

Jak psychologie ovlivňuje reklamu a e-commerce? Na její etické využití se zaměří březnový Eshopista

1.3.2024 - | PROTEXT

Vstupenky jsou k dostání na www.eshopista.cz.

„V moderní digitální době je pro firmy klíčové rozumět psychologickým procesům, které ovlivňují chování a rozhodování jejich zákazníků. Propojením psychologie a reklamy se jim otevírají nové cesty k efektivní komunikaci, vyšší angažovanosti i loajalitě nakupujících. Nejnovější Eshopista proto otevírá diskusi, jak eticky a efektivně využít dostupné nástroje a přístupy, vytvářet smysluplné vztahy se zákazníky a dosáhnout skutečného úspěchu v digitálně propojeném světě,“ říká David Vurma, CEO přední české marketingové agentury Acomware, která setkání se špičkami české e-commerce pořádá.

Behaviorální vědy mluví jasně – existuje několik pravidel, kterými je důležité se řídit, aby reklama zaujala a lidé si ji zapamatovali. Jak se však potenciálním zákazníkům propst do podvědomí? Je to vůbec důležité? A co udělat pro to, aby byla reklamní kampaň efektivní? Na konkrétních příkladech a ukázkách z praxe to vysvětlí **spoluzakladatel a šéf výzkumu Behavio Labs Vojtěch Prokeš**.

Jedním ze zdánlivě nepodstatných, přesto vlivných aspektů marketingu je font. Ten může nejen vylepšit statistiky spokojenosti zákazníků, ale i ovlivnit cenu jídla v restauraci, nebo dokonce pomoci vyhrát volby. Zda na fontu záleží, jestli lidé na e-shopu nakoupí, promluví **autorka projektu Psychologie fontů® a fontoložka Andrea Grigerová**. Forma textu je totiž podle ní stejně důležitá jako jeho obsah.

Aby však byl e-shop úspěšný, je důležité vědět, jak zákazníci uvažují. Na přednášce Jak využít psychologii v budování e-shopu představí **psycholožka PhDr. Romana Mazalová, Ph.D.**, která se zabývá výzkumem UX v e-commerce, principy nákupní psychologie. Prozradí například, proč se zákazníci rozhodují – z pohledu majitele – někdy nelogicky a jak těmto předvídatelně nepředvídatelným projevům přizpůsobit e-shop a zvýšit tak konverze.

Proměny digitálu a etika

Oči jsou nejdůležitějším smyslovým orgánem, vizuál proto představuje stěžejní formát marketingu. O ovlivňování pozornosti a nákupního chování zákazníků i klíčových strategiích pro efektivní komunikaci zapamatovatelného prodejního sdělení promluví **Pavel Paradýs, šéf kreativní agentury Blueglue**. Představí konkrétní příklady a situace, které ilustrují, proč je při navrhování prodejních strategií důležité vizuálu věnovat zvláštní pozornost.

Chameleon na steroidech. Tak by se dala popsat rychlost transformace sociálních sítí, která nevyhnutelně působí i na ty, kteří je používají – uživatele i tvůrce. Na proměny influencer marketingu a novou dobu obsahových tvůrců se podívá do hloubky přední český **influencer Karel „Kovy“ Kovář**.

V panelové diskusi k tématu psychologie v reklamě dále vystoupí **Jiří Zima, zakladatel a spolumajitel výrobce osobní elektroniky Niceboy, CEO e-shopu se spodním prádlem Trenýrkárna Ruslan Skopal a Eva Šípková, Head of Customer Experience v největším**

tuzemském internetovém obchodu Alza.cz.

Generálními partnery akce jsou přepravní společnost Zásilkovna a Mailstep zaměřený na logistiku e-shopů. Konferenci podporují i kreativní agentura Blueglue, reklamní společnost Criteo, ponáкупní platforma Foxdeli, osobní online nákupní asistent Smartsupp, specialista na expanzi e-shopů Expandeco a nástroj pro datový výzkum BizMachine. Mediálními partnery jsou Marketing & Media, zpravodajský portál komoraplus.cz, Asociace pro elektronickou komunikaci APEK a e-commerce týdeník pro manažery EXEC.

Poslední volné vstupenky jsou dostupné na www.eshopista.cz.

O společnosti Acomware

Acomware je 360° marketingová agentura pro oblast e-commerce a digitální marketing. Na trhu působí 20 let a pomáhá firmám, aby v jeho prostředí dosahovaly co nejlepších výsledků. Zvyšuje prodeje, buduje nové značky nebo zlepšuje péči o zákazníky. Připravuje personalizované kampaně zákazníkům přímo na míru, vytváří obsah, který zaujme, natáčí videospoty, stará se klientům o sociální síť a zajišťuje nákup mediálního prostoru. Služby společnosti využívají obchodní řetězce, e-shopy i výrobní firmy. Česká e-commerce scéna je pro Acomware domovem, který se snaží aktivně rozvíjet a kultivovat. Podílí se na vývoji a implementaci nových nástrojů a technologií, školí odborníky i nadšence. Je pořadatelem cyklu diskuzí Eshopista. Více na www.acomware.cz.

ČTK ke zprávě vydává obrazovou přílohu, která je k dispozici na adrese <https://www.protext.cz>.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/jak-psychologie-ovlivnuje-reklamu-a-e-commerce-na-jeji-eticke-vyuziti-se-zameri-breznovy-eshopista/2486878>