

# E-Commerce. Budowa, zarządzanie i reklama e-sklepu

Handel internetowy to dziś jeden z najszybciej rozwijających się kanałów sprzedaży, który wymaga nie tylko dobrego produktu, ale również przemyślanej strategii, skutecznej komunikacji i umiejętnego wykorzystania danych. Szkolenie „E-Commerce. Budowa, zarządzanie i reklama e-sklepu” kompleksowo pokazuje, jak projektować i rozwijać nowoczesny e-biznes – od analizy rynku i wyboru platformy, przez UX, SEO i reklamę, aż po analitykę oraz aspekty prawne sprzedaży online.

Program został przygotowany z myślą o praktyce i aktualnych realiach rynku e-commerce w Polsce. Uczestnicy poznają sprawdzone narzędzia sprzedażowe i marketingowe, nauczą się planować skuteczne kampanie reklamowe, analizować wyniki działań oraz zwiększać konwersję i wartość sprzedaży. Dzięki warsztatom i przykładom z rynku szkolenie dostarcza konkretnych kompetencji, które można wdrożyć od razu w rozwijaniu własnego sklepu internetowego lub działań e-commerce w firmie.



## Odbiorcy szkolenia

Szkolenie skierowane jest do szerokiego grona osób zaangażowanych w handel cyfrowy, w szczególności do:

- **Przedsiębiorców i właścicieli firm**, którzy chcą rozpocząć sprzedaż w sieci lub rozwijać już istniejące e-sklepy.
- **Menedżerów i liderów projektów** poszukujących głębszego zrozumienia trendów i zachowań konsumentów do optymalizacji działań sprzedażowych.
- **Specjalistów ds. marketingu i sprzedaży**, pragnących skutecznie wykorzystywać narzędzia

cyfrowe do promocji online.

- **Analityków i specjalistów SEO/SEM**, szukających technik zwiększania widoczności i konwersji.
- **Osób rozpoczynających karierę w e-commerce**, które chcą zdobyć praktyczną wiedzę niezbędną w tej branży.



## Korzyści

- Zdobyć praktycznej wiedzy o polskim rynku e-commerce i aktualnych trendach zakupowych.
- Umiejętność analizowania zachowań klientów oraz projektowania skutecznej ścieżki zakupowej (Customer Journey).
- Poznanie zasad budowy i optymalizacji e-sklepu w zakresie UX, SEO i logistyki.
- Opanowanie skutecznych narzędzi marketingowych, takich jak Google Ads, social media i e-mail marketing.
- Nabycie kompetencji analitycznych umożliwiających podejmowanie decyzji w oparciu o dane (ROI, ROAS, AOV, Google Analytics).
- Zwiększenie bezpieczeństwa prowadzenia sprzedaży online dzięki znajomości aktualnych przepisów prawa e-commerce i RODO.



## Program szkolenia

### Krajobraz e-commerce'u w Polsce

- Wielkość, wartość i struktura polskiego rynku oraz topowe platformy (marketplace'y).
- Inspiracje i zachowania nabywców – dlaczego Klienci kupują lub rezygnują z zakupów online.
- Ścieżka podróży Klienta: klasyczny lejek, model ZMOT, mikromomenty, zjawisko ROPO oraz odwrócone ROPO (showrooming).
- Bariery wzrostu i zjawisko porzucanego koszyka – przyczyny techniczne, finansowe i decyzyjne oraz metody ratowania transakcji.
- Trendy i zjawiska: Q-Commerce, Dark stores, Click & Collect, zakupy przez asystentów głosowych, Live shopping, a także eko-trendy (less waste, zrównoważony rozwój).
- *Praktyczne warsztaty: Mapowanie ścieżki podróży i mikromomentów Konsumenta w czasie.*

### 2. Planowanie E-Handlu

- Diagnozowanie potrzeb, analiza rynku i badanie konkurencji.
- Strategie i metody ustalania cen (w tym automatyczne, dynamiczne zarządzanie cenami w odpowiedzi na rynek).
- Logistyka i wysyłki: modele dropshipping oraz fulfillment, zarządzanie magazynem, metody płatności, polityka zwrotów.
- Wybór silnika e-sklepu: rozwiązania dedykowane, open-source (np. PrestaShop, WooCommerce) oraz

platformy SaaS (np. Shoper, Shopify).

- *Praktyczne warsztaty: Projektowanie strategii e-commerce dla producenta z wybranej branży.*

### **3. Budowa witryny e-sklepowej (UX i SEO)**

- Rola słów kluczowych i zasady optymalizacji (SEO) witryny – optymalizacja kodu (techniczna) i treści (merytoryczna, zasada E-A-T).
- Projektowanie User Experience (UX/CX) – badanie potrzeb, heurystyki Nielsena, czytelność architektury informacji.
- Budowa skutecznej karty produktu, optymalizacja wyszukiwarki sklepowej, ułatwianie procesu na poziomie koszyka zakupowego.
- Wykorzystanie silników rekomendacyjnych (up-selling, cross-selling).
- Podejście „Mobile First” – projektowanie pod kątem użytkowników smartfonów.
- *Praktyczne warsztaty: Audytowanie SEO i CRO wybranej witryny e-sklepowej.*

### **4. Komunikacja rynkowa e-sklepu**

- Strategia wielokanałowa (Omnichannel) oraz koncepcje komunikacji Inbound vs Outbound i model mediów POEM.
- Reklama w wyszukiwarce (SEA) – wykorzystanie Google Ads, strategię Smart Bidding.
- Przestrzeń Google Zakupy (Google Merchant Center) i kampanie produktowe (PLA).
- E-Mail Marketing, automatyzacja marketingu (wyzwalacze, scenariusze), odzyskiwanie koszyków.
- Marketing treści (Content Marketing), influencer marketing oraz reklama w Social Mediach.
- *Praktyczne warsztaty: Definiowanie kampanii sprzedażowej w Google Ads dla wybranego produktu.*

### **5. Komunikacja reklamowa sklepów stacjonarnych w internecie**

- Lokalne pozycjonowanie biznesu: Profil Firmy w Google (wizytówki) oraz Mapy Google.
- Połączenie świata cyfrowego z fizycznym (Phygital) – usługi BOPIS (Kup w sieci, odbierz w sklepie), ROPIS, BORIS.
- Marketing zbliżeniowy (proximity marketing), geofencing i komunikacja SMS/MMS.
- Zarządzanie kampaniami kierującymi ruch do placówek fizycznych (np. cel „wizyty w sklepie stacjonarnym”).
- *Praktyczne warsztaty: Budowanie wizytówki firmy w Google Maps.*

### **6. Wykorzystanie analityki w E-Commerce**

- Monitoring celów biznesowych i definiowanie KPI.
- Wskaźniki efektywności reklamowej: ROAS, ROI, współczynnik konwersji (CR).
- Kluczowe metryki sklepowe: średnia wartość koszyka (AOV), długookresowa wartość klienta (LTV/CLV), koszt pozyskania (CPA/CAC).
- Wprowadzenie do analityki – moduł E-Commerce w Google Analytics 4, śledzenie zdarzeń i tagowanie linków kodami UTM.
- *Praktyczne warsztaty: Interpretowanie efektów kampanii reklamowych pomiędzy dwoma kanałami (mediami).*

### **7. Aspekty prawne handlu w internecie**

- Prawa Konsumenta – obowiązki informacyjne sprzedawcy, polityka zwrotów i odstąpienie od umowy w ciągu 14 dni.
- Regulamin e-sklepu i polityka prywatności.

- Dyrektywa Omnibus - informowanie o obniżkach (najniższa cena z 30 dni), przejrzystość opinii i plasowania produktów.
- Regulacja DAC7 - raportowanie sprzedaży na platformach cyfrowych do urzędów skarbowych.
- Ochrona danych osobowych (RODO) w e-commerce oraz legalne zasady przesyłania informacji handlowych (ochrona przed spamem).



### Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie.



### Czas trwania

1 dni / 7 godzin

## Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski