

# E-Business Forum 2020

1. října 2020 / 9:00 / Cubex Centrum Praha Na Strži 2097/63, 140 00 Praha 4 Pankrác

## Program akce

<p>V tuto chvíli pro Vás zajišťujeme ty nejlepší řečníky, program budeme průběžně aktualizovat.</p>

### 9:00 - 9:15 **Zahájení konference**

Soňa Porupková

### 9:15 - 9:40 **E-commerce v době koronakrizy aneb jak se změnilo nákupní chování zákazníků v e-shopech napříč CEE regionem**

Tomáš Braverman - Heureka Group

Uspěla koronakrizy digitalizaci trhu? Přestanou mít kamenné obchody smysl? Zatloukla koronakrizy poslední hřebík do pomyslné rakve dobírkou? A jestli podle dat Češi pekli a šili roušky, co dělali během koronakrizy například Maďaři? Tomáš Braverman během své přednášky odpoví na obrovskou plejádu těchto a podobných otázek. Ve své prezentaci odhalí změny v kategoriích a jednotlivých segmentech, a to nejen v Česku a na Slovensku, ale napříč celou střední a východní Evropou. V souvislosti s nouzovým stavem a srovnáním s minulým rokem rozebere Tomáš všechny trendy a ukazatele spojené s online nakupováním, dotkne se také plateb v e-shopech nebo situaci mezi dopravci.

### 9:40 - 10:05 **Krizy v Alza.cz před i po Covidu**

Tomáš Havryluk - Alza.cz

Jakým způsobem fungují krizová opatření v Alza.cz? Jak vypadala před Covidem a jak zásadně se změnila během nástupu pandemie nemoci Covid-19, kdy se musela firma téměř ze dne na den vyrovnat s do té doby bezprecedentní situací? O tom všem bude vyprávět místopředseda představenstva Alzy Tomáš Havryluk.

### 10:05 - 10:30 **SIKO - úskalí a přínosy digitální transformace**

Tomáš Vala - SIKO koupelny & kuchyně

Tomáš Vala bude mluvit o těžkostech provázejících společnost SIKO na cestě za digitální transformací a také o tom, jak omnichannel přispěl v době „koronavirové krize“ k finanční stabilitě firmy.

### 10:30 - 10:55 **Od skupiny e-shopů po předního integrovaného hráče**

Oldřich Bajer - Mall Group

Oldřich Bajer představí cestu, kterou skupina MALL prošla za poslední tři roky. Co všechno se událo během cesty od velké integrace e-shopů bývalého E-commerce holdingu pod střechu MALL Group, až po spuštění MALL Pay, MALL.TV a dalších služeb? Zaměří se mimo jiné také na to, jak si stojí tento e-commerce holding na jednotlivých trzích a jaké příležitosti z toho vyplývají pro české obchodníky.

### 10:55 - 11:25 **Coffee break**

### 11:25 - 11:50 **Jízda na horské dráze aneb proměna e-commerce logistiky v krizi**

Simona Kijonková - Zásilkovna

Udržet funkční logistiku ve chvíli, kdy se v důsledku vládních nařízení situace mění z minuty na minutu, bylo mimořádně obtížné. Přepavní společnost Zásilkovna.cz musela čelit největší výzvě své desetileté historie. O tom, co vše to obnášelo a co si z toho odnesli do budoucnosti, promluví zakladatelka společnosti Simona Kijonková.

### 11:50 - 12:15 **(NEW) Real-time sdílená logistika: Case study z blízké budoucnosti**

Ondřej Krátký - Liftago

Škálovatelná logistická síť na první i poslední míli? Hromadné závozy dostupné 24/7 a s možností absorbovat násobně velký load poptávky ze dne na den a bez předchozího avíza? Cena doručení za same-day delivery na úrovni, která se běžně platí za D+1? Zní to jako teleshoppingová nabídka, ale má pár háčků. Liftago dokazuje, že byť nesplňuje atributy klasické logistické služby, se správnými partnery dokáže zázraky.

### 12:15 - 12:40 **Krizy, motor změn v logistice e-shopů**

Michal Menšík - DoDo

Logistika, a zejména logistika v režimu poslední míle, se stala jedním z rozhodujících parametrů zdárného přežití krize. V přednášce se podíváme na to, jak koncoví zákazníci vnímají doručování z e-shopů a jak jejich pohled formovala situace nouzového stavu. Prozradíme vám, jak významný vliv může mít kvalitní logistika na výkon e-shopu.

### 12:40 - 14:00 **Oběd**

**14:00 - 14:25 5 "C", která mění loajaltní programy v post-covid éře**

Radek Hrachovec - Pricewise

Radek Hrachovec ukáže 5 trendů, které změnily přístup k věrnostním programům v roce 2020 a chytré firmy je už implementovaly. Jako bonus představí nejzajímavější vítěze mezinárodní soutěže The Loyalty Awards 2020.

**14:25 - 14:50 Zákazník jako designér změny**

Tomáš Jeřábek - Košík.cz

V posledním průzkumu KPMG se Košík stal nejlépe hodnoceným supermarketem v Česku. Kudy vede cesta, aby online supermarket předčil kamenný retail v zákaznické zkušenosti? Košík vždy naslouchal zákazníkům a i díky tomu spustil celou řadu inovativních projektů – od bezobalových nákupů po první zálohované PET lahve. Jak se zákazník může podílet na designu nových produktů?

**14:50 - 15:15 Přednášet bude zástupce společnosti ABRA**

**15:15 - 15:45 Coffee break**

**15:45 - 16:10 Velká příležitost pro Notino. Zákazníci rozhodnou**

Tomáš Hofer - Notino

Jak ovlivnila letošní krize rostoucí trend obratu e-shopu s kosmetikou z počátku roku? Jak se během krize změnil způsob doručování zboží zákazníkům? Jaký má COVID-19 dopad na plány e-shopu do budoucna? To ve své prezentaci prozradí Tomáš Hofer, ředitel logistiky v Notino.cz.

**16:10 - 16:35 Retailoví hráči jako největší hrozba pro e-shopy**

Lukáš Havlásek - Shopsy

Anotaci přednášky brzy upřesníme

**16:35 - 17:00 Bonami - od nákupního klubu s bytovými doplňky k plnohodnotnému omnichannel retailerovi**

Pavel Vopařil - Bonami.cz

Anotaci přednášky brzy upřesníme

**17:00 Předpokládaný konec akce a networking**

**14:00 Úvodní slovo**

Matěj Novák - Moderátor

**14:00 - 14:25 Transformace značky během insolvence a důraz na private label**

Lukáš Uhl - ZOOT

Když stavíte brand znovu od začátku, jak získáte zpět důvěru zákazníků i partnerů a vyjdete silněji z insolvence? Ke stabilizaci a růstu Zootu pomohlo budování private labelu.

**14:25 - 14:50 Přednášet bude Václav Staněk ze společnosti Vasky**

**15:45 - 16:10 Marketingový a komunikační framework PAVRD**

Jan Tichý - Taste

Pro řízení marketingu existuje řada frameworků, jako AIDA nebo STDC. Jsou ideální pro formulování obecné komunikační strategie. Při praktickém řízení aktivit ale brzy narazíte v lepším případě na jejich limity, v horším na naprostou nepoužitelnost. A co teprve, když se v průběhu stane něco nepředvídaného, třeba koronakrize. V digitální agentuře Taste proto vyvinuli nový framework PAVRD. Jeho podivný název je zkratkou slov Povědomí - Akvizice - Výkon - Retence - Doporučení. Je pragmaticky navržený pro skutečné používání v denní praxi, připravený na rychlé změny na trhu, orientovaný na cíle, KPI a výsledky. A je hlavně pochopitelný a srozumitelný pro všechny zapojené strany, od generálního ředitele až po marketingové specialisty či přizvané agentury. Přednáška vám celý framework nejen představí, ale i otevře pro každodenní používání při plánování, řízení a vyhodnocování vaší komunikace, kampaní a dalších marketingových aktivit. Navíc si s sebou odnesete sadu užitečných podkladů a doplňujících materiálů. A třeba si PAVRD nakonec i zamilujete.