Reflexe k prezentaci a následné debatě na téma trendy v E-commerce

Mikula, Žebrák

Prezentace:

1. Základní vhled, rozdíl mezi ecommerce a Ebusinessem:

**Ebusiness**

Definice: E-business odkazuje na širší spektrum elektronických obchodních aktivit. **Zahrnuje nejen koupě a prodej zboží a služeb online (tedy e-commerce), ale také veškeré další aspekty vedení podniku na internetu.** To zahrnuje interní procesy, jako jsou řízení zásob, elektronické řízení vztahů se zákazníky, automatické objednávkové systémy, správa zaměstnanců a další.

Rozsah**: E-business má širší rozsah než e-commerce**. Zahrnuje všechny aspekty elektronického provozování podniku, nejenom samotný obchod.

**E-Commerce**

Definice: E-commerce je **podmnožinou e-business**. Specificky se zaměřuje na **proces nákupu a prodeje zboží a služeb přes internet**. To zahrnuje transakce, jako je online nakupování, elektronické platby, online aukce, internetový marketing a další.

Rozsah: **E-commerce je zaměřena přímo na komerční transakce** mezi firmami a zákazníky nebo mezi dvěma firmami.

1. Vývoj 3 hlavních trendů z našeho pohledu v průběhu let:

**Doručení:** U toho bodu jsme shrnuli doručení do vlastních rukou a na prodejny. Postupný vývoj boxů pro výdej které zprvu v české republice nefungovaly až po nové doručování pomocí dronů používané zatím hlavně v USA.

**Platby:** Zde jsme mluvili o veškerých platebních metodách které nás napadly. Jako důležitá a specifická pro český trh byla dobírka která bývá často využívanou možností platby ale pouze v ČR. Dále vliv integrace apple a google pay do platebních možností, které mohou zvýšit počet dokončených nákupů. Dále bylo také zmíněno že nejvyužívanější platební metodou je aktuálně platba bankovním převodem.

**Krabicová řešení**: Jako poslední v této sekci nám přišlo důležité zmínit rozmach krabicových eshopů pro „kohokoliv“. Z důvodu příchodu této možnosti a dalších jednoduchých nástrojů na tvorbu (shoptet, shopify apod.) je aktuálně v ČR přeeshopováno, čímž na trhu s eshopy tvoří značnou konkurenci.

1. Umělá inteligence a AR:

Umělá inteligence z naší perspektivy značně rozšířila možnosti práce s daty a to konkrétně: může optimalizovat obchodní operace, zlepšovat zákaznické zážitky. Zde jsou hlavní aspekty využití:

**Personalizované doporučení:** AI analyzuje historii nákupů, procházení a preference aby poskytla doporučení nabídek které poté zvyšují šanci na prodej a lepší zákaznickou spokojenost.

**Optimalizace cen a Zásob:** AI může pomoc při dynamickém stanovení cen dle poptávky, konkurence nebo dalších faktorů. Podobně může pracovat i se zásobami, kde je schopné efektivně plánovat zásobování produktů.

**Zákaznická podpora:** AI pohánění virtuální asistenti a chatboti, jsou schopni okamžitě pomoct zákazníkům s objednávkami, zároveň řešit dotazy a pomáhají v nákupním procesu.

**Analýza chování zákazníků:** Ai pomáhá s analýzou velkého množství dat o chování zákazníků na webu, případně v nákupním procesu, Pomáhá rozpoznávat vzorce

chování a trendy.

**Argumentovaná realita**

Díky AR můžou zákazníci nejen virtuálně zkoušet produkty jako jsou oblečení ale i například umístit pomocí svého telefonu nábytek do prostoru svého pokoje a zjistit zda se mu tam hodí.

1. V další pasáži jsme mluvili o množství nákupů skrze jednotlivá zařízení. Za zmínku stojí že letos překonaly nákupy z telefonů ty z desktopů.
2. **Sociální sítě:** Využití FB a IG byla spíše připomenuta než rozebírána, co již rozebíráno bylo byla efektivita zacílení na těchto sociálních sítích. Ta se s rozvojem ecommerce zlepšila a to ze dvou důvodů. Prvním je větší tlak na konverzi a i na cenu konverze a druhým je využití nástrojů zmíněných výše jako je AI a podobně. V poslední řadě jsme mluvili o prodejních „akcích“ ala Horst Fuchs na sociální síti tiktok které se aktuálně stávají dalším prodejním kanálem na této sociální síti.

**Zde jsou podklady pro skupinovou debatu:**

Digitalizace a Personalizace: Jak může e-commerce využít pokročilé technologie, jako je umělá inteligence a strojové učení, k poskytování personalizovaných zážitků zákazníkům?

* **Využití Dat pro Lepší Porozumění Zákazníkům**: Jak sběr a analýza dat pomáhá e-commerce platformám lépe pochopit potřeby a preference zákazníků.
* **Personalizovaný Marketing a Doporučení**: Diskuse o tom, jak e-commerce využívá personalizaci pro zvýšení prodejů a zlepšení zákaznické zkušenosti.
* **Výzvy Související s Ochranou Soukromí**: Jak vyvážit potřebu personalizace s obavami zákazníků o ochranu soukromí.

Udržitelnost a Eko-přátelské Praktiky: Jaký dopad má rostoucí trend udržitelnosti na e-commerce, a jak mohou firmy efektivně implementovat eko-přátelské strategie?

* **Vliv E-commerce na Životní Prostředí**: Jak e-commerce ovlivňuje životní prostředí, včetně otázek týkajících se balení a logistiky.
* **Strategie Udržitelnosti ve Firmách**: Příklady eko-přátelských iniciativ a jejich dopad na značku a spotřebitelské vnímání.
* **Ekonomické a Regulační Tlaky**: Diskuse o tom, jak ekonomické a regulační faktory ovlivňují udržitelnost v e-commerce.

Využití Sociálních Médií: Jak se mění role sociálních médií v e-commerce, a jaké jsou nejnovější strategie pro využití těchto platforem k zvyšování prodeje?

* **Influencer Marketing**: Vliv influencerů na e-commerce a jak mění způsob, jakým značky komunikují se svými zákazníky.
* **Sociální Média jako Prodejní Platformy**: Rozvoj sociálních médií jako prodejních kanálů a jejich rostoucí význam pro e-commerce.
* **Měření Úspěchu na Sociálních Médiích**: Diskuse o metrikách a nástrojích pro měření úspěšnosti marketingových kampaní na sociálních médiích.

Mobilní Obchodování: Jak významnou roli hrají mobilní zařízení v současné e-commerce, a jaké jsou nejnovější inovace v mobilním obchodování?

* **Optimalizace pro Mobilní Zařízení**: Význam optimalizace e-commerce webů pro mobilní zařízení a aplikace.
* **Rozšířená Realita a Mobilní Technologie**: Jak mobilní technologie, jako je rozšířená realita, transformují zážitek zákazníků v e-commerce.
* **Mobilní Platby a Bezpečnost**: Výzvy a inovace v oblasti mobilních plateb a bezpečnostní aspekty transakcí provedených na mobilních zařízeních.

Globální Expansivnost vs. Lokalizace: Jaké jsou výhody a nevýhody globální expanze pro e-commerce firmy oproti strategiím zaměřeným na lokalizaci a specializaci na konkrétní trhy?

* **Výzvy Při Expanzi na Mezinárodní Trhy**: Jak se e-commerce firmy vypořádávají s kulturními, jazykovými a logistickými výzvami.
* **Přizpůsobení Produktů a Marketingu pro Lokální Trhy**: Důležitost lokalizace v globálním e-commerce prostředí.
* **Případové Studie Úspěšné a Neúspěšné Expanze**: Analýza případových studií firem, které úspěšně expandovaly na globální trhy nebo naopak selhaly.

Zabezpečení a Ochrana Soukromí: Jak mohou e-commerce platformy zlepšit zabezpečení a ochranu soukromí zákazníků v době rostoucích obav o kybernetickou bezpečnost?

* **Kybernetické Hrozby a Bezpečnostní Opření**: Jaké hrozby čelí e-commerce v oblasti kybernetické bezpečnosti a jaké jsou nejnovější metody ochrany.
* **Zákony a Regulace týkající se Soukromí**: Diskuse o vlivu zákonů jako GDPR na e-commerce a jak se firmy přizpůsobují.
* **Důvěra Zákazníků a Transparentnost**: Význam budování důvěry u zákazníků prostřednictvím transparentních praktik ochrany soukromí a bezpečnosti dat.

Omnichannel Strategie: Jak se vyvíjí omnichannel přístupy v e-commerce, a jak firmy integrují offline a online zkušenosti pro zákazníky?

* **Integrace Offline a Online Prodejních Kanálů**: Jak firmy integrují fyzické a digitální prodejní kanály pro poskytování bezproblémových zkušeností zákazníkům.
* **Technologie Podporující Omnichannel Přístup**: Příklady technologií, které umožňují efektivní omnichannel strategie.
* **Výzvy Při Implementaci Omnichannel Strategií**: Diskuse o výzvách, jako jsou správa zásob a konzistence značky napříč různými kanály.

Vliv Pandemie na E-commerce: Jak pandemie COVID-19 trvale změnila krajinu e-commerce, a jaké dlouhodobé změny přinesla v nákupních zvycích?

* **Růst a Adaptace v Době Pandemie**: Jak se e-commerce firmy rychle adaptovaly na měnící se spotřebitelské chování během pandemie.
* **Trvalé Změny v Nákupním Chování**: Jak pandemie ovlivnila dlouhodobé nákupní trendy a preference zákazníků.
* **Výzvy a Příležitosti Po Pandemii**: Jaké výzvy a příležitosti přinesla pandemie pro e-commerce odvětví.

Budoucnost Platebních Možností: Jak se vyvíjí platební možnosti v e-commerce, a jaké nové formy platby (např. kryptoměny) by mohly v budoucnu dominovat?

* **Inovace v Platebních Metodách**: Představení nových platebních metod, jako jsou kryptoměny a bezkontaktní platby.
* **Vliv Technologických Trendů na Platby**: Jak technologické trendy jako blockchain ovlivňují budoucnost plateb v e-commerce.
* **Bezpečnost a Regulace Plateb**: Diskuse o výzvách souvisejících s bezpečností a regulací nových platebních metod.

Vliv Umělé Inteligence: Jaký je aktuální a budoucí vliv umělé inteligence na e-commerce, a jaké nové možnosti to otevírá pro obchodníky a zákazníky?

* **AI v Personalizaci a Optimalizaci**: Jak umělá inteligence pomáhá e-commerce firmám zlepšovat personalizaci a optimalizovat procesy.
* **Příklady Využití AI v E-commerce**: Konkrétní příklady využití AI, jako jsou chatboti, automatizované doporučení produktů a analýza dat.
* **Etické a Praktické Výzvy AI**: Diskuse o etických otázkách a praktických výzvách spojených s implementací AI v e-commerce.

**Zdroje:**

<https://toret.cz/trendy-v-e-commerce-pro-rok-2024-pripravte-svuj-e-shop-na-nadchazejici-sezonu/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQiA1rSsBhDHARIsANB4EJbjZysN7j1z8jhM4RbAV8PEIzzi5Aw6U80kQuqwFvjB1ETOGUdJ9kAaAiqGEALw_wcB>

<https://mladypodnikatel.cz/ecommerce-trendy-2021-t39860>

<https://www.bigcommerce.com/articles/ecommerce/ecommerce-trends/>

<https://dronpro.cz/drony-jako-dorucovatele-baliku-i-leku-jsou-zase-bliz-diky-u-space>

<https://transport-logistika.cz/logistika/inovace-v-preprave-zbozi/>

<https://www.upgates.cz/a/trendy-v-roce-2023>