



SPECJALISTA PREZENTACJI PRODUKTÓW W E -COMMERCE

MATERIAŁY ZAWODOZNAWCZE DLA UCZNIÓW I NAUCZYCIELI

Sosnowiec 2026

SPIS TREŚCI

WSTĘP	3
1. Metryczka zawodu i ogólna charakterystyka	3
2. Zadania i czynności zawodowe	4
A. zadania	5
B. czynności	5
2.1 Działania związane z planowaniem i tworzeniem pomysłu na prezentację produktu	6
2.2 Działania związane z realizacją przygotowanego projektu w systemie e-commerce.	6
3. Środowisko pracy i wyposażenie	7
3.1. Organizacja i wyposażenie stanowiska pracy.	7
3.2. Ergonomia pracy	8
3.3 Bezpieczeństwo i higiena pracy (BHP)	8
3.5 Wyposażenie techniczne i narzędziowe	9
3.6 Warunki psychospołeczne pracy	9
4. Wymagane kompetencje i kwalifikacje	10
4.1 Zakres kompetencji odpowiadających kwalifikacjom stylisty doradcy klienta	12
5. Strategia prezentacji produktów w e-commerce	13
5.1 Ekologia i zrównoważona moda	14
6. Trendy i nowoczesne technologie	15
7. Ścieżka kariery i perspektywy zatrudnienia	17
8. Część praktyczna dla ucznia/nauczyciela	19
8.1 Przykładowy scenariusz zadania zawodowego	19
Projekt nr 1	19
8.2 SAMPLE - W PRACY SPECJALISTY PREZENTACJI PRODUKTÓW e-commerce	21
8.3 Pytania sprawdzające wiedzę o stanowisku	21
9. Słownik pojęć branżowych	23
10. Bibliografia i Netografia.	25

WSTĘP

W dobie dominacji handlu elektronicznego, sprzedaż produktów modowych online przestała być jedynie alternatywą dla salonów stacjonarnych - stała się dynamicznym ekosystemem, w którym obraz i doświadczenie użytkownika ważą tyle samo, co jakość samego materiału. W świecie, gdzie klient nie może dotknąć tkaniny ani przymierzyć ubrania przed zakupem, kluczową rolę zaczyna odgrywać specjalista prezentacji produktów.

To właśnie on stoi na straży estetycznej spójności marki, dbając o to, by cyfrowa witryna nie tylko przyciągała wzrok, ale przede wszystkim budowała zaufanie i pomagała w podjęciu decyzji zakupowej. Zawód ten łączy w sobie wrażliwość wizualną z analitycznym podejściem do trendów, zamieniając zwykłe zdjęcia produktowe w angażującą opowieść o stylu życia.

Specjalista prezentacji produktów w e-commerce to stanowisko pracy / zawód funkcjonujący na styku mody, marketingu i sprzedaży. W klasyfikacji szkolnictwa branżowego nie występuje jako odrębny zawód, jednak jego kompetencje rozwijane są w ramach kierunków związanych z modą, takich jak technik stylisty, technik przemysłu mody, a także poprzez kursy specjalistyczne, szkolenia branżowe oraz studia związane z projektowaniem, stylizacją, komunikacją wizerunkową, szeroko pojętym marketingiem. Jest to zawód dynamicznie rozwijający się na rynku pracy, odpowiadający na rosnące potrzeby związane z obsługą klienta on - line i świadomym podejściem do mody.

1. METRYCZKA ZAWODU I OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA

Specjalista prezentacji produktów w e-commerce to osoba, która odpowiada za sposób przedstawienia produktów w sklepie internetowym. Jego zadaniem jest takie zaprezentowanie oferty, aby była ona atrakcyjna wizualnie, czytelna i przekonująca dla klienta. W pracy tej łączy się elementy marketingu, sprzedaży, estetyki i technologii.

Specjalista prezentacji produktów w e-commerce to zawód: nowoczesny i rozwijający się, związany z handlem internetowym, łączący kreatywność z analizą danych. Osoba wykonująca ten zawód wpływa bezpośrednio na sukces sklepu internetowego, buduje wizerunek marki, zwiększa sprzedaż online, buduje doświadczenie klienta. Specjalista prezentacji produktów w e-commerce to osoba odpowiedzialna za przygotowanie i prezentowanie produktów w sklepie internetowym w sposób atrakcyjny i zachęcający do zakupu. Tworzy opisy, dobiera

zdjęcia oraz organizuje wygląd karty produktu tak, aby ułatwić klientowi podjęcie decyzji zakupowej i zwiększyć sprzedaż.

Specjalista prezentacji produktów w e-commerce jest zawodem rynkowym, rozwijanym głównie poza formalnym systemem edukacji zawodowej, który opiera się na praktycznych umiejętnościach, doświadczeniu oraz ciągłym doskonaleniu wiedzy z zakresu mody, wizerunku, marketingu i sprzedaży on line.

2. ZADANIA I CZYNNOŚCI ZAWODOWE

Głównym celem pracy

Obsługa sklepu internetowego z wyrobami odzieżowymi, wizualizacja produktów wprowadzanych do sprzedaży, fotografowanie produktów (packshoty) i retusz zdjęć na potrzeby druku i Internetu, wsparcie Klienta w procesie zamówień, aktualizowanie oferty sklepu, tworzenie kreacji marketingowych, wsparcie i rozwój platformy sklepowej.

Stylisty - doradcy klienta jest kompleksowa pomoc klientom w wyborze ubrań, która wykracza poza standardową obsługę. Jako ekspert, dobiera odpowiedni rozmiar, fason oraz kolorystykę, dbając o to, by każdy element garderoby podkreślał atuty sylwetki klienta.

Tworzy gotowe stylizacje (outfity) oraz umiejętnie doradza zgodnie z aktualnymi trendami modowymi. Podczas prezentowania nowych kolekcji nie tylko sprzedaje produkt, ale przede wszystkim buduje pozytywne doświadczenie zakupowe, dzięki któremu klienci chętnie wracają po kolejne inspiracje.

Stylista - doradca klienta łączy psychologię wyglądu z praktyczną wiedzą o modzie, aby stworzyć spójny i autentyczny wizerunek klienta podczas zakupów.

Do najważniejszych zadań i czynności zawodowych specjalisty prezentacji produktów w e-commerce zaliczamy:

Tabela 1.¹ Zadania i czynności zawodowe specjalisty prezentacji produktów w e-commerce.

A. ZADANIA	B. CZYNNOCI
<p>1. Produkcja i obróbka materiałów wizualnych</p>	<p>Przygotowanie planu zdjęciowego:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ dobór odpowiedniego oświetlenia, tła oraz stylizacja odzieży (prasowanie parowe, układanie na manekinie typu ghost lub modelce). <p>Wykonywanie fotografii produktowej:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ realizacja sesji typu packshot zgodnie ze standardami marki (zachowanie powtarzalności kadrów i kątów widzenia). <p>Zaawansowany retusz cyfrowy:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ korygowanie niedoskonałości tkanin, ➤ szparowanie (wycinanie z tła), ➤ kalibracja kolorystyczna zgodna z rzeczywistym wyglądem produktu ➤ przygotowanie plików w odpowiednich formatach i rozdzielczościach (RGB dla web, CMYK dla druku).
<p>2. Zarządzanie ofertą i systemem e-commerce</p>	<p>Wdrażanie asortymentu:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ tworzenie i edycja kart produktów w panelu administracyjnym, ➤ przypisywanie ich do odpowiednich kategorii oraz dbanie o spójność opisów technicznych. <p>Wizualizacja kolekcji:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ projektowanie układu produktów na stronie głównej i w kategoriach (merchandising wizualny online), ➤ eksponować nowości lub bestsellery. <p>Aktualizacja stanów i danych:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ monitorowanie dostępności towarów oraz ➤ wprowadzanie zmian w cenach i wariantach (rozmiary, kolory).
<p>3. Kreacja marketingowa i wsparcie sprzedaży</p>	<p>Projektowanie materiałów promocyjnych:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ tworzenie bannerów, grafik do mediów społecznościowych (np. Instagram, Pinterest) oraz newsletterów prezentujących nowe kolekcje. <p>Obsługa procesu zamówień:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ monitorowanie przepływu transakcji, ➤ wyjaśnianie statusów przesyłek ➤ dbanie o pozytywne doświadczenie zakupowe klienta. <p>Doradztwo produktowe:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ udzielanie wsparcia klientom w zakresie doboru rozmiaru, składu materiałowego,

¹ Źródło: Opracowanie własne.

	sposobu konserwacji odzieży.
4. Rozwój i optymalizacja platformy	<p>Testowanie funkcjonalności:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ zgłaszanie błędów w działaniu koszyka lub filtrów sugerowanie poprawek poprawiających ścieżkę zakupową (UX). <p>Wdrażanie nowych rozwiązań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ współpraca przy wprowadzaniu nowoczesnych metod prezentacji (np. interaktywne tabele rozmiarów, moduły wideo przy produktach).



DLA UCZNIĄ - W TYM ZAWODZIE WAŻNE JEST

DOKŁADNOŚĆ , KREATYWNOŚĆ , UMIEJĘTNOŚĆ PRACY Z KOMPUTEREM

2.1 DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z PLANOWANIEM I TWORZENIEM POMYSŁU NA PREZENTACJĘ PRODUKTU.

Działania związane z planowaniem i tworzeniem pomysłu na prezentację produktu obejmują.

- ⇒ analiza produktu i potrzeb klienta
- ⇒ określenie grupy docelowej
- ⇒ wybór stylu komunikacji (np. formalny, lifestyle)
- ⇒ planowanie struktury karty produktu
- ⇒ tworzenie koncepcji wizualnej (zdjęcia, układ)
- ⇒ dobór słów kluczowych (SEO)
- ⇒ opracowanie przekazu marketingowego (korzyści dla klienta)

Działania te mają na celu stworzenie atrakcyjnej i skutecznej koncepcji prezentacji.

2.2 DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z REALIZACJĄ PRZYGOTOWANEGO PROJEKTU W SYSTEMIE E-COMMERCE.

Działania związane z realizacją przygotowanego projektu w systemie e-commerce obejmują:

- ⇒ wprowadzanie danych produktu do systemu
- ⇒ publikowanie opisów i parametrów

- ⇒ dodawanie i edycja zdjęć
- ⇒ formatowanie treści (nagłówki, listy, układ)
- ⇒ optymalizacja techniczna (SEO, szybkość ładowania)
- ⇒ aktualizacja produktów i oferty
- ⇒ kontrola poprawności danych

Działania te mają na celu wdrożenie projektu i jego poprawne działanie

Specjalista e-commerce najpierw projektuje sposób prezentacji produktu, a następnie wdraża go w systemie sprzedażowym łącząc kreatywność z technologią.



DLA UCZNIĄ - ZASTANÓW SIĘ

CZY BARDZIEJ LUBISZ TWORZYĆ POMYSŁY CZY JE REALIZOWAĆ?

CZY INTERESUJE CIĘ PRACA KREATYWNA CZY TECHNICZNA?

3. ŚRODOWISKO PRACY I WYPOSAŻENIE

Stanowisko pracy ma charakter biurowy lub zdalny, oparty na pracy przy komputerze indywidualny, ale często w zespole we współpracy (marketing, IT, grafika).

3.1. ORGANIZACJA I WYPOSAŻENIE STANOWISKA PRACY.

Stanowisko pracy specjalisty prezentacji produktów w e-commerce jest zróżnicowane i nie tylko odbywa się przy biurku z wykorzystaniem sprzętu komputerowego, ale również:

W profesjonalnym studio fotograficznym: To tutaj specjalista spędza znaczną część czasu, operując profesjonalnym oświetleniem studyjnym, statywami, tłami oraz aparatami cyfrowymi. Musi dbać o przestrzeń roboczą, która często obejmuje stół bezcieniowy lub stanowisko dla modela/manekina.

W strefie przygotowania produktu (szwalnia/magazyn): Zanim produkt trafi przed obiektyw, wymaga "charakteryzacji". Specjalista korzysta ze stanowisk do prasowania (parownice/stacje parowe), zestawów do czyszczenia tkanin oraz narzędzi krawieckich, aby odzież prezentowała się idealnie.

W przestrzeni magazynowej: Praca ta wiąże się z częstym przemieszczaniem się do magazynu w celu selekcji towaru, sprawdzania zgodności partii produktów z dokumentacją oraz dbania o to, by wzorce (sample)² były bezpiecznie przechowywane i zwracane do obiegu.

W terenie (sesje wizerunkowe): Często praca przenosi się poza biuro - na sesje typu lifestyle, gdzie specjalista dba o to, by produkt wyglądał naturalnie i atrakcyjnie w świetle dziennym, koordynując logistykę sprzętu i asortymentu.

Stanowisko to wymaga elastyczności - specjalista musi potrafić w ciągu kilku minut przełączyć się z precyzyjnej pracy graficznej na fizyczną aranżację planu zdjęciowego.

3.2. ERGONOMIA PRACY

Ergonomia specjalisty prezentacji produktów w e-commerce polega na dostosowaniu warunków pracy do jego potrzeb

✓ specjalista powinien:

pracować w pozycji wygodnej (unikanie długotrwałego schylania się)

dostosować wysokość blatów

korzystać z odpowiedniego oświetlenia (naturalnego lub sztucznego)

robić przerwy podczas dłuższej pracy.

3.3 BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY (BHP)

Mimo że zawód specjalisty prezentacji produktów w e-commerce nie należy do prac fizycznie niebezpiecznych, obowiązują podczas pracy podstawowe zasady BHP:

✓ Bezpieczeństwo pracy:

utrzymanie porządku (brak rozrzuconych ubrań, kabli)

unikanie poślizgnięć i potknięć

² Sample (Wzór produktowy) - jednostkowy egzemplarz produktu (np. ubrania, obuwia, akcesorii), który zostaje wyprodukowany przed rozpoczęciem masowej produkcji lub wysłany z fabryki jako model pokazowy.

bezpieczne korzystanie z wyposażenia i sprzętu komputerowego)

✓ Higiena pracy:

estetyczny i czysty wygląd miejsca pracy

dbałość o higienę osobistą

kontakt z czystą odzieżą

3.5 WYPOSAŻENIE TECHNICZNE I NARZĘDZIOWE

Wyposażenie techniczne i narzędziowe

Aby skutecznie realizować swoje zadania, specjalista operuje specyficznym zestawem narzędzi:

Hardware

- ⇒ Komputer z wydajną kartą graficzną, skalibrowany monitor (odwzorowanie barw), aparat DSLR/bezlusterkowiec, tablety graficzne.

Software

- ⇒ Pakiet Adobe (Photoshop, Lightroom), systemy CMS (np. Magento, PrestaShop, Shopify), narzędzia do zarządzania projektami (Trello, Jira).

Studio

- ⇒ Lampy błyskowe/światła ciągłego, blendy, modyfikatory światła (softboxy), manekiny typu ghost.



DLA UCZNIĄ - ZASTANÓW SIĘ

KTÓRE UMIEJĘTNOŚCI SĄ WAŻNIEJSZE: OBSŁUGA PROGRAMÓW CZY ZNAJOMOŚĆ PRODUKTÓW?

CZY TEN ZAWÓD BARDZIEJ PRZYPOMINA PRACĘ FOTOGRAFA, SPRZEDAWCY, CZY STYLISTY?

3.6 WARUNKI PSYCHOSPOŁECZNE PRACY

Praca specjalisty łączy działania indywidualne i zespołowe. Praca indywidualna to tworzenie opisów produktów, edycja zdjęć i treść, analiza danych i optymalizacja. Dlatego praca wymaga szczególnie koncentracji, samodzielności, dokładności, dobrej organizacji czasu.

Praca zespołowa to współpraca z działem marketingu, grafikami i fotografami, zespołem IT, modelami i modelkami podczas sesji zdjęciowych, menedżerami e-commerce.



DLA UCZNIĄ ODPOWIEDZ SOBIE NA PYTANIA

CZY LUBISZ KONTAKT Z LUDŹMI? CZY RADZISZ SOBIE W SYTUACJACH STRESOWYCH? CZY POTRAFISZ PODEJMOWAĆ SZYBKO DECYZJE?

4. WYMAGANE KOMPETENCJE I KWALIFIKACJE

Specjalista prezentacji produktów w e-commerce nie występuje jako odrębny zawód w podstawie programowej kształcenia zawodowego, dlatego nie posiada formalnie wyodrębnionych kwalifikacji.

Jednak kompetencje specjalisty są rozwijane w ramach kwalifikacji przypisanych do zawodów pokrewnych, głównie związanych z branżą mody.

Kwalifikacje powiązane ze stanowiskiem specjalisty prezentacji produktów w e-commerce:

nie posiada jednej formalnej kwalifikacji szkolnej łączy kompetencje z kilku dziedzin rozwija się głównie poprzez praktykę, kursy i doświadczenie:

Umiejętności specjalisty prezentacji produktów w e-commerce nie posiada jednej formalnej kwalifikacji szkolnej łączy kompetencje z kilku dziedzin rozwija się głównie poprzez praktykę, kursy i doświadczenie wynikają przede wszystkim z kwalifikacji realizowanych w zawodach takich jak:

✓ Technik stylistą

Symbol cyfrowy: 311946.

Kwalifikacje:

MOD.03. Projektowanie i wytwarzanie wyrobów odzieżowych.

MOD.15. Stylizacja ubioru i kreacja wizerunku.³

W ramach tego zawodu uczeń zdobywa wiedzę i umiejętności z zakresu:

Projektowanie i szycie odzieży (konstruowanie, modelowanie).

³ Rozporządzenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 13 sierpnia 2021 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie podstaw programowych kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego (Dz.U. z 2021 r. poz. 1562)

Kreowanie indywidualnego wizerunku (dobór stroju, fryzury, makijażu).
Analiza kolorystyczna i korygowanie sylwetki.

✓ **Technik przemysłu mody**

Symbol cyfrowy: 311941.

Kwalifikacje:

MOD.03. Projektowanie i wytwarzanie wyrobów odzieżowych.

MOD.11. Organizacja procesów wytwarzania wyrobów odzieżowych.⁴

W ramach tego zawodu uczeń zdobywa wiedzę i umiejętności z zakresu:

projektowanie wyrobów odzieżowych

dobór materiałów i dodatków

przygotowanie kolekcji odzieży

podstawy stylizacji i kompozycji ubioru.

Umiejętności potrzebne w tym zawodzie mogą być rozwijane w ramach pokrewnych kwalifikacji :

✓ **Technik handlowiec⁵**

Symbol cyfrowy zawodu 522305

KWALIFIKACJE WYODRĘBNIONE W ZAWODZIE

HAN.01. Prowadzenie sprzedaży

HAN.02. Prowadzenie działań handlowych

W ramach tego zawodu uczeń zdobywa wiedzę i umiejętności z zakresu:

wykonywania prac związanych z obsługą klientów oraz realizacją transakcji kupna i sprzedaży,

przyjmowania dostaw oraz przygotowywania towarów do sprzedaży;

planowania działań sprzedażowych i monitorowanie ich efektów,

organizowania i prowadzenia działań handlowych,

aktywnej komunikacji z klientem biznesowym.



DLA UCZNIĄ JEŚLI CHCESZ ZDOBYĆ KWALIFIKACJE DO TEGO ZAWODU:

**WYBIERZ KIERUNEK ZWIĄZANY Z MODĄ, ROZWIJAJ UMIEJĘTNOŚCI
PRAKTYCZNE I KORZYSTAJ Z OFEROWANYCH KURSÓW I SZKOLEŃ**

⁴ Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 16 maja 2019 r. w sprawie podstaw programowych kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego ([Dz.U. z 2019 r. poz. 991](#))

⁵ Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 16 maja 2019 r. w sprawie podstaw programowych kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego ([Dz.U. z 2019 r. poz. 991](#))

4.1 ZAKRES KOMPETENCJI ODPOWIADAJĄCYCH KWALIFIKACJOM SPECJALISTY E-COMMERCE

W oparciu o podstawę programową można wyróżnić obszary, które odpowiadają pracy specjalisty prezentacji produktów w e-commerce, łączy on kompetencje zawodów modowych, marketingowych i handlowych. :

Zmysł estetyczny umiejętność oceny, czy produkt wygląda atrakcyjnie

- ⇒ wycucie kolorów, kompozycji i stylu
- ⇒ dbanie o spójny i profesjonalny wygląd sklepu internetowego

Dokładność i spostrzegawczość

- ⇒ zauważanie błędów w opisach i zdjęciach
- ⇒ kontrola szczegółów (rozmiary, ceny, opisy)
- ⇒ dbałość o poprawność informacji

Wyobraźnia wizualna i przestrzenna

- ⇒ wyobrażanie sobie, jak produkt wygląda „na żywo”
- ⇒ planowanie układu zdjęć i opisów
- ⇒ tworzenie atrakcyjnej prezentacji produktu na ekranie

Sprawność manualna i obsługa komputera

- ⇒ szybkie i precyzyjne pisanie
- ⇒ sprawne korzystanie z programów i systemów e-commerce
- ⇒ edycja treści i zdjęć

Koncentracja uwagi

- ⇒ długotrwała praca przy komputerze
- ⇒ skupienie na wielu produktach jednocześnie
- ⇒ unikanie błędów przy dużej ilości danych

Kreatywność

- ⇒ tworzenie atrakcyjnych opisów produktów
- ⇒ wymyślanie sposobów prezentacji
- ⇒ dostosowanie komunikatu do klienta

Odporność na monotonię powtarzalne zadania (wprowadzanie produktów)

- ⇒ praca z dużą ilością podobnych danych
- ⇒ utrzymanie wysokiej jakości mimo rutyny

Umiejętność pracy pod presją czasu

- ⇒ szybkie publikowanie nowych produktów
- ⇒ praca w okresach promocji i sezonów
- ⇒ dotrzymanie terminów

Kwalifikacje specjalisty prezentacji produktów w e-commerce nie są formalnie wyodrębnione w podstawie programowej, wynikają z kompetencji zawodów pokrewnych, obejmują stylizację, analizę ubioru, obsługę klienta on-line, handel i marketing.



DLA UCZNIĄ ZASTANÓW SIĘ :

*CZY LUBISZ PRACĘ Z LUDŹMI ? CZY POTRAFISZ SŁUCHAĆ I DORADZAĆ ?
CZY DOBRZE RADZISZ SOBIE W STRESIE ?*

5. STRATEGIA PREZENTACJI PRODUKTÓW W E-COMMERCE

W pracy specjalisty prezentacji produktów w e-commerce proces "wytworzenia produktu" (czyli profesjonalnej oferty online) jest ściśle uporządkowany i techniczny. Specjalista e-commerce pracuje z cyfrowym zasobem (assetem). Proces ten przebiega etapowo.

Tabela 2⁶. Etapy pracy specjalisty prezentacji produktów w e-commerce

I ETAP PRZYGOTOWANIE I LOGISTYKA (PRE-PRODUKCJA)
<p>Działania: Przyjęcie sampli (wzorów) z magazynu lub produkcji, weryfikacja zgodności z dokumentacją, profesjonalne przygotowanie odzieży (prasowanie parowe, czyszczenie z pyłków, formowanie na manekinie).</p> <p>Cel: Zapewnienie nienagannego wyglądu produktu, który zminimalizuje czas późniejszego retuszu.</p>
II ETAP PRODUKCJA WIZUALNA (SESJA ZDJĘCIOWA)
<p>Działania: Ustawienie parametrów oświetlenia, wybór tła, wykonanie zdjęć typu packshot (na płasko lub manekinie ghost), realizacja ujęć 360° lub krótkich form wideo (reels produktowy).</p> <p>Cel: Uchwycenie detali, tekstury materiału i rzeczywistego koloru produktu.</p>

⁶ Źródło: Opracowanie własne.

III ETAP POSTPRODUKCJA I OBRÓBKA GRAFICZNA

Działania: Selekcja najlepszych ujęć, retusz niedoskonałości, usuwanie tła (szparowanie), korekcja barwna zgodna z profilem kolorystycznym marki, nakładanie znaków wodnych lub formatowanie pod konkretne wymagania platformy (np. Allegro, Amazon, sklep własny).

Cel: Stworzenie atrakcyjnego, a jednocześnie prawdziwego obrazu produktu.

IV ETAP DIGITALIZACJA I WZBOGACANIE DANYCH (WDROŻENIE)

Działania: Wgranie materiałów do systemu CMS lub PIM (np. Akeneo, Shopify), uzupełnienie atrybutów technicznych (skład, wymiary, warianty), dodanie opisów produktowych oraz tagów SEO.

Cel: Umożliwienie klientowi znalezienia produktu i dostarczenie mu wszystkich niezbędnych informacji do podjęcia decyzji.

V ETAP VISUAL MERCHANDISING ONLINE (EKSPozyCJA)

Działania: Przypisanie produktu do odpowiednich kategorii, ustawienie rekomendacji (cross-selling: „dobierz do stylizacji”), planowanie kolejności wyświetlania na stronie głównej.

Cel: Maksymalizacja sprzedaży poprzez logiczne i estetyczne ułożenie asortymentu w "wirtualnym salonie".

VI ETAP ANALIZA I OPTYMALIZACJA (MONITORING)

Działania: Analiza współczynnika konwersji, monitorowanie liczby zwrotów (jeśli są wysokie, może to oznaczać złą prezentację koloru/rozmiaru), testy A/B (np. czy zdjęcie na modelce sprzedaje lepiej niż na manekinie).

Cel: Ciągłe doskonalenie sposobu prezentacji, aby obniżyć koszty i zwiększyć zyski.



DLA UCZNIĄ ZASTANÓW SIĘ :

CZY LUBISZ PLANOWAĆ ETAPY PRACY ? CZY POTRAFISZ WSPÓŁPRACOWAĆ Z INNYMI ? CZY WIDZISZ EFEKT KOŃCOWY SWOJEJ PRACY ?

5.1 EKOLOGIA I ZRÓWNOWAŻONA MODA.

Specjalista prezentacji produktów w e-commerce ma wpływ na to, jakie produkty są promowane i w jaki sposób są przedstawiane klientom dlatego może wspierać świadome i odpowiedzialne zakupy online poprzez:

- ⇒ wyróżnianie produktów ekologicznych (np. z certyfikatami)
- ⇒ opisywanie składu i pochodzenia materiałów
- ⇒ promowanie marek dbających o środowisko
- ⇒ wskazywanie produktów trwałych i wysokiej jakości
- ⇒ rzetelne i uczciwe opisy (bez „przesadzonej reklamy”)
- ⇒ prezentowanie realnego wyglądu produktu
- ⇒ unikanie wprowadzających w błąd zdjęć
- ⇒ promowanie produktów uniwersalnych i wielokrotnego użytku
- ⇒ wspieranie idei „kupuj mniej, ale lepiej”
- ⇒ prezentowanie kolekcji kapsułowych
- ⇒ cyfrowe opisy i prezentacje produktów
- ⇒ ograniczenie zużycia papieru i materiałów reklamowych
- ⇒ wybór dostawców stosujących zrównoważoną produkcję
- ⇒ wspieranie marek fair trade
- ⇒ promowanie recyklingu i upcyklingu
- ⇒ wskazywanie alternatyw ekologicznych
- ⇒ promowanie świadomej konsumpcji
- ⇒ wspieranie mniejszej liczby zwrotów (dokładne opisy)
- ⇒ lepsze dopasowanie produktów do potrzeb klienta
- ⇒ ograniczanie niepotrzebnych wysyłek



DLA UCZNIĄ ZASTANÓW SIĘ :

CZY WARTO KUPOWAĆ MNIEJ, ALE LEPSZEJ JAKOŚCI? CZY MODA MOŻE BYĆ PRZYJAZNA ŚRODOWISKU ?

6. TRENDY I NOWOCZESNE TECHNOLOGIE

Współczesny świat mody coraz śmielej korzysta z osiągnięć cyfrowych, które stają się prawą ręką specjalistów prezentacji produktów e-commerce. Połączenie **ludzkiej intuicji z precyzją algorytmów** pozwala przenieść doświadczenie zakupowe e-commerce na zupełnie nowy poziom efektywności.

Poniższa infografika przedstawia kluczowe obszary, w których nowoczesne narzędzia wspierają codzienną pracę specjalisty e-commerce, czyniąc ją nie tylko szybszą, i bardziej wydajną.

OBZARY WSPARCIA CYFROWEGO - SPECJALISTA E-COMMERCE

PRODUKCJA WIZUALNA	POSTPRODUKCJA I AI	ZARZĄDZANIE OFERTĄ (PIM)	V-COMMERCE I 3D	KREACJA MARKETINGOWA	ANALIZA I ROZWÓJ
<ul style="list-style-type: none"> • Automatyzacja sesji (Orbitvu) • Fotografia Packshot & Ghost • Ustawianie oświetlenia cyfrowego • Przygotowanie sampli do zdjęć 	<ul style="list-style-type: none"> • Retusz w Adobe Photoshop • Usuwanie tła wspierane AI • Kalibracja barwna zdjęć • Optymalizacja wagi plików 	<ul style="list-style-type: none"> • Obsługa baz Akeneo / Pimcore • Wdrażanie produktów w CMS • Generowanie opisów AI (LLM) • Zarządzanie filtrami kategorii 	<ul style="list-style-type: none"> • Rendery odzieży CLO 3D • Wirtualne przymierzalnie AR • Tworzenie modeli 360° • Integracja assetów trójwymiarowych 	<ul style="list-style-type: none"> • Assety Social Media (Figma) • Montaż krótkich form wideo • Design bannerów promocyjnych • Opieka nad Visual Brand Identity 	<ul style="list-style-type: none"> • Testy A/B prezentacji zdjęć • Analiza ścieżki zakupowej UX • Śledzenie trendów e-merchandisingu • Raportowanie skuteczności wizualnej

TECHNOLOGIE WSPIERAJĄCE NOWOCZESNĄ SPRZEDAŻ ONLINE

1. Infografika⁷. Obszary wsparcia cyfrowego w pracy specjalisty e-commerce.



DLA UCZNIĄ ZASTANÓW SIĘ :

ODPOWIEDZ SOBIE NA PYTANIA

CZY LUBISZ NOWE TECHNOLOGIE ? CZY INTERESUJE CIĘ MODA CYFROWA ?

CZY CHCIAŁBYŚ PRACOWAĆ Z AI W MODZIE ?

⁷ Źródło: Opracowanie własne przy użyciu technologii AI.

7. ŚCIEŻKA KARIERY I PERSPEKTYWY ZATRUDNIENIA

Specjalista prezentacji produktów e-commerce rozwija swoje kompetencje zawodowe i umiejętności poprzez:

1. Studia⁸ z zakresu marketing mody ; wzornictwo, stylistyka i wizerunek, zarządzanie modą , marketing i zarządzanie w modzie, handel, psychologia (np. zachowań konsumenckich)
2. Kursy specjalistyczne⁹, personal shopping, budowanie wizerunku ,fotografia produktowa
3. Szkolenia branżowe; trendy modowe, fashion marketing. praca z klientem on line, Visual Merchandising i obsługa Klienta on line
4. Rozwój dodatkowy; handel i podstawy kompozycji, psychologia wizerunku,

Perspektywy zatrudnienia są obecnie bardzo szerokie dzięki **cyfrowej transformacji branży**. Specjalista może znaleźć zatrudnienie nie tylko w e-sprzedaży , ale również:

- jako **ekspert w platformach e-commerce** (tworzenie algorytmów rekomendacji),
 - w charakterze **stylisty wirtualnego** (obsługa klientów online na całym świecie),
 - jako **doradca wizerunku korporacyjnego** dla kadry zarządzającej.
- ✓ Praca w showroomach i salonach mody - prezentacja kolekcji dla klientów, indywidualne doradztwo stylizacyjne , obsługa klientów premium i biznesowych
- ✓ E-commerce i sprzedaż online- doradztwo stylizacyjne przez internet, czaty, wideorozmowy z klientami. pomoc w doborze ubrań w sklepach online
- ✓ Współpraca z markami modowymi- udział w prezentacji nowych kolekcji, stylizowanie produktów do kampanii, praca przy promocji marki

⁸ https://www.akademiaslaska.pl/studies/wzornictwo_studia_i_stopnia

<https://rekrutacja.p.lodz.pl/kierunek/i-stopien-wzornictwo>

<https://www.viamoda.edu.pl/programy/studia-i-stopnia-licencjackie/studia-i-stopnia-marketing-mody-komunikacja-i-branding/>

⁹ <https://ibcm.ckziu.com/index.php/dorosli-powyzej-24-roku-zycia/stylista-czyli-specjalista-kreowania-wizerunku-personal-shoper>

- ✓ Agencje marketingowe i reklamowe praca kreatywna i projektowa -tworzenie treści dla wielu marek, kampanie reklamowe online, prezentacja produktów w social media
- ✓ Własna działalność pełna niezależność zawodowa, prowadzenie własnego sklepu internetowego , freelancing (tworzenie opisów i prezentacji), doradztwo e-commerce dla firm
- ✓ Media i branża kreatywna łączenie marketingu z estetyką i trendami, współpraca z influencerami , tworzenie treści produktowych do social mediów , udział w kampaniach reklamowych
- ✓ Współpraca z atelier i projektantami, prezentacja kolekcji modowych online, przygotowanie opisów ubrań i dodatków, wsparcie sprzedaży ekskluzywnych produktów
- ✓ Możliwość pracy zdalnej, praca z domu (home office), współpraca z firmami z różnych krajów, elastyczny czas pracy.



DLA UCZNIĄ ZASTANÓW SIĘ:

CZY WOLISZ PRACĘ W FIRMIE CZY NA WŁASNY RACHUNEK?

CZY INTERESUJE CIĘ MODA, MARKETING CZY TECHNOLOGIA?

8. CZĘŚĆ PRAKTYCZNA DLA UCZNIĄ/NAUCZYCIĘŁA

8.1 PRZYKŁADOWY SCENARIUSZ ZADANIA ZAWODOWEGO

Specjalista prezentacji produktów e-commerce
Mini-projekt: karta produktu dla sklepu internetowego

PROJEKT NR 1

1. Temat projektu

„Stworzenie karty produktu dla sklepu internetowego”

2. Sytuacja zawodowa

Do sklepu internetowego trafia nowy produkt (np. kurtka, buty, telefon lub kosmetyk).

Klient (firma) oczekuje, że zostanie on:

- atrakcyjnie zaprezentowany
- opisany w sposób zachęcający do zakupu
- przygotowany do publikacji w sklepie online

3. Cel zadania

Uczeń (w roli specjalisty e-commerce) ma:

- przygotować pełną prezentację produktu
- stworzyć opis sprzedażowy
- zaplanować układ karty produktu
- zaproponować sposób wizualnej prezentacji

4. Etapy realizacji projektu

ETAP 1: Analiza produktu opis produktu „w skrócie”

- określenie cech produktu
- wskazanie grupy docelowej
- ustalenie zalet i zastosowania

ETAP 2: Tworzenie opisu sprzedażowego gotowy opis produktu

- nagłówek produktu
- opis korzyści dla klienta
- język prosty i zachęcający
- słowa kluczowe (SEO)

ETAP 3: Przygotowanie prezentacji wizualnej plan wizualny produktu

- wybór zdjęć produktu
- propozycja układu galerii zdjęć
- sugestia zdjęcia głównego

ETAP 4: Organizacja karty produktu struktura strony produktu

- cena i parametry
- opis + zdjęcia + dodatkowe informacje
- układ sekcji w sklepie internetowym

ETAP 5: Uzasadnienie wyborów krótka argumentacja

- dlaczego taki opis?
- dlaczego taki układ zdjęć?
- jak to wpływa na sprzedaż?

5. Oczekiwane efekty pracy

Uczeń powinien przygotować:

- nazwę i opis produktu
- strukturę karty produktu
- propozycję zdjęć
- uzasadnienie prezentacji

6. Kryteria oceny

- poprawność opisu produktu
- atrakcyjność języka sprzedażowego
- estetyka i logika prezentacji
- poprawność struktury karty produktu
- uzasadnienie wyborów



DLA UCZNIA ZASTANÓW SIĘ

*CZY POTRAFISZ „SPRZEDAĆ” PRODUKT SAMYM OPISEM?
CZY WAŻNIEJSZE SĄ ZDJĘCIA CZY TEKST?*

8.2 SAMPLE - W PRACY SPECJALISTY PREZENTACJI PRODUKTÓW E-COMMERCE

W pracy specjalisty prezentacji produktów, sample pełnią kluczowe funkcje:

⇒ Model do sesji zdjęciowych

To właśnie na samplach wykonuje się packshoty i sesje wizerunkowe, zanim pełna partia towaru trafi do magazynu centralnego. Dzięki temu sklep może ruszyć ze sprzedażą (przedsprzedażą) w momencie pojawienia się kolekcji.

⇒ Weryfikacja jakości

Służą do sprawdzenia, czy finalny produkt odpowiada projektowi pod kątem koloru, kroju i rodzaju materiału.

⇒ Tworzenie opisów

Na podstawie sampla specjalista redaguje dane techniczne (skład, sposób zapinania, liczba kieszeni), których nie zawsze widać na wizualizacjach.

⇒ Ważne w praktyce

Sample często występują w jednym, konkretnym rozmiarze (tzw. sample size - najczęściej S lub M dla kobiet oraz M lub L dla mężczyzn), co należy uwzględnić przy planowaniu sesji z modelami.

8.3 PYTANIA SPRAWDZAJĄCE WIEDZĘ O STANOWISKU.

1. Pytania podstawowe

Kim jest specjalista prezentacji produktów e-commerce?

Jakie są główne zadania osoby na tym stanowisku?

Na czym polega prezentacja produktów w "wirtualnym salonie"?

Czym różni się specjalista prezentacji produktów e-commerce od stylisty doradcy w sklepie?

Jakie znaczenie ma obsługa klienta w e-sklepie?

2. Pytania o pracę

Jak wygląda typowy dzień pracy specjalisty prezentacji produktów e-commerce?

Dlaczego ważna jest znajomość kolekcji?

Jakie znaczenie ma ekspozycja ubrań w e-sklepie/ "wirtualnym salonie sprzedaży"?

W jaki sposób specjalista prezentacji produktów e-commerce wpływa na sprzedaż?

3. Pytania praktyczne

Jak zwiększyć sprzedaż produktów online?

Co zrobić, by produkt wyglądał naturalnie i atrakcyjnie ?

Jak promować świadomą konsumpcję?

4. Pytania o kompetencje

Jakie umiejętności są najważniejsze w tym zawodzie?

Dlaczego komunikacja z klientem jest kluczowa?

Jakie cechy charakteru pomagają w pracy specjalisty prezentacji produktów e-commerce?

Dlaczego ważna jest spostrzegawczość?

Czy stres może występować w pracy specjalisty prezentacji produktów e-commerce? Dlaczego?

5. Pytania o rozwój i przyszłość

Jakie są możliwości awansu w tym zawodzie?

Gdzie może pracować specjalista prezentacji produktów e-commerce?

Jak można rozwijać swoje umiejętności modowe?

Czy można prowadzić własną działalność w tym zawodzie?

Jakie dodatkowe kursy mogą być przydatne?

6. Pytania refleksyjne

Czy praca w specjalisty prezentacji produktów e-commerce jest wymagająca?
Dlaczego?

Czy moda ma wpływ na pewność siebie klientów?

Czy chciałbyś pracować jako specjalista prezentacji produktów e-commerce
Uzasadnij.

Co jest ważniejsze: sprzedaż produktów czy zadowolenie klienta?



DLA UCZNIĄ ZASTANÓW SIĘ

CZY POTRAFISZ WCZUĆ SIĘ W ROLĘ KLIENTA ON LINE? CZY LUBISZ PRACĘ PROJEKTOWĄ?

9. SŁOWNIK POJĘĆ BRANŻOWYCH.

Świat mody to nie tylko ubrania, to specyficzny język, który pozwala precyzyjnie budować wizerunek. Abyś zawsze czuć się pewnie w rozmowach o trendach i technikach pracy, przygotowaliśmy ten leksykon. To Twoja ściągą z najważniejszych pojęć - od analizy sylwetki, przez zasady dress code'u, marketing sprzedaży aż po filozofię slow fashion.

1. *STYLIZACJA*

Dobór i łączenie ubrań oraz dodatków w spójną całość dopasowaną do osoby, okazji i celu.

2. *WIZERUNEK*

Sposób, w jaki dana osoba jest postrzegana przez innych na podstawie wyglądu, zachowania i stylu.

3. *ANALIZA SYLWETKI*

Określenie proporcji ciała klienta w celu doboru odpowiednich fasonów ubrań.

4. *ANALIZA KOLORYSTYCZNA*

Dobór kolorów ubrań dopasowanych do typu urody (karnacji, oczu, włosów).

5. DRESS CODE

Zasady ubioru obowiązujące w danej sytuacji (np. praca, uroczystości, biznes).

6. PERSONAL SHOPPER

Osoba, która pomaga klientowi w zakupach i doborze ubrań.

7. MOODBOARD

Tablica inspiracji (zdjęcia, kolory, stylizacje), która przedstawia koncepcję stylu.

8. LOOK / OUTFIT

Gotowy zestaw ubrań i dodatków tworzących jedną stylizację.

9. BUSINESS CASUAL

Styl ubioru łączący elegancję z wygodą, często stosowany w pracy biurowej.

10. SMART CASUAL

Styl półformalny - elegancki, ale mniej sztywny niż business formal.

11. BUSINESS FORMAL

Bardzo elegancki styl ubioru wymagany w sytuacjach oficjalnych i biznesowych.

12. GARDEROBA KAPSUŁOWA

Zestaw uniwersalnych ubrań, które można ze sobą łatwo łączyć w różne stylizacje.

13. SLOW FASHION

Podejście do mody oparte na świadomych zakupach, jakości i ograniczeniu nadprodukcji ubrań.

14. FAST FASHION

Szybka produkcja taniej odzieży zgodnej z aktualnymi trendami, często o krótkiej trwałości.

15. SYLWETKA

Kształt i proporcje ciała człowieka, które wpływają na dobór ubrań.

16. MATERIAŁOZNAWSTWO

Wiedza o tkaninach, ich właściwościach i zastosowaniu w odzieży.

17. STYLIZACJA ONLINE

Tworzenie stylizacji i doradztwo wizerunkowe na odległość (np. przez Internet).

18. PERSONAL BRANDING

Budowanie własnego wizerunku zawodowego i rozpoznawalności stylisty.

19. METAMORFOZA

Całościowa zmiana wyglądu i stylu osoby, często obejmująca ubiór, fryzurę i makijaż.

20. PERSONAL SHOPPING

Usługa polegająca na dobieraniu i kupowaniu ubrań dla klienta.

21. ZRÓWNOWAŻONA MODA (SUSTAINABLE FASHION) -

podejście do projektowania i produkcji odzieży z uwzględnieniem ochrony środowiska.

22. GOSPODARKA OBIEGU ZAMKNIĘTEGO -

model produkcji, w którym materiały są ponownie wykorzystywane i przetwarzane.

23. RECYKLING TEKSTYLÓW –

przetwarzanie zużytej odzieży i materiałów na nowe produkty.

10. BIBLIOGRAFIA I NETOGRAFIA.

POZYCJE KSIĄŻKOWE (propozycje):

- [1.] Ewa Fałkowska-Rękawek, *Podstawy projektowania odzieży*, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2020
- [2.] Elżbieta Stark, Barbara Tymolewska, *Modelowanie form odzieży męskiej*, Wydawnictwo SOP Oświatowiec, Toruń 2020
- [3.] Jadwiga Idryjan-Pajor, *Materiałoznawstwo Odzieżowe*, Wydawnictwo SOP Oświatowiec, Toruń 2020
- [4.] Maria Bily-Czopowa, Karolina Mierowska, *Krój i modelowanie odzieży lekkiej. Krawiectwo miarowo - usługowe*, WSiP, 1995
- [5.] Krystyna Trzczińska, *Konstruowanie i modelowanie odzieży lekkiej (t.1,2)*, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1992
- [6.] Zbigniew Parafianowicz, *Konstruowanie i modelowanie odzieży ciężkiej*, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2009
- [7.] Zbigniew Parafianowicz, Maria Piskorska, *Konstrukcja i modelowanie odzieży męskiej ciężkiej*, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1986
- [8.] Zbigniew Parafianowicz, Maria Piskorska, *Konstrukcja i modelowanie odzieży męskiej*, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1989
- [9.] Elżbieta Lewandowska - Stark, *Modelowanie form Odzieży Męskiej* - Stowarzyszenie Oświatowców Polskich w Toruniu, Toruń 1999 roku

- [10.] *Tabele szczegółowych wymiarów dzieci, dziewcząt, chłopców, kobiet i mężczyzn*, Instytut Techniki i Technologii Dzieżarskich "Tricotextil", Łódź 1997.
- [11.] Elżbieta Stark, Zofia Lipke-Skrawek, *Techniki szycia odzieży*, SOP Oświatowiec, Toruń 2012
- [12.] Winifred Aldrich, *Fabrics and pattern cutting*, A. John Wiley & Sons, Ltd, Publication, UK 2013
- [13.] *Krawiectwo technologia. Podręcznik dla zasadniczych szkół odzieżowych*, praca zbiorowa, WSiP, Warszawa 2011
- [14.] *Szycie jest łatwe*, poradnik Burda Style, Wydawnictwo Słowne (dawniej Burda Książki), 2018

STRONY INTERNETOWE POŚWIĘCONE MODZIE I SZYCIU:

- [1.] <https://www.vogue.pl/b/moda>
- [2.] <https://www.elle.pl/moda>
- [3.] <https://pl.pinterest.com/>
- [4.] <https://dresowka.pl/pl/zestawy-i-wykroje/czasopisma.html>

CZASOPISMA:

- [1.] Burda Style - miesięcznik, wydania aktualne i archiwalne
- [2.] Kocham szycie - numery archiwalne

ŹRÓDŁA ILUSTRACJI I GRAFIK:

- [1.] Ilustracja na stronie tytułowej: Pixabay.com
- [2.] Infografika „Nowoczesne technologie...”: Opracowanie własne przy użyciu technologii AI.