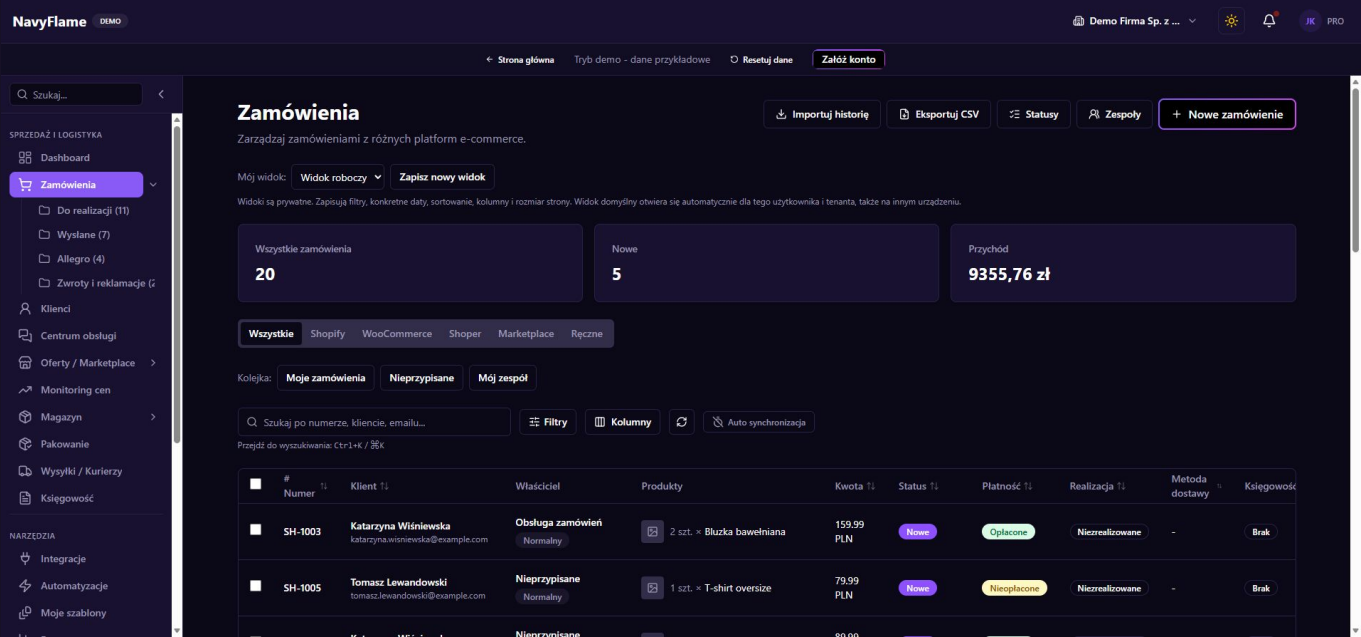


NavyFlame od A do Z.

Mniej klikania. Więcej kontroli nad sprzedażą.



Od pierwszego połączenia sklepu do uporządkowanej obsługi zamówień. Poznaj panel, ustaw swój proces i przejdź do automatyzacji.

19 rozdziałów / 164 kroki / 6 przepisów na procesy

Wersja 2026-09-08 | navyflame.com/przewodnik

Rzeczywiste ekrany demo. Dane na ilustracjach są przykładowe.

TWÓJ PLAN WDROŻENIA

Spis treści

Wybierz rozdział lub przejdź przez całość po kolei. Numery stron i tytuły w spisie są klikalne. Na końcu znajdziesz checklistę gotowości.

01. Od obejrzenia panelu do własnego konta	4
02. Ułóż pulpit pod codzienną pracę	6
03. Ustaw firmę, użytkowników i dostęp	9
04. Podłącz pierwszy kanał sprzedaży	11
05. Przenieś katalog i historię bez chaosu	14
06. Uporządkuj magazyn, SKU i dostępność	16
07. Przygotuj oferty, ceny i publikację	19
08. Poprowadź zamówienie od wpływu do realizacji	21
09. Połącz księgowość i ustaw dokumenty	24
10. Wysyłki, kurierzy i etykiety gotowe do pracy	26
11. Stanowisko pakowania krok po kroku	29
12. Automatyzacje, które porządkują pracę zespołu	31
13. Wiadomości i e-maile, które pomagają klientowi	35
14. Zwroty, reklamacje i spokojna obsługa spraw	38
15. Hurtownie, dostawy i kontrola rzeczywistego zapasu	40
16. Raporty i ceny pod Twoją kontrolą	43
17. Monitoring i rozwiązywanie problemów bez zgadywania	46
18. API, webhooki i kontrola dostępu	48
19. Twój plan pierwszych siedmiu dni	50
Checklista gotowości do pracy	53

ZACZNIJ OD JEDNEGO PROCESU

Jak korzystać z przewodnika

Otwórz przewodnik obok panelu i wykonuj kroki po kolei. Każdy rozdział kończy się rezultatem do sprawdzenia. Jeżeli masz już wdrożoną część systemu, wybierz potrzebny temat ze spisu. Wersję online przełączysz między jasnym i ciemnym motywem przyciskiem w nagłówku strony. Oba warianty PDF pobierzesz z przewodnika.

Zaczynasz od początku?

Przejdź przez konto, firmę i integrację. Najpierw obsłuż jedno zamówienie od wpływu do realizacji, a następnie dołącz kolejne kanały.

Zmieniasz integrator?

Zaczniij od importu i migracji. Ustal granicę historii oraz odpowiedzialność za stany, dokumenty i wiadomości.

Chcesz automatyzować?

Wybierz powtarzalną czynność i małą próbę. Po sprawdzeniu wyniku rozszerzaj zakres reguły. Nie włączaj kilku nowych procesów naraz.

Co pokazują ilustracje

Zrzuty przedstawiają interfejs demo NavyFlame z 8 września 2026 r. na danych przykładowych. Demo pozwala poznać obsługę panelu. Połączenie z dostawcą, wystawienie dokumentu i nadanie przesyłki sprawdzisz po skonfigurowaniu własnego konta.

Zakres funkcji zależy od integracji, uprawnień i planu. Aktualne ceny i warunki sprawdzisz na stronie NavyFlame. Siedmiodniowy plan na końcu jest propozycją organizacji pracy.

[Otwórz demo NavyFlame](#)[Sprawdź aktualne plany](#)[Korzystaj z wersji online z wyszukiwarką i checklistą](#)

ROZDZIAŁ 01

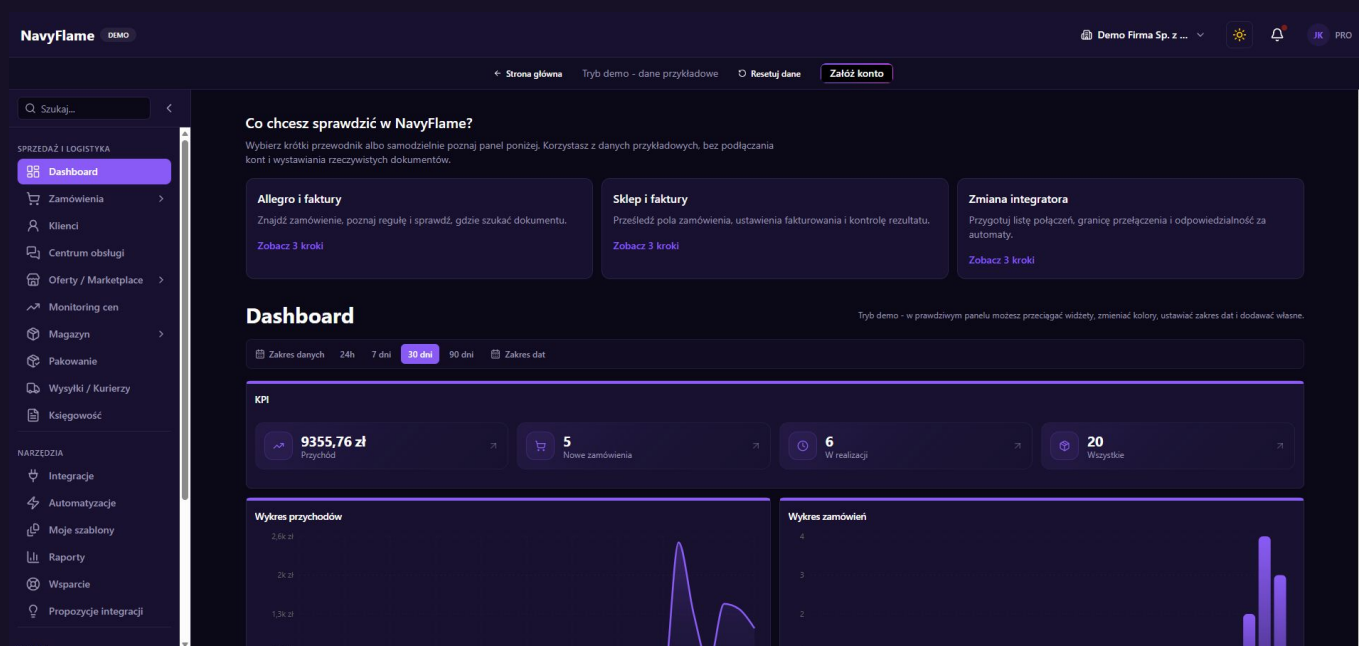
01. Od obejrzenia panelu do własnego konta

Zacznij od procesu, który chcesz uporządkować. Następnie załóż konto, wybierz plan i przygotuj własną przestrzeń pracy.

Pierwsze uruchomienie | Właściciel firmy lub osoba prowadząca wdrożenie

Co zyskujesz

Już podczas pierwszej konfiguracji sprawdzisz, czy NavyFlame pasuje do Twojej sprzedaży: od pobrania zamówienia po dokument i wysyłkę.



Dashboard to punkt startowy. Własne wyniki pojawiają się po podłączeniu źródeł i pobraniu danych.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Obejrzyj demo z konkretnym zadaniem

Otwórz demo i wybierz Dashboard, czyli pulpit z przeglądem sprzedaży. Następnie przejdź do Zamówień, Magazynu oraz Księgowości. Wybierz jeden scenariusz, na przykład obsługę opłaconego zamówienia z Allegro. Demo pokazuje panel na przykładowych danych. Połączenie własnych kont, rzeczywista sprzedaż i dokumenty wymagają Twojego konta oraz odpowiednich integracji.

Sprawdź: Potrafisz wskazać, gdzie pracownik znajdzie zamówienie, towar i dokument księgowy.

02 / Spisz zakres pierwszego uruchomienia

Przygotuj nazwę jednego kanału sprzedaży, dostęp do jego panelu, dane firmy, źródło stanów oraz nazwę używanej księgowości. Zapisz, kto podejmuje decyzje o cenach, kto pakuje i kto rozwiązuje błędy. Taki krótki zestaw ustaleń ułatwi przejście przez kolejne rozdziały bez przerywania konfiguracji.

03 / Załóż konto przez Rejestrację

Podaj imię, nazwisko, adres e-mail oraz hasło spełniające wymagania pokazane przy formularzu. Potwierdź hasło i przeczytaj wymagane zgody. Do konta właściciela użyj adresu, do którego firma zachowa dostęp. Jeżeli masz już konto, wybierz Logowanie zamiast zakładać kolejne.

04 / Sprawdź wiadomość dotyczącą adresu e-mail

Po rejestracji możesz zostać zalogowany automatycznie i przejść do wyboru planu. Otwórz wiadomość potwierdzającą adres i wykonaj wskazaną w niej czynność. Jeżeli jej nie widzisz, sprawdź spam oraz wpisany adres; skorzystaj z ponownego wysłania, gdy panel udostępnia tę opcję.

05 / Porównaj aktualne plany

Na stronie planów sprawdź zakres funkcji, limity, okres rozliczeniowy i cenę odpowiadającą Twojemu wariantowi. Porównuj je z liczbą zamówień, rozmiarem katalogu i organizacją pracy. Długość okresu próbnego oraz warunki płatności odczytaj z aktualnej oferty i podsumowania zamówienia, ponieważ zależą od planu.

Sprawdź: Wiesz, jaka kwota i za jaki okres będzie obowiązywała po ewentualnym okresie próbnym.

06 / Uzupełnij dane zamówienia i wybierz adres panelu

Przejdź przez formularz zakupu, zweryfikuj dane rozliczeniowe i końcowe podsumowanie. Następnie postępuj zgodnie z ekranami wyboru subdomeny i przygotowania środowiska. Wybierz nazwę rozpoznawalną dla zespołu. Poczekać na potwierdzenie gotowości, zanim rozpoczniesz podłączanie sklepów i import danych.

07 / Zrealizuj kroki Samoucza

Otwórz Dashboard i skorzystaj z karty Samouczek: uzupełnij dane firmy, sprawdź subskrypcję, dodaj pierwszą integrację i skonfiguruj automatyzację. Przy wybranych krokach dostępne jest Pokaż jak. Konto pracownika może mieć krótszą listę, ponieważ zarządzanie subskrypcją jest zadaniem właściciela.

08 / Wyznacz warunek udanego wdrożenia

Zapisz jeden sprawdzalny rezultat: prawidłowe zamówienie z wybranego sklepu, zgodne SKU, właściwy dokument oraz poprawna obsługa wysyłki. Najpierw przejdź tę ścieżkę ręcznie na odpowiednim zamówieniu. Dopiero po jej potwierdzeniu rozszerzaj konfigurację na kolejne kanały i automatyczne działania.

Sprawdź: Masz konto, działający panel i krótką listę czynności do sprawdzenia na własnych danych.

Warto ustawić i zapamiętać

Do porównania planów użyj rzeczywistego miesiąca sprzedaży, a także okresu większego ruchu, jeżeli Twoja branża jest sezonowa.

Zapisz adres swojego panelu w zakładkach. Publiczne demo i panel Twojej firmy służą do różnych etapów poznawania systemu.

Na co uważać

Dane widoczne w demo nie są Twoimi danymi i nie potwierdzają jeszcze działania połączenia z Twoim sklepem.

Nie uruchamiaj wszystkich automatyzacji od razu. Najpierw sprawdź zależności między zamówieniem, magazynem, dokumentem i wysyłką.

Rezultat do sprawdzenia

Wiesz, po co wdrażasz NavyFlame, masz dostęp do własnego panelu i możesz skonfigurować pierwszy pełny proces sprzedaży.

Przejdź do panelu i materiałów

- Obejrzyj panel demo
- Założ konto
- Porównaj aktualne plany
- Ten rozdział w wersji online

ROZDZIAŁ 02

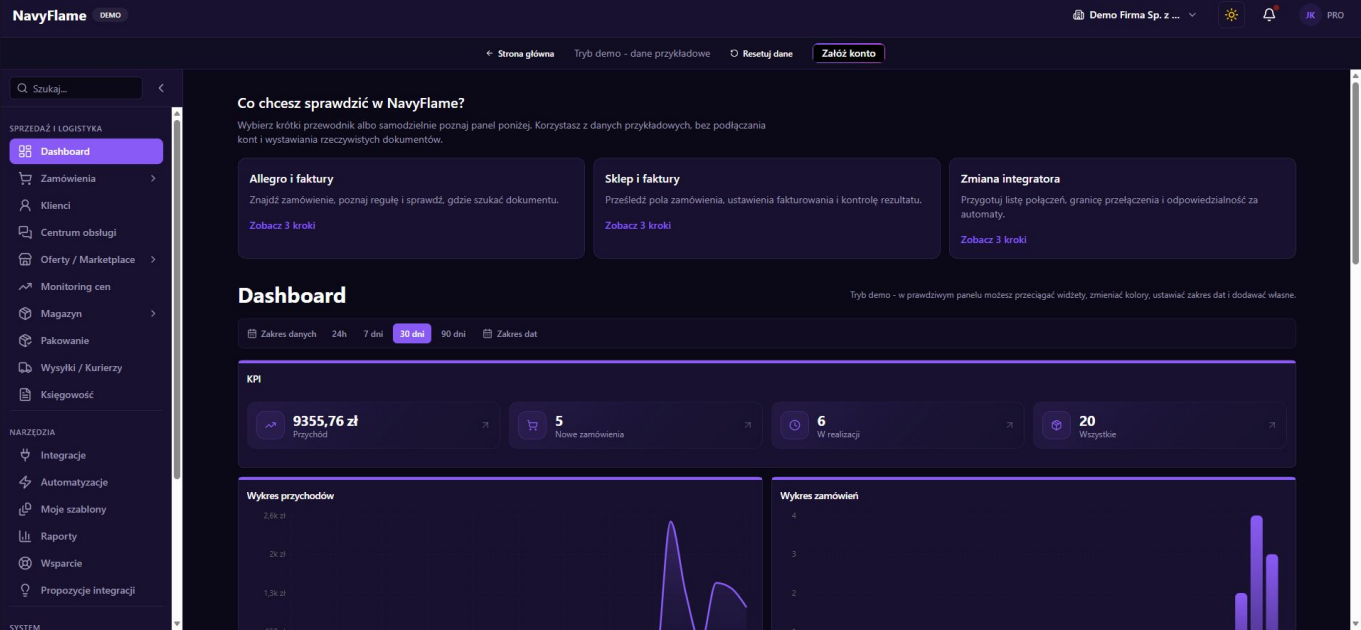
02. Ułóż pulpit pod codzienną pracę

Poznaj nawigację i przygotuj powtarzalny przegląd dnia: połączenia, nowe zamówienia, dokumenty oraz sprawy wymagające uwagi.

Konfiguracja i codzienny przegląd | Właściciel, kierownik sprzedaży i zespół operacyjny

Co zyskujesz

Zamiast zaczynać od kilku paneli sprzedażowych, otwierasz własny widok sytuacji i przechodzisz do spraw, które wymagają działania.



Wybierz dane, które pomagają Ci podjąć następną decyzję, i ustaw porównywalny zakres dat.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Rozpoznaj główne obszary panelu

Z menu przejdź kolejno do Zamówień, Ofert, Magazynu, Integracji, Automatyzacji i Księgowości. Zamówienia służą realizacji sprzedaży, Oferty pokazują publikacje w kanałach, a Magazyn przechowuje uporządkowany katalog. Dostępność pozycji zależy także od uprawnień konta, dlatego pracownik może widzieć węższy zestaw niż właściciel.

02 / Ustaw zakres danych w Dashboard

W sekcji Zakres danych wybierz gotowy okres albo własne daty. Do bieżącej obsługi używaj krótkiego zakresu, a do porównań sprzedaży pełnych, porównywalnych okresów. Przed wyciągnięciem wniosków sprawdź, czy masz pobraną historię ze wszystkich analizowanych kanałów i czy zakres obejmuje potrzebne dni.

Sprawdź: Potrafisz powiedzieć, jakiego okresu dotyczą widoczne liczby.

03 / Dostosuj układ i zestaw widżetów

Na stronie Dashboard skorzystaj z edycji układu i katalogu widżetów. Na początek wybierz wyniki sprzedaży, ostatnie zamówienia, status integracji oraz status dokumentów. Ustaw je w kolejności odpowiadającej Twoim decyzjom. Przeciągnij i zmień rozmiar dostępnych elementów, a po zakończeniu zapisz układ zgodnie z przyciskami edytora.

04 / Zaczynij dzień od połączeń

Sprawdź widżet integracji i przejdź do Integracji, jeżeli pojawia się błąd lub komunikat o potrzebie ponownej autoryzacji. Brak nowych zamówień nie zawsze oznacza brak sprzedaży. Najpierw ustal, czy źródło jest połączone i pobiera dane, a następnie porównaj najnowsze zamówienie z panelem sklepu.

05 / Przejdź do kolejki zamówień

Otwórz Zamówienia i ustaw status, płatność oraz źródło odpowiednie dla bieżącej pracy. Zwróć uwagę na daty i terminy wysyłki, jeżeli źródło je przekazuje. Oddziel zamówienia gotowe do realizacji od tych, które wymagają wyjaśnienia płatności, adresu lub dostępności produktu.

06 / Sprawdź dokumenty wymagające działania

Przejdź do Księgowości i przejrzyj statusy dokumentów. Dokument oczekujący lub zakończony błędem wymaga sprawdzenia szczegółów; samo istnienie zamówienia nie oznacza, że faktura została wystawiona. Ustal, czy problem dotyczy danych nabywcy, konfiguracji dostawcy, reguły czy dostarczenia dokumentu.

Sprawdź: Dla problematycznego dokumentu znasz powód i następny krok, zamiast ponawiać całą obsługę zamówienia.

07 / Zakończ przegląd krótką kontrolą katalogu

W Magazynie sprawdź towary, które mają wpływ na dzisiejszą realizację, a w Ofertach odrzucone lub niespójne publikacje. Jeżeli pracuje kilka osób, uzgodnij, kto obsługuje każdą kolejkę. Sam wspólny widok nie zastępuje jasnego podziału odpowiedzialności za cenę, stan i wysyłkę.

08 / Porównuj wyniki po uporządkowaniu danych

Korzystaj z wykresów kanałów i najlepiej sprzedających się produktów, gdy import i identyfikacja towarów są spójne. Wskaźniki sprzedaży opisują dane dostępne w systemie. Zanim podejmiesz decyzję zakupową lub marketingową, sprawdź zakres dat, kompletność źródeł i sposób ujmowania anulowanych zamówień.

Warto ustawić i zapamiętać

Przygotuj inny zestaw priorytetów dla właściciela i osoby realizującej zamówienia: pierwszy potrzebuje obrazu sprzedaży, druga czytelnej kolejki pracy.

Za punkt odniesienia przyjmij konkretny numer zamówienia. Ułatwia to porównanie danych pomiędzy pulpitem, listą zamówień i panelem źródłowym.

Na co uważać

Nie porównuj pełnego poprzedniego miesiąca z niepełnym bieżącym okresem bez uwzględnienia liczby dni.

Brak widżetu lub przycisku może wynikać z uprawnień albo konfiguracji. Nie oznacza automatycznie utraty danych.

Rezultat do sprawdzenia

Masz własny porządek kontroli dnia i wiesz, z którego miejsca przejść do konkretnego problemu.

Przejdź do panelu i materiałów

[Dashboard w demo](#)

[Kolejka zamówień](#)

[Status integracji](#)

[Ten rozdział w wersji online](#)

ROZDZIAŁ 03

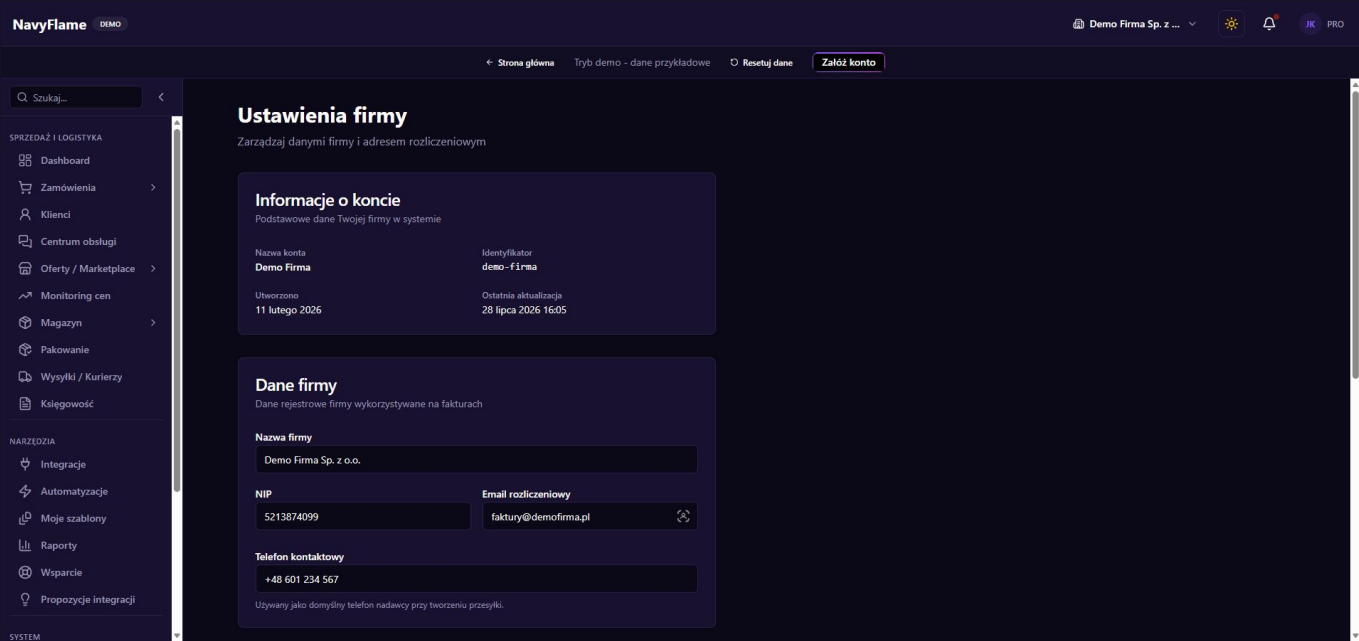
03. Ustaw firmę, użytkowników i dostęp

Uzupełnij dane rozliczeniowe, zaproś zespół i przydziel dostęp odpowiadający rzeczywistym zadaniom.

Przed zaproszeniem zespołu | Właściciel i administrator konta

Co zyskujesz

Każdy pracuje na własnym koncie, a dane firmy i odpowiedzialność za obsługę zamówień są uporządkowane od początku.



Dane firmy, profil i użytkownicy porządkują pracę całego zespołu.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Otwórz Ustawienia firmy

W obszarze konta przejdź do danych firmy. Sprawdź nazwę konta, a następnie wypełnij nazwę firmy, NIP, e-mail rozliczeniowy i telefon kontaktowy. Używaj danych podmiotu, który korzysta z subskrypcji. Dane wystawcy dokumentów sprzedażowych zweryfikujesz dodatkowo w podłączonym systemie księgowym.

02 / Zapisz pełny adres rozliczeniowy

Uzupełnij ulicę, numer budynku i ewentualny numer lokalu, kod pocztowy, miasto, województwo i kraj. Kliknij Zapisz zmiany, a po zapisie odczytaj dane ponownie. Zwróć uwagę na adres e-mail do rozliczeń, ponieważ często powinien różnić się od adresu pracownika obsługującego zamówienia.

Sprawdź: W zapisanym formularzu widzisz poprawny podmiot i adres, bez danych osoby, która jedynie prowadzi wdrożenie.

03 / Uzupełnij własny Profil

Przejdź do Profilu, sprawdź imię, nazwisko i strefę czasową. Zapisz zmiany. Poprawna strefa ułatwia pracę z datami i porównywanie zdarzeń z panelem sklepu. Adres konta traktuj jako indywidualny identyfikator dostępu, nawet jeśli kilka osób pełni tę samą funkcję w firmie.

04 / Zadbaj o hasło konta

Jeżeli potrzebujesz zmiany hasła, użyj sekcji Zmień hasło w Profilu: wpisz aktualne hasło, nowe hasło oraz jego potwierdzenie. Korzystaj z unikalnego hasła przechowywanego w menedżerze haseł. Dostęp do poczty powiązanej z kontem również zabezpiecz zgodnie z możliwościami jej dostawcy.

05 / Zaproś pierwszego pracownika

Otwórz Użytkowników, kliknij Zaproś, podaj indywidualny adres e-mail i kliknij Wyślij zaproszenie. Poproś pracownika o otwarcie wiadomości i przyjęcie dostępu na właściwym koncie. Na liście Oczekujące zaproszenia sprawdzisz, które osoby jeszcze nie dołączyły.

06 / Przejrzyj role i przypisane uprawnienia

W Użytkownikach kliknij Zarządzaj rolami. Przejrzyj istniejące role i zakres odczytu oraz zapisu, zanim utworzysz własną. Osoba pakująca zwykle potrzebuje innego zestawu działań niż osoba zarządzająca cenami. Nazwij rolę tak, aby zespół rozumiał jej przeznaczenie, i przypisz ją właściwemu członkowi.

07 / Sprawdź dostęp na koncie pracownika

Poproś zaproszoną osobę o zalogowanie i wykonanie zwykłej czynności należącej do jej obowiązków. Zweryfikuj, czy widzi potrzebną stronę i może użyć odpowiedniego przycisku. Nie sprawdzaj uprawnień wyłącznie z konta właściciela, ponieważ ma ono inny zakres dostępu do panelu.

Sprawdź: Pracownik wykonał potrzebną czynność własnym kontem i wie, do kogo zgłosić brak dostępu.

08 / Uporządkuj zaproszenia i późniejsze zmiany

Anuluj zbędne oczekujące zaproszenia. Gdy pracownik zmienia obowiązki, zmień przypisane role; przy zakończeniu współpracy odbierz dostęp dostępną w panelu operacją. Zachowaj osobę odpowiedzialną za konto właściciela i subskrypcję. Przegląd użytkowników warto powtarzać po każdej zmianie składu zespołu.

Warto ustawić i zapamiętać

Rozróżniaj role dostępu od zespołów operacyjnych w Zamówieniach. Role określają, co użytkownik może zrobić; zespoły pomagają organizować realizację.

Sekrety integracji wklejaj tylko do przeznaczonych formularzy. Nie umieszczaj ich w nazwie konta, notatce do zamówienia ani zrzucie ekranu wysyłanym do pomocy.

Na co uważać

Wspólne hasło dla całego magazynu utrudnia indywidualne odbieranie dostępu i ustalenie odpowiedzialności.

Dane firmy w koncie NavyFlame nie zastępują ustawienia wystawcy, rachunku i numeracji w systemie księgowym.

Rezultat do sprawdzenia

Firma ma poprawne dane, a każda osoba w zespole własny dostęp odpowiadający jej pracy.

Przejdź do panelu i materiałów

Ustawienia firmy w demo

Użytkownicy w demo

Profil w demo

Ten rozdział w wersji online

ROZDZIAŁ 04

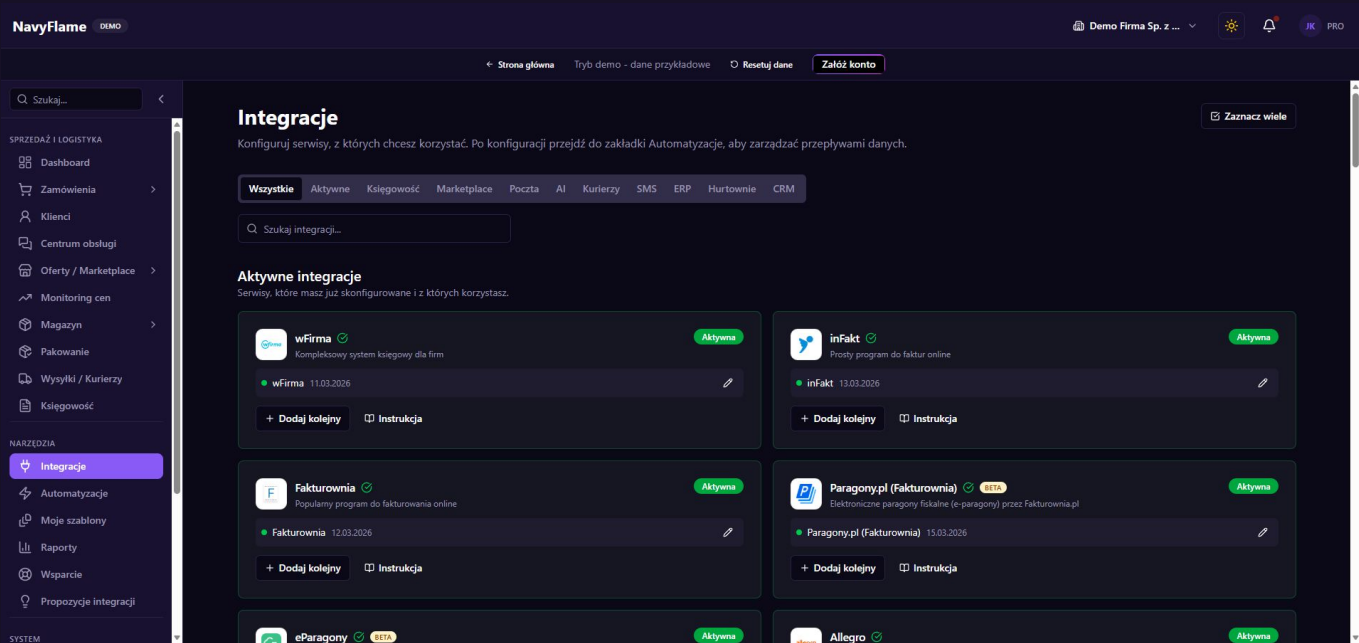
04. Podłącz pierwszy kanał sprzedaży

Wybierz integrację, przeprowadź autoryzację właściwą dla dostawcy i sprawdź pierwsze dane z konkretnego konta.

Osobno dla każdego konta sprzedażowego | Administrator z dostępem do panelu sklepu lub marketplace

Co zyskujesz

Zamówienia z Twojego kanału trafiają do wspólnego miejsca, z którego możesz prowadzić dalszą obsługę sprzedaży.



Każde połączenie konfigurujesz zgodnie z wymaganiami dostawcy i sprawdzasz na danych właściwego konta.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Wybierz usługę w Integracjach

Otwórz Integracje, znajdź kanał po nazwie i wybierz Konfiguruj. Przeczytaj instrukcję dla tej usługi. Formularze różnią się sposobem logowania oraz zakresem obsługiwanych działań. Na początek podłącz konto, dla którego potrafisz łatwo porównać zamówienia i oferty w panelu źródłowym.

02 / Nadaj połączeniu jednoznaczną nazwę

Użyj nazwy wskazującej markę, sklep lub rynek, na przykład Sklep główny PL. Jeśli masz kilka kont tej samej platformy, każde powinno dać się rozpoznać bez zaglądania do poświadczeń. Sprawdź także środowisko i kraj sprzedaży, jeżeli formularz pokazuje te pola.

Sprawdź: Potrafisz jednoznacznie połączyć nazwę integracji z konkretnym kontem sprzedawcy.

03 / Dla Allegro użyj autoryzacji konta

Wpisz Nazwę konta Allegro i wybierz Produkcję dla rzeczywistej sprzedaży. Kliknij Połącz z Allegro, zaloguj się na właściwe konto w oknie Allegro i zaakceptuj dostęp. Po powrocie dane autoryzacji uzupełniają się automatycznie. Przejdź przyciskiem Dalej do podsumowania; nie twórz własnej aplikacji tylko na potrzeby tego formularza.

04 / Dla WooCommerce przygotuj klucze REST API

W WordPressie przejdź do WooCommerce > Ustawienia > Zaawansowane > REST API i dodaj klucz dla uprawnionego użytkownika z zakresem Odczyt/Zapis. Skopiuj Consumer Key i Consumer Secret. W NavyFlame podaj Adres sklepu z https:// oraz oba klucze. Adres powinien wskazywać sklep, bez końcówki /wp-admin lub /wp-json.

05 / Dla Shopify przejdź dedykowaną instrukcję

Otwórz instrukcję Shopify dostępną pod tym rozdziałem. Przeprowadza ona przez utworzenie aplikacji, wymagane zakresy danych, wydanie wersji i instalację na sklepie. Do formularza NavyFlame trafiają domena w postaci twoj-sklep.myshopify.com, Client ID oraz Client Secret. Sprawdź dostęp do danych klientów i starszych zamówień, jeśli potrzebujesz historii.

06 / Dla pozostałych usług użyj ich własnych pól

Nie kopiuj sposobu logowania z innego marketplace. Przykładowo Kaufland wymaga Client Key i Secret Key oraz właściwego kraju, a IdoSell adresu panelu i klucza API. Pełną sekwencję znajdziesz w instrukcji konkretnej integracji. Konto i poświadczenia muszą należeć do tej samej usługi oraz środowiska.

07 / Przetestuj i zapisz połączenie

Użyj Testuj połączenie i odczytaj wynik. Jeżeli test zgłasza błąd, sprawdź adres, wybrane konto, zakres dostępu i kompletność kluczy. Po poprawnym wyniku zakończ zapis formularza. Test potwierdza dostęp sprawdzany przez daną usługę, ale nie zastępuje kontroli zamówienia i oferty po pierwszej synchronizacji.

Sprawdź: Zapisana integracja wskazuje właściwe konto, a test połączenia zakończył się poprawnie.

08 / Porównaj pierwszy wynik z panelem źródłowym

Po cyklu pobierania otwórz Zamówienia lub Oferty i odszukaj konkretny numer znany z panelu sprzedawcy. Porównaj konto źródłowe, kwotę, pozycję i datę. Zamówienia w wielu integracjach pobierane są cyklicznie, więc nie muszą pojawić się natychmiast po zakupie. Historię pobierzesz osobnym krokiem.

Warto ustawić i zapamiętać

Po zmianie uprawnień po stronie dostawcy ponownie przejdź kroki autoryzacji wskazane w jego instrukcji; sam zapis starego klucza może nie wystarczyć.

Dostęp do zamówień nie oznacza automatycznie obsługi każdej funkcji ofert, zwrotów i dokumentów. Sprawdzaj zakres konkretnego konektora.

Na co uważać

Najczęstszy błąd przy kilku sklepach to autoryzacja konta aktualnie zalogowanego w przeglądarce, zamiast konta wybranego do integracji.

Nie dodawaj tego samego sklepu drugi raz tylko dlatego, że nie pojawiła się od razu historia zamówień.

Rezultat do sprawdzenia

Masz połączenie z jednoznacznie opisanym kontem i potwierdzone dane z pierwszego kanału sprzedaży.

Przejdź do panelu i materiałów

[Integracje w demo](#)

[Instrukcja Allegro](#)

[Instrukcja WooCommerce](#)

[Instrukcja Shopify](#)

[Ten rozdział w wersji online](#)

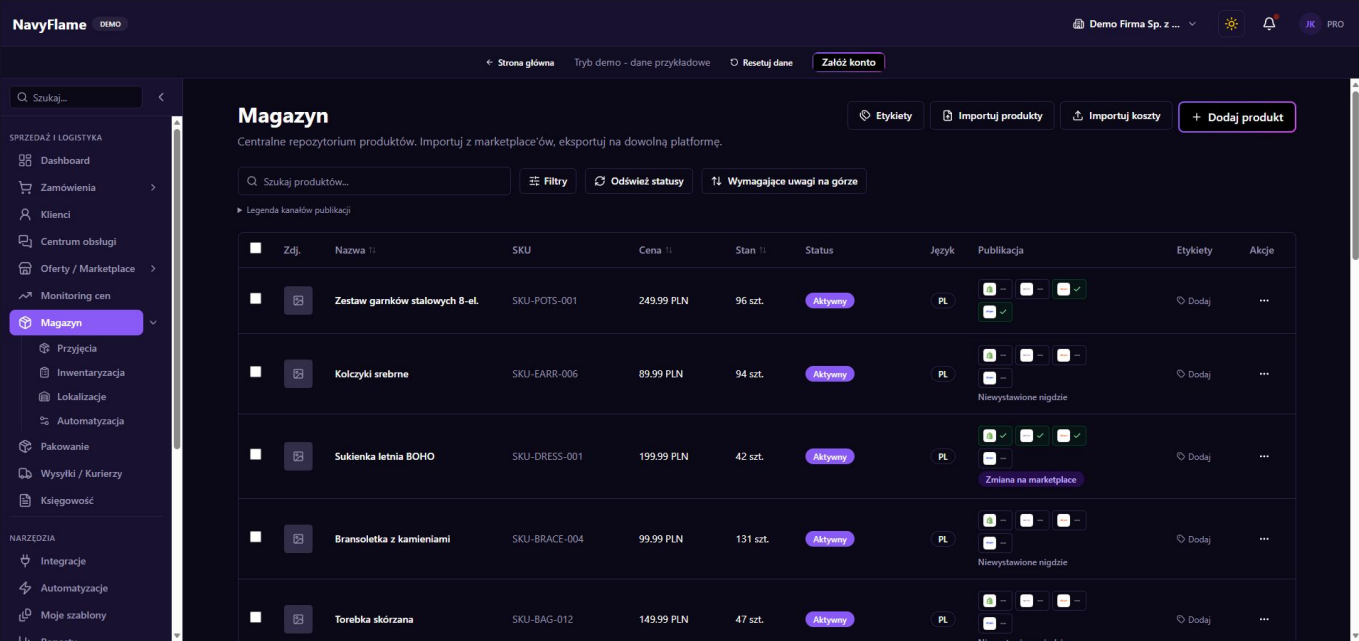
ROZDZIAŁ 05

05. Przenieś katalog i historię bez chaosu

Dobierz sposób importu, ustal identyfikatory produktów i sprawdź wyniki przed przeniesieniem całego katalogu. Migracja oraz późniejsze uzupełnienia | Osoba odpowiedzialna za katalog i wdrożenie

Co zyskujesz

Zachowujesz ciągłość pracy: istniejące towary można aktualizować, a wcześniejsze zamówienia dołączyć do bieżącej obsługi.



Przed importem całego katalogu sprawdź kilka produktów reprezentujących różne warianty danych. Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Ustal źródła oraz granicę migracji

Wybierz, skąd pochodzą produkty, stany i wcześniejsze zamówienia. Zapisz datę, od której nowy proces ma obsługiwać sprzedaż. Sprawdź działające automatyzacje poprzedniego narzędzia, szczególnie fakturowanie, wiadomości i aktualizację stanów. Dwa systemy wykonujące tę samą czynność mogą powodować powtórne działania mimo poprawnego importu danych.

02 / Przygotuj stabilne identyfikatory

Przejrzyj SKU i EAN w pliku źródłowym oraz kanałach sprzedaży. Ten sam wariant powinien mieć rozpoznawalny identyfikator, a różne warianty nie powinny dzielić przypadkowo tego samego SKU. Nie zmieniaj kodów pomiędzy kolejnymi próbami importu. Zachowaj kopię źródłowego pliku z datą pobrania.

03 / Wgraj katalog z pliku

W Magazynie kliknij Importuj produkty. W kroku Wgraj plik wybierz CSV albo XLSX; możesz wcześniej użyć Pobierz szablon CSV. W polu Dopasuj produkty po wybierz SKU lub Kod kreskowy (EAN). Ustaw Twórz nowe i aktualizuj istniejące albo Tylko aktualizuj istniejące, odpowiednio do celu operacji.

04 / Sprawdź mapowanie i podgląd

Kliknij Dalej: mapowanie kolumn i porównaj przypisania pól. Dopilnuj nazwy, wybranego identyfikatora, ceny, stanu i danych wariantów. Wiersze ze wspólnym kluczem produktu mogą tworzyć warianty, więc sprawdź ich grupowanie. W podglądzie oceń liczbę nowych, aktualizowanych i pomijanych pozycji, zanim potwierdzisz import.

Sprawdź: Rozumiesz, które produkty powstaną, a które zostaną zmienione, i nie ma niewyjaśnionych błędów mapowania.

05 / Potwierdź import małej partii i obejrzyj towary

Zacznij od reprezentatywnej próbki: zwykłego produktu, wariantu oraz pozycji już istniejącej. Po imporcie odczytaj podsumowanie i błędy wierszy. Otwórz te produkty w Magazynie i porównaj identyfikatory, ceny, jednostki oraz ilości z plikiem. Dopiero po zgodnym wyniku powtórz proces dla pozostałych danych.

06 / Wykorzystaj istniejące oferty jako źródło katalogu

Jeżeli towary masz już w kanale sprzedaży, przejdź do Ofert, wybierz źródło i zaznacz pozycje do importu do Magazynu. Sprawdź oznaczenia pozycji już zaimportowanych. Przy kilku kanałach szczególnie dokładnie porównaj SKU: jedna karta produktu może odpowiadać kilku ofertom, a nie każda oferta musi tworzyć nowy towar.

07 / Dobierz zakres historii zamówień

W Zamówieniach kliknij Importuj historię i ustaw zakres osobno dla dostępnych źródeł. Formularz pokazuje opcje dopuszczone dla konkretnej integracji, na przykład Cała historia albo określoną liczbę ostatnich dni. Dla części konektorów import historyczny jest niedostępny. Rzeczywisty zakres zależy także od dostępu udzielonego przez dostawcę.

08 / Oceń kompletność i dopiero wtedy przełącz proces

Porównaj kilka najstarszych i najnowszych zamówień z zadeklarowanego zakresu. Import historii można ponawiać bez tworzenia kolejnej kopii tego samego zamówienia w tym źródle, lecz nie traktuj tego jako automatycznego scalania różnych kont lub migracji każdej notatki z innego systemu. Uzgodnij, który system wykonuje dalsze działania.

Sprawdź: Próbkę katalogu i zamówień zgadza się ze źródłem, a za dokumenty, stany i wysyłkę odpowiada jeden ustalony proces.

Warto ustawić i zapamiętać

Do uzupełniania istniejącego katalogu samymi zmianami użyj trybu Tylko aktualizuj istniejące, jeżeli nie chcesz tworzyć nowych kart.

Zakończ migrację spisaniem zauważonych braków: starszych zamówień, zdjęć, wariantów lub powiązań. Każdy z tych zakresów sprawdza się oddzielnie.

Na co uważać

Powtórny import pliku po zmianie SKU może zostać odczytany jako nowy produkt. Zgodność identyfikatorów jest podstawą bezpiecznej aktualizacji.

Komunikat o zakończeniu historii nie dowodzi, że dostawca udostępnił wszystkie lata sprzedaży. Zweryfikuj rzeczywistą najstarszą datę.

Rezultat do sprawdzenia

Katalog i wybrana historia są sprawdzone, a rozpoczęcie pracy w NavyFlame ma jasno ustalone źródła danych i odpowiedzialności.

Przejdź do panelu i materiałów

Import produktów w demo

Oferty jako źródło katalogu

Historia zamówień

Ten rozdział w wersji online

ROZDZIAŁ 06

06. Uporządkuj magazyn, SKU i dostępność

Ustal katalog produktów, jednostki i lokalizacje. Następnie zdecyduj, kiedy rezerwować zapas i jak przekazywać dostępność do ofert.

Przed automatyczną zmianą stanów | Magazyn, administrator katalogu i osoba zarządzająca sprzedażą

Co zyskujesz

Jeden uporządkowany produkt może zasilać kilka kanałów, a zespół widzi, co sprzedaje i jaki zapas pozostaje do dyspozycji.

Strona główna

Tryb demo - dane przykładowe

Resetuj dane

Zaloguj konto

Magazyn

Centralne repozytorium produktów. Importuj z marketplace'ów, eksportuj na dowolną platformę.

Q Szukaj produktów...

Filtry

Odpowiedz statusy

Wymagające uwagi na górze

Legenda kanałów publikacji

Zdjęcie	Nazwa	SKU	Cena	Stan	Status	Język	Publikacja	Etykiety	Akcje
	Zestaw garnków stalowych 8-el.	SKU-POTS-001	249.99 PLN	96 szt.	Aktywny	PL		Dodaj	
	Kołczyki srebrne	SKU-EARR-006	89.99 PLN	94 szt.	Aktywny	PL		Dodaj	
	Sukienka letnia BOHO	SKU-DRESS-001	199.99 PLN	42 szt.	Aktywny	PL		Dodaj	
	Bransoletka z kamieniami	SKU-BRACE-004	99.99 PLN	131 szt.	Aktywny	PL		Dodaj	
	Torebka skórzana	SKU-BAG-012	149.99 PLN	47 szt.	Aktywny	PL		Dodaj	

Spójne SKU i poprawne powiązania ofert są podstawą przewidywalnej synchronizacji stanów.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Sprawdź kartę reprezentatywnego produktu

W Magazynie otwórz produkt lub wybierz Dodaj produkt. Uzupełnij nazwę, SKU, kod kreskowy i jednostkę odpowiednie dla sprzedawanego towaru. Sprawdź warianty oraz zdjęcia. Towar sprzedawany w sztukach i towar rozliczany wagowo wymagają poprawnej jednostki bazowej, aby ilości miały czytelne znaczenie.

02 / Powiąż produkt z ofertami

W szczegółach produktu sprawdź jego publikacje w kanałach sprzedaży. Porównaj SKU, wariant i konto docelowe. Dwie oferty tego samego towaru powinny korzystać z właściwej karty katalogowej. Nie łącz różnych rozmiarów lub kolorów tylko dlatego, że mają podobną nazwę albo wspólne zdjęcie.

03 / Ustal źródło prawdy dla zapasu

Uzgodnij, czy stan jest prowadzony w NavyFlame, ERP, sklepie czy zasilany danymi dostawcy. Opisz kierunek aktualizacji i odpowiedzialną osobę. Następnie skonfiguruj odpowiednie integracje do tego modelu. Samo podłączenie kilku systemów nie rozstrzyga, który z nich powinien nadpisywać ilości pozostałych.

Sprawdź: Zespół wie, w którym miejscu poprawia rzeczywistą ilość i skąd inne kanały mają ją pobierać.

04 / Dodaj lokalizacje i sprawdź przyjęcia

Przejdź do Lokalizacji i użyj Dodaj lokalizację, aby odzwierciedlić faktyczny podział przechowywania towaru. Używaj krótkich, jednoznacznych nazw zgodnych z oznaczeniami na miejscu. Zapoznaj się z Przyjęciami i Inwentaryzacją przed zmianą większych ilości, tak aby korekta zapasu odpowiadała rzeczywistemu zdarzeniu magazynowemu.

05 / Otwórz ustawienia Przepływu stanów

W ustawieniach Magazynu przejdź do zakładki Przepływ stanów. Opcja Włącz automatyczny przepływ stanów odpowiada za rezerwowanie zapasu i aktualizację dostępności ofert. Domyślnie pozostaje wyłączona. Zanim ją zaznaczysz, sprawdź zgodność katalogu, powiązań oraz ilości dla produktów objętych sprzedażą.

06 / Wybierz moment rezerwacji

W polu Kiedy rezerwować stan wybierz Przy każdym zamówieniu albo Dopiero po opłaceniu. Pierwszy wariant wcześniej zajmuje dostępny zapas; drugi czeka na informację o płatności. Decyzję dopasuj do swojego procesu, w tym zamówień za pobraniem i płatności, które mogą zostać potwierdzone z opóźnieniem.

07 / Ustaw zero, interwał i bufor bezpieczeństwa

Zdecyduj, czy wystawiać ofertę jako niedostępną przy zerowym stanie, i ustaw interwał synchronizacji. Wpisz ewentualny bufor w jednostce bazowej produktu. Dostępność do wysłania to stan pomniejszony o rezerwację i bufor, nie mniej niż zero. Bufor dotyczy także ręcznego przekazywania stanów, niezależnie od głównego przełącznika automatyzacji.

08 / Zapisz i sprawdź pełną zmianę dostępności

Kliknij Zapisz ustawienia. Na kontrolowanym zamówieniu sprawdź powstanie rezerwacji w wybranym momencie, pozostałą dostępność oraz wynik aktualizacji konkretnej oferty po cyklu synchronizacji. Jeżeli liczby się różnią, porównaj jednostkę, wariant, bufor i inne systemy zapisujące stan, zanim rozszerzysz proces na cały katalog.

Sprawdź: Ilość widoczna w kanale odpowiada ustalonej dostępności, a rezerwacja dotyczy właściwego produktu.

Warto ustawić i zapamiętać

Przykład: dla 12 sztuk na stanie, 3 zarezerwowanych i bufora 1 sztuki dostępność do publikacji wynosi 8 sztuk. Dla produktów wagowych ten sam rachunek wykonujesz w ich jednostce bazowej.

Inwentaryzację opieraj na fizycznym przeliczeniu towaru. Zgodne ekrany dwóch systemów nie potwierdzają jeszcze, że ilość zgadza się z półką.

Na co uważać

Synchronizacja cykliczna nie oznacza natychmiastowej zmiany we wszystkich kanałach ani gwarancji wyeliminowania każdej nadsprzedaży.

Równoległa korekta stanu przez ERP, sklep i drugie narzędzie może nadpisywać prawidłowy wynik NavyFlame.

Rezultat do sprawdzenia

Masz czytelne towary, ustalone źródło zapasu oraz sprawdzony sposób rezerwowania i publikowania dostępności.

Przejdź do panelu i materiałów

[Magazyn w demo](#)

[Przepływ stanów](#)

[Lokalizacje](#)

[Inwentaryzacja](#)

[Ten rozdział w wersji online](#)

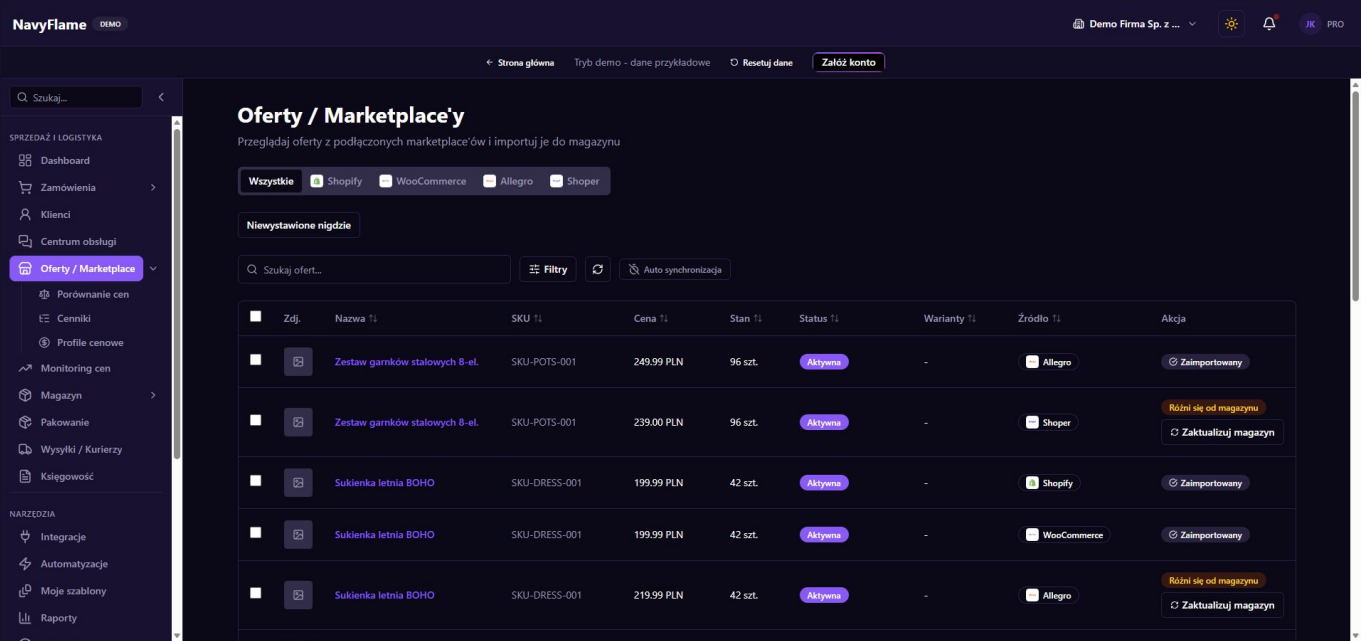
ROZDZIAŁ 07

07. Przygotuj oferty, ceny i publikację

Połącz katalog z konkretnymi kontami sprzedaży, dopasuj wymagania kanału i uporządkuj zasady wyliczania cen. Przed publikacją i każdą zmianą polityki cenowej | Osoba zarządzająca ofertami i cenami

Co zyskujesz

Rozwijasz sprzedaż w kolejnych kanałach, korzystając z przygotowanego katalogu i powtarzalnych zasad cenowych.



Najpierw jedna poprawna publikacja, później większa partia oparta na tych samych sprawdzonych zasadach.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Przejrzyj istniejące oferty

Otwórz Oferty, wybierz kanał i konto, a następnie użyj filtrów statusu oraz importu. Porównaj nazwę, SKU, cenę i powiązanie z Magazynem. Import istniejącej oferty do katalogu oraz wystawienie nowej publikacji to różne czynności. Ustal, którą z nich chcesz wykonać, zanim zaznaczysz większą partię.

02 / Uzupełnij produkt przed eksportem

W Magazynie sprawdź opis, zdjęcia, wariant, jednostkę, cenę oraz dostępność. Przygotuj dane wymagane przez konkretny kanał. Dobra karta powinna jednoznacznie wyjaśniać, co kupujący otrzymuje, w jakiej ilości i w jakim wariantie. Spójność produktu ogranicza późniejsze poprawki wielu ofert naraz.

03 / Utwórz profil cenowy kanału

Przejdź do Profili cenowych kanałów w obszarze Ofert. Utwórz profil dla platformy lub konkretnego konta, jeżeli różne rynki wymagają innych zasad. Ustaw walutę, sposób określania kursu, marżę grupową i końcówkę ceny zgodnie z formularzem. Ten profil jest wykorzystywany przy publikacji i kolejnej synchronizacji oferty.

04 / Sprawdź rachunek na jednym produkcie

Porównaj cenę bazową, walutę docelową, wybrany kurs i końcową kwotę. Uwzględnij własne koszty sprzedaży przy podejmowaniu decyzji o cenie. Marża lub narzut ustawione w formularzu nie stanowią potwierdzenia rzeczywistego zysku po wszystkich prowizjach, dostawie i pozostałych kosztach prowadzenia sprzedaży.

Sprawdź: Rozumiesz, dlaczego wybrany produkt ma właśnie taką cenę na konkretnym koncie sprzedażowym.

05 / Wystaw pierwszy produkt przez Eksportuj

W Magazynie zaznacz jeden przygotowany produkt i kliknij Eksportuj. Wybierz konkretne konto docelowe, szczególnie gdy masz kilka kont tej samej platformy. Ustaw ilość jednostek przypadającą na ofertę, jeżeli korzystasz z tej opcji. Zweryfikuj, że publikujesz właściwy wariant w odpowiednim sklepie i walucie.

06 / Uzupełnij pola wymagane przez marketplace

W formularzu eksportu wybierz kategorię i wymagane parametry. Dla Allegro sprawdź także informacje o producencie, osobie odpowiedzialnej i bezpieczeństwie produktu, które pokazuje formularz. Wymagania są zależne od kategorii i kanału. Dane potrzebne jednemu produktowi nie muszą pasować do wszystkich zaznaczonych towarów.

07 / Potwierdź wynik w kanale docelowym

Po wysłaniu sprawdź wynik publikacji i otwórz ofertę po stronie sklepu lub marketplace. Porównaj tytuł, zdjęcia, cenę, wariant, ilość oraz kategorię. Odpowiedź o przyjęciu operacji nie zawsze oznacza, że oferta jest już aktywna dla kupujących; część kanałów wykonuje dalszą walidację lub przetwarzanie.

Sprawdź: Oferta jest dostępna w oczekiwanym stanie, a widok kupującego zgadza się z przygotowanym produktem.

08 / Dopiero potem rozszerz publikowanie

Po sprawdzeniu kilku produktów przejdź do większych partii. W ustawieniach Magazynu przygotuj Mapowanie kategorii, a w Auto-publicacji wybierz Włącz auto-publicację (szkice) oraz obsługiwane kanały. Ta funkcja przygotowuje nieaktywne oferty do przeglądu. Sprawdź cenę, kategorię i treść, zanim aktywujesz je w kanale dla kupujących.

Warto ustawić i zapamiętać

Przy kilku kontach tej samej platformy stosuj osobne profile, gdy różnią się walutą lub polityką cenową.

Po zbiorczej zmianie cen sprawdź przykłady o niskiej i wysokiej wartości. Zaokrąglenie i końcówka mogą mieć różny wpływ na te grupy.

Na co uważać

Sama integracja z marketplace nie oznacza, że każda funkcja publikacji jest dostępna dla wszystkich jego kategorii i rynków.

Nie publikuj całego katalogu przed kontrolą pierwszej oferty. Błędna kategoria lub cena może powielić się w całej partii.

Masz sprawdzoną ofertę w konkretnym kanale oraz zrozumiałe zasady, które można zastosować do kolejnych produktów.

Oferty w demo

Profile cenowe kanałów

Cenniki

Ustawienia publikacji

Ten rozdział w wersji online

08. Poprowadź zamówienie od wpływu do realizacji

Zbuduj czytelną kolejkę pracy, sprawdź dane kupującego i używaj statusów, które odpowiadają rzeczywistemu postępowi obsługi.

Każdego dnia | Obsługa zamówień, magazyn i kierownik zespołu

Zespół obsługuje zamówienia ze wspólnej listy, zachowując informację o kanale, płatności, towarze i kolejnym kroku.

Strona główna

Tryb demo - dane przykładowe

Resetuj dane

Zalóż konto

SPRZEDAŻ I LOGISTYKA

Dashboard

Zamówienia

Do realizacji (11)

Wysłane (7)

Allegro (4)

Zwroty i reklamacje (6)

Klienci

Centrum obsługi

Oferty / Marketplace

Monitoring cen

Magazyn

Pakowanie

Wysyłki / Kurlerzy

Księgowość

NARZĘDZIA

Integracje

Automatyzacje

Moje szablony

Zamówienia

Zarządzaj zamówieniami z różnych platform e-commerce.

Mój widok: Widok roboczy

Zapisz nowy widok

Wszystkie zamówienia

Nowe

Przychód

20

5

9355,76 zł

Wszystkie

Shopify

WooCommerce

Shoper

Marketplace

Ręczne

Kolejka: Moje zamówienia Nieprzyjęte Mój zespół

Wyszukaj po numerze, kliencie, emailu...

Wszystkie

Kolumny

Auto synchronizacja

Przejdź do wyszukiwania: Ctrl+K / 36K

# Numer	Klient	Właściciel	Produkty	Kwota	Status	Płatność	Realizacja	Metoda dostawy	Księgowość
SH-1003	Katarzyna Wiśniewska katarzyna.wisniewska@example.com	Obsługa zamówień Normalny	2 szt. × Bluzka bawełniana	159.99 PLN	Nowe	Opłacone	Niezrealizowane	-	Brak
SH-1005	Tomasz Lewandowski tomasz.lewandowski@example.com	Nieprzyjęte Normalny	1 szt. × T-shirt oversize	79.99 PLN	Nowe	Nieopłacone	Niezrealizowane	-	Brak

Widok kolejki powinien odpowiadać jednemu zadaniu, na przykład sprawdzeniu danych lub przygotowaniu opłaconych zamówień.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Otwórz listę i ustaw źródło

Przejdź do Zamówień i wybierz odpowiedni kanał lub konkretne konto. Jeśli obsługujesz kilka sklepów tej samej platformy, zwróć uwagę na nazwę źródła przy zamówieniu. Wyszukaj znany numer, aby potwierdzić, że oglądasz dane właściwego sklepu. Sprawdź też, czy aktywne filtry nie ukrywają oczekiwanych pozycji.

02 / Ułóż kolejkę za pomocą filtrów

Ustaw status realizacji, status płatności, zakres dat oraz inne potrzebne warunki. Przygotuj widok odpowiadający jednej pracy, na przykład zamówieniom opłaconym i gotowym do przygotowania. Rozróżniaj brak wyników po filtrowaniu od pustego źródła. Nie zmieniaj statusów tylko po to, aby zamówienia zniknęły z listy.

03 / Dostosuj kolumny i zapisz użyteczny widok

Skorzystaj z wyboru kolumn oraz menu widoków. Zostaw dane potrzebne do decyzji: numer, źródło, płatność, status, wartość i informacje istotne dla wysyłki. Zapisz zestaw filtrów, jeśli regularnie wracasz do tej samej kolejki. Nazwa widoku powinna opisywać zadanie, a nie osobę, która go utworzyła.

04 / Otwórz szczegóły zamówienia

Kliknij zamówienie i porównaj pozycje, warianty, ilości, kwoty oraz walutę ze źródłem sprzedaży. Sprawdź dane kupującego, dane fakturowe i adres dostawy jako osobne informacje. Nabywca dokumentu i odbiorca paczki mogą być różni. Zwróć uwagę na punkt odbioru, jeśli wybrana forma dostawy go wymaga.

Sprawdź: Wiesz, jaki towar przygotować, komu wystawić dokument i dokąd wysłać przesyłkę.

05 / Wyjaśnij płatność i brakujące dane

Przed dalszą realizacją sprawdź rzeczywisty stan płatności, wybraną metodę i ewentualne uwagi klienta. Brak potwierdzenia dla zamówienia za pobraniem wymaga innej interpretacji niż oczekiwanie na przelew. Gdy brakuje danych, ustal je w swoim procesie obsługi i odnotuj potrzebne informacje przed wystawieniem dokumentu lub etykiety.

06 / Uporządkuj statusy oraz odpowiedzialność

Z listy Zamówień przejdź do własnych statusów i zespołów operacyjnych. Nazwij etapy zgodnie z tym, co faktycznie dzieje się w firmie, na przykład weryfikacja danych albo przygotowanie. Przed zmianą używanego statusu sprawdź zależne automatyzacje: przejście do danego etapu może uruchamiać dalsze działania.

07 / Wykonaj dokument i przygotowanie wysyłki

W szczegółach zamówienia sprawdź sekcję dokumentów i dostępne działania wysyłkowe. Wystawienie faktury, utworzenie etykiety i spakowanie to osobne czynności, opisane w dalszych rozdziałach. Po każdej z nich odczytaj wynik. Dzięki temu status końcowy będzie oznaczał faktyczne wykonanie procesu, a nie samą próbę.

08 / Zmieniaj statusy świadomie, także zbiorczo

Dla pojedynczego zamówienia wybierz właściwy następny etap. Przy operacji zbiorczej zaznacz tylko zamówienia, które spełniają ten sam warunek, i użyj Zmień status. Przeczytaj podsumowanie, ponieważ część pozycji może zakończyć się błędem. Jeżeli wymagasz aktualizacji w sklepie, sprawdź ją osobno w obsługiwanym kanale.

Sprawdź: Status, dokument, przesyłka i wykonane czynności są zgodne; wyjątki pozostają widoczne do dalszej obsługi.

Warto ustawić i zapamiętać

Zacznij od kilku statusów z jasnym znaczeniem. Nadmiernie szczegółowa lista jest trudniejsza do stosowania i utrzymania w automatyzacjach.

Przy zgłoszeniu klienta używaj numeru zamówienia i nazwy źródła. Identyczne nazwisko nie jest wystarczającym sposobem rozróżnienia zakupów.

Na co uważać

Status zamówienia w NavyFlame, płatność i status przesyłki opisują różne rzeczy. Zmiana jednego nie dowodzi zmiany pozostałych.

Nie ponawiaj zbiorczo operacji, dopóki nie odczytasz, które zamówienia zakończyły się sukcesem, a które wymagają poprawki.

Rezultat do sprawdzenia

Zamówienia mają czytelną kolejkę, komplet sprawdzonych danych i statusy powiązane z rzeczywistą realizacją.

Przejdź do panelu i materiałów

[Zamówienia w demo](#)

[Własne statusy](#)

[Zespoły operacyjne](#)

[Klienci](#)

[Ten rozdział w wersji online](#)

ROZDZIAŁ 09

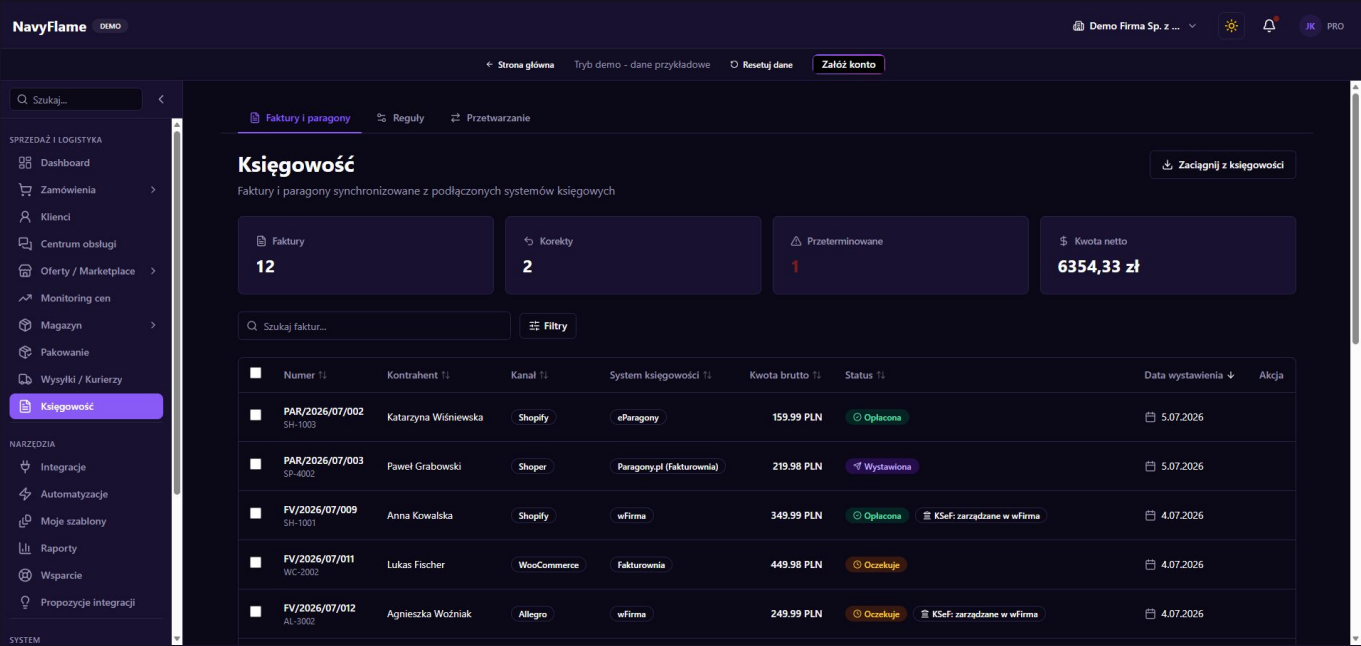
09. Połącz księgowość i ustaw dokumenty

Wybierz dostawcę księgowości, sprawdź numerację i przygotuj zasady wystawiania dokumentów do odpowiednich zamówień.

Przed pierwszym dokumentem sprzedażowym | Właściciel, osoba wystawiająca dokumenty i księgowość

Co zyskujesz

Dane zamówienia mogą zasilać dokument w Twojej księgowości, a wynik i ewentualne problemy sprawdzasz przy obsłudze sprzedaży.



Potwierdzeniem procesu jest poprawny dokument u dostawcy i zgodny wynik przy zamówieniu.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Podłącz właściwy system księgowy

W Integracjach wybierz używanego dostawcę i wykonaj jego instrukcję autoryzacji. Przetestuj połączenie. Zweryfikuj, że połączona firma jest właściwym wystawcą dokumentów oraz ma poprawny adres, rachunek i pozostałe ustawienia. Sposób podania klucza, nazwy konta lub uprawnień zależy od wybranej usługi.

02 / Przeglądaj dokumenty już istniejące

Otwórz Księgowość. Jeżeli masz dokumenty u podłączonego dostawcy, użyj importu historii księgowości w zakresie dostępnych opcji. Możesz pobrać istniejące dokumenty bez tworzenia automatyzacji wystawiania nowych. Porównaj próbkę numerów i wartości z panelem księgowym, szczególnie przed przełączeniem się z wcześniejszego narzędzia.

03 / Otwórz Reguły i wybierz cel

W Księgowości przejdź do Reguł. Wybierz odpowiedni system docelowy, jeżeli konfiguracja udostępnia więcej niż jeden. Zwróć uwagę, że dostępne możliwości, typy dokumentów i pola serii zmieniają się zależnie od dostawcy. Ustawienia jednego systemu nie powinny być bez sprawdzenia kopiowane do innej księgowości.

04 / Określ, dla kogo powstaje dokument

W sekcji Kiedy wystawiać dokumenty ustaw Tryb fakturowania: dla każdego zamówienia, na żądanie lub B2B albo tylko B2B. Sprawdź sposób wykrywania B2B i politykę wyboru typu dokumentu. Wybór powinien odpowiadać zasadom stosowanym przez Twoją księgowość i danym rzeczywiście przekazywanym przez kanały sprzedaży.

05 / Ustaw moment wystawienia

W polu Wyzwalacz wystawienia wybierz działanie ręczne albo odpowiedni moment automatyczny: po opłaceniu, po przejściu do Zrealizowane lub po wygenerowaniu etykiety. Tryb fakturowania określa, których zamówień dotyczy dokument, a wyzwalacz określa kiedy powstaje. Na początku wybierz przebieg, który możesz łatwo zweryfikować.

06 / Sprawdź serię i ciągłość numeracji

Jeżeli dostawca udostępnia serie, wybierz rzeczywistą serię z listy albo wypełnij pole tekstowe zgodnie z jego opisem. Pusta wartość może oznaczać serię domyślną księgowości. Część dostawców nie ma osobnego wyboru serii. Nie wpisuj następnego numeru faktury w pole identyfikatora serii; licznik sprawdź w systemie wystawiającym dokument.

Sprawdź: Wiesz, z jakiej numeracji skorzysta następny dokument i czy kontynuuje właściwy ciąg w księgowości.

07 / Wystaw i zweryfikuj pierwszy właściwy dokument

Otwórz przygotowane zamówienie i w sekcji dokumentów wybierz Wystaw fakturę lub dostępny typ dokumentu dla danego celu. Użyj zamówienia, dla którego dokument rzeczywiście powinien powstać. Porównaj numer, datę, nabywcę, pozycje, kwoty, walutę i wynik w panelu księgowym. Samo kliknięcie nie potwierdza wystawienia.

08 / Dopiero po kontroli włącz powtarzalny proces

Zapisz docelowe reguły i dopilnuj wymaganej automatyzacji przepływu do księgowości. Sprawdź kolejne zamówienie spełniające warunki oraz takie, które nie powinno uruchomić dokumentu. Korzystaj z Przetwarzania i szczegółów dokumentu do wyjaśniania błędów. Przy ERP sprawdź także powiązania towarów, jeśli są wymagane przez Twój proces.

Sprawdź: Dokument powstał raz, u właściwego dostawcy, z poprawną numeracją i danymi; zamówienie niespełniające warunków nie uruchomiło niechcianej operacji.

Warto ustawić i zapamiętać

Przed zmianą numeracji porównaj ostatni poprawny dokument i ustawienia dostawcy. Wybranie innej serii może oznaczać inny licznik.

Rozróżniaj wystawienie dokumentu od jego dostarczenia klientowi lub do marketplace. Po potwierdzeniu dokumentu sprawdź osobno kanał dostarczenia.

Na co uważać

Nie wystawiaj drugiej faktury tylko dlatego, że pierwsza nie pojawiła się od razu na liście. Najpierw sprawdź status oraz system księgowy.

Korekty, paragony, serie i integracja KSeF mają zakres zależny od dostawcy. Korzystaj z obsługiwanej operacji, a zasady podatkowe uzgodnij z księgowością.

Księgowość jest połączona, numeracja sprawdzona, a dokumenty powstają według świadomie wybranych i zweryfikowanych reguł.

Ten rozdział w wersji online

10. Wysyłki, kurierzy i etykiety gotowe do pracy

Przed pierwszym nadaniem przesyłki | Osoba odpowiedzialna za wysyłkę i właściciel konta kurierskiego

Pracownik wybiera przygotowany przycisk nadania, a dane zamówienia pomagają wypełnić przesyłkę. Mniej przepisywania oznacza mniej okazji do pomylenia adresu.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Podłącz używanego przewoźnika

Otwórz Integracje, dodaj odpowiedni konektor kurierski i uzupełnij dane wymagane w jego formularzu. Korzystaj z instrukcji konkretnej integracji. Sprawdź, czy wybierasz właściwe konto nadawcze i środowisko, zanim utworzysz pierwszą płatną etykietę.

Sprawdź: Integracja jest aktywna, a przewoźnik jest dostępny przy tworzeniu przesyłki.

02 / Otwórz Wysyłki / Kurierzy

W zakładce Przesyłki poznaj listę oraz filtrowanie. Kliknij Nowa przesyłka i przejdź przez dane odbiorcy, nadawcy oraz paczki. Gdy zaczynasz z zamówienia, porównaj podpowiedziane dane z wybraną przez klienta metodą dostawy.

03 / Sprawdź usługę i parametry paczki

Wybierz przewoźnika oraz usługę dostępną dla tego konta. Uzupełnij wagę, wymiary, punkt odbioru lub gabaryt, jeśli są wymagane. Pobranie, ubezpieczenie, anulowanie i zamawianie podjazdu zależą od możliwości konkretnego konektora.

Sprawdź: Odbiorca, metoda dostawy i parametry odpowiadają rzeczywistej paczce.

04 / Zapisz najczęstszy wariant w Regułach wysyłki

Przejdź do zakładki Reguły wysyłki. Ustaw nazwę przycisku, kuriera, usługę, nadawcę i domyślne parametry paczki. Nadaj czytelną nazwę, np. „Paczkomat, gabaryt B”. Kolor i kolejność pomagają rozpoznać wariant przy stanowisku.

05 / Ustal, kiedy zamawiać etykietę

W Nadawanie i druk sprawdź pole Zamawianie etykiety. Możesz respektować ustawienie szablonu, zawsze zamawiać od razu albo przygotowywać tylko szkice. Na początek pozostaw potwierdzenie nadania zbiorczego, aby sprawdzić wybrane zamówienia przed zakupem etykiet.

06 / Dopasuj wydruk do drukarki

W tej samej zakładce wybierz Układ wydruku: oryginalny dla etykiet albo cztery etykiety na A4. Przy automatycznym drukowaniu wskaż przeglądarkę lub PrintNode. Dla PrintNode połącz konto, wybierz drukarkę i liczbę kopii. Zapisz ustawienia.

Sprawdź: Próbną etykieta ma właściwy rozmiar, czytelny kod i trafia do wybranej drukarki.

07 / Nadaj jedną rzeczywistą paczkę

Wybierz gotowe zamówienie i właściwy szablon. Po utworzeniu etykiety otwórz przesyłkę, sprawdź numer śledzenia i wydruk. Potwierdź także rezultat po stronie przewoźnika oraz przekazanie numeru do kanału sprzedaży, jeśli konektor obsługuje tę operację.

08 / Dopiero potem obsłuż serię

Zaznacz niewielką grupę podobnych zamówień i wykonaj nadanie zbiorcze. Na liście przesyłek możesz zaznaczać gotowe etykiety do druku. Jeśli jedna pozycja zgłasza błąd, rozwiąż jej problem osobno i sprawdź, które przesyłki już powstały.

09 / Używaj kalkulatora jako pomocy cenowej

W Kalkulatorze dostaw ustaw Opcje dostawy, Strefy wysyłki i ewentualne wyjątki produktowe. Te ustawienia pomagają policzyć koszty. Cenniki i warunki dostawy widoczne kupującym na marketplace konfiguruje się osobno w danym kanale.

Warto ustawić i zapamiętać

Przy pracy bez otwartego panelu automatyczny wydruk wymaga odpowiednio skonfigurowanego PrintNode. Wydruk przez przeglądarkę korzysta z jej okna drukowania.

Przygotuj mało szablonów, ale nazwij je tak, aby pakujący rozumiał wybór bez otwierania konfiguracji.

Na co uważać

Szkic przesyłki nie jest zakupioną etykietą. Status i wynik operacji są ważniejsze od samej obecności pozycji na liście.

Nie stosuj domyślnej wagi do produktów, dla których jest ona nieprawdziwa.

Przepis: Powtarzalna paczka z jednego przycisku

Kiedy

W module Wysyłki wybierasz szablon szybkiego nadania dla zamówienia.

Warunki

Zweryfikowane konto kurierskie, poprawny adres, pasująca usługa i parametry paczki.

Działanie

Szablon uzupełnia nadawcę i parametry; ustawienie etykiety decyduje o szkicu lub jej zamówieniu, a ustawienia druku o wydruku.

Jak sprawdzić

Najpierw sprawdź jedną przesyłkę, jej numer i etykietę. Dopiero później użyj tego samego wariantu dla serii.

Rezultat do sprawdzenia

Masz zweryfikowany przebieg: zamówienie, przesyłka, etykieta, wydruk i śledzenie. Kolejne paczki mogą korzystać z zapisanych ustawień.

Przejdź do panelu i materiałów

[Zobacz wysyłki w demo](#)

[Ten rozdział w wersji online](#)

ROZDZIAŁ 11

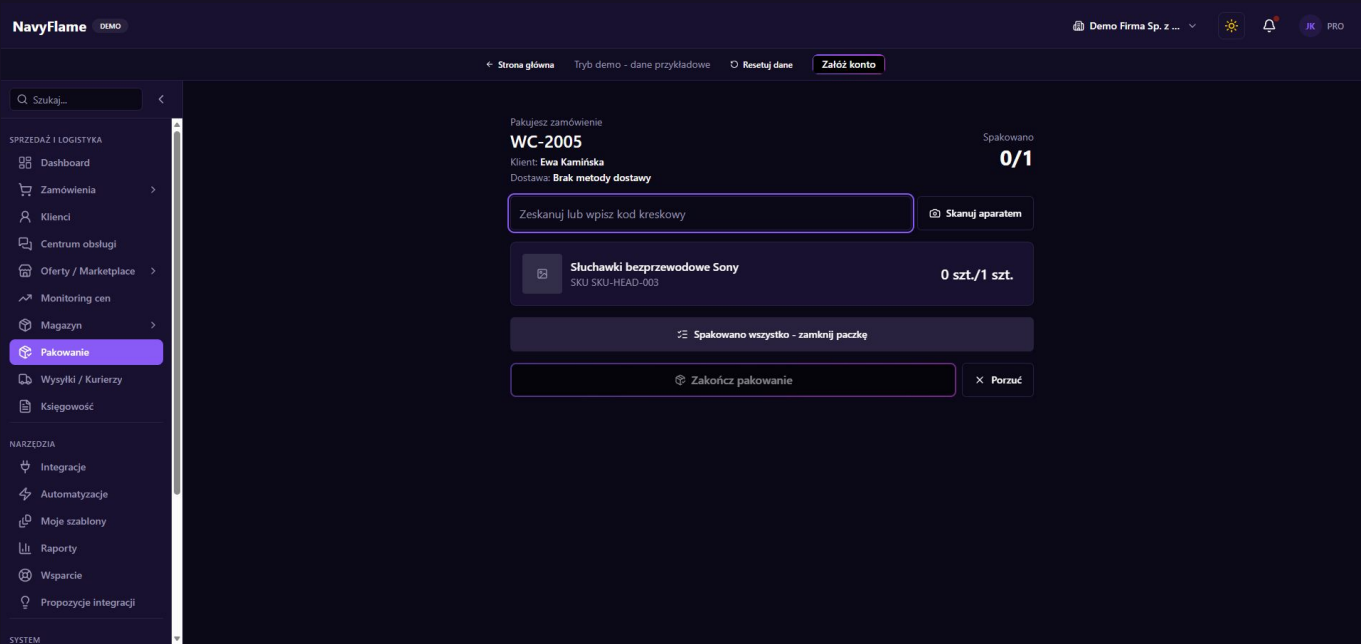
11. Stanowisko pakowania krok po kroku

Przejdź od listy oczekujących zamówień do zamkniętej i nadanej paczki. Możesz korzystać ze skanera, aparatu albo ręcznego potwierdzenia zawartości.

Przygotowanie stanowiska i pierwszej paczki | Magazynier, pakujący i osoba wdrażająca proces realizacji

Co zyskujesz

Jedno stanowisko prowadzi pracownika przez kompletowanie i nadanie. Zgodność pozycji oraz ilości widać przed zamknięciem paczki.



Widok demonstracyjny: kontrola pozycji i ilości na stanowisku pakowania.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Przygotuj produkty i stół

Upewnij się, że pozycje zamówień są powiązane z produktami magazynowymi i mają poprawne kody. Przygotuj opakowania, etykiety oraz drukarkę. Skaner wpisujący kod jak klawiatura powinien kończyć odczyt klawiszem Enter, aby przekazać go do pola skanowania.

02 / Otwórz Pakowanie

Domyślna kolejka pokazuje opłacone i niezrealizowane zamówienia, zaczynając od najstarszych. Wyszukaj numer lub klienta i wybierz zamówienie. Jeśli potrzebujesz konkretnej serii, zaznacz zamówienia na ich liście i rozpocznij pakowanie wybranego zestawu.

Sprawdź: Numer na ekranie odpowiada zamówieniu, którego towary masz na stole.

03 / Sprawdź pozycje przed skanowaniem

Porównaj nazwę, zdjęcie, SKU i wymaganą ilość. Przy wariantach zwróć uwagę na rozmiar oraz kolor. Liczniki pokazują postęp dla każdej pozycji. Nie zastępuj towaru podobnym produktem bez wyjaśnienia zamówienia.

04 / Skanuj każdą odkładaną sztukę

Ustaw kursor w polu Zeskanuj lub wpisz kod kreskowy. Odczytaj kod skanerem albo wpisz go i naciśnij Enter. Możesz także kliknąć Skanuj aparatem i udzielić przeglądarce dostępu do kamery.

Sprawdź: Właściwa pozycja zwiększa licznik. Komunikat o niepasującym kodzie wymaga wyjaśnienia przed dalszą pracą.

05 / Obsłuż wyjątek świadomie

Pozycja bez powiązania magazynowego może wymagać przycisku Potwierdź. Obejrzyj produkt i policz ilość, zanim potwierdzisz ją ręcznie. Przy błędnym odczycie użyj cofnięcia przy pozycji. Następnie popraw brakujące powiązanie produktu przed kolejnymi zamówieniami.

06 / Bez skanera potwierdź fizyczny komplet

Jeśli pakujesz ręcznie, policz wszystkie pozycje i kliknij „Spakowano wszystko - zamknij paczkę”. To potwierdzenie pracownika i przejście do nadania. Użyj go dopiero po rzeczywistej kontroli zawartości, a nie jako sposobu pominięcia brakujących produktów.

07 / Zakończ kompletną sesję

Przy skanowaniu doprowadź wszystkie pozycje do wymaganej ilości i kliknij Zakończ pakowanie. Jeśli przerywasz pracę z powodu błędu, rozważ Porzuć. Po ponownym wejściu system potrafi wznowić istniejącą otwartą sesję zamiast wymagać od początku całego skanowania.

08 / Przejdź przez Nadaj paczkę

Po zakończeniu kompletowania wybierz przygotowany szablon wysyłki. Sprawdź, czy jego ustawienia zamawiają etykietę, czy tworzą szkic. Odbierz wydruk i naklej go na właściwą paczkę. Samo zamknięcie sesji pakowania nie oznacza jeszcze skutecznego nadania.

Sprawdź: Paczka ma etykietę zgodną z zamówieniem, a wynik nadania jest potwierdzony w Wysyłkach.

09 / Ustaw rytm stanowiska

Opcja Po nadaniu otwieraj następną paczkę przyspiesza pracę seryjną. Jest zapamiętywana w przeglądarce stanowiska. Wyłącz ją przy biurku, na którym przeplatasz pakowanie z obsługą klienta. Dla wybranej serii panel zachowuje kolejkę zaznaczonych zamówień.

Warto ustawić i zapamiętać

Odkładaj na stół jedno zamówienie naraz. Przygotowane obok podobne paczki łatwo zamienić podczas naklejania etykiet.

Po pierwszej serii sprawdź dwa przypadki: zamówienie z kilkoma sztukami tej samej pozycji oraz produkt bez kodu.

Na co uważać

Nie oznaczaj braku magazynowego jako spakowanego towaru. Najpierw wyjaśnij go z osobą odpowiedzialną za zamówienie.

Pusta kolejka może wynikać z filtrów płatności i realizacji. Sprawdź zamówienie na głównej liście.

Rezultat do sprawdzenia

Pakujący potrafi skompletować, sprawdzić i nadać paczkę oraz rozpoznać sytuacje wymagające ręcznej decyzji.

Przejdź do panelu i materiałów

Wypróbuj stanowisko w demo

Ten rozdział w wersji online

ROZDZIAŁ 12

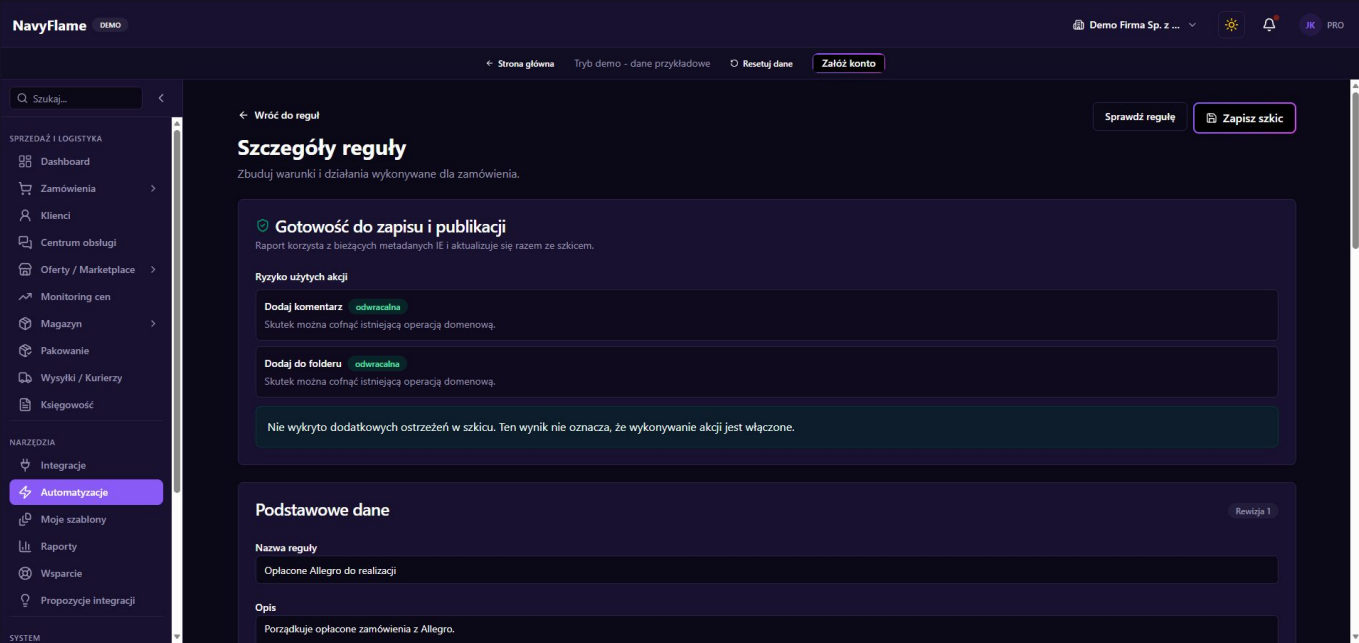
12. Automatyzacje, które porządkują pracę zespołu

Zamień powtarzalne decyzje o folderach, statusach i komentarzach w czytelne reguły. Zacznij od niewielkiego zakresu, sprawdź dopasowania i dopiero potem opublikuj regułę.

Pierwsza reguła i kontrola jej wyniku | Osoba znająca proces zamówień i mająca prawo edycji automatyzacji

Co zyskujesz

Zespół widzi, dlaczego zamówienie trafiło do obsługi i co już zrobiono. Historia wykonań pomaga ocenić rezultat każdej reguły.



Kreator w demo korzysta z przykładowych danych. Publikacja w rzeczywistym koncie wymaga własnego sprawdzenia procesu.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Wybierz właściwą zakładkę

Wejdź w Automatyzacje i Reguły. Ten kreator obsługuje zdarzenia zamówień, warunki i akcje porządkowe. Przepływy danych, powiadomienia e-mail oraz konfiguracja wysyłki mają osobne zakładki i formularze. Wybór modułu zależy od tego, jaki efekt chcesz uzyskać.

02 / Utwórz szkic z jasną nazwą

Otwórz nową regułę. Wpisz nazwę opisującą rezultat, np. „Opłacone Allegro do realizacji”, oraz krótki opis. W Wyzwalaczu wybierz zdarzenie, np. Opłacono zamówienie. Wyzwalacz określa moment oceny, a warunki zawężają pasujące zamówienia.

03 / Dodaj warunki na podstawie swoich danych

Wybierz pole, operator i wartość. Możesz korzystać m.in. ze źródła, płatności, statusu, SKU, kraju i folderów. Grupa wszystkich warunków wymaga spełnienia każdego z nich; grupa dowolnych wystarczy, gdy pasuje jeden. Zacznij od prostego zestawu.

04 / Sprawdź jednostki oraz brakujące wartości

Wartość brutto jest wyrażana w najmniejszej jednostce waluty: dla PLN 100000 oznacza 1000 zł. Zawsze dodaj warunek waluty, gdy porównujesz kwotę. Waga jest w gramach. Pola zależne od późniejszego etapu zamówienia mogą być niedostępne dla danego wyzwalacza.

05 / Wybierz dostępne akcje

Dodaj komentarz, dodaj lub usuń folder, ustaw status zamówienia albo utwórz powiadomienie wewnętrzne. Wybierz foldery i statusy ze słowników. Akcje wykonują się od góry; ich kolejność możesz zmienić. Opcjonalne opóźnienie ustawiaj tylko wtedy, gdy ma konkretny cel.

06 / Ustal współpracę z innymi regułami

Sprawdź Priorytet i pole Po dopasowaniu. Zdecyduj, czy system ma sprawdzać kolejne reguły, czy zatrzymać dalsze. Przy kilku regułach zmieniających ten sam status opisz kolejność i oczekiwany wynik, zanim je uruchomisz.

Sprawdź: Żadna kolejna reguła nie nadpisuje przypadkowo rezultatu poprzedniej.

07 / Zapisz i uruchom test bez skutków

Kliknij Utwórz szkic lub Zapisz szkic, następnie Sprawdź regułę. Wybierz zapisany szkic oraz jedno zamówienie albo ostatnie zamówienia, maksymalnie 20. Kliknij Uruchom test bez skutków. Obejrzyj dopasowanie warunków i planowane akcje; test nie wykonuje operacji biznesowych.

Sprawdź: Pasuje przykład pozytywny, a zamówienie spoza zakresu nie pasuje.

08 / Opublikuj zapisaną rewizję

Po sprawdzeniu wyników otwórz publikację i przeczytaj jej podsumowanie. Opublikuj konkretny zapisany szkic. Nowa edycja szkicu nie zastępuje automatycznie aktywnej wersji. Sprawdź oznaczenie aktywności oraz wskazaną wersję przed pozostawieniem reguły bez nadzoru.

09 / Sprawdź rzeczywiste wykonanie

Otwórz Wykonania automatyzacji i znajdź zdarzenie dotyczące zamówienia. Przejrzyj wynik warunków i poszczególnych akcji, a potem samo zamówienie. Przy nieoczekiwanym zachowaniu użyj Wstrzymaj. Historia wersji pozwala przywrócić wcześniejszą konfigurację jako nową wersję.

Warto ustawić i zapamiętać

Rozpocznij od folderu i komentarza. To czytelny sposób sprawdzenia dopasowania, zanim reguła zacznie zmieniać statusy operacyjne.

Nazwa statusu to część procesu firmy. Opisz zespołowi, czy oznacza kolejkę, kontrolę czy zakończony etap.

Na co uważać

Test bez skutków potwierdza ocenę reguły, ale nie zastępuje sprawdzenia realnego wykonania po publikacji.

Nie zakładaj, że kreator Reguł ma akcję faktury, e-maila lub zakupu etykiety. Te procesy konfiguruje się w ich własnych modułach.

Przepis: Opłacone zamówienia do realizacji

Kiedy

Opłacono zamówienie.

Warunki

Źródło zamówienia odpowiada wybranemu kanałowi, np. allegro.

Działanie

Dodaj komentarz „Płatność potwierdzona. Przygotuj zamówienie” i dodaj do istniejącego folderu Do realizacji.

Jak sprawdzić

Przetestuj opłacone zamówienie z tego kanału oraz zamówienie z innego źródła. Po publikacji sprawdź folder i komentarz.

Przepis: Większa wartość wymaga dodatkowej kontroli

Kiedy

Utworzono zamówienie.

Warunki

Waluta równa PLN i wartość brutto co najmniej 100000, czyli 1000 zł. Próg dopasuj do własnej firmy.

Działanie

Dodaj do folderu Kontrola i utwórz powiadomienie wewnętrzne z instrukcją sprawdzenia danych dostawy.

Jak sprawdzić

Sprawdź zamówienia poniżej i powyżej progu oraz inną walutę. Sama reguła nie zatrzymuje nadania, jeśli zespół lub inne ustawienia go uruchomią.

Przepis: Instrukcja pakowania dla wskazanego SKU

Kiedy

Utworzono zamówienie.

Warunki

SKU pozycji zawierają dokładny kod produktu wymagającego dodatkowego zabezpieczenia.

Działanie

Dodaj komentarz „Zabezpiecz produkt dodatkową warstwą i sprawdź opakowanie” oraz folder Ostrożne pakowanie.

Jak sprawdzić

W teście użyj zamówienia zawierającego SKU i podobnego wariantu z innym kodem. Potwierdź, że komentarz jest widoczny dla realizacji.

Rezultat do sprawdzenia

Masz opublikowaną regułę, wynik rzeczywistego wykonania i znasz sposób jej wstrzymania oraz odzyskania wcześniejszej wersji.

Przejdź do panelu i materiałów

[Otwórz kreator reguły w demo](#)

[Zobacz dziennik wykonań](#)

[Ten rozdział w wersji online](#)

ROZDZIAŁ 13

13. Wiadomości i e-maile, które pomagają klientowi

Ułóż spójne potwierdzenia, informacje o wysyłce i wiadomości z dokumentami. Odpowiedzi z kanałów sprzedaży obsługuj z Centrum obsługi, zgodnie z możliwościami połączonego kanału.

Przed włączeniem automatycznych wiadomości | Obsługa klienta i osoba zarządzająca pocztą firmową

Co zyskujesz

Klient dostaje czytelną informację o swoim zamówieniu, a zespół korzysta ze wspólnego procesu zamiast za każdym razem pisać od początku.

Centrum obsługi 2

Sprawy RMA, wiadomości, dyskusje, zwroty i refundacje w jednym miejscu.

Wiadomości 1

anna_kowalska88 4.08.2026
Pytanie o zakup - Lampa stołowa Nordic 40 cm

marek.wisniewski 3.08.2026
Kiedy planowana jest wysyłka zamówien... 1

pawel_zielinski 2.08.2026
Czy kubek termiczny jest dostępny w kolorze ...

anna_kowalska88 4.08.2026, 11:10:00
Pytanie o zakup - Lampa stołowa Nordic 40 cm

anna_kowalska88 - 4.08.2026, 11:10:00
Dzień dobry, czy lampa Nordic ma włącznik na przewodzie? Szukam lampki na biurko.

ty - 4.08.2026, 11:11:00
Dzień dobry, tak, ten model ma włącznik na przewodzie. Wysokość lampy wynosi 40 cm.

anna_kowalska88 - 4.08.2026, 11:12:00
Dziękuję za informację. Czy do zestawu jest dołączona żarówka?

Napisz odpowiedź do kupującego...

Ctrl + Enter wyśle wiadomość.

> **Możliwości kanałów**

Allegro, Shopify

Przykładowe dane w Centrum obsługi. Dostępne działania zależą od możliwości kanału.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Rozdziel odpowiedź od automatycznego e-maila

W Centrum obsługi otwórz Wiadomości, aby pracować z rozmowami obsługiwanymi przez konektor. Automatyczne e-maile powiązane ze zdarzeniami zamówień konfiguruje w Automatyzacje, Powiadomienia email. Dzięki temu wiesz, gdzie szukać wątku, a gdzie ustawić wysyłki.

02 / Przygotuj konto wysyłające

Podłącz usługę e-mail zgodnie z jej formularzem i instrukcją. W automatyzacji dostępny jest wybór Resend, SendGrid, Mailgun lub SMTP. Wpisz firmowy adres nadawcy i Reply-To, pod którym rzeczywiście odbieracie odpowiedzi. Nazwa nadawcy powinna być rozpoznawalna dla kupującego.

03 / Zbuduj pierwszy szablon

Otwórz Szablony i tworzenie szablonu. W kreatorze wybierz typ wiadomości, nazwę wewnętrzną, temat i treść. Skorzystaj z odpowiedniego przykładu, np. informacji o wysyłce. Podgląd pomaga sprawdzić układ, wielkość tekstu oraz treść zmiennych przed użyciem.

04 / Napisz wiadomość wokół potrzeby klienta

W temacie podaj kontekst zamówienia. W treści wyjaśnij, co się wydarzyło, co nastąpi dalej i jak się skontaktować. Nie wpisuj stałego numeru przesyłki do uniwersalnego szablonu. Użyj udostępnionych zmiennych i sprawdź ich wynik na przykładowych danych.

05 / Dodaj automatyzację e-mail

W Powiadomienia email otwórz tworzenie automatyzacji. Wybierz wyzwalacz, np. Po opłaceniu zamówienia albo Po wysyłce zamówienia, opóźnienie, szablon, dostawcę poczty i nadawcę. Jako odbiorcę wybierz e-mail klienta z zamówienia lub własny adres do kontrolowanego sprawdzenia.

06 / Skonfiguruj wiadomość z dokumentem

Przy wyzwalaczu Po wystawieniu faktury pojawiają się ustawienia dokumentu PDF. Wybierz dołączenie pliku i zachowanie przy błędzie pobrania. Dostępność PDF zależy od systemu księgowego; kasy fiskalne online nie muszą udostępniać takiego pliku.

Sprawdź: Treść nie obiecuje załącznika w wariantach, który może wysłać wiadomość bez niego.

07 / Dopasuj język oraz wyjątki

Ustaw domyślny język i ewentualne reguły krajów lub rodzaju dokumentu. Reguły mogą wybrać inny szablon albo pominąć wysyłkę. Język nazw dokumentów nie tłumaczy treści szablonu: dla angielskiej wiadomości przygotuj rzeczywiście angielski tekst.

08 / Zweryfikuj dostarczenie

Uruchom kontrolowany przebieg z własnym odbiorcą i zdarzeniem pasującym do automatyzacji. Otwórz logi e-maili, sprawdź adres, stan, treść oraz załącznik, a następnie skrzynkę odbiorczą. Po sukcesie ustaw docelowego odbiorcę i sprawdź pierwszą zwykłą wysyłkę.

09 / Odpowiadaj z pełnym kontekstem

W Centrum obsługi wybierz kanał i rozmowę. Przeczytaj historię, sprawdź zamówienie oraz wcześniejsze odpowiedzi zespołu. Jeśli wysyłanie jest dostępne, wpisz odpowiedź i wyślij ją raz. Potwierdź obecność w wątku; przy ograniczeniu konektora skorzystaj z panelu danego kanału.

Warto ustawić i zapamiętać

Najpierw wdroż trzy użyteczne wiadomości: potwierdzenie, wysyłkę oraz dokument sprzedaży. Kolejne dodawaj, gdy wynikają z rzeczywistych pytań klientów.

Sprawdź, jakie wiadomości wysyła już sklep lub marketplace, aby kupujący nie otrzymywał kilku potwierdzeń tego samego zdarzenia.

Na co uważać

Zapisana automatyzacja nie dowodzi odebrania e-maila. Sprawdź log i kontrolną skrzynkę.

Nie traktuj Centrum obsługi jak uniwersalnego klienta wszystkich skrzynek pocztowych. Zakres rozmów wynika z integracji.

Przepis: Dokument sprzedaży w wiadomości do kupującego

Kiedy

W automatyzacji e-mail wybierz Po wystawieniu faktury.

Warunki

Powiązany szablon i działający dostawca poczty; dokument powstał w systemie udostępniającym obsługiwany PDF.

Działanie

Wyślij wiadomość do klienta z zamówienia, dołącz PDF i zastosuj wybraną politykę błędu pobrania.

Jak sprawdzić

Sprawdź log oraz kontrolną skrzynkę, właściwy dokument, numer zamówienia i język. Upewnij się, że system księgowy nie wysłał drugiej identycznej wiadomości.

Rezultat do sprawdzenia

Masz spójny szablon, sprawdzoną drogę dostarczenia i jasny podział między automatycznymi powiadomieniami a odpowiedziami obsługi.

Przejdź do panelu i materiałów

[Zobacz Centrum obsługi](#)

[Zobacz moduły automatyzacji](#)

[Ten rozdział w wersji online](#)

ROZDZIAŁ 14

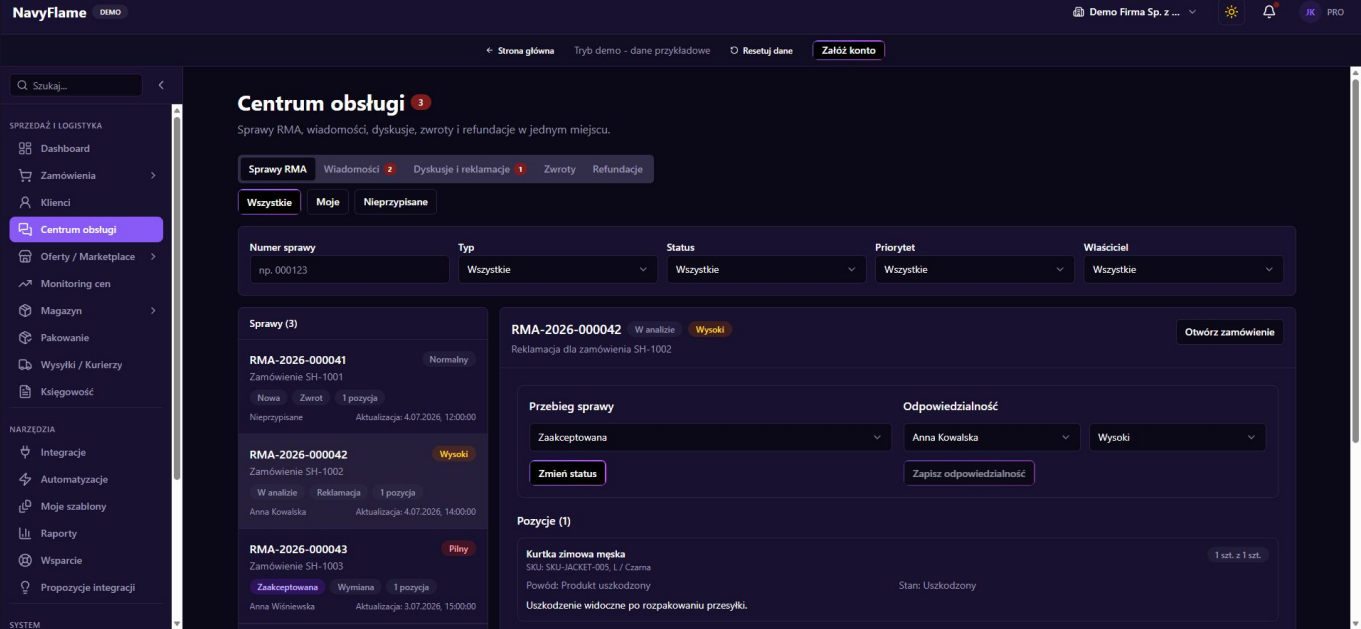
14. Zwroty, reklamacje i spokojna obsługa spraw

Zbierz rozmowę, decyzję oraz fizyczny zwrot towaru w uporządkowany przebieg. Oddziel obsługę zgłoszenia, zwrot środków i ponowne przyjęcie produktu do sprzedaży.

Ustalenie procesu i pierwsza sprawa | Obsługa klienta, właściciel sklepu i magazyn

Co zyskujesz

Osoba przejmująca sprawę zna jej właściciela i historię. Magazyn zwiększa stan dopiero o towary, które rzeczywiście wróciły.



Jedna sprawa łączy odpowiedzialność za obsługę, powiązane zamówienie i historię zmian.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Sprawdź zakres połączzonego kanału

Otwórz Centrum obsługi i wybierz właściwy kanał. Zakładki obejmują Sprawy RMA, Wiadomości, Dyskusje i reklamacje, Zwroty oraz Refundacje. Widoczność danych i możliwość ich zmiany zależą od konektora. Przeczytaj informację o dostępnych działaniach przy danym kanale.

02 / Znajdź zamówienie i pełną historię

Otwórz zgłoszenie, porównaj klienta, kanał i zamówienie. Przeczytaj ostatnie wiadomości oraz wcześniejsze ustalenia. Ustal, czy klient zwraca produkt, zgłasza wadę, pyta o przesyłkę czy czeka na wykonanie już uzgodnionej decyzji.

Sprawdź: Obsługujesz właściwą sprawę i znasz jej aktualny stan.

03 / Użyj RMA do wewnętrznej organizacji

W Sprawach RMA otwórz rekord i w sekcji Odpowiedzialność wybierz właściciela oraz priorytet. Kliknij Zapisz odpowiedzialność. W Przebiegu sprawy wybierz dostępny kolejny status i użyj Zmień status. Sprawdź pozycje oraz automatycznie zapisywaną historię zmian.

04 / Wyślij rzeczową odpowiedź

W odpowiedniej rozmowie lub dyskusji opisz kolejny uzgodniony krok. Wskaż informacje brakujące do wyjaśnienia sprawy i nie powtarzaj pytań, na które klient już odpowiedział. Gdy kanał umożliwia jedynie odczyt, wykonaj odpowiedź w jego panelu i zachowaj spójny kontekst obsługi.

05 / Podejmij decyzję w dostępnej ścieżce

Przy zwrocie użyj Akceptuj zwrot lub Odrzuć zwrot, jeśli przyciski są dostępne dla tego kanału i stanu. Wypełnij wymagane uzasadnienie. W reklamacji korzystaj z udostępnionych sposobów rozwiązania. Decyzję podejmij na podstawie swojej procedury i konkretnego zgłoszenia.

06 / Odbierz fizyczny towar

Po powrocie paczki sprawdź produkt, wariant, ilość i stan opakowania. Porównaj zawartość ze zgłoszeniem. Towar uszkodzony lub niekompletny nie powinien wracać automatycznie do dostępnego zapasu. Ustal jego dalszą obsługę zgodnie z organizacją magazynu.

07 / Przyjmij potwierdzone pozycje na magazyn

W szczegółach zwrotu kliknij Przyjmij na magazyn. Wybierz lokalizację, wyszukaj towary po nazwie lub SKU, podaj faktycznie otrzymane ilości i zatwierdź. Formularz wymaga wskazania produktów; samo zgłoszenie zwrotu nie potwierdza, co było w paczce.

Sprawdź: Widnieje Przyjęto na magazyn, a stan właściwych produktów wzrósł w wybranej lokalizacji.

08 / Sprawdź rozliczenie oddzielnie

W Refundacjach sprawdź stan operacji finansowej dla kanału, który ją udostępnia. Akceptacja zwrotu i przyjęcie na magazyn nie są dowodem wypłaty środków. Po wykonaniu uzgodnionego rozliczenia zweryfikuj rezultat w kanale lub systemie, który obsługuje płatność.

09 / Domknij sprawę z czytelnym wynikiem

Ustaw dostępny końcowy status i sprawdź historię RMA. Potwierdź, że klient otrzymał odpowiedź, towar trafił do właściwego miejsca, a rozliczenie ma znany rezultat. Przy przekazaniu między działami wskaż, kto wykonuje kolejny krok.

Warto ustawić i zapamiętać

Ustal jednego właściciela każdej otwartej sprawy. To prostsze niż poleganie na tym, że ktoś zauważy nową odpowiedź.

Przejrzyj okresowo powtarzające się powody zwrotów. Mogą wskazać brak informacji w ofercie albo problem z pakowaniem.

Na co uważać

Nie przyjmuj tego samego zwrotu ponownie tylko dlatego, że odświeżenie strony trwa. Najpierw sprawdź zapisany wynik.

Możliwość lokalnego przyjęcia towaru nie oznacza możliwości zmiany decyzji po stronie każdego marketplace.

Każda sprawa ma właściciela, udokumentowane decyzje i rozdzielone wyniki obsługi klienta, magazynu oraz rozliczenia.

Poznaj obsługę posprzedażową w demo

Ten rozdział w wersji online

15. Hurtownie, dostawy i kontrola rzeczywistego zapasu

Połącz źródła zaopatrzenia i zadбай, aby stan magazynowy odpowiadał temu, co faktycznie posiadasz. Przyjęcie dostawy i inwentaryzacja służą do różnych operacji.

Pierwsze źródło zaopatrzenia i dokument magazynowy | Zakupy, magazyn i osoba zarządzająca katalogiem

Czytelne SKU, lokalizacje i ilości stanowią podstawę pewnego pakowania oraz publikowania dostępności w obsługiwanych kanałach.

Dane demonstracyjne: magazyn i powiązania towarów są podstawą dalszej pracy operacyjnej.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Otwórz Hurtownię

Sprawdź listę istniejących połączeń przed dodaniem kolejnego. Jeśli źródło jest już skonfigurowane, wejdź w jego edycję. Dla nowego wybierz dodawanie hurtowni i właściwy dostępny konektor. Nazwij połączenie tak, aby odróżnić dostawcę i używane konto.

02 / Ustal, co udostępnia dostawca

Przeczytaj formularz oraz instrukcję źródła. Uzupełnij wymagany adres, plik lub dane dostępowe. Zakres katalogu, stanów i cen zależy od konektora oraz danych dostawcy. Nie zakładaj, że każde połączenie hurtowni umożliwia również składanie zamówień zakupowych.

03 / Skontroluj próbkę zaimportowanych produktów

Porównaj nazwę, SKU, EAN, jednostkę, cenę i dostępność kilku pozycji z danymi dostawcy. Sprawdź warianty oraz sposób powiązania z własnym magazynem. Dopiero po tej kontroli rozszerzaj dalszą publikację lub synchronizację na większy katalog.

Sprawdź: Ten sam towar ma właściwe powiązanie, bez tworzenia niepotrzebnych duplikatów.

04 / Przygotuj lokalizacje magazynowe

W Magazyn, Lokalizacje zdefiniuj miejsca używane w firmie. Nazwy powinny być jednoznaczne dla pracowników. Otwórz kartę przykładowego produktu i sprawdź przypisanie zapasu. Lokalizacja wybrana w dokumencie określa, gdzie trafi zmiana ilości.

05 / Rozpocznij przyjęcie dostawy

Przejdź do Magazyn, Przyjęcie towaru. W Ustawieniach dokumentu wybierz lokalizację i wpisz czytelne odniesienie do dostawy. Kliknij Rozpocznij przyjęcie. Przygotuj rzeczywiście odebraną ilość, a nie tylko liczbę z zapowiedzi dostawcy.

06 / Wprowadź otrzymane pozycje

Skanuj lub wpisuj Kod produktu i Ilość, korzystając z Enter albo dodawania ręcznego. Dostępny jest także skaner aparatem. Porównaj rozpoznany produkt z fizycznym towarem, a błędną pozycję usuń przed zatwierdzeniem. Zwróć uwagę na jednostki ułamkowe, jeśli ich używasz.

07 / Zatwierdź przyjęcie i sprawdź wynik

Po kontroli pozycji kliknij Zatwierdź przyjęcie. Operacja dodaje odebrane ilości do zapasu wybranej lokalizacji. Obejrzyj podsumowanie, następnie stan przynajmniej jednego produktu. Dokument pusty lub dotyczący niewłaściwej lokalizacji wyjaśnij przed kolejną dostawą.

Sprawdź: Stan wzrósł o przyjętą ilość, a nie został zastąpiony ilością dostawy.

08 / Policz stan przez Inwentaryzację

W Magazyn, Inwentaryzacja wybierz lokalizację i nazwę liczenia. Rozpocznij dokument, wprowadź produkty oraz Policzoną ilość. Zobacz różnice względem stanu systemowego. W czasie liczenia ogranicz równoległe ruchy dla tych samych pozycji, aby wynik miał jednoznaczny moment odniesienia.

09 / Zatwierdź policzone ilości

Kliknij Zatwierdź inwentaryzację po sprawdzeniu różnic. Dla objętych dokumentem pozycji stan lokalizacji zostaje ustawiony na policzone wartości. Sprawdź kartę produktu oraz wynik dalszej synchronizacji dostępności tam, gdzie jest skonfigurowana. Zbadaj przyczynę większych rozbieżności.

Warto ustawić i zapamiętać

Pierwszą dostawę przeprowadź na kilku łatwo rozpoznawalnych towarach. To pozwala wykryć błędną jednostkę lub kod przed obsługą całej palety.

Oddziel dostępność raportowaną przez dostawcę od fizycznego zapasu własnego magazynu. Ustal, z którego źródła korzysta każda oferta.

Na co uważać

Przyjęcie dodaje ilość, inwentaryzacja ustawia policzony stan. Zamiana tych operacji daje błędny zapas.

Nie dopasowuj produktów wyłącznie po podobnej nazwie. Zweryfikuj SKU, EAN i wariant.

Rezultat do sprawdzenia

Źródło dostaw jest rozpoznane, produkty mają sprawdzone powiązania, a pracownik odróżnia przyjęcie od korekty przez liczenie.

Przejdź do panelu i materiałów

[Zobacz hurtownie w demo](#)

[Wypróbuj przyjęcie towaru](#)

[Wypróbuj inwentaryzację](#)

[Ten rozdział w wersji online](#)

ROZDZIAŁ 16

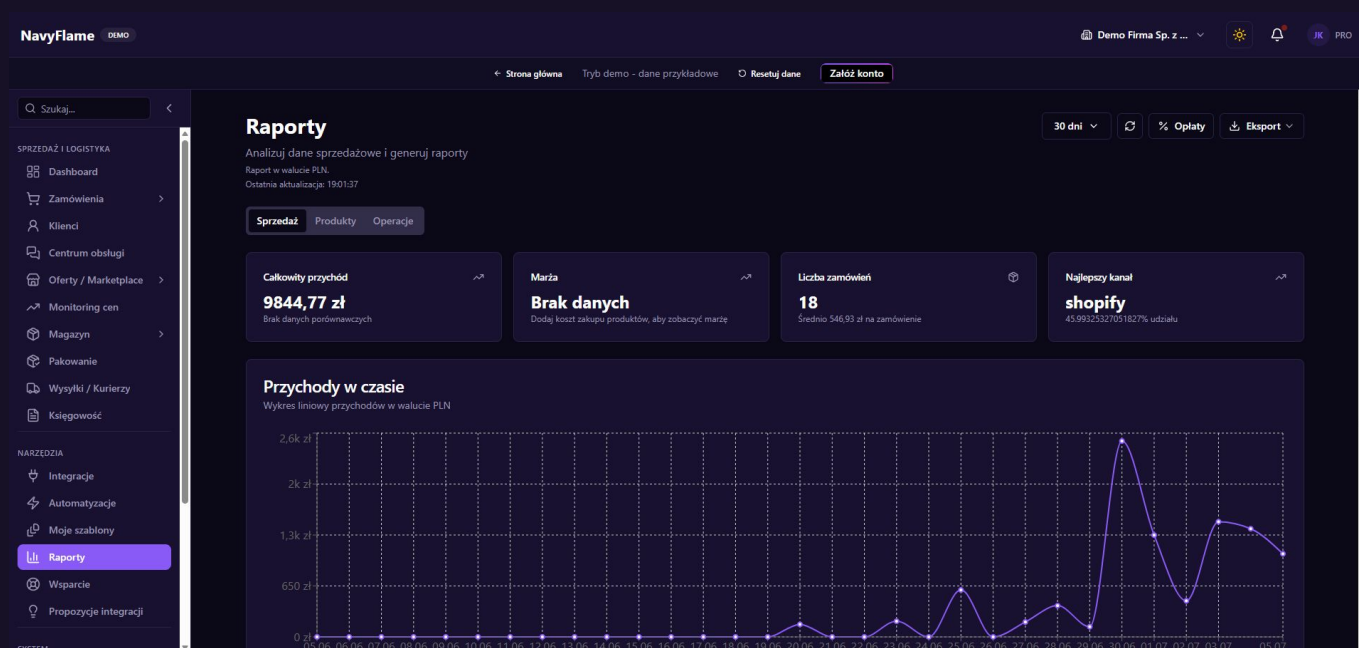
16. Raporty i ceny pod Twoją kontrolą

Sprawdź sprzedaż, produkty i przebieg operacji. Monitoring cen pomaga odnaleźć rozbieżności i przygotować rekomendacje, które zatwierdzasz po własnej ocenie.

Pierwszy przegląd i regularna analiza sprzedaży | Właściciel, manager sprzedaży i osoba odpowiedzialna za ceny

Co zyskujesz

Łatwiej zauważysz produkty wymagające uwagi i porównasz wynik sprzedaży z kosztami. Masz argumenty do decyzji o cenie oraz organizacji pracy.



Raport demonstracyjny pokazuje układ analizy. Liczby w demo nie są wynikami rzeczywistego sklepu.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Otwórz Raporty i wybierz okres

Zacznij od zakresu obejmującego rzeczywiste dane po podłączeniu kanałów. Dostępne skróty obejmują m.in. 7, 30 i 90 dni. Sprawdź aktywne filtry i walutę. Przychody w różnych walutach analizuj osobno, zgodnie z oznaczeniami raportu.

02 / Przejrzyj Sprzedaż

Porównaj liczbę zamówień, wartości i rozkład sprzedaży widoczne w raporcie. Przy zaskakującym wyniku otwórz reprezentatywne zamówienia z badanego okresu. Sprawdź ich daty i statusy. Początek importu danych może ograniczać sens porównania z wcześniejszym miesiącem.

03 / Przejdź do Produktów i Operacji

W zakładce Produkty szukaj asortymentu, który ma znaczenie dla wyniku. W Operacjach obserwuj realizację i miejsca wymagające usprawnienia. Zapisz jeden konkretny wniosek, np. sprawdzenie towaru lub zmiany procesu, oraz osobę odpowiedzialną za działanie.

04 / Zweryfikuj dane kosztowe

Sprawdź koszty produktów i ustawienia opłat marketplace dostępne przy raportach. Bez poprawnego kosztu wynik marży może być niepełny. Porównaj kilka pozycji z własnymi danymi, uwzględniając to, jakie elementy kosztu dany widok rzeczywiście liczy.

Sprawdź: Oceniasz marżę na sprawdzonych danych i nie utożsamiasz jej automatycznie z pełnym zyskiem firmy.

05 / Otwórz Monitoring cen

Przejrzyj pozycje oznaczone jako Poniżej kosztu, Niska marża, Rozjazd z ofertą lub Rozrzut cen między kanałami. Sprawdź konkretną ofertę, jej walutę i powiązany produkt magazynowy. W pierwszej kolejności popraw błędne powiązania lub koszty.

06 / Utwórz wąską regułę cenową

W Regułach dodaj nazwę i zakres, np. Wybrane SKU. Wybierz dostępną strategię: docelową marżę, podłogę marży, cenę z magazynu, narzut, cenę stałą lub cennik. Uzupełnij wymagane wartości, granice ceny i sposób zaokrąglania.

07 / Włącz przygotowywanie rekomendacji

W Ustawieniach repricingu ustaw częstotliwość, próg niskiej marży i rozrzutu cen. Zaznacz powiadamianie o rekomendacjach, jeśli jest przydatne. Zapisz ustawienia, a następnie użyj Uruchom teraz dla pierwszej kontrolnej oceny.

08 / Oceń i zatwierdź podpowiedzi

W Podpowiedziach porównaj obecną i proponowaną cenę, uzasadnienie oraz marżę. Zatwierdź świadomie wybrane zmiany albo odrzuć nietrafione. Repricing przygotowuje rekomendacje; nie zmienia sam cen bez zatwierdzenia. Weryfikuj rezultat przekazania zmiany do kanału.

Sprawdź: Nowa cena jest zgodna z decyzją, a ewentualny błąd publikacji został rozpoznany.

09 / Wróć do Historii i wyniku

Sprawdź historię decyzji cenowych, a po odpowiednim okresie wróć do raportów. Porównaj sprzedaż i marżę w podobnym zakresie. Nie wyciągaj wniosku wyłącznie z jednego zamówienia ani z okresów o innej dostępności towaru.

Warto ustawić i zapamiętać

Zacznij od kilku SKU, których koszt i politykę ceny dobrze znasz. Potem rozszerzaj regułę.

Cotygodniowy przegląd kilku konkretnych odchyleń jest użyteczniejszy niż samo oglądanie wszystkich wykresów.

Na co uważać

Monitoring własnych cen i rekomendacje nie oznaczają autonomicznego śledzenia oraz przebijania cen konkurencji.

Cena zapisana lokalnie może wymagać skutecznej publikacji przez konektor. Sprawdź ostrzeżenia i rzeczywistą ofertę.

Przepis: Przegląd cen dla małej grupy produktów

Kiedy

Harmonogram repricingu lub przycisk Uruchom teraz.

Warunki

Reguła obejmuje wybrane SKU o zweryfikowanych kosztach; strategia i granice cen odpowiadają polityce sklepu.

Działanie

System przygotowuje rekomendacje. Osoba odpowiedzialna przegląda je i zatwierdza wybrane propozycje.

Jak sprawdzić

Sprawdź historię, rezultat publikacji oraz cenę w kanale. Zmierz wynik po ustalonym okresie, zachowując porównywalne warunki.

Rezultat do sprawdzenia

Potrafisz odczytać wynik sprzedaży, znaleźć problem z ceną i przeprowadzić kontrolowaną zmianę z potwierdzeniem w kanale.

Przejdź do panelu i materiałów

[Zobacz raporty](#)

[Poznaj monitoring cen](#)

[Ten rozdział w wersji online](#)

ROZDZIAŁ 17

17. Monitoring i rozwiązywanie problemów bez zgadywania

Gdy zamówienie, dokument lub przesyłka nie pojawia się tam, gdzie oczekujesz, odtwórz jego drogę. Zapis błędu i wynik ostatniej operacji podpowiadają, od czego zacząć.

Codzienny przegląd i wyjaśnianie wyjątków | Opiekun systemu i osoby odpowiedzialne za poszczególne integracje

Co zyskujesz

Krócej szukasz przyczyny i przekazujesz wsparciu konkretne informacje. Unikasz ponawiania operacji, która już częściowo się powiodła.

The screenshot displays the 'Monitoring integracji' dashboard in NavyFlame. The top navigation bar includes 'Strona główna', 'Tryb demo - dane przykładowe', 'Resetuj dane', and 'Zaloguj konto'. The left sidebar lists various modules like 'SPRZEDAŻ I LOGISTYKA', 'NARZĘDZIA', and 'SYSTEM'. The main content area features several cards: 'Łącznie integracji' with a value of 9, 'Aktywne' with 8, and 'Aktywne automatyzacje' with 3. Below these are cards for 'Webhooki' (12), 'Faktury' (5), and 'Kolejka błędów (DLQ)' (2). The 'Faktury' card shows 'Wystawione: 5', 'Przetworzone: 1', and 'Łącznie: 12'. The 'Kolejka błędów (DLQ)' card has a 'Wymaga uwagi' status. At the bottom, a section titled 'Aktywne automatyzacje' lists three active integrations: 'Shopify → Wfirma', 'Woocommerce → Wfirma', and 'Allegro → Fakturowania', each with an 'Aktywna' status.

Monitoring w demo przedstawia organizację statusów i historii. Stan własnego konta sprawdzaj po zalogowaniu.

Dane przykładowe. Otwórz zrzut w pełnym rozmiarze.

Krok po kroku

01 / Zapisz konkretny objaw

Zanotuj numer zamówienia, kanał, przybliżoną godzinę i oczekiwany wynik. Określ, czy brakuje importu, aktualizacji statusu, faktury, etykiety czy wiadomości. Sprawdź, że oglądasz właściwą firmę i nie ukrywasz rekordu filtrem lub zakresem dat.

02 / Sprawdź punkt początkowy

Otwórz źródłowy sklep lub marketplace i potwierdź istnienie zamówienia oraz jego stan. Następnie wyszukaj je w NavyFlame. Porównaj identyfikator i czas. Pozwala to oddzielić brak danych wejściowych od problemu kolejnego etapu obsługi.

03 / Otwórz Monitoring integracji

Przejrzyj stan konfiguracji, aktywne przepływy i ostatnią aktywność. Użyj Odśwież, aby pobrać aktualny widok. Aktywna konfiguracja informuje o jej stanie, ale sama nie potwierdza sukcesu konkretnego importu. Sprawdź wynik odpowiadający badanemu zdarzeniu.

04 / Przejrzyj Historię webhooków

Gdy proces korzysta z webhooków, przejdź do Historii webhooków i zawęż źródło oraz status. Otwórz szczegóły pasującego wpisu. Jeśli połączenie pobiera dane okresowo, brak webhooka nie jest sam w sobie błędem; wtedy szukaj wyniku odpowiedniej synchronizacji.

05 / Sprawdź Kolejkę błędów

W Kolejce błędów (DLQ) wybierz źródło i przeczytaj szczegóły wpisu. Ustal, czy trzeba poprawić dane, konfigurację lub dostęp do usługi. Dopiero po usunięciu przyczyny użyj Ponów dla konkretnego elementu i obserwuj jego nowy wynik.

06 / Sprawdź dziennik właściwego modułu

Dla reguł otwórz Wykonania automatyzacji, dla poczty logi e-mail, a dla dokumentów przetwarzanie fakturowania. Dla nadania wejdź w szczegóły przesyłki. Dopasuj identyfikator zamówienia i czas zamiast wybierać pierwszy czerwony wpis z innego procesu.

07 / Rozróżnij dane i dostęp

Brak pola adresu lub błędny kod produktu popraw w danych procesu. Wygaśnięte połączenie sprawdź w Integracjach zgodnie z instrukcją dostawcy. Przy limicie lub chwilowej niedostępności zewnętrznego API przeczytaj komunikat o ponowieniach. Wielokrotne klikanie zwykle nie usuwa przyczyny.

08 / Sprawdź rezultat przed ponowieniem

Jeśli operacja dotyczy dokumentu, etykiety lub wysłanej wiadomości, sprawdź także system docelowy. Ustal, czy efekt już powstał mimo przerwanej odpowiedzi. Ponów dopiero właściwy etap dostępny w panelu, a potem zweryfikuj jego wynik od początku do końca.

09 / Przekaż wsparciu użyteczny opis

W Wsparciu podaj oczekiwany i faktyczny rezultat, numer zamówienia, kanał, czas oraz identyfikator błędu lub wykonania. Dołącz zrzut bez kluczy, haseł i zbędnych danych klienta. Wskaż, co już sprawdzono i czy proces działa dla innych zamówień.

Warto ustawić i zapamiętać

Typowa kolejność sprawdzania to źródło, zamówienie w NavyFlame, odpowiedni proces i system docelowy.

Ustal jedną osobę przeglądającą nowe błędy na początku dnia oraz po zmianie konfiguracji.

Na co uważać

Nie wyłączaj ważnej reguły tylko dlatego, że ma wynik niedopasowany. To prawidłowy rezultat dla zamówienia niespełniającego warunków.

Pusta kolejka błędów nie jest dowodem działania wszystkich integracji. Potwierdź świeży wynik konkretnego procesu.

Rezultat do sprawdzenia

Potrafisz wskazać etap problemu, bezpiecznie użyć dostępnego ponowienia i przekazać wsparciu dane potrzebne do dalszej diagnozy.

Przejdź do panelu i materiałów

Zobacz monitoring

Zobacz kolejkę błędów

Ten rozdział w wersji online

ROZDZIAŁ 18

18. API, webhooki i kontrola dostępu

Gdy gotowe połączenia nie obejmują całego procesu, przygotuj świadomy dostęp dla własnej integracji. Uporządkuj także członków firmy i sposób reagowania na problem z dostępem lub danymi.

Przed przygotowaniem własnej integracji | Właściciel konta i osoba techniczna wdrażająca połączenie

Co zyskujesz

Rozwijasz proces o dodatkowe narzędzia, zachowując widoczność tego, kto i do czego ma dostęp. Zakres integracji jest jasno określony.

Krok po kroku

01 / Najpierw opisz potrzebę

Zapisz, jakie dane chcesz odczytywać lub zmieniać i w którym systemie ma powstawać rezultat. Sprawdź dostępne Integracje oraz Przepływy danych. Własne API ma sens, gdy rozwiązuje konkretny brak, a nie powiela już działające połączenie.

02 / Otwórz Konto i Klucze API

Przejdź do ustawień kluczy API. Jeśli widzisz ograniczenie dostępu, sprawdź uprawnienia i dostępność funkcji dla firmy. Przeczytaj opis zakresów. Osoba tworząca połączenie powinna wiedzieć, jakie operacje rzeczywiście udostępnia API, zanim otrzyma klucz.

03 / Utwórz osobny nazwany klucz

Kliknij tworzenie klucza. Nadaj nazwę wskazującą zastosowanie, np. „Raport magazynowy”, i zaznacz potrzebne zakresy. Dla odczytu nie wybieraj zbędnych uprawnień zapisu. Oddzielne klucze ułatwiają późniejsze wyłączenie konkretnego połączenia bez zatrzymywania pozostałych.

04 / Zachowaj klucz w przeznaczonym miejscu

Po utworzeniu skopiuj klucz z okna i zapisz go w bezpiecznej konfiguracji własnej integracji. Nie umieszczaj go w opisie zgłoszenia, publicznym repozytorium ani zrzucie ekranu. Lista pozwala zarządzać kluczami, ale nie zastępuje sposobu przechowywania sekretów aplikacji.

05 / Sprawdź jedną operację

Z osobą techniczną wykonaj mały odczyt zgodnie z dokumentacją dostępnego API. Potwierdź właściwą firmę, pola i zakres uprawnień. Zapis oceniaj na kontrolowanym przykładzie, z jasnym oczekiwanym wynikiem. Potem otwórz zmieniony rekord w panelu.

Sprawdź: Połączenie wykonuje potrzebną operację i wynik odpowiada rekordowi w NavyFlame.

06 / Dodaj webhook dla konkretnego zdarzenia

W sekcji Webhooki wybierz dodawanie webhooka. Wskaż zdarzenie z dostępnej listy i adres HTTPS własnego odbiornika. Zachowaj otrzymany sekret i przekaz osobie implementującej weryfikację wiadomości. Nie zapisuj przypadkowego adresu, który nie potrafi obsługiwać zdarzenia.

07 / Sprawdź dostarczenia

Przy webhooku użyj Wyślij test, następnie Historia dostaw. Porównaj wynik z logiem odbiornika. Własna aplikacja powinna poprawnie obsłużyć ponowną dostawę tego samego zdarzenia. Sprawdź również pierwsze rzeczywiste zdarzenie obsługiwane przez połączenie.

08 / Przejrzyj członków i uprawnienia

W Konto, Członkowie sprawdź osoby mające dostęp do firmy. Dopasuj ich role do obowiązków i usuń niepotrzebny dostęp zgodnie z organizacją zespołu. Pracownik pakujący i integracja techniczna nie muszą mieć takich samych możliwości jak właściciel.

09 / Ustal sposób odtworzenia danych ze wsparciem

Panel użytkownika nie udostępnia opisanej tutaj konsoli samodzielnego tworzenia i przywracania kopii zapasowych. W Wsparciu ustal procedurę dla swojej usługi, potrzebny zakres oraz kontakt osoby decyzyjnej. Historia reguł pozwala odtworzyć ich wersję, lecz nie jest kopią całej firmy.

10 / Prowadź krótką listę połączeń

Zapisz nazwę integracji, opiekuna, używany klucz, zakres i miejsce sprawdzania błędów. Po zmianie pracownika lub narzędzia przejrzyj dostęp. Gdy wyłączasz nieużywany klucz lub webhook, potwierdź, że właściwe połączenie przestało działać, a pozostałe nadal pracują.

Warto ustawić i zapamiętać

Nadawaj kluczom i webhookom konkretne przeznaczenie. Po kilku miesiącach nazwa „test” nie wyjaśni, co przestanie działać po usunięciu.

Do zgłoszenia problemu z API wystarcza nazwa połączenia i identyfikator operacji. Sekret nie pomaga w opisie objawu.

Na co uważać

Nie utożsamiaj dostępu do panelu infrastruktury z samodzielnym zarządzaniem kopiami danych. Korzystaj z uzgodnionej procedury wsparcia.

Nie zakładaj, że klucz udostępnia każdą funkcję interfejsu. Sprawdź dostępne operacje i zakresy API.

Rezultat do sprawdzenia

Masz nazwane połączenia, sprawdzony zakres dostępu i ustalony sposób postępowania w razie potrzeby odtworzenia danych.

Przejdź do panelu i materiałów

[Zobacz zarządzanie API w demo](#)

[Zobacz członków firmy](#)

[Ten rozdział w wersji online](#)

ROZDZIAŁ 19

19. Twój plan pierwszych siedmiu dni

Uruchamiaj NavyFlame w kolejności, która daje sprawdzony wynik po każdym etapie. Siedem dni to propozycja organizacji pracy, którą dopasujesz do liczby kanałów i gotowości danych.

Siedem etapów wdrożenia we własnym tempie | Właściciel i osoby odpowiedzialne za wdrożenie w firmie

Co zyskujesz

Zamiast konfigurować wszystko naraz, budujesz działający proces od zamówienia do obsługi posprzedażowej. Widzisz, gdzie system realnie oszczędza pracę Twojego zespołu.

Krok po kroku

01 / Dzień 1: poznaj konto i wybierz pierwszy kanał

Sprawdź dane firmy, zaproś osoby potrzebne do wdrożenia i nadaj role. Przejdź przez demo, a potem podłącz jeden rzeczywisty kanał. Zapisz cele: które czynności są dziś ręczne, kto je wykonuje i jaki wynik chcesz poprawić.

Sprawdź: Potrafisz znaleźć pierwsze zaimportowane zamówienie i osobę odpowiedzialną za każdy etap.

02 / Dzień 2: uporządkuj produkty i stany

Wybierz niewielką reprezentatywną grupę produktów. Sprawdź SKU, kody, warianty, zdjęcia, koszty i powiązania ofert z magazynem. Przygotuj lokalizacje oraz sprawdź stan fizyczny. Zidentyfikowane duplikaty wyjaśnij przed masową publikacją i synchronizacją dostępności.

Sprawdź: Towar w zamówieniu odpowiada właściwemu produktowi i zapasowi.

03 / Dzień 3: przejdź pełne zamówienie

Na jednym zamówieniu sprawdź płatność, dane klienta, statusy i dokument sprzedaży. Ustal, które statusy są robocze, a które potwierdzają zakończony etap. Przygotuj foldery pomagające zespołowi odróżnić standardową realizację od wyjątków.

Sprawdź: Osoba obsługująca zamówienie wie, co oznacza każdy wykorzystywany status.

04 / Dzień 4: uruchom wysyłkę i pakowanie

Podłącz kuriera, przygotuj pierwszy szablon i drukarkę. Przejdź kompletowanie jednej paczki, utworzenie etykiety i jej wydruk. Następnie sprawdź małą serię. Zmierz orientacyjny czas na paczkę i zapisz, gdzie pakujący nadal musi poprawiać dane.

Sprawdź: Fizyczna paczka, etykieta i numer śledzenia są ze sobą zgodne.

05 / Dzień 5: włącz pierwszą automatyzację

Wybierz powtarzalny przypadek, np. przenoszenie opłaconych zamówień do folderu. Zapisz szkic, sprawdź zamówienie pasujące i niepasujące, opublikuj oraz zobacz realne wykonanie. Dodaj sprawdzony e-mail tylko wtedy, gdy znasz już jego nadawcę, odbiorcę i treść.

Sprawdź: Masz wynik wykonania, a nie jedynie zapisaną konfigurację.

06 / Dzień 6: przygotuj obsługę wyjątków

Przejdź z zespołem wiadomości, zwroty, reklamacje i przyjęcie zwróconego towaru. Wyznacz właściciela sprawy i sposób przekazywania jej do magazynu. Sprawdź Monitoring oraz pokaż, gdzie szukać informacji o niedostarczonym e-mailu, dokumencie lub przesyłce.

Sprawdź: Pracownik potrafi wskazać następny krok dla błędu i otwartej sprawy klienta.

07 / Dzień 7: oceń wynik i rozszerz zakres

Otwórz raporty, porównaj kilka rzeczywistych zamówień i zanotuj usprawnienia. Zdecyduj, czy kolejnym krokiem będzie następny kanał, hurtownia, reguła czy grupa ofert. Rozszerzaj działający schemat dopiero wtedy, gdy pierwszy zakres ma wyjaśnione błędy.

Sprawdź: Zespół zna priorytet kolejnego etapu i miarę jego powodzenia.

08 / Codziennie: rozpocznij od wyjątków

Sprawdź nowe błędy integracji, nieudane wykonania i wiadomości wymagające odpowiedzi. Przeglądaj najstarsze zamówienia oczekujące na realizację, problemy płatności oraz brakujące etykiety lub dokumenty. Potwierdź nadanie gotowych paczek. Na koniec dnia przekaz otwarte sprawy konkretnej osobie.

09 / Co tydzień: popraw jedną rzecz w procesie

Przejrzyj sprzedaż, koszty, rekomendacje cen i powtarzalne przyczyny zwrotów. Sprawdź próbki stanów oraz działanie aktywnych reguł. Wybierz jedną czynność do uproszczenia, wprowadź zmianę i oceń rezultat. Okresowo przejrzyj także członków firmy, klucze i nieużywane integracje.

10 / Podejmij decyzję na podstawie własnej pracy

W demo wybierz trzy procesy ważne dla Twojej firmy i przejdź je według tego przewodnika. Następnie porównaj dostępne plany i sprawdź potrzebne integracje. Jeśli chcesz wdrożyć NavyFlame, rozpocznij od konta i pierwszego kanału, dla którego potrafisz ocenić konkretny efekt.

Warto ustawić i zapamiętać

Mierz proste rzeczy: czas obsługi paczki, liczbę ręcznych poprawek, otwarte wyjątki i terminowe odpowiedzi. Tak łatwiej ocenić wartość wdrożenia.

Spisz krótką firmową wersję procesu z nazwami Waszych folderów, statusów i osób. Przewodnik będzie wtedy punktem odniesienia przy szkoleniu kolejnego pracownika.

Na co uważać

Terminy etapów są propozycją planu, nie obietnicą zakończenia każdego wdrożenia w tydzień. Dostęp do kont dostawców i jakość danych wpływają na tempo.

Nie zwiększaj liczby aktywnych reguł, dopóki nie umiesz wyjaśnić wyniku pierwszej.

Rezultat do sprawdzenia

Masz własny rytm pracy w NavyFlame, potwierdzone najważniejsze przepływy i konkretny plan dalszego rozwoju sprzedaży.

Przejdź do panelu i materiałów

[Przejdź swój proces w demo](#)

[Porównaj plany NavyFlame](#)

[Założ konto](#)

[Ten rozdział w wersji online](#)

ODHACZAJ PO SPRAWDZENIU WYNIKU

Checklista gotowości do pracy

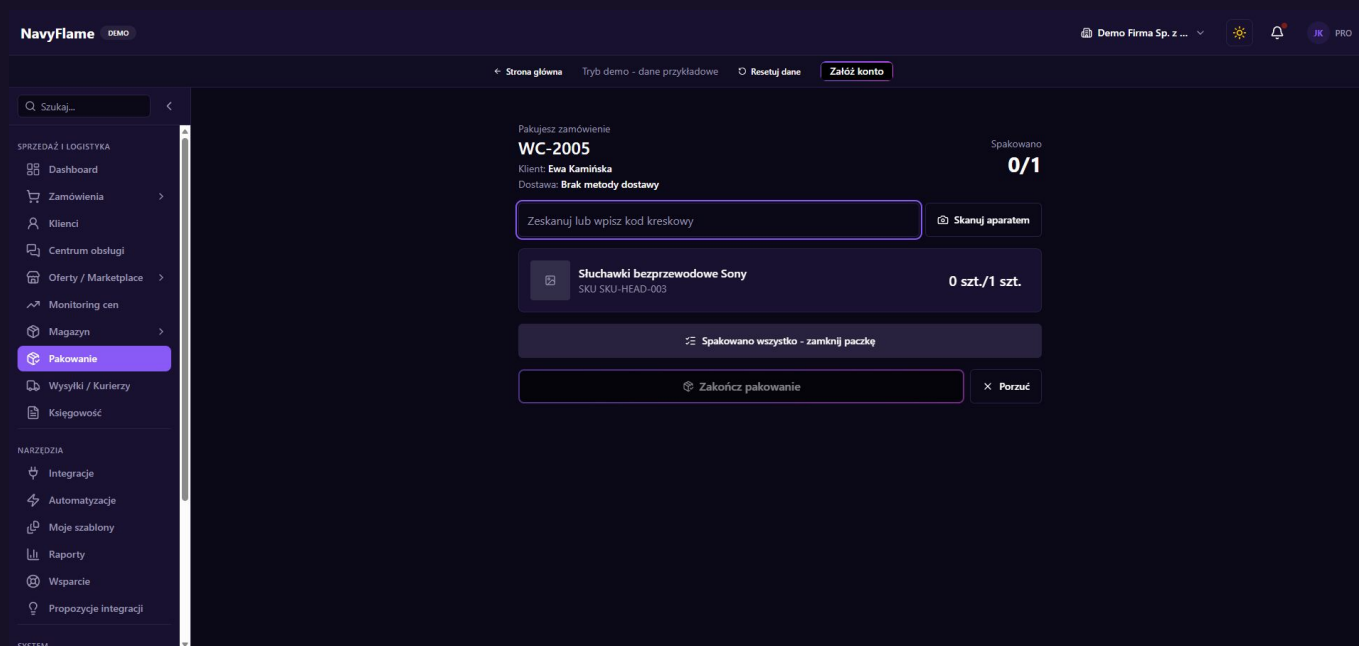
Zaznacz pole dopiero po sprawdzeniu rezultatu na swoim koncie. Listę możesz też prowadzić w interaktywnym przewodniku online.

- ☐ Od obejrzenia panelu do własnego konta
- ☐ Ułóż pulpit pod codzienną pracę
- ☐ Ustaw firmę, użytkowników i dostęp
- ☐ Podłącz pierwszy kanał sprzedaży
- ☐ Przenieś katalog i historię bez chaosu
- ☐ Uporządkuj magazyn, SKU i dostępność
- ☐ Przygotuj oferty, ceny i publikację
- ☐ Poprowadź zamówienie od wpływu do realizacji
- ☐ Połącz księgowość i ustaw dokumenty
- ☐ Wysyłki, kurierzy i etykiety gotowe do pracy
- ☐ Stanowisko pakowania krok po kroku
- ☐ Automatyzacje, które porządkują pracę zespołu
- ☐ Wiadomości i e-maile, które pomagają klientowi
- ☐ Zwroty, reklamacje i spokojna obsługa spraw
- ☐ Hurtownie, dostawy i kontrola rzeczywistego zapasu
- ☐ Raporty i ceny pod Twoją kontrolą
- ☐ Monitoring i rozwiązywanie problemów bez zgadywania
- ☐ API, webhooks i kontrola dostępu
- ☐ Twój plan pierwszych siedmiu dni

SPRAWDŹ NAVYFLAME NA SWOIM PROCESIE

Twoje zamówienia mogą mieć prostszą drogę do klienta.

Wybierz sklep lub marketplace, system księgowy i sposób wysyłki. Połącz je w jeden działający proces. W miarę porządkowania pracy dodawaj kolejne automatyzacje i kanały sprzedaży.



Poznaj panel w demo

Załącz konto NavyFlame

Sprawdź aktualne plany

Porozmawiajmy o migracji

Aktualna instrukcja: navyflame.com/przewodnik