



Pro-Invest AG
Michał Żmija

★★★★★ 4,7 / 5

63 oceny

„Marketing i sprzedaż w e-commerce dla MŚP – tworzenie skutecznej strategii online” - szkolenie

Numer usługi 2025/08/20/42004/2951014

📍 Kraków / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 58 h

📅 22.09.2025 do 30.10.2025

5 220,00 PLN brutto

5 220,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie ma charakter zamknięty i jest skierowane wyłącznie do pracowników firmy wskazanej przez Pracodawcę. Uczestnikami będą osoby zajmujące się sprzedażą lub obsługą sprzedaży, w tym właściciele i menedżerowie odpowiedzialni za rozwój sprzedaży online, pracownicy działów handlowych, marketingu i obsługi klienta, a także osoby, które chcą podnieść swoje kompetencje w zakresie marketingu internetowego i sprzedaży w e-commerce.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

5

Data zakończenia rekrutacji

19-09-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

58

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

Usługa przygotowuje do samodzielnego planowania i realizacji działań marketingowych i sprzedażowych w e-commerce. Uczestnicy nauczą się identyfikować grupę docelową i jej potrzeby, budować propozycję wartości,

analizować konkurencję, tworzyć spójny przekaz marki, dobierać kanały sprzedaży i komunikacji oraz integrować je w kompletny plan działań marketingowych i sprzedażowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik rozróżnia kluczowe elementy strategii marketingowej w e-commerce, charakteryzuje etapy ścieżki klienta, definiuje różnice między segmentacją B2B i B2C, wskazuje narzędzia analizy konkurencji oraz kanały sprzedaży online.	Uczestnik poprawnie odpowiada na pytania testowe dotyczące podstawowych pojęć, etapów i narzędzi omawianych podczas szkolenia.	Test teoretyczny
Uczestnik planuje działania marketingowe, opracowuje personę klienta i mapę jego podróży, projektuje unikalną propozycję wartości, analizuje konkurencję z wykorzystaniem macierzy SWOT, tworzy opis oferty w języku korzyści oraz konstruuje lejek marketingowy.	Uczestnik udziela poprawnych odpowiedzi w teście teoretycznym sprawdzającym znajomość etapów i zasad przygotowania osoby, propozycji wartości, analizy SWOT, opisu produktu oraz lejka marketingowego.	Test teoretyczny
Uczestnik potrafi pracować w grupie nad wypracowaniem strategii, prezentować swoje rozwiązania, udzielać i przyjmować informacji zwrotnej, potrafi krytycznie ocenić własne działania marketingowe i wprowadzać usprawnienia.	Uczestnik udziela poprawnych odpowiedzi w teście teoretycznym sprawdzającym znajomość zasad współpracy, komunikacji i krytycznej analizy działań marketingowych.	Test teoretyczny
Uczestnik opisuje zasady budowania propozycji wartości (USP/UVP) oraz charakteryzuje kluczowe wskaźniki efektywności w e-commerce.	Uczestnik poprawnie odpowiada na pytania testowe dotyczące elementów propozycji wartości oraz rozpoznaje definicje i zastosowanie wskaźników efektywności sprzedaży online.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Dzień 1: Wprowadzenie do marketingu i sprzedaży w e-commerce

Zagadnienia:

- Specyfika rynku e-commerce i zmiany w zachowaniach konsumenckich.
- Rola strategii marketingowej w sprzedaży online.
- Ścieżka klienta w e-commerce (od świadomości po lojalność).
- Struktura i cele całego szkolenia.
- **Ćwiczenia:**
- Autodiagnoza uczestników – analiza obecnej pozycji sklepu/marki w e-commerce.

Dzień 2: Grupa docelowa

Zagadnienia:

- Segmentacja klientów w e-commerce (różnice B2C i B2B).
- Persona klienta: dane demograficzne, potrzeby, motywacje, bariery zakupowe.
- Customer Journey Map w kontekście zakupów online.
- **Ćwiczenia:**
- Opracowanie persony klienta i opisanie jej ścieżki zakupowej w sklepie online.

Dzień 3: Propozycja wartości

Zagadnienia:

- Propozycja wartości (USP/UVP) – jak komunikować realne korzyści.
- Psychologia decyzji zakupowych w e-commerce.
- Elementy budowania oferty: cena, produkt, obsługa, doświadczenie zakupowe.
- **Ćwiczenia:**
- Sformułowanie propozycji wartości dla własnego sklepu/produktu.

Dzień 4: Konkurencja

Zagadnienia:

- Analiza rynku i identyfikacja przewagi konkurencyjnej.
- Monitoring i benchmarking konkurencji w e-commerce.
- Narzędzia analityczne: SimilarWeb, Ahrefs, Google Trends.
- Określanie nisz i luk rynkowych.
- **Ćwiczenia:**
- Analiza wybranego konkurenta i przygotowanie macierzy SWOT.

Dzień 5: Przekaz

Zagadnienia:

- Storytelling w e-commerce.
- Język korzyści kontra język cech.
- SEO i UX writing w opisach produktów i treściach marketingowych.
- **Ćwiczenia:**
- Przygotowanie strony produktowej (nagłówek, opis, CTA) lub mini kampanii contentowej.

Dzień 6: Kanały i plan działań

Zagadnienia:

- Kanały sprzedaży i komunikacji: płatne vs. organiczne (Google Ads, SEO, social media, marketplace'y).
- Omnichannel i integracje (sklep + marketplace + social commerce).
- Automatyzacje marketingowe i CRM w sprzedaży online.
- Plan działań rocznych: budżetowanie, KPI, monitoring efektywności (CAC, LTV, ROAS, Conversion Rate).
- **Ćwiczenia:**
- Zaplanowanie lejka marketingowego (np. Facebook Ads → landing page → e-mail marketing).
- Opracowanie indywidualnej mapy działań marketingowych i sprzedażowych na 3–6 miesięcy.

Podczas pracy na dzień szkoleniowy planowane jest łącznie 45 minut przerwy.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 6

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 6 Dzień 1: Wprowadzenie do marketingu i sprzedaży w e-commerce	-	22-09-2025	08:00	16:00	08:00
2 z 6 Dzień 2 – Grupa docelowa	-	23-09-2025	08:00	16:00	08:00
3 z 6 Dzień 3 – Propozycja wartości	-	25-09-2025	08:00	16:00	08:00
4 z 6 Dzień 4 – Konkurencja	-	06-10-2025	08:00	16:00	08:00
5 z 6 Dzień 5 – Przekaz	-	07-10-2025	08:00	16:00	08:00
6 z 6 Dzień 6 – Kanały i plan działań	-	08-10-2025	08:00	16:00	08:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 220,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 220,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają komplet materiałów dydaktycznych w formie elektronicznej (prezentacje, zestawy ćwiczeń, wzory narzędzi marketingowych, checklisty do pracy własnej), które odnoszą się bezpośrednio do treści realizowanej usługi. Materiały będą służyć zarówno podczas zajęć, jak i jako pomoc w samodzielnym wdrażaniu zdobytej wiedzy i umiejętności po zakończeniu szkolenia.

Uczestnicy otrzymają certyfikaty oraz imienne zaświadczenie potwierdzające ukończenie szkolenia.

Adres

ul. Stanisława Klimeckiego 24
30-705 Kraków
woj. małopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Praca warsztatowa, potrzebny dostęp do komputerów, laptopów lub innych urządzeń mobilnych.

Kontakt



Anna Wiśniewska

E-mail a.wisniewska@proinvestag.pl

Telefon (+48) 606 757 757