Zintegrowany Rejestr Kwalifikacji

Kwalifikacja - podgląd

Nazwa kwalifikacji

Prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe

Skrót nazwy

Specjalista sprzedaży on-line

Rodzaj kwalifikacji

kwalifikacja cząstkowa

Poziom PRK/ERK

4

Krótka charakterystyka kwalifikacji, obejmująca informacje o działaniach lub zadaniach, które potrafi wykonywać osoba posiadająca tę kwalifikację

Osoba posiadająca kwalifikację "Prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe" jest przygotowana do realizacji procesów sprzedażowych poprzez elektroniczne platformy sprzedażowe, w szczególności do działań w zakresie analizy rynku dla produktu, przygotowania produktu do sprzedaży i jego marketingu, realizacji transakcji sprzedażowych oraz obsługi posprzedażowej. Osoba legitymująca się tą kwalifikacją zna specyfikę sprzedaży w Internecie, dostępne elektroniczne platformy sprzedażowe funkcjonujące na rynku, potrafi obsługiwać panele administracyjne i sprzedażowe wybranych platform, analizuje konkurencję, dobiera produkty do sprzedaży, przygotowuje produkt do sprzedaży, planuje i realizuje odpowiednio dobraną strategię promocji, reklamy i sprzedaży. Osoba posiadająca kwalifikację może znaleźć zatrudnienie w szeroko rozumianej branży e-commerce zarówno w zakresie pracy najemnej w firmach handlowych, produkcyjnych, jak i poprzez własną działalność gospodarczą polegającą na obsłudze sprzedażowej innych podmiotów. Kwalifikacja będzie przydatna w szczególności na takich stanowiskach pracy jak pracownik biura handlowego, sprzedawca, antykwariusz, analityk sprzedaży, techniczny pracownik obsługi sprzedaży. Orientacyjny nakład pracy potrzebny do uzyskania kwalifikacji oszacowany został na 80 godzin.

Orientacyjny nakład pracy potrzebny do uzyskania kwalifikacji [godz.]

80

Grupy osób, które mogą być zainteresowane uzyskaniem kwalifikacji

Uzyskaniem kwalifikacji "Prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe" mogą być zainteresowani w szczególności: ● profesjonalni sprzedawcy e-commerce (zarówno osoby zatrudnione na różnego typu stanowiskach sprzedażowych i okołosprzedażowych w firmach prowadzących sprzedaż produktów i/lub usług w Internecie, jak i samozatrudnieni/właściciele firm realizujący taką działalność), ● osoby prowadzące działalność gospodarczą w obszarze handlu internetowego, w tej grupie znajdują się osoby niemogące z różnych względów pracować na pełen etat, np. kobiety powracające na rynek pracy, ●

uczniowie szkół branżowych, przede wszystkim o profilu handlowym, ● pracownicy handlu stacjonarnego przekwalifikujący się do sprzedaży w Internecie. Kwalifikacja kierowana jest zarówno do osób potrzebujących poszerzyć swoje kompetencje, jak i do osób chcących się przekwalifikować, w szczególności osób związanych dotychczas z handlem stacjonarnym, a z uwagi na uwarunkowania np. gospodarcze, zdrowotne lub nieprzewidywalne czynniki zewnętrzne (jak epidemiczne), pragnące zweryfikować i potwierdzić swoje kompetencje w obszarze sprzedaży online.

Wymagane kwalifikacje poprzedzające

Opis

Nie dotyczy

Lista

W razie potrzeby warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji

Nie dotyczy

Zapotrzebowanie na kwalifikację

Zakupy przez Internet z roku na rok stają się coraz bardziej popularne wśród klientów i generują wzrost dochodów przedsiębiorców zajmujących się sprzedażą online. Głównym atutem handlu w Internecie (dalej stosujemy nazwę e-commerce, która nie ma pełnoprawnego polskiego odpowiednika, e-handel nie jest oficjalnie definiowany, natomiast e-biznes, który posiada ustaloną definicję w GUS jest pojęciem szerszym zawierającym np. również usługi finansowe) jest łatwość oraz szybkość przeprowadzanych transakcji. Ma to znaczący wpływ na sytuację, w jakiej znalazł się handel tradycyjny, którego wielu uczestników było zmuszonych do zamykania swoich oddziałów. Zjawisko to jest tak powszechne, iż otrzymało nawet swoją nazwę: Retail Apocalypse. Dowodem tendencji wzrostowej dla handlu online są również statystyki. W Stanach Zjednoczonych, będących wyznacznikiem trendów na poziomie globalnym, w 2018 roku największa sieć sklepów z artykułami RTV AGD "Best Buy" zamknęła 257 marketów stacjonarnych. Zbankrutowała również sieć marketów z zabawkami "Toys R Us" (zamknięto 735 sklepów). W Wielkiej Brytanii w pierwszej połowie 2018 roku zamknięto 2700 sklepów detalicznych. Bankructwo ogłosili m. in. tacy potentaci w swojej branży jak "Toys R Us" UK, "MotherCare" czy "Maplin" [1]. Tendencja ta zauważalna jest również w Polsce, gdzie za wzrost zainteresowania zakupami w Internecie odpowiada między innymi zakaz handlu w niedzielę oraz sytuacja epidemiczna i związane z nią ograniczenia. Stacjonarna sprzedaż elektroniki zanotowała w 2018 roku wzrost zaledwie 5%, natomiast sprzedaż online może pochwalić się 21,5% skokiem. Liczba sklepów internetowych w Polsce wyniosła w 2019 roku 38700 [2]. W 2019 r. Polacy wydali 50 mld zł w Internecie, szacuje się, iż w roku 2020 wydadzą już ok. 70 mld zł. [3]. Według raportu Statista Digital Market Outlook, Polska znajduje się na 13. miejscu w zestawieniu najszybciej rosnących rynków e-commerce na świecie [4]. Całkowita wartość rynku e-commerce na świecie wzrosła w ciągu ostatniego roku o 14,9%, a w 2020 roku całkowite roczne wydatki w Internecie wyniosą 2,23 biliona dolarów [5]. Łącznie w Internecie kupuje już prawie 1,8 miliarda osób, a w Polsce około 16,5 mln.[6] Wg. Statista Digital Market Outlook w 2018 r. w USA w Internecie odbywało się już 16,6%, w UK 17,8%, w Niemczech 15,1%, Francji 10,1%, Hiszpanii 4,5, a Włoszech 3,4% handlu ogółem. Należy tutaj wspomnieć, że największe międzynarodowe platformy sprzedażowe (Amazon, eBay, Alibaba, Google Shopping) działają na tych rynkach i odpowiadają za ogromną część tej sprzedaży. Dla przykładu w USA największa na świecie

platforma sprzedażowa Amazon odpowiada za 49% handlu internetowego ogółem (oznacza to, że z każdych $2 wydawanych w Internecie prawie $1 wydawany jest na platformie Amazon. Na niemieckim, największym europejskim rynku, Amazon miał w 2018 roku sprzedaż w wysokości $19,9 mld, a na brytyjskim $14,5 mld. Łączny obrót Amazon w Europie wyniósł ok $50 mld. Amazon rozwija się bardzo dynamicznie (łączna sprzedaż w wysokości $233 mld w 2018 roku wobec $178 mld w 2017 r. i $136 mld w 2016 r.), stale zdobywając nowe rynki [7]. Mimo, iż Amazon oficjalnie nie prowadzi sprzedaży w Polsce, wybudował tutaj 6 magazynów oraz zatrudnia 16 tys. pracowników [8]. Choć nie ujawniono jeszcze konkretnej daty wejścia do Polski, prowadzone są już rozmowy przedstawicieli Amazona z Pocztą Polską i uważa się, że jeszcze w 2020 roku ta najważniejsza platforma sprzedażowa na świecie zacznie działać w naszym kraju [9]. W Polsce można również prowadzić sprzedaż za pośrednictwem innych platform, takich jak eBay, Allegro, Google Shopping oraz całkiem odmiennych kanałów jak media społecznościowe (Facebook, Instagram, Pinterest), czy serwisy ogłoszeniowe (OLX, Gumtree) lub po prostu otwierając własny sklep internetowy. Platformy pośredniczące w e-commerce co do zasady ułatwiają przedsiębiorstwom dostęp do rynku i nowych konsumentów, stanowiąc czasami alternatywne rozwiązanie w stosunku do założenia i prowadzenia sklepu internetowego. Polskie przedsiębiorstwa, pomimo iż niewielką cześć swoich przychodów uzyskują ze sprzedaży na platformach, należą do jednych z najczęściej wykorzystujących ten model w Europie. Znaczący był rok 2017, kiedy to nastąpił wysoki przyrost zarówno liczby firm sprzedających na platformach, jak i podwojeniu uległa wartość sprzedaży w tym modelu. Blisko co szesnaste polskie przedsiębiorstwo w 2017 roku prowadziło sprzedaż na platformach sprzedażowych [10]. Efektywność platform internetowych ujawniła się również w czasie głębokiego kryzysu związanego z pandemią koronawirusa. Allegro czy Amazon notują znaczny wzrost obrotów (w roku światowej pandemii i globalnego kryzysu gospodarczego tj. 2020 Amazon zatrudnił 100 tys. dodatkowych pracowników w magazynach oraz planuje zatrudnienie dodatkowe 75 tys. osób) [11]. Jednocześnie, w opinii NBP, niektóre sektory gospodarki, które w wyniku pandemii i jej następstw trwale zyskują na znaczeniu, zgłaszają problemy z dostępnością wykwalifikowanych pracowników (np. pracownicy obsługujący sprzedaż internetową, kurierzy) [12]. Dlatego też, kwalifikacja „Prowadzenie sprzedaży przez platformy elektroniczne” stanowi odpowiedź na rosnące zapotrzebowanie wykwalifikowanej kadry w branży e-commerce. Jest narzędziem ułatwiającym proces rekrutacji na stanowiska pracy związane bezpośrednio lub pośrednio ze sprzedażą poprzez kanały elektroniczne. Dostęp do wiarygodnego procesu walidacji zapewni również stymulowanie rozwoju zawodowego osób już zatrudnionych w branży. Zasadność wprowadzenia kwalifikacji dotyczącej sprzedaży przez platformy elektroniczne potwierdzają również prace nad Sektorową Ramą Kwalifikacji Handlu. Odniesienia do istotnej roli, jaką we współczesnym świecie pełni e-handel wskazują na potrzebę przygotowania odpowiedniej kadry, która w profesjonalny sposób będzie obsługiwała procesy sprzedaży przez Internet. Rzetelna walidacja gwarantuje ujednolicenie standardów w branży oraz możliwość potwierdzenia w sposób formalny zestawów kompetencji nabytych np. w miejscu pracy. Jednocześnie wymogi odnośnie walidacji efektów uczenia się wyznaczają wysoką jakość posiadanej przez kandydata wiedzy i umiejętności, co wpłynie pozytywnie na standard uzyskanego certyfikatu. Certyfikat będzie atrakcyjny zarówno dla jego posiadaczy jak i dla podmiotów z branży e-commerce gwarantując wysoki poziom kompetencji osoby posiadającej kwalifikację. Ze względu na szeroki dostęp oraz możliwość wykonywania prac zdalnie, włączenie kwalifikacji przyczyni się do przeciwdziałania bezrobociu i wykluczeniu społecznemu. W związku z możliwością pracy transgranicznej w branży e-commerce kwalifikacja przyczyni się także do zwiększenia przejrzystości kompetencji osób, które szukają zatrudnienia za granicą lub w przedsiębiorstwach międzynarodowych. Zagrożenia epidemiczne ograniczające możliwości handlu tradycyjnego tylko przyspieszyło omówione powyżej trendy i dodatkowo przemawia za nagłym i znaczącym wzrostem zapotrzebowania na kwalifikację. Zainteresowanie kwalifikacją dostrzegają także firmy szkoleniowe - przykładowo w

Bazie Usług Rozwojowych (BUR)* w 2018 nie było żadnej oferty dotyczącej szkoleń z platform sprzedażowych, podczas gdy w 2019 pojawiło się ich kilka, a w 2020 roku można znaleźć już szeroką ofertę szkoleń specjalistycznych dotyczących e-commerce. Zapotrzebowanie potwierdzają też regionalni operatorzy szkoleniowi, m. in. Wektor Consulting. Ten regionalny operator szkoleń BUR sfinansowała na Podkarpaciu około 120 szkoleń z platformy Amazon (zapotrzebowanie było min. 2-krotnie większe, lecz nie wszystkie osoby zakwalifikowały się do projektu ze względu na ograniczoną liczbę miejsc). W procedurze weryfikacyjnej jakość kwalifikacji szkolenia rekomendowało pięć podmiotów gospodarczych aktywnie działających w branży e-commerce. Ze względu na ogromny wzrost popularności e-commerce zwłaszcza wśród kupujących, rozpoczęcie handlu w Internecie daje sprzedawcom dostęp do milionów, jeśli nie miliardów kupujących nie tylko na terenie Polski, ale na wielu rynkach na całym świecie. Posiadanie odpowiedniej kwalifikacji potwierdzającej znajomość branży e-commerce, umożliwia skuteczne dotarcie do klientów największych rynków europejskich, jak również tak odległych jak Stany Zjednoczone, Japonia, Chiny czy Australia. Źródła: [1] Retail apocalypse, https://en.wikipedia.org/wiki/Retail_apocalypse (dostęp z dnia 17.05.2020); [2] Number of registered e-commerce stores in Poland from 2013 to 2019, https://www.statista.com/statistics/955943/poland-number-of-registered-e-commerce-stores/ (dostęp z dnia 17.05.2020), [3] Raport: E-commerce, czyli jak skutecznie sprzedawać w internecie. Porady ekspertów, https://interaktywnie.com/biznes/artykuly/raporty-interaktywnie-com/raport-e-commerce-czyli-jak-skutecznie-sprzedawac-w-internecie-porady-ekspertow-259706 (dostęp z dnia 17.05.2020); [4] Polska 13. najszybciej rozwijającym się rynkiem e-handlu na świecie, https://mambiznes.pl/wlasny-biznes/polska-13-najszybciej-rozwijajacym-sie-rynkiem-e-handlu-swiecie-95914 (dostęp z dnia 17.05.2020); [5] eCommerce, https://www.statista.com/outlook/243/100/ecommerce/worldwide (dostęp z dnia 17.05.2020); [6] E-commerce w Polsce. Gemius dla e-Commerce Polska, https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/raport-e-commerce.html (dostęp z dnia 17.05.2020); [7] Most popular online stores in the United States in 2018, by e-commerce net sales, https://www.statista.com/forecasts/646030/united-states-top-online-stores-united-states-ecommercedb (dostęp z dnia 17.05.2020); [8] Ile zarabia Amazon w Polsce? Miliardowe obroty i milionowe zyski, https://www.bankier.pl/wiadomosc/Ile-zarabia-polski-oddzial-Amazon-7868765.html (dostęp z dnia 17.05.2020); [9] Amazon wejdzie do Polski. Negocjuje z Pocztą Polską, https://www.bankier.pl/wiadomosc/Amazon-wejdzie-do-Polski-Negocjuje-z-Poczta-Polska-7823184.html (dostęp z dnia 17.05.2020); [10] Raport: Analiza potencjału internacjonalizacji polskich firm oraz promocji polskich branż priorytetowych na rynkach perspektywicznych poprzez kanały elektroniczne – „E-EKSPORT”, https://eizba.pl/wp-content/uploa ds/2019/09/Cyfrowy_eksport_-_raport_pe%C5%82ny_2019.pdf (dostęp z dnia 17.05.2020); [11] Amazon has hired 175,000 additional people, https://blog.aboutamazon.com/company-news/amazon-hiring-for-additional-75-000-jobs?slnsl_eml_0_GSL8YNSQCJWTZC8X_2 (dostęp z dnia 17.05.2020); [12] NBP kreśli czarny scenariusz dla rynku pracy w Polsce. "Coraz gorsze dopasowanie", https://businessinsider.com.pl/finanse/makroekonomia/rynek-pracy-w-polsce-z-raportu-o-inflacji-narodowego-banku-polskiego/mk5dhhe

Odniesienie do kwalifikacji o zbliżonym charakterze oraz wskazanie kwalifikacji ujętych w ZRK zawierających wspólne zestawy efektów uczenia się

Kwalifikacja „Prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe” nie zawiera żadnych wspólnych zestawów efektów uczenia się z innymi kwalifikacjami cząstkowymi z

obszaru handlu. Natomiast, w pewnym stopniu nawiązuje do istniejących już kwalifikacji, posiada podobne pojedyncze umiejętności. W pierwszej kolejności będą to kwalifikacje rynkowe, które dotyczą kontaktu z klientem i aktywnej sprzedaży: „Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy", „Tworzenie oferty, planowanie i prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – handlowiec", „Obsługa klienta i sprzedaż w punkcie handlowym – sprzedawca" (częściowo zbieżny efekt uczenia się tj. „Obsługa posprzedażowa") oraz kwalifikacje ze szkolnictwa zawodowego „Sprzedaż produktów i usług reklamowych (A.26.)". Natomiast żadna z powyższych kwalifikacji nie obejmuje specjalistycznego zakresu, skoncentrowanego na e-commerce, jak kwalifikacja "Prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe".

Streszczenie opinii uzyskanych podczas konsultacji projektu kwalifikacji

Czas trwania konsultacji wniosku ze środowiskami zainteresowanymi od 22.10.2020 r. do 09.11.2020 r. (na prośbę podmiotu opiniującego została uwzględniona również opinia, z 18.12.2020 r.) Liczba podmiotów, które wzięły udział w konsultacjach wniosku 5 Liczba głosów aprobujących wniosek 4 Liczba głosów niejednoznacznych 1 Liczba głosów negujących wniosek 0 Liczba pozyskanych opinii specjalistów o społeczno-gospodarczej potrzebie włączenia kwalifikacji do ZSK 2 Liczba pozytywnych opinii specjalistów o społeczno-gospodarczej potrzebie włączenia kwalifikacji do ZSK 2 4 głosy z branży aprobujące wniosek wskazały na rozwój branży, potencjalnie duże zainteresowanie kwalifikacją oraz celowość włączenia jej do ZSK. Opinie akcentowały również transformację gospodarki z handlu tradycyjnego na handel on-line wykazując, że kwalifikacja należy do najbardziej oczekiwanych przez rynek. Do opisu wniosku został zgłoszony szereg uwag, głównie dotyczyły one efektów uczenia się oraz osób, które mogą zasiadać w komisji walidacyjnej. Uwagi zostały omówione z wnioskodawcą oraz w przeważającej liczbie uwzględnione w poprawionym wniosku. (Podmioty: Sektorowa Rada ds. Kompetencji Handel, Ambition Group Poland Sp. z o.o., Politechnika Łódzka Wydział Zarządzania i Inżynierii Produkcji oraz Starostwo Powiatowe w Lubaczowie). Jeden głos skategoryzowany jako niejednoznaczny (przesłany przez Sektorową Radę ds. Kompetencji Nowoczesnych Usług Biznesowych) wskazywał, że Wniosek zawiera istotne braki w opisie warunków dla walidacji oraz niepoprawnie sformułowane wymagania wobec komisji walidacyjnej, co sprawia, że w takim kształcie nie powinien zostać włączony do ZSK. Opinia wskazywała sugestię dla wnioskodawcy, które w większości zostały uwzględnione a wniosek został poprawiony. Celowość włączenia do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji kwalifikacji rynkowej „Prowadzenie sprzedaży przez platformy elektroniczne" została potwierdzona opiniami specjalistów. Niewątpliwie rozwój technologii w ostatnich 10 latach przyczynił się do tego, iż na dzień dzisiejszy coraz mniej wyobrażalne jest prowadzenie działalności biznesowo-sprzedażowej bez wykorzystania także lub tylko i wyłącznie szeroko dostępnych narzędzi elektronicznych. Przede wszystkim chodzi tutaj o elektroniczne narzędzia sprzedażowe, które można określić mianem platform elektronicznych. Warto tutaj jednak jasno zaznaczyć, iż pojęcie to obejmuje nie tylko popularne platformy sprzedażowe typu Allegro i Amazon, które pośredniczą pomiędzy sprzedającymi a kupującymi, lecz także infrastruktury sprzedażowe do wdrożenia własnej sprzedaży w postaci sklepu internetowego itp. Oba rodzaje stanowią obecnie fundament współczesnej sprzedaży w sieci (sprzedaży e-commerce) i w wielu przypadkach także jedyne narzędzie realizacji tej sprzedaży. W najbliższych latach należy spodziewać się jeszcze większego wzrostu udziału handlu elektronicznego (e-commerce) w handlu ogółem w skali krajowej, europejskiej i globalnej. Dynamika wzrostu sprzedaży w sieci powinna jeszcze bardziej przyśpieszyć ze względu na dalszy rozwój technologii, rosnącą potrzebę ekspansji i skalowalności biznesów oraz zmiany zachowania konsumentów, którzy w coraz większym stopniu przenoszą swoje decyzje zakupowe do świata cyfrowego Włączenie opiniowanej kwalifikacji rynkowej do ZRK jest zasadne przede wszystkim z

punktu widzenia

Typowe możliwości wykorzystania kwalifikacji

Osoba posiadająca kwalifikację "Prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe" może znaleźć zatrudnienie w przedsiębiorstwach na polskim, europejskim i międzynarodowym rynku pracy, prowadzących sprzedaż towarów i usług w formie on-line. Potencjalnym pracodawcą mogą być firmy prowadzące sklepy internetowe oraz sklepy stacjonarne prowadzące sprzedaż on-line, pośrednicy handlowi, działy sprzedaży producentów towarów i usług oferujące sprzedaż online. Osoba legitymująca się kwalifikacją może też otworzyć własną działalność gospodarczą w obszarze pośrednictwa sprzedaży towarów lub usług poprzez elektroniczne platformy sprzedażowe. Kwalifikacja będzie przydatna w szczególności przy aplikowaniu na takie stanowiska pracy jak pracownik działu handlowego, sprzedawca, antykwariusz (sprzedaż on-line towarów antykwarycznych), analityk sprzedaży, specjalista obsługi klienta, przedstawiciel handlowy, techniczny pracownik obsługi sprzedaży. Osoba posiadająca kwalifikację może rozwijać kompetencje handlowe poprzez zdobywanie kolejnych kwalifikacji z obszaru np.: „Tworzenie oferty, planowanie i prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – handlowiec”; „Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy”; „Obsługa klienta i sprzedaż w punkcie handlowym – sprzedawca”.

Wymagania dotyczące walidacji i podmiotów przeprowadzających walidację

1. Metody walidacji Etap weryfikacji efektów uczenia się wymaga zastosowania następujących metod: – test teoretyczny, – obserwacja w warunkach symulowanych (np. zadania praktyczne), – analiza dowodów i deklaracji. Na etapie weryfikacji należy wykorzystać minimum dwie z powyższych metod. Instytucja certyfikująca musi zapewnić możliwość odwołania się od decyzji kończącej walidację. 2. Zasoby kadrowe Walidację przeprowadza komisja walidacyjna złożona z minimum 2 osób w składzie: przewodniczący i członek komisji. Zadaniem komisji jest bezsporna i obiektywna walidacja kompetencji kandydata. Minimum jedna osoba z komisji walidacyjnej spełnia wszystkie poniższe kryteria. Kwalifikacje zawodowe: – udokumentowane minimum 5-letnie doświadczenie na stanowisku związanym ze sprzedażą w formie on-line lub udokumentowana minimum 5-letnia współpraca z podmiotami z obszaru e-commerce w Polsce lub za granicą, – udokumentowana sprzedaż przez jedną z elektronicznych platform sprzedażowych w kwocie minimum 1 mln zł lub sprzedaż minimum 50 tysięcy produktów. Kwalifikacje szkoleniowe: – przeprowadzenie minimum 120 godzin szkoleń dla minimum 120 uczestników z zakresu sprzedaży w formie on-line. Druga osoba z komisji egzaminacyjnej spełnia poniższe kryterium: – udokumentowane minimum 2-letnie doświadczenie zawodowe w obszarach związanych ze sprzedażą przez elektroniczne platformy sprzedażowe. 3. Sposób organizacji walidacji oraz warunki organizacyjne i materialne Instytucja certyfikująca zapewnia osobom, które przystąpią do walidacji, pomieszczenie z dostępem do komputera połączonego z internetem z przeglądarką zgodną z wymaganiami technicznymi platformy egzaminacyjnej, umożliwiające samodzielną pracę pod nadzorem komisji walidacyjnej. W przypadku zdalnego prowadzenia walidacji komisja zatwierdza warunki przystąpienia do walidacji w oparciu o warunki techniczne dające gwarancję samodzielnej realizacji zadań przez kandydata, w szczególności możliwość stałej obserwacji kandydata z użyciem systemu teleinformatycznego zapewniającego wiarygodne sprawdzenie, czy osoba ubiegająca się o nadanie kwalifikacji rynkowej osiągnęła wyodrębnioną część lub całość efektów uczenia się wymaganych dla tej kwalifikacji. System teleinformatyczny oraz metody stosowane w walidacji muszą umożliwiać w szczególności identyfikację osoby, która przystępuje do walidacji, samodzielność jej pracy i zabezpieczenie przebiegu walidacji przed ingerencją osób trzecich. W trakcie walidacji obowiązuje całkowity

zakaz korzystania z zewnętrznych źródeł informacji. Sposób organizacji walidacji w tym czas trwania oraz zastosowane narzędzia muszą umożliwić sprawdzenie posiadania wszystkich efektów uczenia się wymaganych dla przedmiotowej kwalifikacji. Instytucja certyfikująca aktualizuje minimum raz w roku informacje dotyczące kryteriów weryfikacji w zakresie głównych elektronicznych platform zrzeszających producentów i dostawców oraz głównych elektronicznych platform sprzedażowych oraz związanych z nimi narzędzi analitycznych, dla których przygotowana jest walidacja. 4. Etapy identyfikowania i dokumentowania efektów uczenia się Nie określa się wymagań dla tych etapów.

Odniesienie do poziomu sektorowych ram kwalifikacji (o ile dotyczy)

Nie dotyczy

Data włączenia kwalifikacji do ZSK

2023-11-17

Podstawa prawna

Obwieszczenie Ministra Rozwoju i Technologii z dnia 13.11.2023 r. w sprawie włączenia kwalifikacji rynkowej „Prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe” do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (Monitor Polski z dnia 17.11.2023 r., poz. 1247).

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się

Osoba posiadająca kwalifikację rynkową „Prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe” posługuje się wiedzą i jest przygotowana do samodzielnej realizacji zadań w obszarze prowadzenia sprzedaży w oparciu o wybraną elektroniczną platformę sprzedażową. Dokonuje oceny popytu i podaży na produkt lub usługę przez określenie rynku docelowego dla planowanych produktów, oceniając biznesową zasadność wprowadzenia produktu na rynek z użyciem narzędzi analitycznych. Omawia proces zaopatrzenia sklepu w towary, omawia cechy rynku dostawców i charakteryzuje ofertę sprzedażową w oparciu o wybraną elektroniczną platformę sprzedażową. Planuje i organizuje sprzedaż przez elektroniczne platformy sprzedażowe, w tym organizuje promocję produktów, przygotowuje ofertę produktu do sprzedaży oraz wprowadza produkty na elektroniczną platformę sprzedażową. Prowadzi obsługę klienta elektronicznej platformy sprzedażowej, określając metody obsługi klienta elektronicznej platformy sprzedażowej oraz analizując przebieg obsługi klienta

Zestawy efektów uczenia się

Numer zestawu w kwalifikacji

1

Nazwa zestawu

Ocena popytu i podaży na produkt lub usługę

Poziom

4

Orientacyjny nakład pracy [godz.]

30

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Efekt uczenia się

1. Określa rynek docelowy dla danego planowanego produktu lub usługi

Kryteria weryfikacji

– rozpoznaje cechy rynku docelowego dla danego produktu lub usługi (np. poziom popytu, nasycenie rynku, konkurencję poziomu cen, uwarunkowania prawne), – 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, – ocenia biznesową zasadność wprowadzenia produktu lub usługi na rynek (potencjalną zyskowność) z użyciem narzędzi analitycznych.

Efekt uczenia się

2. Omawia proces zaopatrzenia sklepu w towary

Kryteria weryfikacji

– dobiera produkty do sprzedaży przez elektroniczną platformę sprzedażową, – wskazuje sposoby personalizacji oraz udoskonalenia produktu, – omawia zasady logistyki obowiązujące pomiędzy uczestnikami procesu zaopatrzenia sklepu w towary, – wskazuje sposoby dokonywania rozliczeń pomiędzy uczestnikami procesu zaopatrzenia sklepu w towary.

Efekt uczenia się

3. Omawia cechy rynku dostawców

Kryteria weryfikacji

– wymienia główne platformy sprzedażowe zrzeszające producentów i dostawców, – charakteryzuje specyfikę platform sprzedażowych zrzeszających producentów i dostawców, – wskazuje parametry wpływające na wybór dostawcy (np. responsywność dostawcy, liczbę przeprowadzonych transakcji, czas obecności dostawcy na platformie sprzedażowej, opinie o dostawcy).

Efekt uczenia się

4. Charakteryzuje ofertę sprzedażową

Kryteria weryfikacji

– identyfikuje wady i zalety konkurencyjnej oferty sprzedażowej, wykorzystując dostępne narzędzia i technologie, – omawia zasady tworzenia oferty sprzedażowej, uwzględniając cenę i opis produktu, zdjęcie, dodatkowe usługi dotyczące tej oferty.

Numer zestawu w kwalifikacji

2

Nazwa zestawu

Planowanie i organizowanie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe

Poziom

4

Orientacyjny nakład pracy [godz.]

30

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Efekt uczenia się

1. Korzysta z elektronicznej platformy sprzedażowej

Kryteria weryfikacji

– charakteryzuje specyfikę głównych elektronicznych platform sprzedażowych, – rozpoznaje istotne funkcje panelu administracyjnego wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej, – posługuje się raportami sprzedaży dostępnymi na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej w celu optymalizacji oferty i efektów sprzedaży

Efekt uczenia się

2. Organizuje promocję produktów na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej

Kryteria weryfikacji

– omawia metody promocji dostępne na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej (np. kupony, zniżki, kampanie Pay Per Click), – 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), – tworzy plan promocji danego produktu na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej.

Efekt uczenia się

3. Przygotowuje ofertę produktu do sprzedaży przez wybraną elektroniczną platformę sprzedażową

Kryteria weryfikacji

– wskazuje wymogi w zakresie wizualizacji produktów na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej, – tworzy ofertę produktu na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej (tytuł, opis, słowa kluczowe charakteryzujące produkt).

Efekt uczenia się

4. Wprowadza produkty na wybraną elektroniczną platformę sprzedażową

Kryteria weryfikacji

– wprowadza opis i cechy produktu zgodnie z wymogami wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej, – optymalizuje parametry oferty sprzedażowej pod kątem wyszukiwarki wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej.

Numer zestawu w kwalifikacji

3

Nazwa zestawu

Obsługa klienta elektronicznej platformy sprzedażowej

Poziom

4

Orientacyjny nakład pracy [godz.]

20

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Efekt uczenia się

1. Określa metody obsługi klienta elektronicznej platformy sprzedażowej

Kryteria weryfikacji

− dobiera metody kontaktu z klientem, − kontaktuje się z klientem z wykorzystaniem dostępnych narzędzi, − omawia proces zwrotu i reklamacji towarów.

Efekt uczenia się

2. Analizuje przebieg obsługi klienta wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej

Kryteria weryfikacji

– dobiera metody badania poziomu satysfakcji klienta z przeprowadzonej transakcji przez wybraną elektroniczną platformę sprzedażową, – wprowadza odpowiednie poprawki w ofercie lub sposobie obsługi klienta

Informacje o instytucjach uprawnionych do nadawania kwalifikacji

Wnioskodawca

Zofia Leś UNLIMITED

Minister właściwy

Minister Rozwoju i Technologii

Okres ważności dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji i warunki przedłużenia jego ważności

Bezterminowo

Termin dokonywania przeglądów kwalifikacji (dotyczy kwalifikacji rynkowych)

2033-11-16

Nazwa dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji

Certyfikat

Uprawnienia związane z posiadaniem kwalifikacji

Nie dotyczy

Kod dziedziny kształcenia

341 - Handel hurtowy i detaliczny

Kod PKD

Kod	**Nazwa**
47.91	Sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet

Kod kwalifikacji w ZRK

4C342300103

Status

Włączona