



JAK NA MULTIKANÁLOVÝ PRODEJ

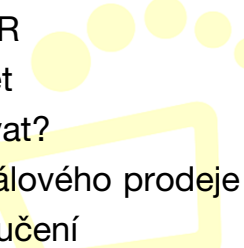
Jan Penkala
ACOMWARE s.r.o.

www.acomware.cz

Pomáháme e-shopům vítězit!

ACOMWARE s.r.o. • Hvězdova 1689/2a, 140 00 Praha 4 • Tel.: 737 289 119
info@acomware.cz • www.acomware.cz • facebook.com/acomware • twitter.com/acomware

Obsah

- 
- Vývoj eshopů v ČR
 - Multikanálový svět
 - Proč se tím zabývat?
 - Pravidla multikanálového prodeje
 - Checklist - doporučení

Vývoj eshopů v ČR

- České eshopy **rostou v průměru o 20 % ročně** (2x rychleji než v západní Evropě)
- **O kolik procent roste Váš eshop?**
- Velké evropské B2C eshopy společnosti zde nemají zastoupení vyjma Otto, Tesco, Datart, Conrad Electronic, Tchibo, Vistaprint
- **Silné stránky** zahraničních společností: webová analytika, optimalizace webu, procesy, e-mail kampaně, CRM, značka
- **Silné stránky českých?**

Vývoj eshopů v ČR

- **Dominance** elektro a IT shopů
- Nově prodejci nábytku, sportovní řetězce, knihkupectví
- Chybí výrazní hráči v segmentu oblečení, parfémy, hračky, drogerie, hobby markety a luxusní značky
- Kdy spustí prodej v ČR další silné evropské společnosti? Eshopy nebo retaileři?
- **Jste připraveni na konkurenci z řad retailerů?**
- **Porostou více retaileři, eshopy, katalogoví prodejci nebo výrobci?**

Multikanálový svět

- 1) Přístupová zařízení
- 2) Zdroje návštěvnosti
- 3) Získávání informací o produktech
- 4) Způsoby objednání
- 5) Komunikace se zákazníkem a péče o něj
- 6) Způsoby doručení zboží
- 7) Obchodní modely

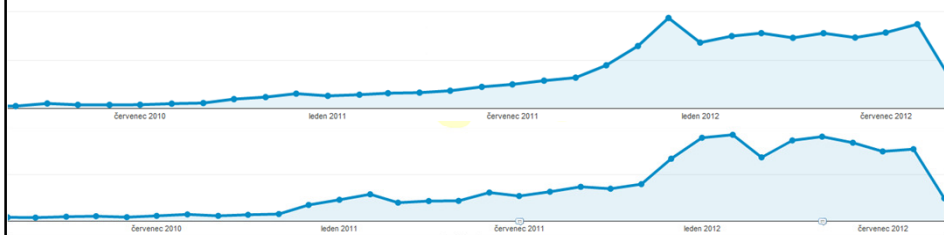
Proč se tím zabývat?

*„Customers are rapidly adopting new channels such as mobile, and also that they will choose the one that suits their needs most at the time.“**

- Zvýšení obchodní účinnosti webu
- Získání konkurenčních výhod
- Získání zákazníka
- Poznání návštěvníků a zákazníků (rozhodování, nákupní chování)
- Podpora značky eshopu

1) Přístupová zařízení

- Obraty z mobilů nyní tvoří 1-7 % obratu
- Konverzní poměr je cca na 50 % průměru eshopu
- Můžete získat 3-10 % obratu navíc
- **Jakým způsobem připravíte mobilní web?**

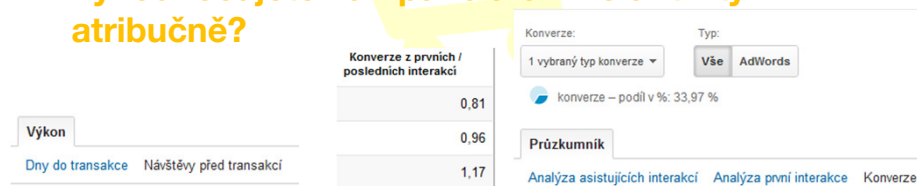


Jak na multikanálový prodej

7

2) Zdroje návštěvnosti

- Cesty s více kanály - skutečný podíl objednávek z první návštěvy není obvyklých 60-80 %, ale jen cca 30-40 %
- Využívejte analýzu první interakce nebo konverze
- První/poslední interakce u zdroje může být i 3-4
- **Vyhodnocujete kampaně a online aktivity atribučně?**



Jak na multikanálový prodej

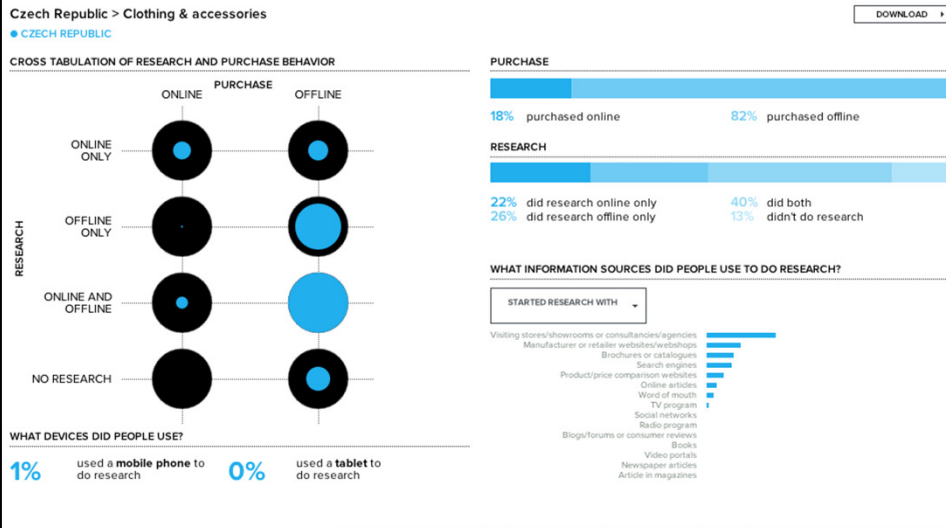
8



ACOMWARE

Zdroj: www.consumerbarometer.com

3) Získávání informací o produktech



ACOMWARE

4) Způsoby objednání

- Eshop
- Email
- Telefon
- Katalog
- Obchodní zástupce (B2B)
- Výzva pro webovou analytiku

• Jak nejlépe vzájemně kombinovat?

5) Komunikace se zákazníkem

- Všechny kroky k maximální spokojenosti - NQP
 - Věrnostní systémy – opravdu fungují i online?
 - Emailing – individuální komunikace v přesný čas
 - Remarketing
 - Budování vztahu se zákazníkem – opakované objednávky
 - Budování znalostí o zákaznících
- **Jak komunikujete se zákazníky? Je to dostatečné? Kolik procent se k Vám vrací?**

6) Způsoby doručení zboží

- Převážní společnosti
 - Vlastní prodejny
 - Vlastní odběrná místa
 - Domluva s partnerem (odměna za zásilku)
 - Outsourcing výdejního místa
 - Elektronicky – distribuce film, muzika, software, knihy
- **Poplatek za osobní odběr?**
- **Kolik odběrných míst mít?**



6) Vliv poboček na konverzi

- Má pobočku:
 - Liberec 0,7 %
 - Brno 0,7 %
 - Ostrava, Olomouc 0,65 %
- Nemá pobočku:
 - Praha 0,45 % - rozdíl v obratu oproti městům výše cca 2mil Kč ročně + ROPO efekt cca 2mil Kč + prodej z ulice
 - Plzeň 0,5 % - rozdíl v obratu cca 600tis. Kč + ROPO cca 600tis. Kč + prodej z ulice

7) Obchodní modely

- Dropshipping
- Affiliate
- Subscription model
- Agregace nabídky, poptávky
- Marketplace

Aukro

- Nejnavštěvovanější obchodní platforma v ČR
- 20 mil. návštěv měsíčně
- 2,7 mil. registrovaných uživatelů
- Podíl uskutečněných obchodů Kup teď / Aukce = 63 % / 37 %
- B2C trend a progresivní nárůst podnikatelských účtů (7000)
- Podnikatelé mají více než 2x vyšší průměrnou prodejní cenu proti průměru na Aukru
- **Aukce** – konkurenční výhoda proti běžnému eshopu
- I nový produkt v aukci přitahuje vysoký zájem, zvyšuje návštěvnost nabídek a konverzi
- Cílený marketing
- Mobilní aplikace pro 4 platformy (Android, iOS, Windows Phone, Symbian) - generují až 5 % obrátu

Pravidla multikanálového prodeje

- Stejně ceny zboží a služeb
- Produkty nemusí být nutně stejné
- Stejně podmínky distribuce
- Znalost termínu dodání a skladových zásob
- Sjednocená marketingová komunikace
- Sjednocené CRM a věrnostní systém, marketingové akce nemusí být nutně stejné
- Stránky eshopu přístupné z různých zařízení
- Stejná data a informace online

Doporučení - checklist

- Propojte všechny marketingové aktivity a soustředte se na posilování značky
- Budujte takové **konkurenční výhody**, které ostatní jednoduše nezískají, připravte se na silnější konkurenci
- **Poznejte své zákazníky** a motivujte je k opakovaným nákupům
- Využijte nových technologií, nástrojů a možností internetového marketingu
- Zvažte zřízení **výdejních míst**, spočítejte si přínosy
- Nastavte **špičkovou komunikaci** se zákazníkem a nekladte žádné bariéry při nákupu
- Nastavte správně správné tachometry (KPI) a neustále testujte a optimalizujte (i firemní procesy)

Děkuji za pozornost!

Uvidíme se na stánku ACOMWARE nebo na afterparty...

Jan Penkala

jan.penkala@acomware.cz

cz.linkedin.com/in/janpenkala

www.acomware.cz

Pomáháme e-shopům vítězit!