



## Marketing 2.0 z AI dla E-commerce – strategia SEO, Email, Google Ads i MetaAds dla sklepów internetowych - szkolenie

Numer usługi 2026/03/19/204734/3422100

5 280,00 PLN brutto  
 5 280,00 PLN netto  
 220,00 PLN brutto/h  
 220,00 PLN netto/h  
 250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

FUNDACJA

ROZWOJU

KOMPETENCJI

ZAWODOWYCH

"AHA"

Brak ocen dla tego dostawcy

📍 Szczecin

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 24:00 h

📅 07.08.2026 do 09.08.2026

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Identyfikatory projektów</b>	Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<p>Szkolenie adresowane jest do osób dorosłych, pracujących lub planujących działalność w obszarze marketingu dla e-commerce sprzedającego produkty online – w szczególności do właścicieli sklepów internetowych, menedżerów e-commerce oraz specjalistów ds. marketingu, którzy odpowiadają za planowanie i realizację działań SEO, email marketingu oraz kampanii Google Ads i MetaAds. Uczestnikami mogą być również osoby początkujące w marketingu e-commerce, o ile prowadzą sklep internetowy lub są na etapie jego uruchamiania i dysponują ofertą produktów oraz podstawowymi informacjami o budżecie marketingowym. Wymagana jest podstawowa umiejętność obsługi komputera i przeglądarki internetowej, gotowość do pracy warsztatowej na własnym case study oraz umiejętność logicznego analizowania danych i wyciągania wniosków. Szkolenie nie jest przeznaczone dla firm usługowych, B2B ani twórców produktów cyfrowych.</p> <p><b>Usługa rozwojowa adresowana również dla Uczestników projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe.</b></p>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	2
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	12
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	06-08-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna

# Cel

## Cel edukacyjny

Usługa „Marketing 2.0 z AI dla E-commerce – strategia SEO, Email, Google Ads i Meta Ads dla sklepów internetowych – szkolenie” przygotowuje uczestnika do samodzielnego zaprojektowania i wdrożenia strategii marketingowej sklepu internetowego z produktami fizycznymi: określenia person, oferty i lejka, zaplanowania SEO i automatyzacji email, uruchomienia kampanii Google Ads (PLA/PMAX) i Meta Ads oraz mierzenia wyników w GA4 na KPI/ROAS.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji	
Charakteryzuje elementy strategii marketingowej e-commerce dla sklepu z produktami fizycznymi oraz powiązania między segmentacją klientów, ofertą, lejkiem i doborem kanałów (SEO, email, Google Ads, MetaAds)	opisuje misję i wizję sklepu oraz wskazuje ich przełożenie na komunikację i ofertę	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	
	rozdziela etapy lejka marketingowego i przypisuje do nich kanały oraz cele	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	
	charakteryzuje KPI/ROAS oraz wskazuje przykłady zastosowania w ocenie działań marketingowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	
	opracowuje Buyer Personę dla własnego sklepu na podstawie danych i założeń biznesowych	Analiza dowodów i deklaracji	
	Projektuje profil klienta idealnego (Buyer Persona) i wykorzystuje go do zaplanowania komunikacji oraz doboru oferty w e-commerce	formułuje potrzeby, obiekcje i motywy zakupowe oraz przekłada je na komunikaty sprzedażowe	Analiza dowodów i deklaracji
		dobiera elementy oferty (korzyści, warunki, argumenty) spójne z Personą	Analiza dowodów i deklaracji
Wykonuje analizę SWOT sklepu internetowego i formułuje wnioski do planu działań marketingowych	identyfikuje mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia dla własnego sklepu	Analiza dowodów i deklaracji	
	wskazuje działania priorytetowe wynikające z analizy SWOT (min. 3)	Analiza dowodów i deklaracji	
	uzasadnia dobór działań w odniesieniu do celów sprzedażowych i zasobów	Analiza dowodów i deklaracji	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje działania organiczne zwiększające sprzedaż: optymalizację on-site/UX, SEO oraz automatyzację email marketingu.	sporządza listę zmian on-site/UX dla strony, karty produktu i checkoutu oraz wskazuje ich cel konwersyjny	Analiza dowodów i deklaracji
	przygotowuje plan SEO dla produktów i kategorii (struktura + priorytety)	Analiza dowodów i deklaracji
	projektuje sekwencje email (min. 2) obejmujące automatyzację (np. porzucony koszyk) lub cross-selling	Analiza dowodów i deklaracji
Projektuje plan kampanii płatnych dla e-commerce w Google Ads (PLA/PMAX) oraz Meta Ads, z uwzględnieniem budżetu, segmentów i mierzenia efektów.	opracowuje strukturę kampanii Google Ads dla e-commerce (PLA/PMAX) i wskazuje założenia dot. produktowych danych w Merchant Center	Analiza dowodów i deklaracji
	planuje kampanię Meta Ads z wykorzystaniem katalogu produktów (DPA) oraz określa cele i grupy odbiorców	Analiza dowodów i deklaracji
	wyznacza budżet testowy i opisuje sposób oceny wyników na KPI/ROAS w GA4	Analiza dowodów i deklaracji
Stosuje zasady współdziałania i odpowiedzialności w pracy nad strategią marketingową e-commerce, w tym komunikację w zespole, przyjmowanie informacji zwrotnej oraz planowanie dalszego rozwoju kompetencji	stosuje zasady komunikacji interpersonalnej podczas pracy warsztatowej (jasno formułuje ustalenia, zadaje pytania doprecyzowujące, udziela i przyjmuje feedback)	Analiza dowodów i deklaracji
	ponosi odpowiedzialność za realizację powierzonych zadań w trakcie ćwiczeń (terminowo dostarcza elementy strategii i uzasadnia decyzje)	Analiza dowodów i deklaracji
	ocenia poziom własnych umiejętności w obszarze marketingu e-commerce i planuje dalszy rozwój na podstawie wyników walidacji oraz informacji zwrotnej	Analiza dowodów i deklaracji

## 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

Dla osiągnięcia celu edukacyjnego, polegającego na przygotowaniu uczestnika do samodzielnego zaprojektowania i wdrożenia strategii marketingowej sklepu internetowego z produktami fizycznymi: określenia person, oferty i lejka, zaplanowania SEO i automatyzacji email, uruchomienia kampanii Google Ads (PLA/PMAX) i Meta Ads oraz mierzenia wyników w GA4 na KPI/ROAS, zakończonego walidacją – uczestnik powinien prowadzić (lub planować uruchomienie) sklepu internetowego sprzedającego produkty fizyczne online oraz posiadać podstawową umiejętność obsługi komputera i przeglądarki internetowej.

Szkolenie adresowane jest do właścicieli, menedżerów lub specjalistów ds. marketingu w sklepach e-commerce, którzy odpowiadają za planowanie i realizację działań marketingowych oraz chcą wypracować „Dokument Strategii Marketingowej 2.0” dla własnego sklepu.

Szkolenie nie jest przeznaczone dla firm usługowych, B2B ani twórców produktów cyfrowych.

### Zakres tematyczny

**Zakres obejmuje część teoretyczną oraz praktyczną, realizowaną w formule intensywnego warsztatu:**

#### Część teoretyczna (T):

1. Lejek marketingowy e-commerce (omówienie i projektowanie lejka sprzedażowego)
2. Identyfikacja wizualna (omówienie spójności wizualnej)
3. Podsumowanie i plan wdrożeniowy (ustalenie priorytetów, mierzenie efektów: KPI, GA4, ROAS)

#### Część praktyczna (P):

1. Opis firmy (misja i wizja sklepu) – warsztat
2. Klient idealny (Buyer Persona) w e-commerce – warsztat tworzenia profilu klienta
3. Analiza SWOT – warsztat identyfikacji SWOT dla własnego sklepu
4. Budżet i konkurencja – warsztat planowania budżetu i badania konkurencji w e-commerce
5. USP (Unikalna Propozycja Sprzedaży) – warsztat wypracowania unikalnej propozycji sprzedaży
6. Wielka oferta (The Grand Offer) – analiza oferty e-commerce (darmowa dostawa, zwroty, gratisy, obsługa klienta)
7. Strona e-commerce (optymalizacja on-site & UX) – warsztat audytu strony sklepu, karty produktu i procesu checkoutu
8. Profil firmy w Google – warsztat optymalizacji wizytówki Google dla budowania zaufania
9. Facebook Fanpage – warsztat planowania komunikacji produktowej
10. Instagram dla biznesu – warsztat planowania strategii wizualnej na Instagramie
11. LinkedIn (opcjonalnie) – omówienie: e-commerce w kontekście B2B, budowanie marki pracodawcy
12. Email marketing w e-commerce – warsztat: automatyzacje, ratowanie koszyka, cross-selling, programy lojalnościowe
13. SEO dla sklepów – warsztat planowania SEO dla produktów i kategorii; wprowadzenie do Google Merchant Center
14. Google Ads – kampanie produktowe (PLA) i PMAX (z Google Merchant Center) – warsztat planowania i struktury kampanii
15. Meta Ads (Facebook & Instagram) dla e-commerce – warsztat planowania kampanii, DPA, prospecting z katalogiem produktów
16. Sesja końcowa: prezentacje strategii uczestników i finalny feedback
17. Walidacja efektów uczenia się: Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie, Analiza dowodów i deklaracji

Łączna ilość godzin: 24 h zegarowe w tym: 3h teoria, 17,5h praktyka, 3h przerwy, 0,5h walidacja.

### Warunki organizacyjne

1. Szkolenie grupowe: rekomendowana wielkość grupy: 12 osób (maks.).
2. Uczestnicy pracują warsztatowo na własnych laptopach (lub komputerach dostępnych w sali) i na własnym sklepie/case study.
3. Usługa jest realizowana w godzinach zegarowych 1h = 60min.
4. Przerwy wliczają się w czas trwania usługi i mogą być elastycznie dostosowane do tempa pracy uczestników i dynamiki szkolenia.
5. Walidacja jest realizowana ostatniego dnia szkolenia.
6. Metody walidacji efektów uczenia się: Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie, Analiza dowodów i deklaracji

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 29

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 29</b> Opis firmy ( misja i wizja sklepu)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	07-08-2026	09:00	09:45	00:45
<b>2 z 29</b> Klient idealny (Buyer Persona) w e-commerce ( tworzenie profilu klienta)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	07-08-2026	09:45	10:30	00:45
<b>3 z 29</b> Analiza SWOT (identyfikacja SWOT dla własnego sklepu)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	07-08-2026	10:30	11:00	00:30
<b>4 z 29</b> -	Przerwa	-	07-08-2026	11:00	11:15	00:15
<b>5 z 29</b> Lejek marketingowy e-commerce (omówienie i projektowanie lejka sprzedażowego)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	07-08-2026	11:15	12:00	00:45
<b>6 z 29</b> Budżet i konkurencja (planowanie budżetu, badanie konkurencji w e-commerce)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	07-08-2026	12:00	12:45	00:45
<b>7 z 29</b> -	Przerwa	-	07-08-2026	12:45	13:15	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>8 z 29</b> USP (Unikalna Propozycja Sprzedaży - dlaczego klient ma kupić u Ciebie?)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	07-08-2026	13:15	14:00	00:45
<b>9 z 29</b> Identyfikacja wizualna (omówienie spójności wizualnej)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	07-08-2026	14:00	14:45	00:45
<b>10 z 29</b> -	Przerwa	-	07-08-2026	14:45	15:00	00:15
<b>11 z 29</b> Wielka oferta (The Grand Offer) (analiza oferty: darmowa dostawa, zwroty, gratisy, obsługa klienta)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	07-08-2026	15:00	17:00	02:00
<b>12 z 29</b> Strona e-commerce (optymalizacja on-site & UX - audyt strony sklepu, karta produktu, proces checkoutu)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	08-08-2026	09:00	10:45	01:45
<b>13 z 29</b> Profil firmy w Google (optymalizacja wizytówki Google dla budowania zaufania)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	08-08-2026	10:45	11:20	00:35
<b>14 z 29</b> -	Przerwa	-	08-08-2026	11:20	11:35	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 29 Facebook Fanpage (planowanie komunikacji produktowej)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	08-08-2026	11:35	12:20	00:45
16 z 29 Instagram dla biznesu (planowanie strategii wizualnej na Instagramie)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	08-08-2026	12:20	13:05	00:45
17 z 29 LinkedIn (omówienie: e-commerce w kontekście B2B, budowanie marki pracodawcy)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	08-08-2026	13:05	13:35	00:30
18 z 29 -	Przerwa	-	08-08-2026	13:35	14:05	00:30
19 z 29 Email marketing w e-commerce (warsztat: automatyzacja, ratowanie koszyka, cross-selling, programy lojalnościowe)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	08-08-2026	14:05	15:35	01:30
20 z 29 -	Przerwa	-	08-08-2026	15:35	15:50	00:15
21 z 29 SEO dla sklepów (planowanie SEO dla produktów i kategorii; wprowadzenie do Google Merchant Center)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	08-08-2026	15:50	17:00	01:10

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>22 z 29</b> Google Ads – kampanie produktowe (PLA) i PMAX (z Google Merchant Center) - planowanie i struktura kampanii	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	09-08-2026	09:00	11:00	02:00
<b>23 z 29</b> -	Przerwa	-	09-08-2026	11:00	11:15	00:15
<b>24 z 29</b> Meta Ads (Facebook & Instagram) dla e-commerce - planowanie kampanii, DPA, prospecting z katalogiem produktów	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	09-08-2026	11:15	13:35	02:20
<b>25 z 29</b> -	Przerwa	-	09-08-2026	13:35	14:05	00:30
<b>26 z 29</b> Podsumowanie i plan wdrożeniowy (ustalenie priorytetów, mierzenie efektów: KPI, GA4, ROAS)	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	09-08-2026	14:05	15:35	01:30
<b>27 z 29</b> -	Przerwa	-	09-08-2026	15:35	15:50	00:15
<b>28 z 29</b> Sesja końcowa: prezentacje strategii uczestników i finalny feedback	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	09-08-2026	15:50	16:30	00:40
<b>29 z 29</b> -	Walidacja	-	09-08-2026	16:30	17:00	00:30

## Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	24:00
w tym suma godzin zajęć	20:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	03:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	28:00

## Cennik

### Cennik

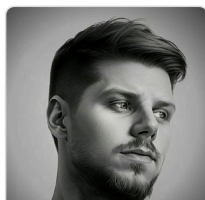
Rodzaj ceny	Cena
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto</b>	5 280,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	5 280,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	220,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	220,00 PLN

### Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	24:00

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### MICHAŁ LUBASZEWSKI

Michał Lubaszewski - Ekspert marketingu cyfrowego z ponad 11 letnim doświadczeniem, właściciel firmy szkoleniowej (od 2016 r.) i twórca platformy Kurs.Marketing. W latach 2020–2025 przeszkolił ponad 34 tys. uczestników w szkoleniach online i mentoringu. W okresie 2022–2025 jako konsultant

MŚP realizował audyty i wdrożenia strategii marketingowych, optymalizował budżety Google/Meta Ads oraz wdrażał analitykę (GA4). Specjalizuje się w Performance Marketingu (Google Ads, Meta Ads), analityce (GTM, GA4), technicznym SEO i automatyzacji z wykorzystaniem AI. W latach 2024–2025 ukończył szkolenia/certyfikacje: Meta Ads (2024), Google Ads (2024), Google Analytics 4 (2024), Google Tag Manager (2025). Od marca 2025 r. współpracuje z agencją w obszarze szkoleń i doradztwa.

Osoba prowadząca usługę ma kwalifikacje i doświadczenie zgodne z tematyką usługi zdobyte w ostatnich 5 latach przed publikacją usługi.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Dostęp do interaktywnego narzędzia "Dokument Strategii Marketingowej 2.0" na platformie dostawcy usługi.

Drukowane materiały szkoleniowe (zeszyt ćwiczeń/workbook).

### Informacje dodatkowe

Dostawca usługi zapewnia dostępność usługi każdemu zainteresowanemu uczestnikowi ze szczególnymi potrzebami zgodnie ze Standardem dostępności dla polityki spójności 2021-2027.

W przypadku potrzeby zapewnienia specjalnych udogodnień, przed zapisem na usługę, prosimy o kontakt.

Zwolnienie z VAT dla usług dofinansowanych co najmniej 70% następuje na podstawie § 3 ust. 1 pkt. 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z2013r. Nr 73, poz. 1722).

**Zawarto umowę z Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe.**

## Adres

ul. Niemierzyńska 17a

71-441 Szczecin

woj. zachodniopomorskie

TECHNOPARK POMERANIA

## Kontakt



**TOMASZ NASIŁOWSKI**

**E-mail** [biuro@nasilowski.com](mailto:biuro@nasilowski.com)

**Telefon** (+48) 605 215 500