Červnový Eshopista se zaměří na sílu ponákupního vztahu se zákazníkem

5.6.2024 - | PROTEXT

„Hodně firem vnímá implementaci CDP platformy jako nejtěžší překážku na cestě k budování vztahů se zákazníky a zákaznické retenci. Ve skutečnosti je to ale spíše naopak, implementace je ten jednodušší začátek. A přesvědčila se o tom už slušná řada firem, která si pořídila software, který nakonec skončil jako drahý nástroj pro e-mailing. Právě proto jsme červnovéhoEshopistu zaměřili na téma ponákupního vztahu se zákazníkem, a to hlavně z pohledu praktických zkušeností firem – jak lídrů v dané oblasti, tak třeba i těch, kteří si prošli trnitější cestou," říká David Vurma, CEO přední české marketingové agentury Acomware, která exkluzivní setkání se špičkami české e-commerce pořádá.

Na konferenci promluví **Ivona Ševčíková, Head of Customer Retention & eExperience v Acomware**, která se zaměří na klíčové kroky a výzvy v komplexním procesu implementace Customer Data Platform (CDP) ve firmě. Dozvíte se, jaké typy datových vstupů jsou nezbytné pro efektivní fungování CDP a jak zajistit hladkou spolupráci mezi různými odděleními, včetně potřebné součinnosti IT týmu. Představí také praktické tipy a strategie, které pomohou překonat běžné problémy a dosáhnout úspěšné integrace CDP ve vaší organizaci, včetně nákladů a optimalizace rozpočtu z finančního i časového hlediska.

O praktické zkušenosti, jak real-time RFM analýza v Astratexu změnila přemýšlení o způsobu vytváření scénářů a use casů v rámci Customer Data Platform (CDP), se podělí **Head of CRM Petra Vaníčková a Michal Bilka, CMO/CPO Astratexu**. Přímé propojení real-time analýzy s komunikačními platformami jim totiž umožnilo nejen spojit chování zákazníka a jeho hodnotu s okamžitou komunikací, ale také u některých hodnotných či jinak zásadních segmentů zapojit komunikační kanály a motivaci, které jsou výrazně dražší než klasický e-mail nebo sleva 100 Kč na další nákup. Podle Vaníčkové se jim tak odemykají nové možnosti přemýšlení o kampaních: *„Už neděláme jen e-mailing, řešíme zákazníka jako celek s jeho dlouhodobou hodnotou a zákaznickou zkušeností,"* vysvětluje.

Jak lze pomocí CDP platformy optimalizovat kreativy a nabídky, ukáže **František Florián, senior performance specialist v O2**. Představí přístup firmy k využívání Customer Data Platform (CDP) napříč webem, mobilní aplikací i klientskou samoobsluhou. Dozvíte se, jak v rámci těchto direct kanálů dokáže O2 pomocí CDP platformy efektivně analyzovat a maximálně využívat data o svých zákaznících k personalizaci nabídek a komunikace.

Tomáš Rajchl, CEO Foxdeli, pak vystoupí s přednáškou nazvanou Jak zaručeně zklamat zákazníky a zda pro to děláte dostatek. *„Zákazník je přeci jen další anonymní číslo, ne? Musíte skutečně říkat zákazníkovi, kdy a kam mu doručíte objednávku? Není lepší nechat ho trochu tápat? Ať se trochu snaží!"* říká s nadsázkou Rajchl. Ve své přednášce ukáže příklady špatné komunikace se zákazníkem během doručování zásilek a prozradí zaručené způsoby, jak se o zákazníky spolehlivě připravit.

Jak tvořit úspěšné use cases díky datům na jednom místě prozradí **Jakub Miklík, Digital & Data Director CEE v Yves Rocher**. Součástí programu je rovněž velká panelová diskuse na téma práce se zákazníkem pomocí technologií, v níž se o osobní zkušenosti podělí **Dominik Dolejš, Head of Marketing v Planeo, a David Vurma, CEO Acomware**. Po skončení programu je přichystán networking a raut formou live cooking, a to s krásným výhledem na Pražský hrad.

Generálními partnery akce jsou přepravní společnost Zásilkovna a Mailstep zaměřený na logistiku e-shopů. Konferenci podporují i kreativní agentura Blueglue, reklamní společnost Criteo, ponákupní 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 sítě 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.

https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/cervnovy-eshopista-se-zameri-na-silu-ponakupniho-vztahu-se-zakaznikem/2527834