



EUROPEJSKIE
UGRUPOWANIE
WSPÓŁPRACY TERYTORIALNEJ

EUROPSKE
ZOSKUPENIE
UZEMNEJ SPOLUPRACE



Interreg
Polska-Słowacja



UNIA EUROPEJSKA



MAŁOPOLSKA

JAK SKUTECZNIE DZIAŁAĆ / SPRZEDAWAĆ W SIECI?

PODSUMOWANIE KURSU E-LEARNINGOWEGO
„E-BIZNES I E-MARKETING W TRANSGRANICZNEJ PRAKTYCE”

DR PRZEMYSŁAW JÓSKOWIAK

Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego

Projekt realizowany przy wsparciu finansowym Województwa Małopolskiego



EUROPEJSKIE
UGRUPOWANIE
WSPÓLPRACY TERYTORIALNEJ
EUROPEJSKIE
ZOSKUPNIENIE
UZEMNEJ WSPÓLPRACY



Interreg
Polska-Słowacja
Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego



PLATFORMA E-LEARNINGOWA

dla kursu „E-biznes i e-marketing w transgranicznej praktyce” w ramach mikroprojektu „TRANSGRANICZNE DOSKONALENIE SPECJALISTYCZNE I ZAWODOWE W EUWT TATRY”



6 modułów tematycznych



Ponad 400 stron praktycznej wiedzy



Dostęp stacjonarny i mobilny

[DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ](#)

„E-biznesy i e-commerce to bez wątpienia przyszłość każdej gospodarki. Coraz to więcej firm i biznesów będzie dążyło do wdrożenia, optymalizacji lub rozwoju swoich prezencji w sieci, bowiem jest to niewątpliwie najszybsza droga dotarcia do konsumenta. Proporcjonalnie do tego będzie rósł także popyt na odpowiednie kompetencje z zakresu e-biznesu i e-commerce”.

P. Jóskowiak: „E-biznes i e-marketing w transgranicznej praktyce - znaczenie Internetu dla budowy i rozwoju konkurencyjności zawodowej i biznesowej”

Skuteczna sprzedaż / działalność w sieci to konsekwencja wdrożenia i realizacji profesjonalnej prezencji w sieci

FILAR 1

Prezencja strategiczna

Prezencja budowana na bazie strategii, tj. dokładnego planu osiągnięcia wybranego celu lub celów długookresowych

FILAR 2

Prezencja zoptymalizowana

Prezencja wykorzystująca w sposób odpowiedni wszystkie dostępne narzędzia wspierające działalność firmy lub biznesu w Internecie

FILAR 3

Prezencja skuteczna

Prezencja przynosząca efekty w postaci wzrostu sprzedaży, wzrostu liczby klientów, wzrostu skuteczności promocji, poprawy wizerunku i relacji z klientami

Kluczowe pytania dla firmy lub biznesu

FILAR 1

Prezencja strategiczna



Co muszę zrobić, aby **przetwać na rynku** przez długi okres czasu, zbudować przemyślany biznes lub firmę z szansą na stały rozwój, stopniowo poszerzać swoją działalność i zwiększać swoje udziały rynkowe?

FILAR 2

Prezencja zoptymalizowana



Co muszę zrobić, aby działać **zgodnie z obowiązującymi przepisami**, spełniać wszystkie wymogi formalno-prawne, maksymalnie wykorzystywać dostępne narzędzia do budowy i utrzymania prezencji biznesu lub firmy w sieci?

FILAR 3

Prezencja skuteczna



Co muszę zrobić, aby moja prezencja przynosiła **wymierne efekty**, kampanie reklamowe były skuteczne i docierały do odpowiedniej grupy docelowej, rosła sprzedaż i liczba klientów?

Kompetencje zawodowo-biznesowe do sprzedaży / działalności w sieci

MODUŁ 1

PODSTAWY
PROFESJONALNEJ
PREZENCJI W SIECI

MODUŁ 2

BUDOWA STRATEGII
DLA BUDOWY
PREZENCJI FIRMY LUB
BIZNESU W SIECI

MODUŁ 3

FINANSOWANIE
DZIAŁALNOŚCI W SIECI
I KWESTIE FORMALNO-
PRAWNE

MODUŁ 4

WYBÓR
INFRASTRUKTURY
TECHNICZNEJ
I BUDOWA SYSTEMU
E- COMMERCE

MODUŁ 5

PODSTAWY BUDOWY
I REALIZACJI STRATEGII
E-MARKETINGOWEJ

MODUŁ 6

OPTIMALIZACJA
I ROZWÓJ DZIAŁALNOŚCI
W SIECI

Program kursu e-learningowego

I	Podstawy profesjonalnej prezencji w sieci	Czym jest profesjonalna prezencja w sieci, co to jest system e-commerce, jakie znaczenie ma łańcuch sprzedaży e-commerce oraz jakie e-produkty można sprzedawać?
II	Budowa strategii dla prezencji firmy lub biznesu w sieci	Jak wybrać e-produkt dla swojej firmy / biznesu, zdefiniować swój model biznesowy, zdecydować się na strategię rynkową i dokonać wstępnej analizy szans na rentowność oraz jak poznać i zacząć wdrażać STRATEGIĘ 6C ?
III	Finansowanie działalności w sieci i kwestie formalno-prawne	Jakie są możliwości finansowania działalności w sieci oraz jakie wymogi formalne należy spełnić, aby działać w sposób bezpieczny i zgodny z prawem oraz w kierunku budowy wizerunku profesjonalnego partnera?
IV	Wybór infrastruktury technicznej i budowa systemu e-commerce	Co to jest system e-commerce i jakie są jego podstawowe elementy, czyli podsystemy?
V	Podstawy budowy i realizacji strategii e-marketingowej	Co to jest strategia e-marketingowa, z jakich elementów się składa oraz jak przygotować strategię od strony praktycznej (plan e-marketingowy)?
VI	Optymalizacja i rozwój działalności w sieci	Na czym polega różnica pomiędzy optymalizacją i rozwojem działalności firmy lub biznesu w sieci oraz jakie wiążą się z tym pojęcia i decyzje?

Strategia 6C

Strategia 6C to droga do **profesjonalnej prezencji firmy lub biznesu w sieci** lub inaczej sposób na wdrożenie prezencji **strategicznej, zoptymalizowanej i skutecznej**, a więc **3 filarów** profesjonalnej prezencji w sieci. Strategia ta bazuje na **6 zasadach działalności (4 obszary działalności + 2 kluczowe umiejętności)**, których stosowanie zwiększa szansę na budowę, rozwój i utrzymanie **długofalowej przewagi konkurencyjnej** w Internecie.



1C: SPOŁECZNOŚĆ



2C: KOMPETENCJA



3C: TREŚĆ



4C: KOMUNIKACJA



5C: SPRZEDAŻ



6C: KONSEKWENCJA

STRATEGIA 6C bazuje na 6 elementach strategicznego działania, w tym 2 kluczowych umiejętnościach i 4 obszarach działalności. Kluczowe umiejętności określają cechy, które powinien spełniać właściciel firmy lub biznesu, natomiast obszary działalności to zagadnienia, na których powinna się skupić firma lub biznes.

1C	Community	SPOŁECZNOŚĆ	Obszar działalności 1
2C	Competence	KOMPETENCJA	Kluczowa umiejętność 1
3C	Content	TREŚĆ	Obszar działalności 2
4C	Communication	KOMUNIKACJA	Obszar działalności 3
5C	Commerce	SPRZEDAŻ	Obszar działalności 4
6C	Consistency	KONSEKWENCJA	Kluczowa umiejętność 2

ETAP 6: KONSEKWENCJA W DZIAŁANIU



Aktywną społeczność gwarantującą rentowność firmy lub biznesu buduje się przez długi okres czasu

ETAP 5: URUCHOMIENIE SYSTEMU E-COMMERCE DO PŁATNEJ OBSŁUGI SPOŁECZNOŚCI



Szybka sprzedaż za pośrednictwem narzędzi dostępnych w sieci to fundament rentownej firmy lub biznesu

ETAP 4: KOMUNIKACJA ZE SWOJĄ SPOŁECZNOŚCIĄ, ABY POZNAWAĆ JEJ POTRZEBY



Dla społeczności powstały media społecznościowe, które wymagają ciągłej interakcji i ciągłego zaangażowania

ETAP 3: BUDOWA TREŚCI (CONTENTU) ODPOWIEDNIEJ DLA SWOJEJ SPOŁECZNOŚCI



Treścią jest oferta skierowana do naszej społeczności, tj. efekty naszej kompetencji, np. wiedza, towar, usługa lub produkt

ETAP 2: IDENTYFIKACJA KOMPETENCJI KONIECZNEJ DO OBSŁUGI SWOJEJ SPOŁECZNOŚCI



Kompetencją mogą być wiedza, know-how, umiejętność wytworzenia lub dostarczenia towaru, usługi lub innego produktu

ETAP 1: WYBÓR SPOŁECZNOŚCI DLA SWOJEJ FIRMY LUB BIZNESU



Społeczność to grupa osób, która posiada wspólne zainteresowania zwykle niezależnie od płci, wieku, wykształcenia itp.



SYSTEM PROMOCJI:
System do promocji
prezencji lub oferty w
sieci



SYSTEM SPRZEDAŻY:
System do realizacji
sprzedaży w sieci -
Koszyk



SYSTEM SPRZEDAŻY:
System do realizacji
sprzedaży w sieci -
Kasa



SYSTEM PŁATNOŚCI:
System do realizacji
szybkich płatności
online

SCHEMAT POWIĄZAŃ PODSYSTEMÓW SYSTEMU E-COMMERCE - SPRZEDAŻ TOWARÓW FIZYCZNYCH



SYSTEM KONTAKTU:
System do budowy
stałych relacji z
klientami



**SYSTEM
REKOMENDACJI:**
System do
gromadzenia opinii



SYSTEM DOSTAWY:
System do obsługi
wysyłki e-produktów
do klienta



**SYSTEM
ZAOPATRZENIA:**
System do
pozyskiwania towarów



SYSTEM PROMOCJI:
System do promocji
prezencji lub oferty w
sieci



SYSTEM SPRZEDAŻY:
System do realizacji
sprzedaży w sieci -
Koszyk



SYSTEM SPRZEDAŻY:
System do realizacji
sprzedaży w sieci -
Kasa



SYSTEM PŁATNOŚCI:
System do realizacji
szybkich płatności
online

SCHEMAT POWIĄZAŃ PODSYSTEMÓW SYSTEMU E-COMMERCE - SPRZEDAŻ INNYCH PRODUKTÓW



SYSTEM KONTAKTU:
System do budowy
stałych relacji z
klientami



**SYSTEM
REKOMENDACJI:**
System do
gromadzenia opinii



SYSTEM DOSTAWY:
System do obsługi
wysyłki e-produktów
do klienta



**SYSTEM
ZACZEPNIENIA:**
System do
pozyskiwania towarów



BARDZO DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ