☎ 22 1189 002
✉ szkolenia@kfk.pl

AKADEMIA MARKETINGU KFK

E-commerce – skuteczna sprzedaż online, generowanie leadów

2–3 grudnia 2026
2 dni (9:00–15:00) ONLINE **1 690 PLN netto + 23% VAT**

W CENIE SZKOLENIA

- certyfikat
- materiały szkoleniowe

RABAT TEAM

2 osoba -25% | 3 i 4 osoba -50%
Dla uczestników z tej samej firmy, zapisanych na to samo szkolenie i termin.

PAKIET 2 SZKOLEŃ

Drugie szkolenie -25%
Dla tej samej osoby, przy jednoczesnym zamówieniu dwóch różnych szkoleń.

Rabaty TEAM i Pakiet 2 szkoleń nie łączą się ze sobą.

DLA KOGO?

Szkolenie jest przeznaczone dla osób, które chcą rozwijać sprzedaż w e-commerce oraz skuteczniej pozyskiwać klientów i zwiększać konwersję w sklepie internetowym.

- Osób odpowiedzialnych za sprzedaż online i rozwój e-commerce
- Właścicieli sklepów internetowych i osób planujących ich uruchomienie
- Specjalistów marketingu i digital pracujących przy sprzedaży online
- Osób chcących uporządkować wiedzę i zwiększyć skuteczność działań w e-commerce

EFEKTY SZKOLENIA

Efektem szkolenia będzie praktyczna umiejętność planowania i rozwijania sprzedaży w e-commerce – od budowy i optymalizacji sklepu internetowego, przez analizę danych i zachowań użytkowników, po skuteczne pozyskiwanie klientów i zwiększanie konwersji.

- Będziesz potrafić projektować i rozwijać sklep internetowy z myślą o sprzedaży i doświadczeniu użytkownika
- Nauczysz się analizować ścieżkę zakupową i identyfikować miejsca utraty klientów
- Dobierzesz działania i kanały pozyskiwania klientów dopasowane do modelu biznesowego
- Zrozumiesz, jak mierzyć efektywność działań i podejmować decyzje w oparciu o dane
- Będziesz potrafić optymalizować sprzedaż i zwiększać konwersję w sklepie internetowym

PROGRAM SZKOLENIA

Program szkolenia pokazuje, jak zaplanować, rozwijać i optymalizować sprzedaż w e-commerce – od modeli biznesowych i zachowań klientów, przez projektowanie sklepu internetowego i procesu zakupowego, po kampanie sprzedażowe, generowanie leadów oraz obowiązki prawne sprzedawcy online.

Dzień 1

1. E-commerce w praktyce – co działa w sprzedaży online i dlaczego

- Ewolucja i modele biznesowe e-commerce - B2C vs B2B, m-commerce, q-commerce, re-commerce i inne podejścia do sprzedaży online
- Trendy w e-commerce - od single do omnichannel, od D2C do marketplace, z przykładami polskich i zagranicznych e-sklepów
- Co sprzedawać w internecie? Analiza rynku i konkurencji z wykorzystaniem AI oraz badań rynkowych
- Ewolucja zachowań zakupowych i badanie potrzeb konsumentów w internecie

Quiz wiedzy o e-commerce na dobry początek

2. Jak zaprojektować skuteczny i użyteczny sklep w internecie?

- Front-end i back-end w e-commerce - kluczowe różnice oraz praktyczna checklista do budowy i optymalizacji sklepu
- Projektowanie strony głównej sklepu internetowego - architektura informacji, sekcje promocyjne, key visual i elementy budujące zaufanie
- Atrakcyjna prezentacja produktu online - od strony produktowej do rich content i skutecznych kart produktowych
- Tworzenie i testowanie prototypów - UX i użyteczność sklepu internetowego
- Jak weryfikować skuteczność działań sprzedażowych online? Badania deklaratywne i behawioralne - od ankiety do eye-trackingu i click-trackingu
- Back-office - jak wybrać silnik sklepu i integrować go z innymi systemami i aplikacjami - rozwiązania dedykowane vs SaaS
- Fulfillment i dropshipping jako alternatywy dla własnego magazynu

Ćwiczenie praktyczne - ocena strony głównej i strony produktowej sklepu online

3. Co mierzyć i jak optymalizować sprzedaż online?

- Optymalizacja ścieżki zakupowej - jak stworzyć skuteczny checkout i ograniczać porzucanie koszyków
- Metryki sukcesu sprzedaży online - jak mierzyć efektywność działań w e-commerce, m.in. CAC, CR, CPC, AOV, retencja, CPA
- Lejek sprzedażowy i analiza konwersji - jak uszczelniać proces i zamieniać odwiedzających w klientów
- Narzędzia i testy do optymalizacji sprzedaży w internecie
- Psychologia i perswazja - jak sprzedawać więcej dzięki technikom wpływu i kreatywnym rozwiązaniom zwiększającym konwersję

Ćwiczenie praktyczne - identyfikacja i optymalizacja procesu zakupowego online

Dzień 2

4. Generowanie leadów i sprzedaż produktów i usług przez internet

- Różnice między sprzedażą produktów a usług online
- Projektowanie skutecznych landing page’y
- Jak skutecznie pozyskiwać kontakty i formularze z zapytaniami klientów?
- Klasyfikacja i ocena jakości leadów - leady ciepłe vs zimne, MQL vs SQL

Ćwiczenie praktyczne - projektowanie i ocena strony docelowej

5. Jak zaplanować skuteczną kampanię reklamową i pozyskać klientów w e-commerce?

- Model RACE jako fundament planowania kampanii sprzedażowej w internecie
- Jak dobierać narzędzia reklamowe online do kampanii sprzedażowych?
- Charakterystyka, skuteczność i metryki kanałów reklamowych typu performance
- Jak mierzyć sukces kampanii reklamowej online?

- Retail Media versus tradycyjna reklama - jak współpracować reklamowo z e-commerce, by sprzedawać więcej?
- Allegro Ads vs Strefa Marek - jak dobierać formaty reklamowe do działań promocyjnych i sprzedażowych?

Ćwiczenie praktyczne - planowanie i optymalizacja kampanii sprzedażowej online

6. Prawo, dostępność i obowiązki sprzedawcy online

- Jakie akty prawne i obowiązki informacyjne spoczywają na sprzedawcy w internecie?
- Regulaminy, zgody i bezpieczeństwo - co warto wiedzieć, by nie narazić reputacji marki w sieci?
- Dostępność cyfrowa w e-commerce - jak odpowiadać na potrzeby różnych użytkowników i spełniać wymagania związane z dostępnością
- Narzędzia do testowania e-commerce oraz praktyczne inspiracje związane z dostępnością i bezpieczeństwem

Ćwiczenie praktyczne - test e-commerce pod kątem spełnienia wymogów dostępności i bezpieczeństwa

Artur Maciorowski

TRENER SZKOLENIA

Ekspert digital marketingu, trener, konsultant i publicysta z ponad 15-letnim doświadczeniem w tworzeniu, wdrażaniu i optymalizacji strategii promocji i sprzedaży online. Współpracował z takimi markami jak Coty Polska, Grupa ING, Bank DnB NORD, Fortis Bank/BGŻ BNP Paribas, Muzeum II Wojny Światowej, Auchan Polska czy INFOR. W swojej pracy łączy strategiczne podejście z praktycznym warsztatem i umiejętnością przekładania celów biznesowych na skuteczne działania digitalowe. Absolwent prestiżowego programu The Chartered Institute of Marketing – Diploma in Professional Marketing oraz certyfikowanego kursu IBM Application Framework for e-business w Zurychu. Były redaktor prowadzący magazynu „Online Marketing Polska”. Autor książek: „E-marketing w praktyce. Strategie skutecznej promocji online”, „Skuteczny e-mail marketing”, a także współautor publikacji „Wskaźniki marketingowe”. Certyfikowany trener DIMAQ IAB Polska, wykładowca SGH oraz tutor przedmiotu „Digital Strategy” w programie CIM. Od kilkunastu lat prowadzi intensywne szkolenia i warsztaty z obszaru digital marketingu – zarówno dla specjalistów i menedżerów, jak i wyższej kadry zarządzającej. Przeszkolił ponad 10 000 uczestników. W Akademii Marketingu KFK prowadzi cenione szkolenia: „Marketing internetowy – promocja i reklama firmy w internecie” oraz „E-commerce – skuteczna sprzedaż online i generowanie leadów”.

Zobacz pełną ofertę i zapisz się → https://kfk.pl/szkolenie/event/ecommerce

Wygenerowano: 15.11.2026