Lipiec 2026 r. – aktualizacje M2E Cloud: ustawienia stawek VAT dla serwisów eBay i Amazon, nowe opcje synchronizacji z Kauflandem i nie tylko

Miesięczny przegląd M2E · https://docs.m2ecloud.com/pl/docs/aktualizacje-m2e-cloud/

Sprzedaż wielokanałowa wiąże się z koniecznością stosowania różnych opcji cenowych, zasad dotyczących podatku VAT oraz szczegółów ofert. Dzięki aktualizacjom wprowadzonym w tym miesiącu zarządzanie tymi kwestiami w M2E Multichannel Connect stało się łatwiejsze.

Zapoznaj się szczegółowo z każdą nową funkcją i dowiedz się, jak z niej korzystać.

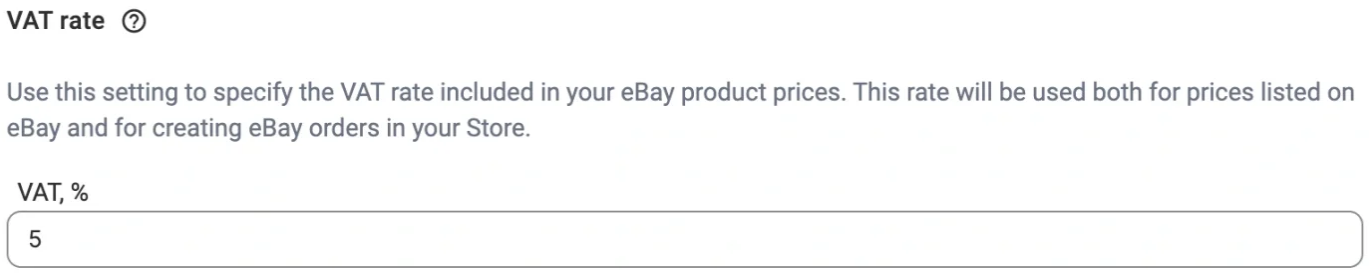
Co nowego w M2E Cloud

Ustal stawkę VAT dla zamówień z serwisów eBay i Amazon w Europie

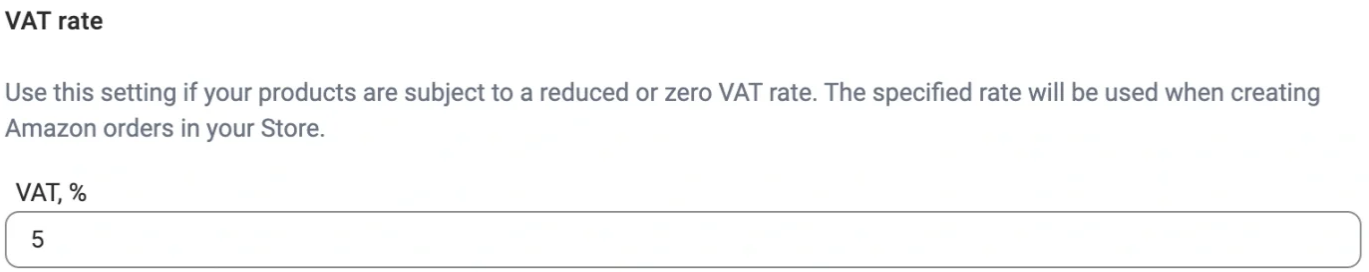
Gdy interfejs API kanału nie przekazuje wraz z zamówieniem kwoty i stawki VAT, M2E stosuje standardową stawkę VAT obowiązującą w kraju kupującego podczas tworzenia zamówienia w Twoim sklepie. Rozwiązanie to sprawdza się w przypadku produktów objętych standardową stawką, ale nie w przypadku tych, które kwalifikują się do stawki obniżonej lub zerowej.

Jeśli sprzedajesz produkty objęte obniżoną stawką VAT lub zwolnione z podatku, możesz teraz określić obowiązującą stawkę dla swoich ofert i zamówień za pomocą M2E Multichannel Connect.

eBay. W Zasadach sprzedaży w serwisie eBay należy skorzystać z pola **stawka VAT**, aby określić, czy ceny produktów w serwisie eBay zawierają podatek VAT. Stawka ta ma zastosowanie zarówno do cen produktów w serwisie eBay, jak i do zamówień z serwisu eBay tworzonych w Twoim sklepie.



Amazon. W Zasadach sprzedaży na Amazon znajduje się nowa sekcja **Niestandardowa stawka VAT**, w której można wprowadzić stawkę, która będzie stosowana przy tworzeniu zamówień Amazon w Twoim sklepie.



Jeśli w przypadku serwisów eBay i Amazon pozostawisz pole stawki VAT puste, M2E zastosuje stawkę standardową w zależności od kraju kupującego.

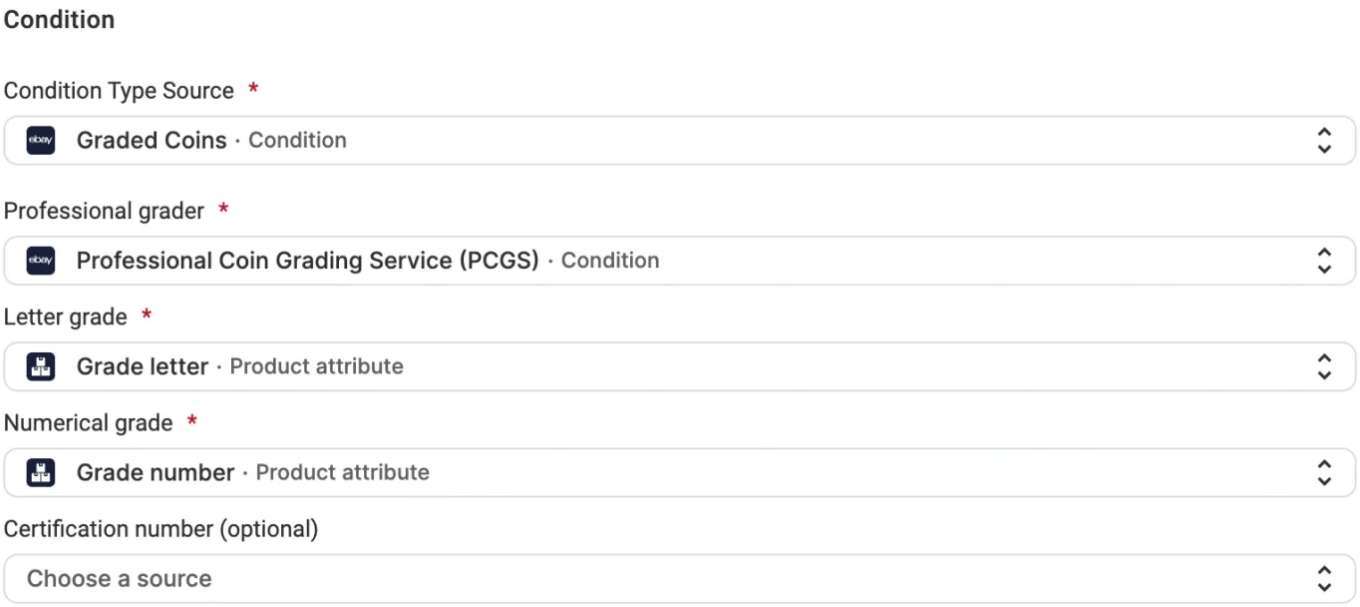
> ℹ W serwisie eBay, po wprowadzeniu stawki VAT dla danego produktu, można ją zmienić na inną wartość, ale nie można jej całkowicie usunąć.

Podaj szczegóły dotyczące stanu monet w ofertach na eBay US

Jeśli sprzedajesz monety kolekcjonerskie w serwisie eBay US, ta informacja jest dla Ciebie.

Serwis eBay wprowadził system oceny stanu zachowania dla kategorii monet kolekcjonerskich, takich jak **Monety: USA, Świat, Kanada, Starożytne** oraz **Średniowieczne**. Ogłoszenia w tych kategoriach muszą teraz zawierać szczegółowe informacje o stanie zachowania zarówno monet ocenionych, jak i nieocenionych. Brak tych informacji grozi zablokowaniem, ukryciem lub usunięciem ogłoszenia z serwisu eBay.

Możesz dodać te informacje w sekcji **Stan** w Zasadach dotyczących opisów w serwisie eBay (*Ustawienia > Zasady*). Aktualizując swoje aukcje w serwisie eBay, zapewnisz ich zgodność z zasadami i zapobiegniesz błędom w aukcjach.



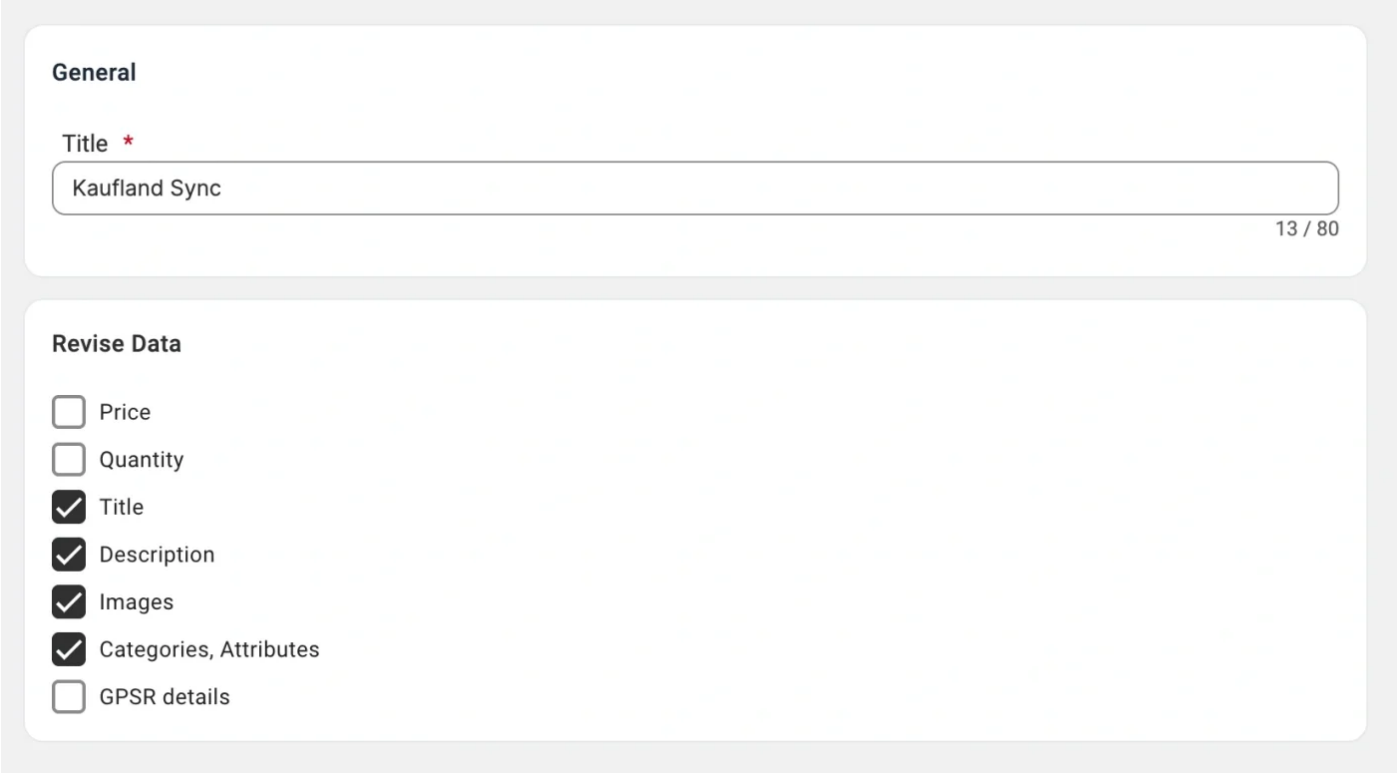
Zobacz więcej szczegółów o produkcie na stronie Kaufland

Dzięki zasadzie synchronizacji M2E możesz automatycznie aktualizować szereg danych ofert w serwisie Kaufland z podłączonego sklepu, w tym cenę, ilość oraz szczegóły dotyczące GPSR. W tym miesiącu dodaliśmy kolejne opcje:

- Tytuł
- Opis
- Zdjęcia
- Kategorie i atrybuty

Oznacza to, że możesz ponownie wykorzystać treści dotyczące produktów w swoim sklepie, aby zapewnić spójność i aktualność ofert w serwisie Kaufland. Na przykład, gdy zaktualizujesz opis produktu w katalogu, M2E zsynchronizuje tę zmianę z ofertami w serwisie Kaufland, które korzystają z tej polityki.

Aby włączyć tę funkcję, przejdź do Polityki synchronizacji Kaufland (*Ustawienia* > *Polityki*) i zaznacz pola wyboru obok pól, które chcesz aktualizować automatycznie.

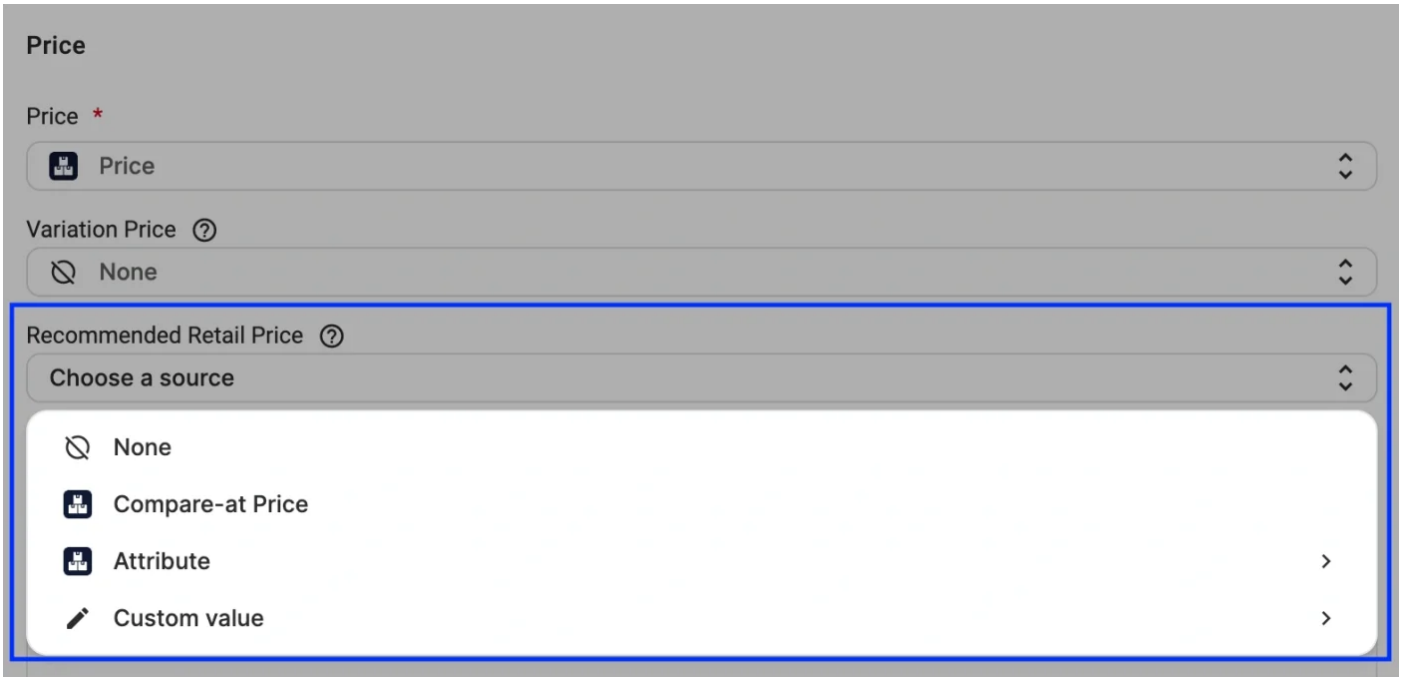


Ustal zalecaną cenę detaliczną dla OTTO

Teraz można określić sugerowaną przez producenta cenę detaliczną (znaną w Niemczech jako „Unverbindliche Preisempfehlung” lub UVP) dla ofert w serwisie OTTO. Jest to cena sugerowana przez producenta, zazwyczaj wyższa od ceny sprzedawcy, dlatego serwis OTTO wyświetla ją jako cenę przekreśloną, aby kupujący mogli wyraźnie dostrzec oszczędność.

Aby określić sugerowaną cenę detaliczną:

1. Otwórz Zasady sprzedaży w OTTO (*Ustawienia* > *Zasady*).
2. Znajdź pole **Zalecana cena detaliczna** w sekcji *Cena*.
3. Wybierz atrybut sklepu lub metapole albo wprowadź własną wartość dla ceny przekreślonej.



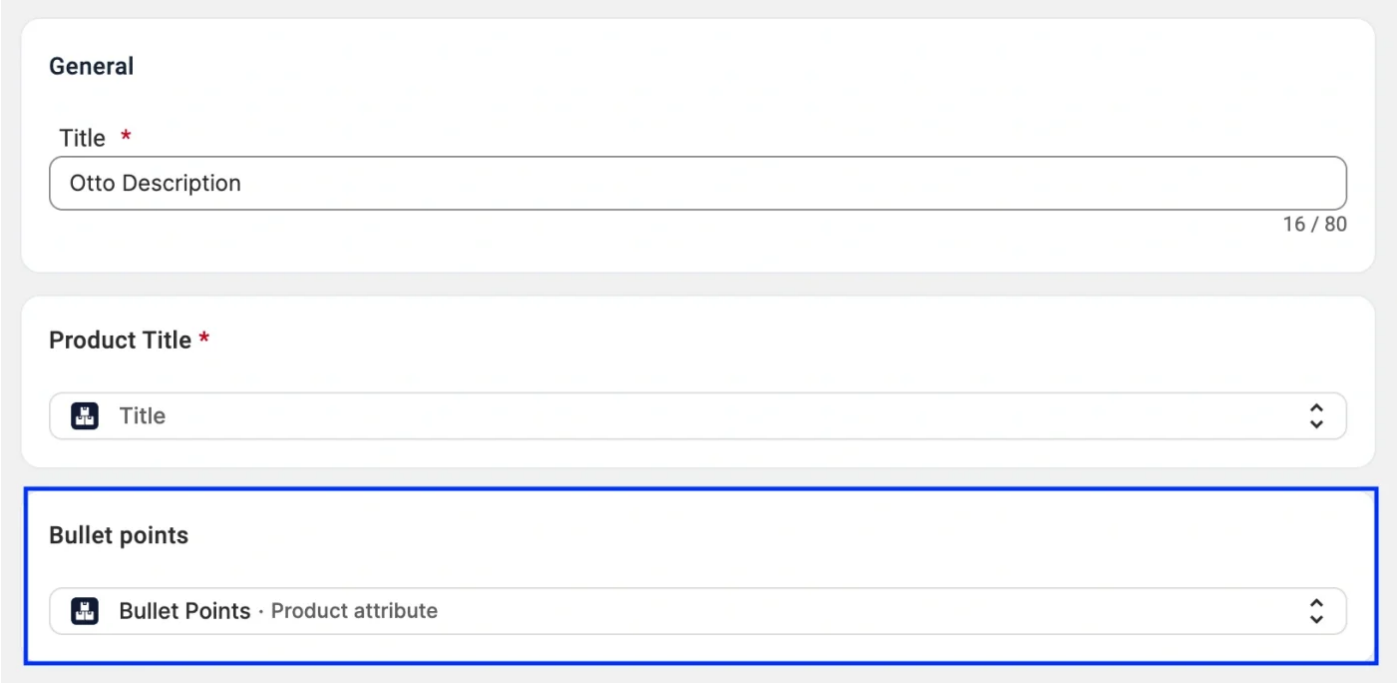
ℹ W większości przypadków należy wybrać atrybut, którego Twój sklep używa do określenia ceny pierwotnej lub ceny przed rabatem, na przykład *Compare-at Price* w Shopify, *MSRP (Retail Price)* w BigCommerce, *Regular Price* w WooCommerce i tak dalej.

Dodaj punkty do ofert w serwisie OTTO

Punkty wypunktowane pojawiają się w górnej części karty produktu w systemie OTTO i pomagają kupującym szybko zapoznać się z najważniejszymi cechami. Teraz możesz je zdefiniować w swojej polityce opisów M2E.

Wprowadź informacje, które chcesz wyróżnić w swoich ofertach na OTTO, w jeden z dwóch sposobów:

- **Zapisz metapole lub atrybut.** Możesz wybrać jeden atrybut. Jeśli atrybut ten zawiera kilka wartości oddzielonych przecinkiem (,) lub średnikiem (;), każda z tych wartości zostanie wyświetlona w serwisie OTTO jako osobna pozycja na liście.
- **Wartość niestandardowa.** Każda wpisana wartość stanie się osobnym punktem.

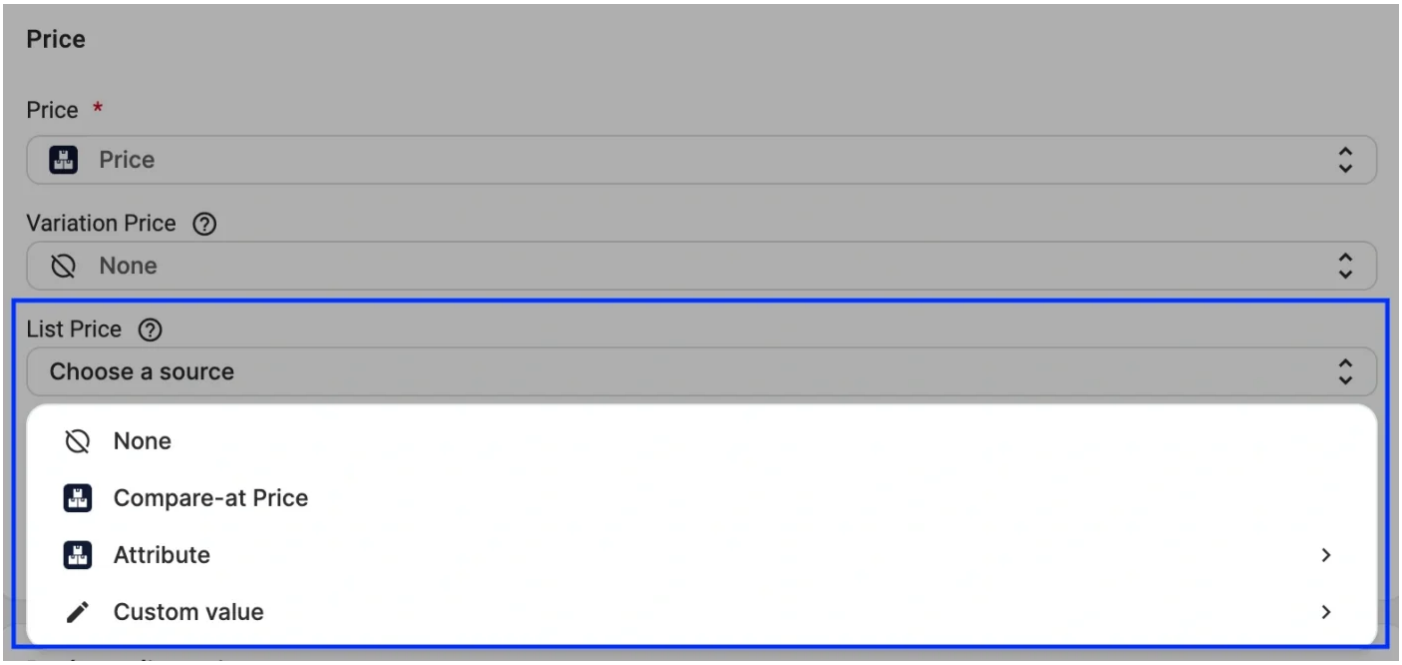


Ustal cenę katalogową dla TikTok Shop w Stanach Zjednoczonych

Teraz możesz ustawić cenę katalogową dla swoich ofert w TikTok Shop US. Jest to pierwotna lub zalecana cena detaliczna produktu. Gdy cena katalogowa jest wyższa od ceny sprzedaży, TikTok Shop może wyświetlić ją jako przekreśloną, co jasno pokazuje kupującym wysokość rabatu.

Aby określić cenę katalogową:

1. Otwórz Zasady sprzedaży w TikTok Shop (*Ustawienia* > *Zasady*).
2. Znajdź pole **Cena katalogowa** w sekcji *Cena*.
3. Wybierz atrybut sklepu lub metapole albo wprowadź własną wartość dla ceny przekreślonej.



ℹ W większości przypadków należy wybrać atrybut, którego Twój sklep używa do określenia ceny pierwotnej lub ceny przed rabatem, na przykład *Cena porównawcza* w Shopify, *MSRP (cena detaliczna)* w BigCommerce, *Cena standardowa* w WooCommerce i tak dalej.

Zmiana ilości przed sprzedażą w serwisie Temu

Kilka miesięcy temu wprowadziliśmy funkcję zarządzania zamówieniami w ramach przedsprzedaży w serwisie Temu. Przedsprzedaż pozwala na dalszą sprzedaż produktu, nawet gdy jego aktualny stan magazynowy wynosi 0, w sytuacji, gdy spodziewasz się wkrótce uzupełnić zapasy. Klienci nadal mogą składać zamówienia, a Ty realizujesz je po uzupełnieniu zapasów.

Teraz M2E może korygować ilość w przedsprzedaży. Korzysta przy tym z tego samego źródła, co w przypadku zwykłych zapasów – z reguł dotyczących *ilości* określonych w zasadach sprzedaży. Jeśli produkt jest w przedsprzedaży, ilość ta jest traktowana jako ilość w przedsprzedaży; w przeciwnym razie jest traktowana jako ilość standardowa.

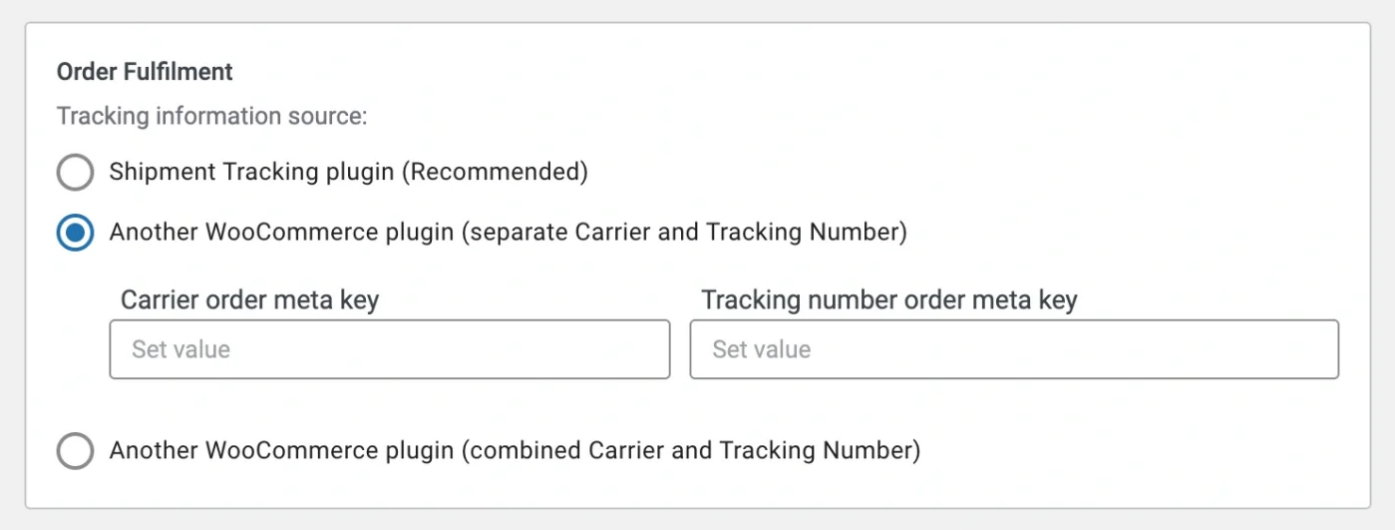
ℹ Aby umożliwić M2E zmianę ilości przed sprzedażą, upewnij się, że opcja *Ilość* jest włączona w Twojej polityce synchronizacji Temu.

Ustawianie pól meta dotyczących śledzenia przesyłek i kolejności przewoźników w WooCommerce

Domyślnie zamówienia w WooCommerce nie zawierają pól na dane dotyczące przewoźnika i śledzenia przesyłki, więc sprzedawcy korzystają z wtyczek, aby je dodać. Do tej pory M2E obsługiwało wtyczkę Shipment Tracking. Teraz, dzięki odczytywaniu metadanych zamówienia, M2E może współpracować praktycznie z każdą wtyczką do śledzenia przesyłek.

Aby to skonfigurować, przejdź do *Ustawienia* > *Zamówienia* > *Realizacja zamówień*. Wybierz opcję odpowiadającą innej wtyczce WooCommerce, w zależności od tego, w jaki sposób ta wtyczka przechowuje dane:

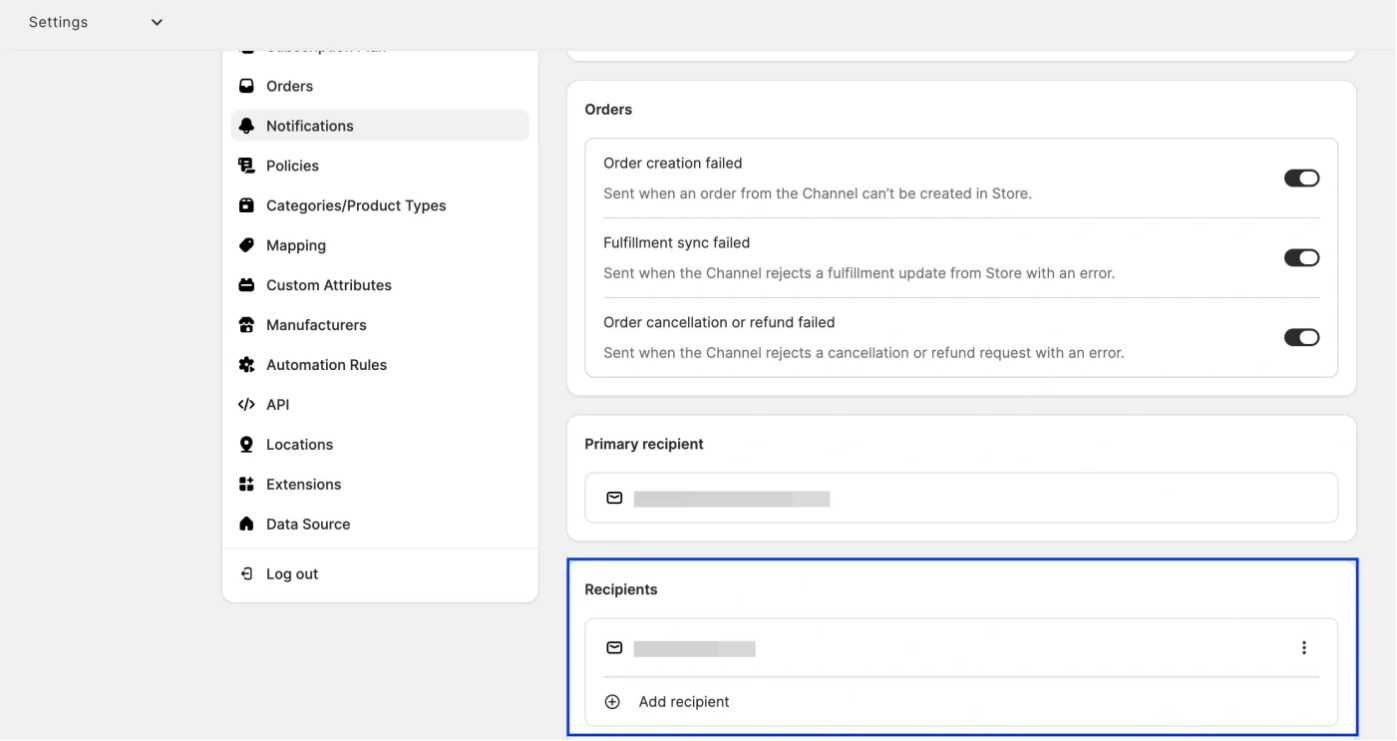
- Jeśli Twoja wtyczka przechowuje dane przewoźnika i numer przesyłki **osobno**, wprowadź **klucz meta zamówienia „Przewoźnik”** oraz **klucz meta zamówienia „Numer przesyłki”**.
- Jeśli dane są przechowywane w **jednym polu**, wprowadź ten jeden **klucz meta zamówienia**.



Dodaj odbiorców powiadomień

Do tej pory wiadomości e-mail z powiadomieniami dotyczącymi konta i zamówień były wysyłane wyłącznie do właściciela konta M2E, który często nie jest osobą korzystającą z aplikacji na co dzień. Teraz można dodać inne osoby jako odbiorców, dzięki czemu odpowiednia osoba otrzyma powiadomienia bez konieczności ręcznego przekazywania ich dalej.

W sekcji *Ustawienia* > *Powiadomienia* skorzystaj z sekcji **Odbiorcy**, aby dodać innych użytkowników, którzy powinni otrzymywać te wiadomości e-mail.

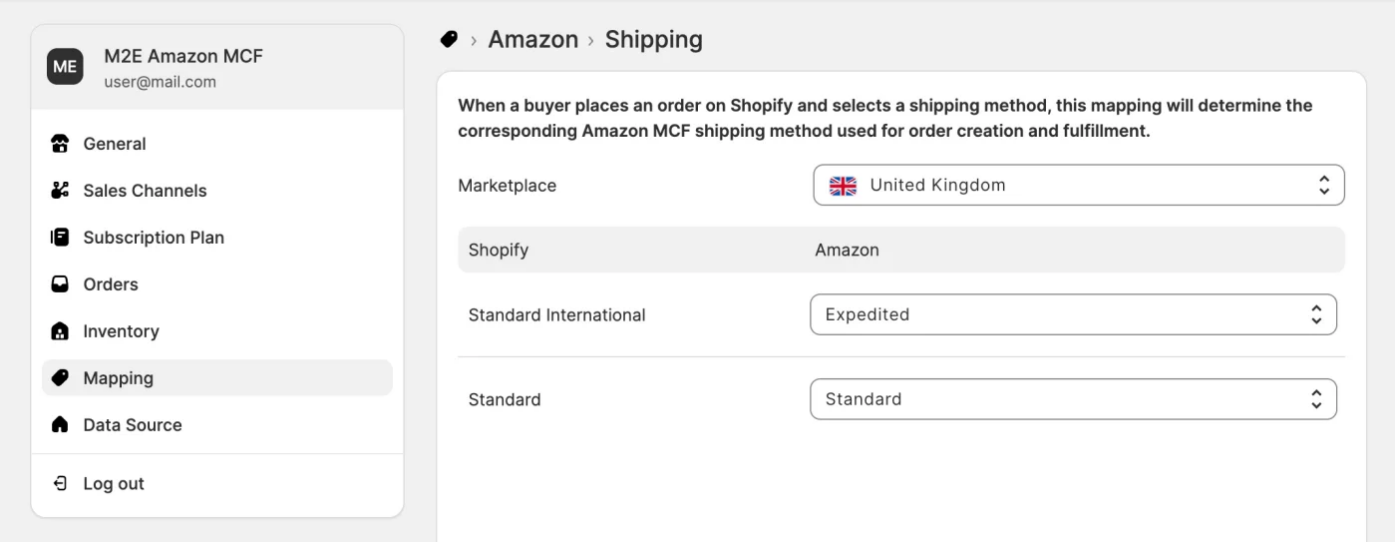


Przypisanie metod wysyłki w Amazon MCF / Walmart MCS

Jeśli korzystasz z aplikacji Amazon MCF / Walmart MCS dla Shopify, możesz teraz powiązać metody wysyłki swojego sklepu z metodami realizacji zamówień w systemach Amazon MCF lub Walmart MCS.

Skonfiguruj tę opcję w sekcji *Ustawienia* > *Mapowanie* > *Wysyłka* dla swojego konta Amazon lub Walmart. Gdy kupujący złoży zamówienie w Twoim sklepie Shopify i wybierze metodę wysyłki, to właśnie to mapowanie decyduje, która metoda Amazon MCF lub Walmart MCS zostanie wykorzystana do utworzenia i realizacji zamówienia.

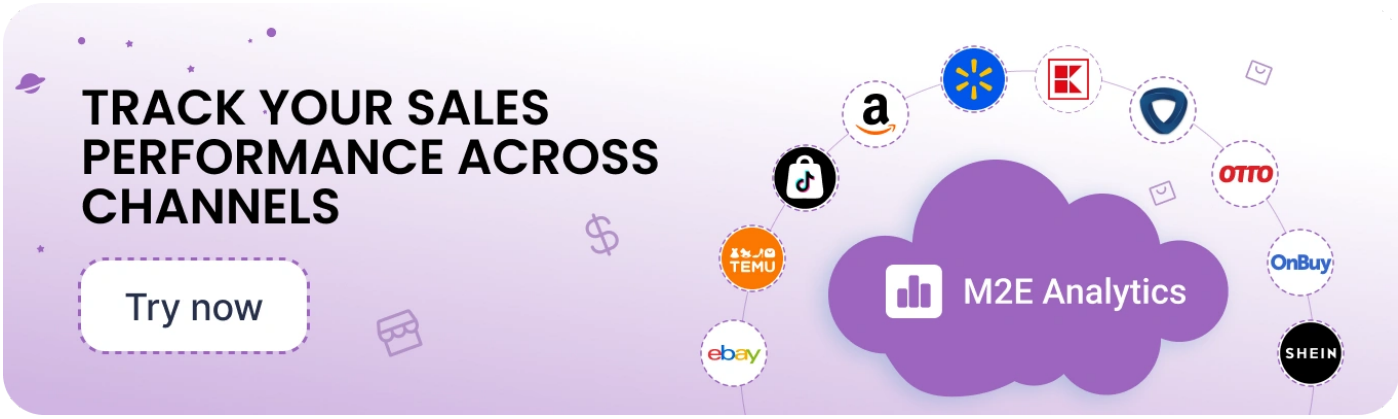
Jeśli nie ustawisz przypisania, wszystkie zamówienia będą domyślnie realizowane z wykorzystaniem standardowej wysyłki.



Analiza sprzedaży w większej liczbie kanałów

Aplikacja M2E Analytics obejmuje teraz więcej kanałów: **Kaufland**, **OTTO**, **OnBuy**, **Shein** oraz **Mirakl**. Dla użytkowników usługi M2E Multichannel Connect jest ona bezpłatna. Aplikacja pokazuje wyniki Twojej firmy na platformach handlowych – od sprzedaży i zysków po trendy dotyczące produktów i klientów.

Aby uzyskać dostęp do M2E Analytics, przejdź na stronę analytics.m2e.cloud i zaloguj się przy użyciu swojego profilu w serwisie M2E Accounts.



> Zapoznaj się zprzewodnikiem M2E Sales Analytics, aby dowiedzieć się, jakie dane z platform handlowych możesz śledzić za pomocą tej aplikacji.

Co dalej z M2E Cloud?

Opracowujemy nowe funkcje, które ułatwią Państwu sprzedaż wielokanałową:

- Obsługa zwrotów i refundacji zamówień z serwisów eBay i Amazon w Shopify

- Wystawianie produktów z wariantami na platformach handlowych Mirakl

---

To tyle na ten miesiąc – wkrótce pojawią się kolejne aktualizacje. W międzyczasie, jeśli potrzebujesz pomocy w zakresie którejkolwiek z tych funkcji, nasz zespół wsparcia chętnie Ci pomoże.