Inne

- Eksport zamówień według produktów
- Czy limit dla działalności nierejestrowanej obejmuje koszt wysyłki i prowizji?
- Jak mogę pobrać listę adresów e-mail kupujących?
- Czy osoba niepełnoletnia może sprzedawać przez 1koszyk?
- Dyrektywa DAC7 i obowiązki raportowania platformy
- Autoryzacja dwuetapowa (2FA)
- Przykłady
- Zabezpieczanie plików cyfrowych - znak wodny
- Jak poprawić widoczność oferty w wyszukiwarkach i chatach AI?
- Komponenty graficzne - font, button

Eksport zamówień według produktów

Eksport dostępny jest na liście zamówień i uwzględnia wybrane parametry jej filtrowania.
Opcja ta umożliwia wyeksportowanie zamówień w rozbiciu na produkty. Umożliwia to analizę trendów sprzedaży danego produktu, obliczanie zysku z uwzględnieniem zmian cen w określonym przedziale czasu itp.
Eksport do formatu xlsx zawiera następujące kolumny:

- Identyfikator
- Nazwa
- Ilość
- Wartość
- Waluta
- Stawka VAT
- Zamówienie
- Utworzone
- Anulowane
- Klient
- Typ płatności
- Status płatności
- Status wysyłki

Chcesz sprzedawać bez barier i opłat stałych?

Jeśli nie masz jeszcze konta, utwórz je i sprawdź, jak prosty może być e-commerce.
Generuj **unikalne linki zakupowe** i ciesz się gotowym sklepem internetowym.
Sprzedawaj **pliki cyfrowe** lub **produkty fizyczne**.

załóż darmowe konto

Czy limit dla działalności nierejestrowanej obejmuje koszt wysyłki i prowizji?

Limit dla działalności nierejestrowanej uwzględnia przychód, czyli łączną kwotę należności od kupującego (cała wartość koszyka).
Tak więc koszty wysyłki i prowizji wliczają się do limitu przychodu przewidzianego dla tej formy sprzedaży.
Zgodnie z przepisami rozliczenie kosztów możliwe jest dopiero na podstawie rozliczenia rocznego zeznania PIT.

Aby przypadkowo nie przekroczyć limitu, bramka płatnicza automatycznie blokuje transakcje w momencie osiągnięcia dozwolonej kwoty przychodów.

Szczegółowe informacje na temat działalności nierejestrowanej można znaleźć na stronie https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/00115

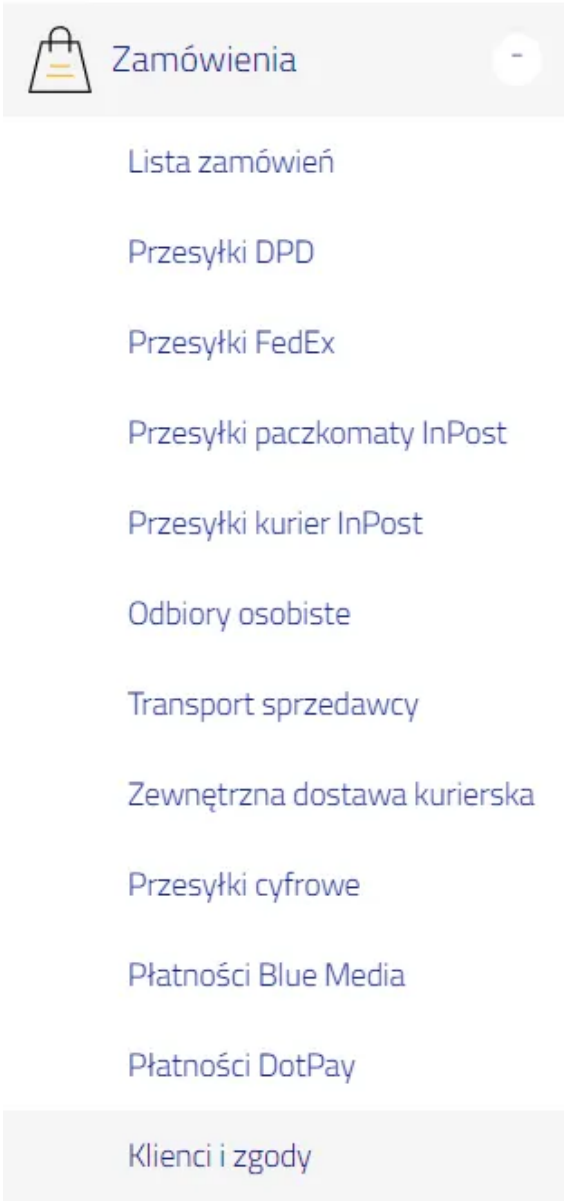
Chcesz sprzedawać bez barier i opłat stałych?

Jeśli nie masz jeszcze konta, utwórz je i sprawdź, jak prosty może być e-commerce. Generuj **unikalne linki zakupowe** i ciesz się gotowym sklepem internetowym. Sprzedawaj **pliki cyfrowe** lub **produkty fizyczne**.

załóż darmowe konto →

Jak mogę pobrać listę adresów e-mail kupujących?

Lista adresów z informacją o statusie zgody marketingowej dostępna jest w panelu administracyjnym, w zakładce "Zamówienia > Klienci i zgody". Adresy e-mail kupujących dostępne są również na liście zamówień.
W planie abonamentowym możliwe jest wyeksportowanie danych do pliku Excel. Eksport uwzględnia filtrowanie list.



Chcesz sprzedawać bez barier i opłat stałych?

Jeśli nie masz jeszcze konta, utwórz je i sprawdź, jak prosty może być e-commerce.
Generuj **unikalne linki zakupowe** i ciesz się gotowym sklepem internetowym.
Sprzedawaj **pliki cyfrowe** lub **produkty fizyczne**.

załóż darmowe konto →

Czy osoba niepełnoletnia może sprzedawać przez 1koszyk?

Osoby niepełnoletnie nie mogą sprzedawać za pośrednictwem bramki Autopay. Musi zostać zarejestrowana osoba pełnoletnia.

Dyrektywa DAC7 i obowiązki raportowania platformy

Co to jest DAC7?

DAC7 - Dyrektywa Rady (UE) 2021/514 z dnia 22 marca 2021 r. to unijne rozporządzenie, które wprowadza nowe obowiązki dla platform cyfrowych.

Celem dyrektywy DAC7 jest m.in. zwiększenie przejrzystości transakcji online poprzez dostęp dla organów podatkowych do informacji o transakcjach dokonywanych na platformach internetowych działających na terenie Unii Europejskiej.

Obowiązki nałożone przez dyrektywę DAC7 dotyczą operatorów różnego rodzaju platform cyfrowych, w tym tych, na których sprzedawcy mogą oferować swoje produkty i usługi.

W Polsce dyrektywa DAC7 została wdrożona Ustawą z dnia 23 maja 2024 r. o zmianie ustawy o wymianie informacji podatkowych z innymi państwami oraz niektórych innych ustaw, obowiązującą od 01.07.2024 r.

Ze względu na opóźnienie we wdrożeniu dyrektywy w polskich przepisach, ustawa zobowiązuje operatorów do zaraportowania danych o sprzedających także za rok 2023 i cały rok 2024. Sprawozdania za lata 2023 i 2024 muszą zostać złożone nie później niż do 31.01.2025.

Co to dla mnie oznacza?

W związku z w/w przepisami platforma 1koszyk ma co rok obowiązek zbierania i przekazywania informacji o sprzedawcach i ich transakcjach do organów podatkowych. Zgodnie z ustawą, w raporcie znajdą się sprzedawcy, którzy w danym roku zrealizowali minimum 30 transakcji lub wartość ich zrealizowanych transakcji wyniosła powyżej 2000 euro.

Jakie informacje znajdują się w raporcie?

W raporcie znajdują się dane umożliwiające identyfikację sprzedawcy oraz dane transakcyjne. Te drugie podzielone są na kwartały oraz dwie kategorie transakcji:

- sprzedaż towarów
- sprzedaż usług świadczonych osobiście

Dane dotyczące transakcji, wynagrodzeń i opłat (podzielone na kwartały):

- **Sprzedaż towarów**
  - ilość zamówień z przesyłką fizyczną utworzonych w danym okresie sprawozdawczym (roku), które nie zostały anulowane;
  - Wynagrodzenie ze sprzedaży towarów - suma płatności online oraz płatności przy odbiorze pomniejszone o prowizje pobrane przy płatności przez bramkę płatniczą (w momencie płatności) oraz należności pobrane przez platformę (wyrównanie do prowizji minimalnej oraz koszty przesyłek);
  - Opłaty od sprzedaży towarów - suma prowizji pobranych przez platformę tj. prowizji od transakcji, wyrównań do prowizji minimalnej, kosztów przesyłek oraz proporcjonalnie innych opłat. *

- **Sprzedaż usług świadczonych osobiście**
  - ilość wszystkich pozostałych zamówień tj. tych z przesyłką cyfrową lub brakiem przesyłki;
  - Wynagrodzenie z usług świadczonych osobiście - suma płatności online pomniejszona o prowizje pobrane przez bramkę płatniczą (w momencie płatności) oraz prowizje pobrane przez platformę (wyrównanie do prowizji minimalnej);
  - Opłaty od sprzedaży usług - suma prowizji od transakcji oraz proporcjonalnie innych opłat. *

    * opłaty takie jak prowizje od wypłat oraz płatności za plany abonamentowe są rozłożone na opłaty od sprzedaży towarów oraz opłaty od sprzedaży usług w stosunku w jakim w ciągu całego roku rozkłada się wynagrodzenie na te dwie składowe

Dane w przypadku firmy:

- Nazwa firmy
- Adres rejestrowy
- Identyfikator podatkowy (NIP)
- REGON/KRS
- Numer rachunku bankowego

Dane w przypadku tzw. działalności nierejestrowanej:

- Imię
- Nazwisko
- Pesel
- NIP (opcjonalnie)
- Adres
- Numer rachunku bankowego

Więcej informacji o dyrektywie DAC7 znajdziesz na stronie

https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/005075

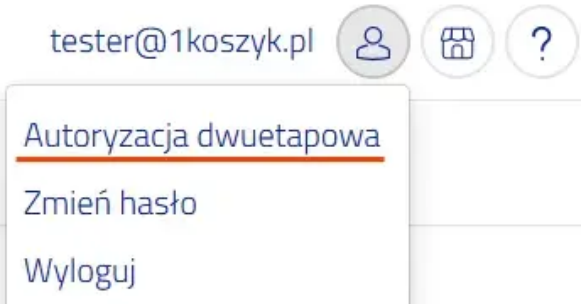
Chcesz sprzedawać bez barier i opłat stałych?

Jeśli nie masz jeszcze konta, utwórz je i sprawdź, jak prosty może być e-commerce.
Generuj **unikalne linki zakupowe** i ciesz się gotowym sklepem internetowym.
Sprzedawaj **pliki cyfrowe** lub **produkty fizyczne**.

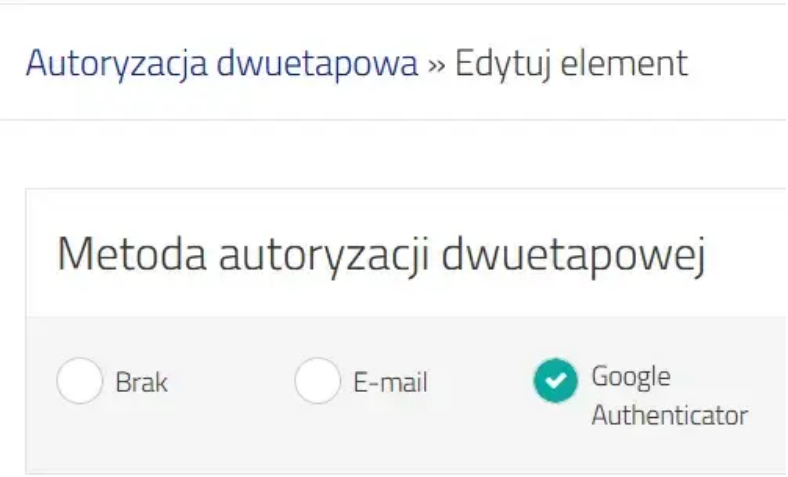
załóż darmowe konto →

Autoryzacja dwuetapowa (2FA)

Aby skonfigurować dodatkowy składnik autoryzacji, należy w panelu administracyjnym z menu użytkownika wybrać opcję "Autoryzacja dwuskładnikowa"



Następnie na ekranie wyboru zaznaczyć opcję weryfikacji poprzez wiadomość e-mail wysyłaną na adres użytkownika lub poprzez aplikację autentykacyjną kompatybilną Google Authenticator lub kompatybilną.



W przypadku wyboru aplikacji, po zapisaniu pojawi się ekran umożliwiający aktywację zabezpieczenia poprzez zeskanowanie kodu QR oraz podanie kodu autoryzacyjnego wygenerowanego przez aplikację.



Po zapisaniu ustawień, przy ponownym logowaniu do panelu będzie wymagane podanie dodatkowego jednorazowego kodu o krótkim terminie ważności.

Chcesz sprzedawać bez barier i opłat stałych?

Jeśli nie masz jeszcze konta, utwórz je i sprawdź, jak prosty może być e-commerce. Generuj **unikalne linki zakupowe** i ciesz się gotowym sklepem internetowym. Sprzedawaj **pliki cyfrowe** lub **produkty fizyczne**.

załóż darmowe konto →

Przykłady

Sklepy sprzedające przez katalog 1koszyk:

https://tralaladlasmyka.pl/

https://kotcukierek.pl/

https://kekusie.1ct.eu

https://nocnamamaa.1ct.eu/

https://sarnodzielo.1ct.eu

Sklepy używające linków sprzedażowych, widgetu lub w pełni zintegrowane przez API: https://bdo360.pl/poznaj-oferte/

https://latarnik.com.pl/

https://www.dekordeska.pl/probka/

https://www.iagellonica.com.pl/

https://www.ptiszu.com/ebooki/

Ścieżkę płatności z testową bramka płatniczą można sprawdzić tutaj:

https://testkoszyka.pl/

Zabezpieczanie plików cyfrowych - znak wodny

Pobranie pliku możliwe jest wyłącznie po dokonaniu płatności i – w zależności od wymogów sprzedawcy – odstąpieniu od prawa zwrotu. Plik dostępny jest dla zalogowanego użytkownika. Adres pobierania jest każdorazowo modyfikowany, co zapobiega nieuprawnionemu udostępnianiu treści poprzez przekazywanie adresu pliku.

W większości przypadków oferowane w 1koszyk produkty sprzedawane są w niewielkiej skali, a ich ceny są relatywnie niskie. Co za tym idzie, obecnie nie stosujemy zabezpieczeń plików i treści cyfrowych. Poniżej przedstawiamy opis metod zabezpieczenia, ich cechy i potencjalne ograniczenia:

Widoczny znak wodny (Personalizacja)

Często spotykaną praktyką jest nanoszenie danych kupującego (np. imienia, nazwiska czy adresu e-mail) bezpośrednio na strony e-booka. Choć popularne, jest to najsłabsza forma ochrony. Widoczne dane można w prosty sposób usunąć za pomocą darmowych edytorów PDF lub narzędzi do usuwania warstw tekstowych. Ten rodzaj zabezpieczenia pełni głównie rolę psychologiczną – ma uświadomić uczciwemu nabywcy, że plik jest przypisany do niego.

Digital Fingerprinting (Niewidoczna sygnatura)

To technika wprowadzania do kodu pliku unikalnych, niewidocznych gołym okiem znaczników identyfikujących konkretną transakcję. Niewidoczna sygnatura jest trudniejsza do usunięcia niż zwykły znak wodny. Ma ona jednak sens wyłącznie wtedy, gdy sprzedawca dysponuje infrastrukturą do monitorowania sieci.

Bez narzędzi, które automatycznie przeszukują internet, fora i serwisy pirackie w poszukiwaniu plików oraz możliwości ich weryfikacji, sygnatura nie przyniesie żadnych korzyści. Pozwala ona na identyfikację sprawcy po fakcie, o ile plik zostanie znaleziony, ale nie zapobiega samemu procesowi kopiowania.

DRM (Digital Rights Management)

Systemy typu DRM (np. Adobe DRM) to najbardziej restrykcyjne formy ochrony. Plik jest zaszyfrowany i powiązany z konkretnym urządzeniem lub kontem użytkownika. Metoda ta jest znacznie bardziej skuteczna w zapobieganiu nieautoryzowanemu kopiowaniu. Wymusza jednak na czytelniku instalację dedykowanych aplikacji koniecznych do odczytania treści. Użytkownicy często skarżą się na trudności z autoryzacją plików na różnych urządzeniach, co może prowadzić do zwiększonej liczby reklamacji i frustracji klientów, którzy kupili produkt legalnie.

Ekonomia egzekwowania naruszeń

Warto spojrzeć na kwestię zabezpieczeń przez pryzmat opłacalności. Proces dochodzenia roszczeń za naruszenie praw autorskich w internecie jest kosztowny. Wymaga zaangażowania prawników i często specjalistycznych firm informatycznych, a procedury identyfikacji sprawcy i procesy sądowe trwają miesiącami.

Przy małej skali sprzedaży lub niskiej cenie jednostkowej produktu (np. e-book za 20–50 zł), koszty prawne i operacyjne związane ze ściganiem pojedynczego naruszenia zazwyczaj wielokrotnie przewyższają wartość samej straty.

Chcesz sprzedawać bez barier i opłat stałych?

Jeśli nie masz jeszcze konta, utwórz je i sprawdź, jak prosty może być e-commerce. Generuj **unikalne linki zakupowe** i ciesz się gotowym sklepem internetowym. Sprzedawaj **pliki cyfrowe** lub **produkty fizyczne**.

załóż darmowe konto →

Jak poprawić widoczność oferty w wyszukiwarkach i chatach AI?

Organiczne pozyskiwanie klientów to najtańsza i najbardziej długofalowa inwestycja w Twój biznes online. W erze, w której klienci szukają produktów nie tylko w Google, ale też pytają o rekomendacje sztuczną inteligencję (np. ChatGPT, Google Gemini), sposób prezentacji Twojej oferty ma kluczowe znaczenie.

Dobra wiadomość? **Platforma 1koszyk daje Ci wszystkie narzędzia, by zdobyć serca algorytmów i klientów.** Nie musisz być ekspertem od technologii. Oto kilka prostych kroków, które pozwolą Ci wycisnąć maksimum z możliwości Twojego sklepu.

1. Zadbaj o wartościowe linki do swojej oferty (Link Building)

Wyszukiwarki internetowe oraz roboty indeksujące chatów AI traktują linki jak „głosy zaufania”. Im więcej wartościowych i bezpiecznych stron odsyła do Twojego sklepu lub konkretnego produktu w 1koszyk, tym bardziej wiarygodny wydaje się Twój biznes algorytmom. Przekłada się to bezpośrednio na wyższą pozycję w wynikach wyszukiwania oraz częstsze polecanie Twojej oferty przez sztuczną inteligencję.

Jak pozyskiwać wartościowe linki w prosty sposób?

- **Social media:** Umieść link do sklepu lub bezpośredni link zakupowy w opisie swojego profilu (bio) na Facebooku, Instagramie, LinkedInie, TikToku czy YouTube. Regularnie dodawaj linki w postach i relacjach.
- **Własny blog lub strona internetowa:** Jeśli tworzysz treści poradnikowe, osadzaj linki do produktów bezpośrednio w artykułach (np. *„Produkt użyty w tym poradniku kupisz tutaj: [link]”*).
- **Partnerzy biznesowi i dostawcy:** Poproś swoich kontrahentów, producentów lub partnerów o umieszczenie odnośnika do Twojego sklepu w zakładce „Gdzie kupić” lub w sekcji rekomendacji.
- **Portal branżowy i wpisy gościnne:** Dziel się wiedzą na zewnętrznych portalach z Twojej branży i proś o oznaczenie Cię autorskim linkiem do oferty.

- **Recenzje i opinie:** Zachęcaj blogerów, testerów lub zadowolonych klientów do recenzowania Twoich produktów i podawania bezpośredniego linku do Twojego sklepu 1koszyk.

> **Wskazówka:** Unikaj kupowania masowych, sztucznych linków na podejrzanych stronach. Dla algorytmów Google i AI liczy się **jakość i naturalność**, a nie tylko ilość. Kilka linków ze stron związanych z Twoją branżą da znacznie lepszy efekt niż setki wpisów na wartościowo obojętnych forach.

2. Twórz unikalne i wyczerpujące opisy produktów

Modele AI oraz roboty Google karmią się treścią. Jeśli Twój opis to tylko jedno zdanie, algorytm nie zrozumie, dlaczego to właśnie Twój produkt powinien polecić użytkownikowi.

- **Pisz z myślą o problemach klienta:** Wyjaśnij, co zyskuje kupujący i jaki problem rozwiązuje Twój produkt lub usługa.
- **Podawaj szczegóły:** Wymień pełną specyfikację, wymiary, skład czy format (w przypadku e-booków i plików cyfrowych).
- **Unikaj kopiowania:** Zawsze twórz własne, oryginalne opisy. Kopiowanie tekstów od producentów sprawia, że Google ukrywa Twoją stronę w wynikach wyszukiwania.
- **Dodaj indywidualny tytuł i opis SEO produktu**

3. Dodaj duże zdjęcia wysokiej jakości

Obraz decyduje o kliknięciu w ułamku sekundy. Współczesne wyszukiwarki świetnie radzą sobie z analizą grafiki, dlatego Twoje zdjęcia mają bezpośredni wpływ na SEO.

- Zadbaj o dobre oświetlenie i estetyczne tło.
- Zwróć uwagę na detale – jeśli sprzedajesz produkty fizyczne, pokaż je z różnych perspektyw.
- Pamiętaj, że atrakcyjne zdjęcie drastycznie zwiększa szansę, że klient nie przejdzie obok Twojej oferty obojętnie.

4. Wykorzystaj potencjał opisów kategorii

Kategorie w Twoim sklepie na 1koszyk to nie tylko foldery na produkty – to potężne narzędzie pozycjonowania.

- Dodaj do list produktów angażujące opisy o ich charakterze.
- Wskaż grupę docelową (np. "*Akcesoria dla początkujących biegaczy*"). Dzięki temu roboty wyszukiwarek łatwiej dopasują Twoją ofertę do konkretnych zapytań użytkowników.

5. Rozbuduj dolne menu (FAQ i strony informacyjne)

Chatboty AI uwielbiają format pytania i odpowiedzi. Szukając idealnego produktu dla użytkownika, przeczesują sieć w poszukiwaniu konkretnych informacji.

- Wprowadź w dolnym menu sekcję **FAQ** (Najczęściej Zadawane Pytania). Odpowiedz w niej na pytania o czas dostawy, sposób korzystania z produktu czy zwroty.
- Dodaj strony informacyjne o Twojej firmie. Buduje to tzw. wskaźnik E-E-A-T (Doświadczenie, Ekspertyza, Autorytet, Zaufanie), który Google bierze pod uwagę przy rankingach stron.

6. Uzupełnij tytuły i opisy SEO (Meta Tagi) dla kategorii, strony głównej i kontaktu

W panelu 1koszyk masz bezpośredni wpływ na to, jak Twoja strona wyświetla się w wynikach wyszukiwania Google.

- Uzupełnij **Tytuły SEO (Title)** oraz **Opisy SEO (Meta Description)** dla swoich kategorii.
- Używaj w nich słów kluczowych, czyli fraz, które Twoi klienci wpisują w wyszukiwarkę (np. "*Ręcznie robiona biżuteria z ceramiki*" zamiast samego słowa "*Biżuteria*").

7. Skonfiguruj linki do social media i własnej strony www

Dla algorytmów Google i AI niezwykle ważna jest tzw. tożsamość marki w sieci (Entity). Chcą one wiedzieć, że Twój sklep jest powiązany z realnie działającym biznesem.

- Wklej w profilu 1koszyk linki do swoich profili na Facebooku, Instagramie, TikToku czy LinkedInie.
- Dzięki temu boty zyskają szerszy kontekst Twojej obecności w sieci, a klienci łatwiej zweryfikują Twoją wiarygodność.

8. Zadbaj o spójność wizerunku (Logo, Kolory i Favicon)

Profesjonalny wygląd buduje zaufanie, a zaufanie bezpośrednio przekłada się na wyższą sprzedaż.

- Ustaw kolory sklepu odpowiadające identyfikacji Twojej marki.
- Dodaj wyraźne **logotyp** oraz **favicon** (małą ikonkę wyświetlaną na karcie przeglądarki). Favicon sprawia, że Twoja strona wygląda profesjonalnie i wyróżnia się w wynikach wyszukiwania na urządzeniach mobilnych.

9. Monitoruj ruch z Google Analytics

Aby skutecznie sprzedawać, musisz wiedzieć, skąd przychodzą Twoi klienci i które produkty cieszą się największym zainteresowaniem.

- W planie abonamentowym platformy 1koszyk możesz łatwo podłączyć własne statystyki Google.
- Analizuj dane, wyciągaj wnioski i stale ulepszaj swoje oferty na podstawie realnych zachowań użytkowników.

> **Pamiętaj:** Każde słowo, które dodajesz do swojego sklepu, pracuje na Twój sukces 24 godziny na dobę. Im lepiej opiszesz swoją ofertę i uzupełnisz profil, tym łatwiej nowi klienci trafią do Twojego koszyka.

Chcesz sprzedawać bez barier i opłat stałych?

Jeśli nie masz jeszcze konta, utwórz je i sprawdź, jak prosty może być e-commerce. Generuj **unikalne linki zakupowe** i ciesz się gotowym sklepem internetowym. Sprzedawaj **pliki cyfrowe** lub **produkty fizyczne**.

załóż darmowe konto →

Komponenty graficzne - font, button

W sklepach 1koszyk używany jest font "Roboto Condensed", który można pobrać z Google Fonts: https://fonts.google.com/specimen/Roboto+Condensed

Przykładowy format przycisku graficznego, który można użyć np. projektując baner nagłówkowy:

