# E-Business Forum 2021

25. května 2021 / 9:00 / Akce proběhne online

## Program akce

## Hlavní sál

**9:00 - 9:10** **Zahájení konference**

Soňa Porupková

**9:10 - 9:35** **E-commerce v době koronakrize aneb jak se změnilo nákupní chování zákazníků v e-shopech napříč CEE regionem**

Tomáš Braverman - Slevomat.cz

Uspíšila koronakrize digitalizaci trhu? Přestanou mít kamenné obchody smysl? Zatloukla koronakrize poslední hřebík do pomyslné rakve dobírky? A jestli podle dat Češi pekli a šili roušky, co dělali během koronakrize 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.

**9:35 - 10:00** **Krize v Alza.cz před i během covidu**

Tomáš Havryluk

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.

**10:00 - 10:25** **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.

**10:25 - 10:50** **Od skupiny e-shopů po předního integrovaného hráče**

Jan Hanuš - Mall Group

Jan Hanuš popíše, jakou cestou si skupina MALL za poslední čtyři roky prošla a nastíní, co všechno se událo uvnitř jednoho z největších e-commerce hráčů střední a východní Evropy – od velké integrace e-shopů bývalého E-commerce Holdingu pod střechu MALL Group až po spuštění MALL Pay, MALL.TV a přerod MALLu v online tržiště, které má ambici propojit trhy střední a východní Evropy. Jak si MALL stojí na jednotlivých trzích a jaké příležitosti z toho vyplývají pro české obchodníky? Nejenom o tom bude Jan mluvit.

**10:50 - 11:10** **Přestávka**

**11:10 - 11:35** **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. Přepravní 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.

**11:35 - 12:00** **(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.

**12:00 - 12:25** **Krize, motor změn v logistice e-shopů**

Martin Marek - 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.

**12:25 - 12:50** **E-commerce na cestě ke spolupráci v celém oboru**

Jaroslav Řasa - ABRA Software

Každá oblast podnikání nyní hledá způsoby, jak využít e-commerce k přežití a zlepšení svého byznysu. IT firmy čeká zlatý věk, práce je všude mnoho. Dokonce tolik, že ji nejde v rozumném čase zvládnout při daném počtu lidí v IT a programátorů zvlášť. Cesta vede přes spojení sil, platformy a propojitelná řešení.

**12:50 - 13:20** **Oběd**

**13:20 - 13:45** **Zákazník jako designér změny k udržitelnosti**

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?

**13:45 - 14:10** **Tradice, udržitelnost a výroba kvalitní obuvi ve Zlíně**

Václav Staněk - Vasky trade

Výrobce ručně vyráběných bot Vasky od začátku sází na kvalitní obuv zhotovenou z lokálních materiálů. Zájemci si tak na své objednávky musí leckdy počkat, přesto firma loni ztrojnásobila svůj obrat, otevřela novou kamennou prodejnu v centru Prahy a v plánu má expanzi na zahraniční trhy. Proč má smysl sázet na tradici, kvalitu a udržitelnost v podnikání, o tom bude mluvit zakladatel Vasky Václav Staněk.

**14:10 - 14:35** **Může i malá firma pozitivně ovlivňovat svět kolem sebe?**

Pavel Milan Černý - Econea.cz

Může i menší firma mít skutečný, viditelný dopad? Co má největší vliv?
Ukáži vám, jak v Econea.cz pracujeme s udržitelností, která je v samotné esenci našeho podnikání – ať už v provozu, při výběru produktů nebo se zákazníky.
Na příběhu zákazníka vám ilustruji, jak s námi může začít v malém a postupně ho inspirujeme k větší změně směrem k udržitelnějšímu a zdravějšímu životu.

**14:35 - 15:00** **Zodpovědná e-commerce nejen pro Freshlabels**

Jakub Veselský - Freshlabels

Jakub nastíní klíčové problémy zodpovědného přístupu firem k podnikání a upozorní na základní omyly, kterých se všichni můžeme dopouštět, protože nám chybí informace. Od obecného se zaměří více na společnou oblast fullfilmentu.

**15:00 - 15:20** **Přestávka**

**15:20** **Moderuje David Slížek**

David Slížek - Lupa.cz

**15:20 - 15:45** **Retailoví hráči jako největší hrozba pro e-shopy?**

Matěj Kapošváry - Shopsys

Urychlená digitalizace se silně dotýká i tradičních kamenných obchodníků. Ti do digitálu přichází vyzbrojeni silným brandem, znalostí zákazníka i velkými rozpočty. Dnes mají paradoxně větší šanci být hrozbou pro e-shopy než kdy předtím, ale pouze za předpokladu, že se transformují nikoliv v online prodejce, ale v omnichannel prodejce. Za poslední měsíce jsme v roli technologického a konzultačního partnera realizovali desítky omnichannel auditů s předními retailery. (Nejen) na jejich základě jsme sestavili konkrétní scénáře i praktická doporučení, která vám pomůžou uspět v přicházející nové realitě prodeje.

**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** **Jak můžete řídit loajalitu zákazníků, když ji neměříte?**

Radek Hrachovec - Voxwise

Hlavním důvodem, proč e-shopy přistupují k retenci aka loajalitě svých zákazníků liknavě je prostá skutečnost, že ji neměří. Průměrná firma má desítky KPI a ani jedno na loajalitu svých zákazníků. Přitom je prokázáno, že nejméně polovinu obratu a až 80 % zisku přináší vracející se zákazníci. E-shopy spustí věrnostní program a netuší, jestli něco přináší. Nemůžete vylepšovat něco, co neměříte. Ukážu Vám přínosy měření věrnosti zákazníků pomocí Net Loyalty Score. Představím rekordmana českého trhu a praktické ukázky jak pomocí Net Loyalty Score nastavit retenční strategii správně.

**16:35 - 17:00** **Péče o zákazníka - je vaše zákaznická podpora skutečně efektivní?**

Roman Baar - Daktela

Přednáška bude zaměřena právě na péči o zákazníka a samotnou zákaznickou podporu, neboť stále řada firem odsouvá komunikaci se zákazníky do pozadí (i když si to ani neuvědomují). Každá firma chce být prozákaznická, náš zákazník náš pán, ovšem ke spokojenosti jim stačí, že vidí své operátory telefonovat a že mají rozepsaný email. Již ale nevidí, kolik zákazníků se na jejich linku vůbec nedovolá nebo to, že na odpověď emailem čekají několik dní. Operátoři si píšou dotazy zákazníků do notýsku nebo na papír a denně ztratí desítky minut dohledáváním předchozí komunikace.
Na přednášce probereme práci operátorů, systémy, s nimiž pracují a jak operátorům usnadnit a zefektivnit jejich práci a zastupitelnost.

**17:00 - 17:20** **Přestávka**

**17:20 - 17:45** **Řízení marketingových výdajů e-shopů v souvislostech**

Vojtěch Lambert - LCG New Media

E-shopy často sledují a měří úspěch na bázi tržeb, ale zapomínají už na svoji bottom line, tedy jestli jejich marketingové aktivity opravdu vydělávají. Ukážeme si jaké metriky sledovat, jak správně vyhodnocovat a řídit digitální kampaně v souvislostech.

**17:45 - 18:10** **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.

**18:10 - 18:35** **PriceKit – (Price)levelling up in e-commerce**

Fruzsina Donáth - PriceKit

Growing is self explanatory, but is it obvious that your e-shop will also level up in a digital world, just because market is flying with ultrasound speed? Although prices are still alpha and omega of e-commerce customers' decisions, the environment how we should manage our portfolio – get the data, understand competitors, the timeframe to react, get the big picture etc. – has changed in an revolutionary extent.
How does a data driven solution fit into this ecosystem? In other words, why and how should you ease your daily routines with a pricing decision supporting tool? How it is linked to scalability, and the end of the day to your profits? What factors should you consider during selection of the proper repricing tool?
You can also get a glimpse of what is practically happening inside a repricing tool while you are concentrating to other valueble business actions.

**18:35 - 19:00** **How do online marketplaces work and how can they act as a sales booster in your multichannel strategy?**

Julia Lehnkering - Kaufland Global Marketplace

Learn how online marketplaces work, how they can act as a sales booster in your multichannel strategy and what you can do to increase your sales. Julia from Kaufland.de will present her view on the perfect multichannel strategy and will show us tips and tricks for online marketplaces. And of course she will bring some time for your individual questions. Make sure to not miss this masterclass!

**19:00** **Předpokládaný konec akce**