



DOBRZE WYSZKOLENI
NI.PL SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

568 ocen

Prowadzenie sprzedaży online za pośrednictwem elektronicznych platform sprzedażowych – kurs przygotowujący do pracy w zawodzie specjalisty sprzedaży online

Numer usługi 2026/09/10/121120/3803547

- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 38:00 h
- 📅 01.12.2026 do 05.12.2026

5 600,00 PLN brutto
5 600,00 PLN netto
147,37 PLN brutto/h
147,37 PLN netto/h
225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Identyfikatory projektów

Kierunek - Rozwój, Regionalny Fundusz Szkoleniowy II,
Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe, FELB.06.08-IZ.00-0097/24,
FELB.06.03-IZ.00-0003/24 ZIPH

Grupa docelowa usługi

Grupę docelową usługi stanowią:

- osoby planujące rozpoczęcie sprzedaży produktów za pośrednictwem platform internetowych,
- osoby prowadzące już sprzedaż online, które chcą zwiększyć jej efektywność i rozwijać działalność,
- właściciele i pracownicy sklepów internetowych oraz firm działających w branży e-commerce,
- osoby planujące rozpoczęcie lub rozwój własnej działalności gospodarczej w obszarze sprzedaży online,
- osoby chcące zdobyć lub poszerzyć kompetencje związane z obsługą elektronicznych platform sprzedażowych,
- osoby planujące przebranżowienie i zdobycie nowych kwalifikacji zawodowych,
- osoby zainteresowane zwiększeniem sprzedaży, optymalizacją ofert oraz wykorzystaniem skutecznych strategii sprzedażowych w e-commerce.

Usługa jest skierowana zarówno do osób rozpoczynających działalność w sprzedaży online, jak i do osób posiadających doświadczenie, które chcą uporządkować i rozwinąć swoje kompetencje.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

20

Cel

Cel edukacyjny

Celem edukacyjnym szkolenia „Specjalista sprzedaży online” jest przygotowanie uczestników do samodzielnego prowadzenia sprzedaży za pośrednictwem elektronicznych platform sprzedażowych. Uczestnik zdobędzie wiedzę i umiejętności niezbędne do przygotowania i optymalizacji oferty, tworzenia opisów produktów, zarządzania sprzedażą i obsługą zamówień, komunikacji z klientem oraz stosowania skutecznych strategii zwiększających sprzedaż i widoczność oferty w kanale e-commerce.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Określa rynek docelowy dla danego planowanego produktu lub usługi	Rozpoznaje cechy rynku docelowego dla danego produktu lub usługi (np. poziom popytu, nasycenie rynku, konkurencję poziomu cen, uwarunkowania prawne)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Posługuje się narzędziami analitycznymi dostępnymi w ramach wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej lub używa narzędzi zewnętrznych, stosowanych do badania zainteresowania danymi produktami lub usługami oraz strukturą konkurencji	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Ocenia biznesową zasadność wprowadzenia produktu lub usługi na rynek (potencjalną zyskowność) z użyciem narzędzi analitycznych	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Omawia proces zaopatrzenia sklepu w towary	Dobiera produkty do sprzedaży przez elektroniczną platformę sprzedażową	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wskazuje sposoby personalizacji oraz udoskonalenia produktu	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Omawia zasady logistyki obowiązujące pomiędzy uczestnikami procesu zaopatrzenia sklepu w towary	Wywiad swobodny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wskazuje sposoby dokonywania rozliczeń pomiędzy uczestnikami procesu zaopatrzenia sklepu w towary	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Omawia cechy rynku dostawców	Wymienia główne platformy sprzedażowe zrzeszające producentów i dostawców	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Charakteryzuje specyfikę platform sprzedażowych zrzeszających producentów i dostawców	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	wskazuje parametry wpływające na wybór dostawcy (np. responsywność dostawcy liczbę przeprowadzonych transakcji, czas obecności dostawcy na platformie sprzedażowej, opinie o dostawcy)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Charakteryzuje ofert sprzedażową	Identyfikuje wady i zalety konkurencyjnej oferty sprzedażowej, wykorzystując dostępne narzędzia i technologie	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Omawia zasady tworzenia oferty sprzedażowej, uwzględniając cenę i opis produktu zdjęcie, dodatkowe usługi dotyczące tej oferty	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Korzysta z elektronicznej platformy. sprzedażowej	Charakteryzuje specyfikę głównych elektronicznych platform sprzedażowych	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Rozpoznaje istotne funkcje panelu administracyjnego wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Posługuje się raportami sprzedaży dostępnymi na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej w celu optymalizacji oferty i efektów sprzedaży	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Omawia metody promocji dostępne na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej (np. kupony, zniżki, kampanie Pay Per Click)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Organizuje promocję produktów na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej	Charakteryzuje metody promocji na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej za pomocą narzędzi zewnętrznych, uwzględniając ich specyfikę (np. Google Ads, komunikacja organiczna i działania płatne w mediach społecznościowych)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Tworzy plan promocji danego produktu na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Przygotowuje ofertę produktu do sprzedaży przez wybraną elektroniczną platformę sprzedażową	Wskazuje wymogi w zakresie wizualizacji produktów na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Tworzy ofertę produktu na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej (tytuł, opis, słowa kluczowe charakteryzujące produkt)	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wprowadza produkty na wybraną elektroniczną platformę sprzedażową	Wprowadza opis i cechy produktu zgodnie z wymogami wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Optymalizuje parametry oferty sprzedażowej pod kątem wyszukiwarki wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dobiera metody kontaktu z klientem	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Określa metody obsługi klienta elektronicznej platformy sprzedażowej	Kontaktuje się z klientem z wykorzystaniem dostępnych narzędzi	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Omawia proces zwrotu i reklamacji towarów	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Analizuje przebieg obsługi klienta wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej	Dobiera metody badania poziomu satysfakcji klienta z przeprowadzonej transakcji przez wybraną elektroniczną platformę sprzedażową	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wprowadza odpowiednie poprawki w ofercie lub sposobie obsługi klienta	Test teoretyczny Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kwalifikacje włączone do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji

Kwalifikacje	Prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe
Kod kwalifikacji zarejestrowanej w ZRK	14068
Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	Zofia Leś UNLIMITED

Program

Moduł 1. Produkt i oferta sprzedażowa

- Od pomysłu do produktu – analiza potrzeb rynku i konkurencji
- Tworzenie i modyfikacja produktu na podstawie istniejących rozwiązań
- Dobór opakowania i elementów zwiększających atrakcyjność produktu
- Elementy wpływające na konwersję i wartość oferty

Moduł 2. Analiza rynku i wybór produktu

- Analiza kategorii produktowych i trendów sprzedażowych
- Kryteria oceny potencjału produktu
- Analiza konkurencji i popytu
- Ocena rentowności i potencjału sprzedażowego

Moduł 3. Dostawcy i negocjacje

- Wyszukiwanie i weryfikacja dostawców
- Współpraca z dostawcami krajowymi i zagranicznymi
- Negocjowanie cen, warunków i terminów realizacji
- Kalkulacja kosztów, marży i rentowności produktu

Moduł 4. Import i sprzedaż na rynku UE

- Numer EORI i podstawowe obowiązki importera
- Cło, VAT i koszty importu
- Organizacja transportu i współpraca z operatorem logistycznym
- Podstawowe wymagania przy wprowadzaniu produktów na rynek UE

Moduł 5. Sprzedaż na platformach marketplace

- Charakterystyka rynku marketplace
- Amazon Seller Central – zakładanie i konfiguracja konta
- Przygotowanie i optymalizacja oferty produktowej
- Model FBA i koszty sprzedaży
- Brand Registry
- Narzędzia wspierające analizę rynku i sprzedaż

Moduł 6. Sprzedaż na rynkach zagranicznych

- Najważniejsze platformy marketplace w Polsce i za granicą
- Dobór platformy do produktu i rynku docelowego
- Przygotowanie oferty do sprzedaży zagranicznej
- Strategie skalowania sprzedaży

Moduł 7. Własny sklep internetowy

- Modele i platformy sklepów internetowych
- Wybór rozwiązania technologicznego
- Przygotowanie sklepu do sprzedaży
- Elementy wpływające na użyteczność i konwersję

Moduł 8. Marketing i zwiększanie sprzedaży

- Media społecznościowe jako kanał sprzedaży
- Google Ads, Meta Ads i Pinterest Ads
- Analityka i pomiar konwersji
- Remarketing i wykorzystanie danych sprzedażowych

- Influencer marketing – zasady skutecznej współpracy

Moduł 9. Rozwój marki i ekspansja zagraniczna

- Przygotowanie produktu do wejścia na nowe rynki
- Dostosowanie oferty do klienta zagranicznego
- Budowanie marki na rynkach zagranicznych
- Organizacja sprzedaży i obsługi klienta międzynarodowego

Moduł 10. Case study i warsztat praktyczny

- Analiza przypadku marki rozwijającej sprzedaż na rynkach zagranicznych
- Identyfikacja problemów i dobór rozwiązań
- Przygotowanie własnej strategii sprzedaży online

Moduł 11. Walidacja i egzamin

- Test teoretyczny
- Zadanie praktyczne związane z przygotowaniem i prowadzeniem sprzedaży online
- Ocena osiągnięcia efektów uczenia się
- Certyfikacja po uzyskaniu pozytywnego wyniku walidacji

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Moduł 1. Produkt i oferta sprzedażowa	Zajęcia	Wojciech Woźnica	01-12-2026	09:00	12:00	03:00
2 z 15 -	Przerwa	-	01-12-2026	12:00	13:00	01:00
3 z 15 Moduł 2. Analiza rynku i wybór produktu	Zajęcia	Wojciech Woźnica	01-12-2026	13:00	17:00	04:00
4 z 15 Moduł 3. Dostawcy i negocjacje	Zajęcia	Wojciech Woźnica	02-12-2026	09:00	12:00	03:00
5 z 15 -	Przerwa	-	02-12-2026	12:00	13:00	01:00
6 z 15 Moduł 4. Import i sprzedaż na rynku UE	Zajęcia	Wojciech Woźnica	02-12-2026	13:00	17:00	04:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 15 Moduł 5. Sprzedaż na platformach marketplace	Zajęcia	Kamil Grzesik	03-12-2026	09:00	12:00	03:00
8 z 15 -	Przerwa	-	03-12-2026	12:00	13:00	01:00
9 z 15 Moduł 6. Sprzedaż na rynkach zagranicznych	Zajęcia	Kamil Grzesik	03-12-2026	13:00	17:00	04:00
10 z 15 Moduł 7. Własny sklep internetowy	Zajęcia	Kamil Grzesik	04-12-2026	09:00	11:00	02:00
11 z 15 -	Przerwa	-	04-12-2026	11:00	12:00	01:00
12 z 15 Moduł 8. Marketing i zwiększanie sprzedaży	Zajęcia	Kamil Grzesik	04-12-2026	12:00	15:15	03:15
13 z 15 Moduł 9. Rozwój marki i ekspansja zagraniczna	Zajęcia	Wojciech Woźnica	05-12-2026	09:15	12:00	02:45
14 z 15 -	Przerwa	-	05-12-2026	12:00	13:00	01:00
15 z 15 -	Walidacja	-	05-12-2026	13:00	17:00	04:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	38:00
w tym suma godzin zajęć	29:00
w tym suma godzin walidacji	04:00
w tym suma przerw	05:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	44:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 600,00 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	5 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	147,37 PLN
Koszt osobogodziny netto	147,37 PLN
W tym koszt walidacji brutto	600,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	600,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	400,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	400,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	38:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Kamil Grzesik

Trener i praktyk sprzedaży internetowej. Specjalista w zakresie sprzedaży międzynarodowej w oparciu o platformy: Amazon, Etsy oraz własne sklepy internetowe. Absolwent Szkoły Głównej Handlowej o profilu menedżerskim. Doświadczony przedsiębiorca w zakresie budowania marek z wieloletnim doświadczeniem. Specjalizuje się w tworzeniu sklepów internetowych oraz rozwiązań dla firm i przedsiębiorstw dążących do automatyzacji procesów.



2 z 2

Wojciech Woźnica

Trener i praktyk marketingu oraz ekspert budowania marki z 8-letnim doświadczeniem. Autor fanpage o zasięgu ponad 14mln osób. Twórca własnych marek odzieżowych oraz marek dedykowanych sprzedaży na platformie Amazon. Posiada doświadczenie w budowaniu i wprowadzaniu praktycznych strategii marketingowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej, obejmujące prezentacje, materiały dydaktyczne, ćwiczenia praktyczne, checklisty oraz materiały pomocnicze dotyczące sprzedaży online, marketplace, przygotowania oferty, analizy rentowności i działań marketingowych. Materiały będą stanowiły praktyczne wsparcie w wykorzystaniu zdobytych podczas szkolenia kompetencji.

Warunki uczestnictwa

Uczestnik powinien mieć ukończone 18 lat oraz posiadać kwalifikację pełną na poziomie 4 Polskiej Ramy Kwalifikacji (PRK).

Uczestnik nie musi posiadać wcześniejszego doświadczenia zawodowego w zakresie sprzedaży online ani doświadczenia w prowadzeniu sprzedaży za pośrednictwem elektronicznych platform sprzedażowych.

Uczestnik powinien posiadać podstawowe umiejętności obsługi komputera i korzystania z Internetu.

Warunki techniczne

komputer stacjonarny lub laptop wyposażony w sprawną kamerę internetową, mikrofon oraz głośniki lub słuchawki;

stabilne połączenie z Internetem umożliwiające płynną transmisję audio-video; rekomendowana przepustowość łącza – minimum **10 Mb/s pobierania i 2 Mb/s wysyłania**, przy czym w przypadku intensywnej pracy z materiałami multimedialnymi zalecane jest łącze o wyższych parametrach;

aktualny system operacyjny oraz aktualna wersja przeglądarki internetowej, np. Google Chrome, Microsoft Edge, Mozilla Firefox lub Safari;

możliwość korzystania z platformy szkoleniowej oraz funkcji udostępniania ekranu;

zalecany monitor o rozdzielczości Full HD (1920 × 1080 px);

ciche i odpowiednio przygotowane stanowisko pracy, umożliwiające niezakłócony udział w szkoleniu.

Kontakt



SYLWIA CHYŁEK

E-mail sylwia@dobrzewyszkoleni.pl

Telefon (+48) 729 835 005