# E-commerce trendy 2016

25. listopadu 2015 / 15:00 / Galerie kavárny Louvre Národní 1987/22, 110 00 Praha 1

## Program akce

## Hlavní blok

**15:00 - 15:10** **Úvodní slovo**

Jakub Svoboda - Tyinternety.cz

**15:10 - 15:30** **Be Mobile**

Radek Sakáč - PPClick

Be Mobile - i jako relativně malý oborový e-shop můžete porazit giganty jako Mall.cz, Kasa.cz. Jak na to vám poradí Radek Sakáč s případovkou o Insportline.cz.

**15:35 - 15:55** **Logistické trendy v Evropě**

Pavel Včela - General Logistics Systems Czech Republic

5 nejčastějších dotazů E-shopů z oblasti přepravy. Kde začít? Na cílové zemi záleží, ale většinu problémů vyřeší zkušený přepravní partner za Vás. Co je podstatné a co je jen „šlehačka na dortu“?

**16:00 - 16:20** **Hýčkejte své návštěvníky. Budujte e-shop podle modelu STDC**

Iva Faiklová - Piccollo

Myslete jako váš zákazník a nabídněte mu na svém e-shopu to, co ho v danou chvíli zajímá. Přišel se podívat jen ze zvědavosti (See)? Nebo právě přemýšlí o nové bundě na hory (Think)? Už ví přesně, který batoh na své výlety od vás chce (Do)? Má vaši značku rád a je ochotný u vás nakoupit opakovaně (Coddle)? Vaším úkolem je oslovit každého z těchto lidí. A nedělat z nich přitom osla.

**16:25 - 16:55** **Coffee break**

**16:55 - 17:15** **Vytvářejte zážitek z nakupování díky klientskému centru**

Josef Říkovský - Home Credit

Customer care už dávno není jen telefonní ústředna, ale hub, který kombinuje práci krizového manažera, psychoterapeuta a PR specialisty. V ZOOT vznikla tento rok Social Care inspirovaná světovým gigantem KLM. Na Facebooku nebo Twitteru už dávno neodpovidají social media ninjové, ale zkušení operátoři. Osobní kontakt se z komunikace nevytrácí, protože telefon už dávno není jediné komunikační médium se zákazníkem: stylistka poradí přes Skype, nebo můžete reklamaci vyřídit přes WhatsApp.

**17:20 - 17:40** **Vliv obsahového marketingu na online byznys**

Martin Brixí - Tchibo Praha, spol. s r.o.

Vytvářet a publikovat digitální obsah se stává standardem marketingové komunikace většiny značek, pro e-Commerce hráče začíná být toto téma dokonce nutností. Jak ale vyhodnocovat takovou investici z pohledu prodejních i neprodejních KPIs?

**17:50 - 18:30** **Networking**