obsługi posprzedażowej.
- Zależności pomiędzy marketingiem, sprzedażą, obsługą klienta i logistyką.
- Znaczenie spójności procesu zakupowego dla doświadczenia klienta i efektywności sprzedaży.
- Przyporządkowanie działań i odpowiedzialności do poszczególnych etapów procesu sprzedaży na przykładzie sklepu internetowego.
- Analiza wpływu komunikacji, dostępności produktu, płatności i dostawy na doświadczenie klienta.

Moduł 2. Mapowanie procesu sprzedaży i ścieżki klienta – zajęcia praktyczne - 1 godzina 25 minut

- Metody mapowania procesów sprzedażowych i analizy ścieżki klienta.
- Zasady określania etapów procesu, punktów styku z klientem i powiązań pomiędzy działami.
- Opracowanie mapy procesu sprzedaży od pozyskania klienta do obsługi posprzedażowej.
- Uwzględnienie na mapie działań marketingowych, sprzedażowych, obsługowych i logistycznych.

Moduł 3. Identyfikowanie zakłóceń w procesie zakupowym – zajęcia praktyczne - 1 godzina 45 minut

- Rodzaje wąskich gardeł i zakłóceń występujących w sprzedaży internetowej.
- Rozróżnianie przyczyn, objawów i skutków problemów w procesie zakupowym.
- Analiza ścieżki zakupowej w przykładowym sklepie internetowym.
- Identyfikowanie, określanie miejsc powodujących opóźnienia, błędy, porzucenia koszyka lub spadek konwersji.

Moduł 4. Analiza danych i wskaźników efektywności procesu sprzedaży – zajęcia praktyczne - 2 godziny 10 minut

- Podstawowe wskaźniki efektywności poszczególnych etapów sprzedaży internetowej.
- Znaczenie współczynnika konwersji, porzuceń koszyka i czasu realizacji zamówienia.
- Źródła danych wykorzystywanych do oceny sprawności procesu sprzedaży.
- Dobór wskaźników do poszczególnych etapów procesu.
- Obliczanie, porównywanie, formułowanie i interpretowanie wskaźników na podstawie przykładowych danych, obszarów wymagających optymalizacji.

Moduł 5. Projektowanie usprawnień organizacji procesu sprzedaży – zajęcia teoretyczne - 1 godzina 40 minut

- Zasady projektowania zmian poprawiających efektywność sprzedaży i doświadczenie klienta.
- Kryteria wyboru usprawnień: spodziewany efekt, wykonalność, koszt i ryzyko.
- Opracowanie propozycji zmian na podstawie zidentyfikowanych problemów i analizy danych.
- Projektowanie usprawnień w składaniu zamówienia, płatnościach, realizacji dostawy i obsłudze posprzedażowej.

Moduł 6. Koordynowanie działań marketingu, sprzedaży, obsługi klienta i logistyki – zajęcia praktyczne - 1 godzina 30 minut

- Zasady podziału zadań i odpowiedzialności w procesie sprzedaży.
- Znaczenie przepływu informacji i współpracy między zespołami.
- Uzgadnianie sposobu przekazywania informacji i reagowania na zakłócenia.
- Rozwiązywanie sytuacji wymagających współpracy kilku działów.

Moduł 7. Monitorowanie sprawności procesu i ciągłe doskonalenie – zajęcia praktyczne - 1 godzina 40 minut

- Zasady monitorowania przebiegu procesu sprzedaży..
- Określanie wartości docelowych wskaźników, częstotliwości pomiaru i odpowiedzialności za wyniki.
- Przygotowanie arkusza monitorowania procesu sprzedaży.
- Analiza wyników po wdrożeniu usprawnień.
- Opracowanie działań korygujących w odpowiedzi na pogorszenie wyników.

Moduł 8. Przygotowanie planu wdrożenia usprawnień – zajęcia praktyczne 2 godziny 10 minut

- Elementy planu wdrożenia zmiany: zadania, terminy, zasoby, odpowiedzialność i ryzyka.
- Sposoby wspierania pracowników i współpracy zespołów podczas wdrażania zmian.
- Opracowanie projektu usprawnienia procesu sprzedaży dla przedstawionego przypadku przedsiębiorstwa.
- Przygotowanie harmonogramu wdrożenia i przypisanie odpowiedzialności

Moduł 9. Planowanie rozwoju procesu sprzedaży w e-commerce – zajęcia praktyczne 50 minut

- Omówienie proponowanych zmian i uwzględnienie informacji zwrotnej.
- Opracowanie planu działań usprawniających proces sprzedaży: ustalenie priorytetów, terminów realizacji i osób odpowiedzialnych.
- Dobór wskaźników oceny skuteczności zaplanowanych działań oraz określenie sposobu monitorowania postępów.

Sposób realizacji usługi w formule online

Usługa jest realizowana zdalnie, w czasie rzeczywistym, za pośrednictwem platformy LiveWebinar. Trener prowadzi zajęcia z wykorzystaniem prezentacji, udostępniania ekranu, czatu oraz materiałów roboczych przekazywanych uczestnikom w formie elektronicznej.

W części praktycznej uczestnicy wykonują ćwiczenia indywidualne i zespołowe na podstawie przygotowanych studiów przypadku, przykładowych danych sklepu internetowego, schematów procesów oraz arkuszy analitycznych. Trener przedstawia sposób wykonania zadania, a następnie uczestnicy samodzielnie opracowują rozwiązania, które są omawiane podczas zajęć.

Ćwiczenia obejmują mapowanie procesu sprzedaży, identyfikowanie wąskich gardeł, obliczanie wskaźników, projektowanie usprawnień oraz uzgadnianie współpracy między działami. Wykorzystywane są arkusz kalkulacyjny, narzędzie do tworzenia schematów, środowisko demonstracyjne sklepu i materiały elektroniczne. Każdy uczestnik przygotowuje własne rezultaty pracy.

Organizacja czasu szkolenia: liczba godzin usługi – 18:

- 1 godzina usługi = 60 minut.
- Liczba godzin teoretycznych – 2 godziny 10 minut.
- Liczba godzin praktycznych – 15 godzin 50 minut.
- Walidacja – 1 godzina.
- Przerwy – 2 godziny 15 minut
- Część szkoleniowa obejmuje 18 godzin: 20% teorii i 80% zajęć praktycznych.
- Dzień 1 – 08:00–16:00
- Dzień 2 – 08:00–15:30
- Dzień 3 – 08:00–10:30
- Przerwy wliczają się do czasu trwania usługi.

Walidacja – test wiedzy online i zadanie praktyczne z zakresu tematycznego szkolenia

- Forma: test teoretyczny w formie pisemnej oraz zadanie praktyczne – studium przypadku w formie pisemnej.
- Łączny czas walidacji: 60 minut.
- Czas wykonania testu: 60 minut.
- Próg zaliczenia: minimum 80%
- Metoda: test online w formie pisemnej składający się z 20 pytań zamkniętych z wynikiem generowanym automatycznie oraz indywidualne zadanie praktyczne oceniane przez walidatora.
- Narzędzie: na czacie platformy LiveWebinar zostanie podany link do Google Forms z testem.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 46

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 46 Pretest - weryfikacja poziomu wiedzy przed rozpoczęciem szkolenia	Zajęcia	Justyna Walas-Ryba	04-11-2026	08:00	08:10	00:10

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 46 Charakterystyka procesu sprzedaży w handlu elektronicznym - Etapy procesu sprzedażowego od pozyskania klienta, przez zakup i realizację zamówienia, do obsługi posprzedażowej.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	08:10	08:20	00:10
3 z 46 Charakterystyka procesu sprzedaży w handlu elektronicznym - Zależności pomiędzy marketingiem, sprzedażą, obsługą klienta i logistyką.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	08:20	08:40	00:20
4 z 46 Charakterystyka procesu sprzedaży w handlu elektronicznym - Znaczenie spójności procesu zakupowego dla doświadczenia klienta i efektywności sprzedaży.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	08:40	09:00	00:20

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 46 Charakterystyka procesu sprzedaży w handlu elektronicznym - Przyporządkowanie działań i odpowiedzi ności do poszczególnych etapów procesu sprzedaży na przykładzie sklepu internetowego .	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	09:00	09:20	00:20
6 z 46 Charakterystyka procesu sprzedaży w handlu elektronicznym - Analiza wpływu komunikacji, dostępności produktu, płatności i dostawy na doświadczenie klienta.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	09:20	09:40	00:20
7 z 46 -	Przerwa	-	04-11-2026	09:40	09:55	00:15
8 z 46 Mapowanie procesu sprzedaży i ścieżki klienta - Metody mapowania procesów sprzedażowych i analizy ścieżki klienta.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	09:55	10:10	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 46 Mapowanie procesu sprzedaży i ścieżki klienta - Zasady określania etapów procesu, punktów styku z klientem i powiązań pomiędzy działami.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	10:10	10:30	00:20
10 z 46 Mapowanie procesu sprzedaży i ścieżki klienta - Opracowanie mapy procesu sprzedaży od pozyskania klienta do obsługi posprzedażowej.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	10:30	10:50	00:20
11 z 46 Mapowanie procesu sprzedaży i ścieżki klienta - Uwzględnienie na mapie działań marketingowych, sprzedażowych, obsługowych i logistycznych.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	10:50	11:20	00:30
12 z 46 -	Przerwa	-	04-11-2026	11:20	11:35	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 46 Identyfikowanie zakłóceń w procesie zakupowym – Rodzaje wąskich gardeł i zakłóceń występujących w sprzedaży internetowej.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	11:35	11:50	00:15
14 z 46 Identyfikowanie zakłóceń w procesie zakupowym - Rozróżnianie przyczyn, objawów i skutków problemów w procesie zakupowym.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	11:50	12:20	00:30
15 z 46 Identyfikowanie zakłóceń w procesie zakupowym - Analiza ścieżki zakupowej w przykładowym sklepie internetowym.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	12:20	12:50	00:30
16 z 46 Identyfikowanie zakłóceń w procesie zakupowym - Identyfikowanie, określanie miejsc powodujących opóźnienia, błędy, porzucenia koszyka lub spadek konwersji.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	12:50	13:20	00:30
17 z 46 -	Przerwa	-	04-11-2026	13:20	13:50	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
18 z 46 Analiza danych i wskaźników efektywności procesu sprzedaży - Podstawowe wskaźniki efektywności poszczególnych etapów sprzedaży internetowej.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	13:50	14:20	00:30
19 z 46 Analiza danych i wskaźników efektywności procesu sprzedaży - Znaczenie współczynnik a konwersji, porzuceń koszyka i czasu realizacji zamówienia.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	14:20	14:40	00:20
20 z 46 Analiza danych i wskaźników efektywności procesu sprzedaży - Źródła danych wykorzystywanych do oceny sprawności procesu sprzedaży.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	14:40	15:10	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
21 z 46 Analiza danych i wskaźników efektywności procesu sprzedaży - Dobór wskaźników do poszczególnych etapów procesu.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	15:10	15:30	00:20
22 z 46 Analiza danych i wskaźników efektywności procesu sprzedaży - Obliczanie, porównywanie, formułowanie i interpretowanie wskaźników na podstawie przykładowych danych, obszarów wymagających optymalizacji.	Zajęcia	Karolina Grosicka	04-11-2026	15:30	16:00	00:30
23 z 46 Projektowanie usprawnień organizacji procesu sprzedaży - Zasady projektowania zmian poprawiających efektywność sprzedaży i doświadczenie klienta.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	08:00	08:20	00:20

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
24 z 46 Projektowanie usprawnień organizacji procesu sprzedaży - Kryteria wyboru usprawnień: spodziewany efekt, wykonalność, koszt i ryzyko.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	08:20	08:40	00:20
25 z 46 Projektowanie usprawnień organizacji procesu sprzedaży - Opracowanie propozycji zmian na podstawie zidentyfikowanych problemów i analizy danych.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	08:40	09:10	00:30
26 z 46 Projektowanie usprawnień organizacji procesu sprzedaży - Projektowanie usprawnień w składaniu zamówienia, płatnościach, realizacji dostawy i obsłudze posprzedażowej.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	09:10	09:40	00:30
27 z 46 -	Przerwa	-	05-11-2026	09:40	09:50	00:10

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
28 z 46 Koordynowani e działań marketingu, sprzedaży, obsługi klienta i logistyki - Zasady podziału zadań i odpowiedzial ności w procesie sprzedaży.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	09:50	10:20	00:30
29 z 46 Koordynowani e działań marketingu, sprzedaży, obsługi klienta i logistyki - Znaczenie przepływu informacji i współpracy między zespołami.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	10:20	10:40	00:20
30 z 46 Koordynowani e działań marketingu, sprzedaży, obsługi klienta i logistyki - Uzgadnianie sposobu przekazywani a informacji i reagowania na zakłócenia.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	10:40	11:00	00:20

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
31 z 46 Koordynowanie działań marketingu, sprzedaży, obsługi klienta i logistyki - Rozwiązywanie sytuacji wymagających współpracy kilku działów.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	11:00	11:20	00:20
32 z 46 -	Przerwa	-	05-11-2026	11:20	11:40	00:20
33 z 46 Monitorowanie sprawności procesu i ciągłe doskonalenie - Określanie wartości docelowych wskaźników, częstotliwości pomiaru.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	11:40	12:00	00:20
34 z 46 Monitorowanie sprawności procesu i ciągłe doskonalenie - Przygotowanie arkusza monitorowania procesu sprzedaży.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	12:00	12:20	00:20
35 z 46 Monitorowanie sprawności procesu i ciągłe doskonalenie - Analiza wyników po wdrożeniu usprawnień.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	12:20	12:50	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
36 z 46 Monitorowanie sprawności procesu i ciągłe doskonalenie - Opracowanie działań korygujących w odpowiedzi na pogorszenie wyników.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	12:50	13:20	00:30
37 z 46 -	Przerwa	-	05-11-2026	13:20	13:50	00:30
38 z 46 Przygotowanie planu wdrożenia usprawnień - Elementy planu wdrożenia zmiany: zadania, terminy, zasoby, odpowiedzialność i ryzyka.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	13:50	14:20	00:30
39 z 46 Przygotowanie planu wdrożenia usprawnień - Sposoby wspierania pracowników i współpracy zespołów podczas wdrażania zmian.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	14:20	14:40	00:20

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
40 z 46 Przygotowanie planu wdrożenia usprawnień - Opracowanie projektu usprawnienia procesu sprzedaży dla przedstawionego przypadku przedsiębiorstwa.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	14:40	15:10	00:30
41 z 46 Przygotowanie planu wdrożenia usprawnień - Przygotowanie harmonogramu wdrożenia i przypisanie odpowiedzialności.	Zajęcia	Karolina Grosicka	05-11-2026	15:10	15:30	00:20
42 z 46 Planowanie rozwoju procesu sprzedaży w e-commerce - omówienie proponowanych zmian	Zajęcia	Karolina Grosicka	06-11-2026	08:00	08:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
43 z 46 Planowanie rozwoju procesu sprzedaży w e-commerce - Opracowanie planu działań usprawniających proces sprzedaży: ustalenie priorytetów, terminów realizacji i osób odpowiedzialnych	Zajęcia	Karolina Grosicka	06-11-2026	08:30	08:50	00:20
44 z 46 Planowanie rozwoju procesu sprzedaży w e-commerce - Dobór wskaźników oceny skuteczności zaplanowanych działań oraz określenie sposobu monitorowania postępów	Zajęcia	Karolina Grosicka	06-11-2026	08:50	09:15	00:25
45 z 46 -	Przerwa	-	06-11-2026	09:15	09:30	00:15
46 z 46 -	Walidacja	-	06-11-2026	09:30	10:30	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	18:00
w tym suma godzin zajęć	14:45
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	02:15

Rodzaj godzin

Liczba godzin

Suma godzin dydaktycznych bez przerw

21:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 192,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 113 ust. 1 ustawy o VAT ze względu na wartość sprzedaży	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 192,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	344,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	344,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	18:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Karolina Grosicka

Dr n. pr. Karolina Grosicka to prawniczka i menedżerka obszaru ESG oraz compliance, założycielka i dyrektorka zarządzająca własnej praktyki doradczej „dr Karolina Grosicka Legal & Compliance”, skoncentrowanej na wdrażaniu standardów zrównoważonego rozwoju, ładu korporacyjnego i zgodności oraz na przekładaniu wymogów regulacyjnych na działające procesy biznesowe. Łączy doświadczenie regulacyjne ESG i compliance z praktyką instytucji finansowych: Bank Pekao S.A., PKO Bank Polski oraz ING Polska. Posiada doświadczenie w sporządzaniu raportów i deklaracji środowiskowych. Równolegle pełni funkcję managerki ds. doradztwa środowiskowego i ESG w PCDK Group oraz działa w środowiskach eksperckich związanych ze zrównoważonymi finansami. Jest również aktywną autorką treści z obszaru compliance i ESG oraz autorką opracowania dotyczącego sygnalistów w przedsiębiorstwie, co wzmacnia jej kompetencje w projektowaniu „twardych” elementów raportowania i ujawnień. Posiada kompetencje spełniające wymogi określone w §6 rozporządzenia Ministra Funduszy i polityki Regionalnej z dnia 28 lipca 2023 r. w sprawie

rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe (Dz.U. z 2023 r. poz. 1686) oraz posiada 3 lata doświadczenia w obszarze związanym ze zrównoważonym rozwojem oraz zieloną transformacją. Karolina Grosicka posiada minimum 100-godzinne doświadczenie w prowadzeniu szkoleń.



2 z 2

Justyna Walas-Ryba

Justyna Walas-Ryba – trenerka biznesu, ekspertka w obszarze compliance, ESG i zrównoważonego rozwoju. W latach 2020–2024 pełniła funkcję Menedżera ds. Compliance i ESG w Grupie Kapitałowej Eurocash, gdzie odpowiadała za wdrożenie procesów compliance i ESG, w tym za przygotowanie raportów CSR. Oznacza to praktyczne doświadczenie w przygotowywaniu dokumentów z zakresu raportowania niefinansowego na potrzeby przedsiębiorstwa, zdobyte w ramach obowiązków realizowanych w strukturze grupy kapitałowej. Następnie pełniła funkcję Dyrektorki ds. ESG w Moore Polska, a obecnie jako Prezeska Ecoris sp. z o.o. nadzoruje procesy wdrożenia ESG w spółkach i grupach kapitałowych. Jej doświadczenie obejmuje również prowadzenie specjalistycznych szkoleń i programów rozwojowych z zakresu raportowania ESG, raportowania zrównoważonego rozwoju oraz analizy podwójnej istotności, realizowanych w latach 2023–2025 dla przedsiębiorstw i instytucji, m.in. Eurocash S.A., Grupy Tauron, Grupy Esotiq & Henderson, PKO BP, DM BOŚ S.A., Ministerstwa Aktywów Państwowych, GK Pamapol, PEWIK Gdynia, Baltic Container Terminal Gdynia, WASKO, LechDrób i Moore Polska. Posiada minimum 5-letnie doświadczenie w obszarze zarządzania zmianą lub zarządzania zasobami ludzkimi, doświadczenie w obszarze zrównoważonego rozwoju i zielonej transformacji oraz posiada minimum 100-godzinne doświadczenie w zakresie realizacji usług rozwojowych. W ciągu 5 lat przed publikacją usługi prowadziła szkolenia w tej lub podobnej tematyce.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik po ukończeniu szkolenia otrzyma imienny certyfikat potwierdzający ukończenie szkolenia „Projektowanie i optymalizacja procesów sprzedaży w e-commerce”, wydany przez Fundację Biznes Odpowiedzialny Społecznie, zawierający zakres tematyczny, liczbę godzin oraz potwierdzenie nabytych efektów uczenia się.

Warunki uczestnictwa

Warunki zaliczenia usługi

Warunkiem zaliczenia usługi jest uczestnictwo w co najmniej 80% całkowitej liczby godzin szkolenia, przy czym jedna godzina szkolenia oznacza 60 minut uczestnictwa w zajęciach online prowadzonych w czasie rzeczywistym. Dla usługi obejmującej 18 godzin zegarowych oznacza to obowiązek uczestnictwa w co najmniej 15 godzinach zegarowych, co powinno zostać potwierdzone na podstawie raportów logowań każdego uczestnika. Zaliczenie szkolenia następuje po spełnieniu warunku obecności oraz po pozytywnym ukończeniu walidacji, obejmującej test teoretyczny i zadanie praktyczne, zgodnie z kryteriami określonymi w karcie usługi.

Raporty z logowania zawierają:

- pełną nazwę firmy kierującej uczestnika na szkolenie, numer ID usługi oraz datę przeprowadzenia szkolenia;
- imię i nazwisko uczestnika oraz datę i godzinę rozpoczęcia i zakończenia każdego logowania;
- całkowity czas aktywnej obecności na platformie, wyrażony w minutach.

Informacje dodatkowe

- Uczestnicy nie muszą wykazywać się minimalnym doświadczeniem/stażem aby uczestniczyć w usłudze rozwojowej.
- Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych, tj. za godzinę usługi szkoleniowej rozumie się 60 minut. Walidacja i przerwy wliczają się w czas trwania usługi. Przerwy sygnalizowane są przez osobę prowadzącą i zapisywane na czacie na platformie szkoleniowej.

- Usługa jest realizowana przez podmiot spełniający wymagania określone w Rozporządzeniu Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28.07.2023 r. w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe (Dz.U. z 2023 r. poz. 1686). Usługa musi być realizowana oraz walidowana/weryfikowana zgodnie z wymogami określonymi w wyżej wymienionym Rozporządzeniu.
- Usługa zwolniona z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o VAT w zw. z § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia MF z 20.12.2013 r.

Warunki techniczne

Platforma do zajęć oraz walidacji - LiveWebinar

Każdy uczestnik szkolenia powinien mieć możliwość korzystania z urządzenia wyposażonego w stabilne łącze internetowe o przepustowości co najmniej 10 Mb/s oraz zaktualizowaną przeglądarkę internetową (Chrome, Edge, Firefox lub Safari).

1. Urządzenia stacjonarne i przenośne (komputery PC / laptopy):

- Procesor: minimum dwurdzeniowy 2,0 GHz (zalecany czterordzeniowy 2,5 GHz lub wyższy).
- Pamięć RAM: minimum 4 GB (zalecane 8 GB).
- System operacyjny: Windows 10 lub nowszy / macOS 11 lub nowszy / Linux Ubuntu 20.04 lub nowszy / ChromeOS.
- Ekran o rozdzielczości min. 1366×768 pikseli (zalecane Full HD).
- Kamera internetowa oraz mikrofon (wbudowane lub zewnętrzne).
- Dostęp do platformy wideokonferencyjnych (LifeWebinar).

2. Urządzenia mobilne (smartfony i tablety):

- System operacyjny: Android 10 lub nowszy / iOS 14 lub nowszy.
- Pamięć RAM: minimum 3 GB (zalecane 4 GB).
- Procesor: minimum 1,8 GHz (zalecany 2,0 GHz lub wyższy, ośmiordzeniowy).
- Zainstalowana aplikacja do obsługi szkolenia (LifeWebinar).
- Możliwość wyświetlania prezentacji oraz udziału w interakcji (czat, testy, ankiety).

3. Zalecenia dodatkowe:

W celu zminimalizowania problemów technicznych rekomenduje się korzystanie z komputera stacjonarnego lub laptopa z przewodowym połączeniem internetowym oraz użycie zestawu słuchawkowego z mikrofonem. Uczestnik powinien przed rozpoczęciem szkolenia przetestować działanie sprzętu i łącza.

4. Kody dostępne do usługi: <https://livewebinar.com/860-895-234>

Link wygaśnie po zakończeniu szkolenia - 06.11.2026 o godzinie 10:05.

Uczestnicy, trener oraz Operator drogą mailową otrzymają dostęp tj. link i hasło przed rozpoczęciem szkolenia.

Kontakt



Natalia Wiluk

E-mail rozwojowe@bosfundacja.pl

Telefon (+48) 694 944 583