

SEO w e-commerce

Ten intensywny, jednodniowy program został zaprojektowany z myślą o osobach pracujących w e-commerce, które chcą zrozumieć i świadomie wykorzystywać SEO w codziennej pracy. Szkolenie koncentruje się na uniwersalnych, sprawdzonych dobrych praktykach, niezależnych od zaplecza technicznego sklepu. Uczestnicy dowiedzą się, jak SEO realnie wspiera sprzedaż online oraz jak tworzyć treści produktowe i kategorie zgodne z intencjami użytkowników. Program kładzie nacisk na praktyczne podejście, przykłady rynkowe i procesowe myślenie o optymalizacji. Omawiane zagadnienia pomogą lepiej współpracować z marketingiem i agencjami SEO. To solidna baza wiedzy dla zespołów produktowych, contentowych i e-commerce.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie jest skierowane do:

- osób pracujących w działach e-commerce odpowiedzialnych za ofertę i sprzedaż online,
- product managerów oraz category managerów,
- specjalistów ds. contentu i opisów produktowych,
- pracowników marketingu współpracujących z SEO lub agencjami zewnętrznymi,
- właścicieli i managerów sklepów internetowych, którzy chcą lepiej rozumieć SEO.



Korzyści

Korzyści z uczestnictwa w szkoleniu:

- zrozumienie, jak SEO realnie wpływa na widoczność i sprzedaż w e-commerce,
- umiejętność tworzenia opisów produktów i kategorii zgodnych z intencjami użytkowników,
- poznanie sprawdzonych, uniwersalnych dobrych praktyk SEO możliwych do wdrożenia w codziennej pracy,

- większa świadomość najczęstszych błędów SEO i sposobów ich unikania,
- lepsza współpraca z działem marketingu oraz agencjami SEO dzięki wspólnemu językowi i procesom.



Program szkolenia

1. Wprowadzenie do SEO w e-commerce

- Rola SEO w sprzedaży online
- Czym jest SEO w kontekście sklepu internetowego
- Główne błędy i wyzwania

2. Opisy produktów i optymalizacja treści

- Zasady pisania opisów przyjaznych SEO
- Jak unikać duplicate content
- Nazwy produktów, a intencja wyszukiwania
- Przykłady z rynku

3. Kategorie i struktura sklepu

- Jak tworzyć kategorie zoptymalizowane pod SEO
- Dobór słów kluczowych do kategorii
- Content, linkowanie wewnętrzne
- Przykłady dobrych praktyk

4. Podstawowe narzędzia SEO

- Google Search Console – podstawy
- Wprowadzenie do narzędzi: Senuto, Ahrefs, SurferSEO
- Przegląd darmowych i płatnych funkcji

5. Codzienna praca SEO w dziale produktowym

- Rutyny SEO: checklista
- Monitorowanie zmian
- Współpraca z działem marketingu i agencjami



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.



Czas trwania

1 dni / 7 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski