E-Business Akademie

18. října 2012 / 13:30 / City Green Court Hvězdova 1734/2c, 140 00 Praha 4

Program akce

Hlavní blok

13:00 - 13:30 **Začátek registrace**

13:30 - 13:35 **Zahájení semináře - úvodní slovo**

Petr Koubský - Deník N

13:40 - 14:00 **Co vše vás může v začátcích podnikání potkat a na co si dát pozor**

Oldřich Neuberger - Ilikeyou.com

14:00 - 14:30 **Právní minimum pro podnikání na internetu**

Jan Vetyška - Asociace pro elektronickou komerci (APEK)

V prezentaci se dozvíte základy práva, bez kterých se do podnikání raději ani nepouštějte. Každý si myslí, že tyto základy zná, ale většina dělá stále řadu stejných chyb a nebo si zákon vykládá špatně. Budeme se věnovat těmto oblastem:

• moment uzavření smlouvy po internetu
• odsoupení od smlouvy
• reklamace

14:30 - 15:00 **Správné vyhodnocování reklamních kampaní v Google Analytics**

Pavel Jašek - Google Czech Republic

I když Google Analytics měří 89 % českých e-shopů, ne všichni jsou schopni správně vyhodnocovat své reklamní kampaně. Ke všem marketingovým aktivitám nelze přistupovat s jedinou otázkou: "kolik konverzí přinesly", protože jejich cíle a umístění v rozhodovacím procesu zákazníků jsou diametrálně odlišné. Přednáška zmíní praktické odlišnosti při vyhodnocování zbožových srovnávačů, SEO, PPC, e-mailového marketingu a dalších kampaní. Zajímá vás, které metriky vám budou užitečné a které přítěží? Jak poznat dopady a přínosy kampaní, které nemusely návštěvníka ihned přimět ke konverzi? Jak v kampaních hledat nejlepší obchodní příležitosti? Proberou se také podstatné předpoklady pro vyhodnocení kampaně, abyste nemuseli za šéfem jít se slovy "sorry, neměřili jsme to dobře".

15:00 - 15:30 **Coffee break**

15:30 - 16:00 **Pavel Novák, CZ.NIC a Radim Ponert, CZ.NIC**

Jak může mojeID pomoci při řešení problémů e-shopů

Denně se setkáváme s provozovateli e-shopů a bavíme se s nimi o problémech, s nimiž se v každodenním provozu potýkají. Příliš vysoký poměr opouštěných košíků, nevyzvednuté zásilky a nevalidní kontaktní údaje jsou problémy, o nichž slýcháme nejčastěji. V naší přednášce vám ukážeme, jak může mojeID pomoci při řešení těchto problémů a jakým způsobem co nejlépe využít potenciál této služby pro váš byznys.

16:00 - 16:30 ## Jak si vybudovat a provozovat ziskový eshop

Petr Uttendorfský - oXyShop s.r.o

Objem tržeb v e-shopech dramaticky roste a téměř žádná oblast podnikání se bez něj dnes neobejde. Téměř každý che mít svůj vlastní eshop a všichni doufají, že jim bude vydělávat.
V přednášce si ukážeme, co vlastně můžeme od eshopu očekávat a co všechno by moderní eshop měl umět. Jak si vybrat svého dodavatele eshopu, co po něm chtít a jak ho kontrolovat. Nasazením eshopu práce zdaleka nekončí, jsme vlastně na začátku. Naznačíme, čemu se dále věnovat a na co si dát pozor, aby váš eshop nebyl v červených číslech.
Co se na prezentaci dozvíte?
• Základní informace nezbytné pro začátky s prodejem na internetu
• Jaké chyby dělá většina začátečníků
• Zjistíte, zda jste konkurenceschopní a jak na tom být ještě lépe
• Vysvětlíme si základní pojmy, které by každý e-shoper měl znát a umět s nimi pracovat
• Ukážeme si základní problémy, které vás čekají
• Prakticky si ukážeme, jak správně váš e-shop ovládat a spravovat jej
• Co by ve vašem novém e-shopu nemělo scházet!
To vše nebudeme probírat jen teoreticky, ale budeme názorně ukazovat přímo na příkladech. Z přednášky si odnesete užitečné a unikátní podklady, které vám předají část neocenitelného know-how odborníků ze společnosti oXy Online s.r.o.

16:30 - 17:00 ## Zákaznická péče na sociálních sítích

Jakub Křenek - Adison

„Customer care is the New Marketing!“ Motto už je to poměrně vousaté, nicméně sociální sítě mu vlily do žil nevídanou energii a váhu. Ano, změny v marketingové komunikaci vyvolané stále větším vlivem sociálních médií povýšily vztahy a dialog se zákazníky na jeden ze základů úspěchu. Čeští mobilní operátoři snad odpustí, není to nic osobního, ale právě oni mohou v tomto případě posloužit jako nevyčerpatelná studnice inspirace, jak to vypadá, když se komunikace se zákazníky na sociálních sítích nedělá dobře (povětšinou), a nebo naopak bravurně zvládá (občas se i zadaří). Co to tedy znamená, customer care na sociálních sítích? Co to všechno obnáší? Proč do toho jít a jaká mít očekávání? A jak vypadá peklo, kam vede cesta dlážděná neustále rostoucí důležitosti dříve tak malicherných stížností nespokojených zákazníků? Jak se z tohoto pekla dostat na stupně vítězů? Na tyto aktuální otázky i výhled do technologické i komunikační budoucnosti se pokusím odpovědět na základě bohatých zkušeností se sociální komunikací milovaných i nenáviděných značek (často obojí zároveň). A když ne úplně odpovědět, tak alespoň položit ty správné otázky.

17:00 - 18:00 ## Závěrečný networking za podpory společnosti oXy Online