

STRATEGIA / KANAŁY SPRZEDAŻY

Marketplace może rosnać, a marża nadal spadać.

Liczymy, ile faktycznie zostaje z każdego kanału i ustalamy rolę własnego sklepu oraz marketplace'ów w jednym modelu sprzedaży.

Zobacz usługę online 

ECOMLABSTUDIO / LABORATORIUM E-BIZNESU

01 / DLA KOGO

Strategia kanałów sprzedaży

Sprzedawcy obecni na Allegro, Amazonie lub innych marketplace'ach.

02 / CO OTRZYMUJESZ

Konkretny rezultat

Rachunek i decyzje oparte na realnym wyniku kanałów.

03 / CZAS I FORMAT

3-4 tygodnie

Praca zdalna + spotkanie decyzyjne z zarządem

Decyzja o strukturze kanałów podjęta na liczbach, nie na przyzwyczajeniu.

Zakres i wycenę potwierdzamy po rozmowie - zależą od danych, dostępów i sytuacji firmy.



Pierwsza rozmowa

30 minut · bezpłatnie

02 / CO SPRAWDZAMY LUB PROJEKTUJEMY

Strategia kanałów sprzedaży

Liczymy, ile faktycznie zostaje z każdego kanału i ustalamy rolę własnego sklepu oraz marketplace'ów w jednym modelu sprzedaży.

PUNKT WYJŚCIA

Sprzedaż w kanałach rośnie, ale firma nie potrafi powiedzieć, jaka jest realna marża po prowizjach, zwrotach i obsłudze.

01

Marża per kanał

Liczymy wynik per kanał i grupa produktów, zamiast porównywać tylko przychód.

02

Decyzja asortymentowa

Ustalamy, co warto sprzedawać w danym kanale, a czego nie.

03

Role kanałów

Określamy, który kanał ma budować wolumen, relację lub inne zadanie w modelu sprzedaży.

04

Kierunek zmian

Projektujemy ścieżkę przenoszenia klienta do własnego sklepu i harmonogram wejścia lub wyjścia z kanału.

CZAS TRWANIA

3-4 tygodnie

FORMAT

Praca zdalna + spotkanie decyzyjne z zarządem

03 / DLA KOGO I CO POWSTAJE

Zakres ma prowadzić do decyzji, nie do kolejnej listy uwag.

Przed startem uzgadniamy problem, oczekiwany rezultat i materiały potrzebne do pracy.

DLA KOGO

- ✓ Sprzedawcy obecni na Allegro, Amazonie lub innych marketplace'ach.
- ✓ Firmy, które chcą zdecydować, co, gdzie i z jaką rolą sprzedawać.

CO OTRZYMUJESZ

- ✓ Rachunek i decyzje oparte na realnym wyniku kanałów.
- ✓ Rekomendowany podział asortymentu i ról kanałów.
- ✓ Harmonogram wejścia, zmiany lub wyjścia z kanału.

EFEKT PRACY

Decyzja o strukturze kanałów podjęta na liczbach, nie na przyzwyczajeniu.

NA START POTRZEBUJEMY

- Dane o sprzedaży, prowizjach, zwrotach i kosztach obsługi w uzgodnionym zakresie.
- Lista kanałów i grup produktów objętych analizą.
- Ustalenie decyzji, którą projekt ma wesprzeć.

WYCENA PROJEKTU

Po ustaleniu zakresu.

Nie ma jednej ceny dla każdego projektu. Po 30-minutowej rozmowie potwierdzamy zakres, warunki i wycenę odpowiednią do sytuacji firmy.

Od problemu do sprawdzonego następnego kroku.

Od początku wiadomo, co sprawdzamy, kto dostarcza dane lub decyzje i co ma powstać na końcu.

01

Zakres

Ustalamy kanały, produkty i decyzję do podjęcia.

02

Rachunek

Zestawiamy sprzedaż z kosztami, prowizjami i zwrotami.

03

Role kanałów

Projektujemy podział zadań i decyzje asortymentowe.

04

Decyzja

Przekazujemy rekomendację i harmonogram dalszych działań.

Pracujesz
bezpośrednio z nami.

dr Konrad Liszczyk
E-commerce, procesy, badania

Maciej Zmitrukiewicz
Produkty cyfrowe, AI, jakość stron

NASTĘPNY KROK

Ustalmy, czy ta usługa pasuje do problemu.

Bezpłatna rozmowa: 30 minut. Wrocław i zdalnie w całej Polsce.

[Umów rozmowę ↗](#)

laboratorium.ebiznesu@gmail.com +48 882 762 867



Formularz kontaktowy

Materiał informacyjny, nie indywidualna oferta cenowa. Zakres, cenę i warunki współpracy potwierdzamy przed rozpoczęciem. Opracowano na podstawie aktualnego opisu usługi EcomLabStudio. Aktualizacja: 14.09.2026.