

1. Kyberbezpečnosť firmy a eshopu

Zálohovanie, zaplätanie bezpečnostných dier, včasná diagnostika kybernetického útoku, správanie zamestnancov online a poučenie o bezpečnostných rizikách, šifrovaná komunikácia (HTTPS protokol) a SSL certifikáty, prevencia, detekcia útoku a reakcia naň, ochrana klientských osobných údajov, zabezpečenie wifi siete, email spoofing, ransomvér, únik dát, DDoS útoky, insider attacks, simulovaný útok a zistenie zabezpečenia eshopov.

2. Analytika pre začiatočníkov aj pokročilých

Základné princípy webovej analytiky, ako sa pracuje s nástrojom Google Analytics. Hlavné témy sú jednotlivé štatistiky a ich význam, vyhodnocovanie a následné využívanie v praxi pri vylepšovaní chodu eshopu, konkrétne optimalizačné postupy pri vyhodnocovaní zdrojov návštevnosti s dôrazom na platené zdroje návštev (napr. PPC reklama cez Google AdWords, Etarget a Facebook), interné vyhľadávanie a jeho súvis s objednávkami, vyhodnocovanie nákupného procesu užívateľov, stanovovanie KPIs, demografické údaje o užívateľoch, tvorba vlastných reportov, import nákladov z iných inzertných systémov a pojmy ako KPI, bounce rate, ROI, CPA, CPC, RPC, conversion rate, multi-chanel funnels, user engagement, multi-chanel funnels, user segmentation, custom segments či margin. Cieľom je naučiť sa pracovať s analytikou eshopu a ukázať konkrétne tipy a návody, ako vďaka získaným dátam vylepšovať konverzie a navyšovať zisk eshopu.

3. Biznis plán eshopu a cash flow

Ako si pripraviť biznis plán pre eshop a ako nastaviť cash flow tak, aby eshop zarábala a nedostal sa do problémov. Hlavný je prieskum trhu a analýza konkurencie, SWOT analýza, obchodná a marketingová stratégia projektu, úzky segment (tzv. niche market), pozicioning eshopu (exkluzívny tovar vs. lacný tovar vs. priemerný tovar vs. vlastná výroba), špecifiká tovaru (dizajn, jedinečnosť, kvalita, cena), krátkodobé a dlhodobé ciele, celoživotná vízia eshopu, realistický vs. pesimistický plán (vysvetlenie oboch prístupov a rátanie s menej rentabilnými obdobiami, na ktoré sa musí eshopista finančne predzásobiť), jednoduchá súvaha (výnosy a náklady spojené s prevádzkou eshopu v jednotlivých mesiacoch), výnosy (krátkodobé tržby, lifetime customer value, hodnota značky a partnerstiev), náklady (kúpa / prenájom eshopu vrátane všetkých úprav, nákup produktov / výroba, sklad, personál, odmena majiteľovi eshopu, balenie, logistika, reklamácie, konzultanti (marketing, copywriting, atď.), marketing (PPC, PR, porovnávače, atď.), prevádzková réžia eshopu (doména, hosting, údržba systému a nová funkcionálnosť, prvotná registrácia na úrade pre ochranu osobných údajov, mesačné náklady na účtovníctvo, atď.), rezerva – 10 až 20% na neočakávané výdavky, cashflow (investície, doba do bodu zlomu) a mnohé ďalšie témy súvisiace s vypracovaním si podrobného biznis plánu a nastavenia cash flow.

4. Platobné brány a alternatívne spôsoby platby

Aké spôsoby platby volí v eshope tak, aby čo najviac uľahčili zákazníkovi nákup a sebe prevádzkovateľovi optimalizovali náklady spojené s online platbami. Rôzne slovenské a zahraničné platobné systémy, platby kartou, platby prevodom cez internet banking, SMS platby, platby cez email (PayPal), platby na dobierku, platby kartou na mieste u kuriéra, splátkové systémy, implementácia jednotlivých platobných metód slovenských bánk, implementácia multiplatformovej platobnej brány a prehľad platobných brán na trhu, náklady spojené s prevádzkovaním online platieb, rýchlosť prevodu a automatické párovanie platieb s fakturačným systémom a rôzne rady a tipy, ako optimalizovať nákupný proces tak, aby zákazník nakúpil a zvýšil tak eshopu jeho tržby.

5. Logistika a preprava

Ako pracovať s logistikou v eshopovom podnikaní, aké typy prepravy zákazníkom ponúkať a ako možno automatizovať logistické procesy. Možnosti prepravy (Slovenská pošta, kuriérske spoločnosti, balíkomaty, osobný odber, spôsob fungovania jednotlivých typov prepravy, ceny, rýchlosť, pohodlie a preferencie zákazníka, porovnanie jednotlivých typov prepravy, kalkulácia cien a závislosť od objemu, možnosti automatizovanej integrácie (overovanie platieb, automatické vytváranie štítkov u kuriéra, preklápanie objednávok do systému prepravcu), kuriérska a poštová doprava vs. vlastná doprava, balenie a bezpečnosť zásielok, poistenie, riešenie havarijných situácií a ďalšie témy spojené s logistikou a prepravou tovaru.

6. Zákaznícky servis

Prečo je starostlivosť o zákazníkov naozaj dôležitá a ako si zákaznícku podporu správne nastaviť, aby zvyšovala retenciu zákazníkov. Komunikačné kanály, výber zamestnancov vhodných na podporu spokojnosti zákazníkov, sledovanie dát, štatistika a metriky, na základe ktorých sa dá zlepšovať zákaznícka podpora, elementárne procesy na zákazníckej podpore, zmienky na sociálnych sieťach a aktívne zapájanie sa do konverzácií, crisis management a reakcie na nahnevaných zákazníkov, reklamácie, nedorozumenia a chyby, premena nespokojného zákazníka na ambasádora značky, aplikácie na správu zákazníckej podpory, live chat, dôležité aspekty e-mailovej komunikácie, automatizácia procesov, motivácia zamestnancov zákazníckej podpory a ďalšie témy súvisiace so správou zákazníckeho portfólia.

7. Email marketing

Prečo má email marketing z priamych nástrojov marketingu ešte stále najväčšiu návratnosť a ako tento fakt využiť vo svoj prospech. Pútavý obsah e-mailu vrátane „call to action“, nevyžiadané e-maily a ich negatívny dopad, budovanie vlastnej klientskej databázy,

umožnenie jednoduchého odhlásenia sa z newslettera, profesionálne nástroje na e-mail marketing, doručiteľnosť správ, spätná väzba, zásah databázy a open rate, ROI kampaní, segmentácia zákazníkov v newsletteri, relevancia kampaní, automatizované kampane, welcome proces alebo kampaň opusteného košíka, trigger kampane či kampane ako priania k sviatku, vyhodnocovanie mailingov a rôzne nástroje na správu email marketingu. Naučiť sa rozumieť termínom ako open rate, CTR, ROI, konverzia, HB (hard bounced addresses), opt-in proof, double opt-in, spam, e-mail throttling, html a responzívny newsletter, blacklist, ESP (e-mail service provider), trigery, či adaptívny mailing. Tipy a triky z praxe, ukážka na konkrétnych príkladoch, ako lepšie pracovať s email marketingom a vyťažiť tak z neho čo najviac pre vlastný eshop.

8. Porovnávače cien

Ako pracovať s porovnávačmi tovaru tak, aby prinášali viac návštevníkov a zvyšovali zisk. Prehľad slovenských a českých porovnávačov a ich význam pri predaji, fungovanie inzercie v porovnávačoch tovaru po technickej stránke, základy prenosu dát, časté technické chyby e-shopov, porovnávače tovaru vs. SEO, audit XML, aplikácie určené na správu dát pre porovnávače, Heureka, NajNákup a Pricemania – práca s inzerciou, tipy a triky, najčastejšie chyby, práca s recenziami na porovnávačoch, príklady nastavovania kampaní a konkrétne odporúčania do praxe. Cieľom je naučiť sa aktívne pracovať s porovnávačmi cien a pomôcť tak zvýšiť šance na predaj.

9. Strategický webdesign

Ako zadať tvorbu alebo redizajn eshopu programátorskému a dizajnerskému tímu, aby spĺňal všetky funkčné a estetické požiadavky a aby plnil svoju úlohu. Najčastejšie chyby pri zadávaní webu, Kanov model, redizajn a optimalizácia, USP, značka, online a offline marketingové aktivity, trendy a nástroje, cieľovky, segmenty, komunity a fanúšikovia, Value Proposition Canvas, užívateľský výskum, ciele, obmedzenia a smerovanie webu, výber vhodného dodávateľa, tvorba zadania, rozpočet, realizácia a procesy, tvorba obsahu, fázy projektu a časová os, právne zaistenie eshopu a mnohé ďalšie strategické témy, ktoré by si mal človek položiť skôr, než začne tvoriť eshop.

10. Ako na sociálne siete

Ako komplexne ovládať všetky pre biznis a eshopy potrebné sociálne siete, vrátane tvorby obsahu, textovania, nasadzovania reklám a analytiky. Témy ako manipulácia s emóciami a príbehy značiek, Facebook a princíp jeho fungovania, filtrácia príspevkov, životnosť postov, Instagram a WhatsApp, chyby, ktorým sa vyhnúť, aktuálne trendy, cieľová skupina a persóny, texty v online priestore, FB reklama, cielenie a vytváranie kampaní, ukážky úspešných kampaní, LinkedIn ako biznisový nástroj, Twitter, influenceri, vysporiadanie sa s hejtermi a ďalšie. Cieľom bude naučiť sa komplexne starať o svoje

sociálne siete, ktoré môžu výrazne napomôcť budovaniu vzťahov so zákazníkmi a zvyšovaniu konverzií.

11. Wordpress WooCommerce

Pre podnikateľov, ktorí chcú začať prevádzkovať eshop na open source riešení WooCommerce od Wordpressu. Obsahom sú témy ako setup systému a inštalácia pluginov, nastavenie multi dopravy, doprava do iných štátov, spoplatnenie dobierky, nastavenie PayPal platieb, nastavenie platieb na bankový účet, nastavenie platby cez kreditnú kartu, pokročilá logistika objednávky, vlastné e-mailové hlásenia, vlastné stavy objednávky, inventúra a multispráva produktov, prihlásenie pomocou facebooku, vlastné faktúry a dodacie listy, iné doporučené moduly, seo modul alebo ako google nájde naše produkty vo vyhľadávači a mnohé ďalšie.

12. Psychológia naceňovania

Princípy správneho naceňovania, systém Baťových cien a témy ako veľkosť a umiestnenie číslic v cenách, vnímanie cien popri kontrastných ponukách, správne a nesprávne zobrazovanie cien, časté chyby pri naceňovaní, zaokrúhľovanie cien, texty sprevádzajúce ceny, zľavy, strach z platby, splátky, súvis dátumu v mesiaci s platbami, spôsob tvorby CTA pri cenách, a ďalšie. Ako správne naceňovať produkty v eshopoch tak, aby sa čo najviac maximalizoval zisk.

13. Content marketing

Oboznámenie sa s jednotlivými typmi content marketingových výstupov a ich produkciou. Tvorba blogových článkov, tvorba videí, tvorba fotografií a rôznych typov obrázkov (gify, cinemagrafy, atď.), tvorba ebookov, tvorba vzdelávacích email kampaní, tvorba infografík, tvorba persón, obsahový audit, redakčný kalendár a plánovanie, distribúcia obsahu a jeho vyhodnocovanie. Ako si vo vlastnej réžii zostaviť content marketingový tím a akým témam sa venovať, aby si podnikatelia dlhodobo zabezpečili prílev zákazníkov do svojich eshopov.

14. Produktová fotografia

Ako má vyzeráť produktová fotografia, aby predávala. Ako fotiť produktové fotografie do eshopu na profesionálnej úrovni. Práca so svetlom (prirodzené svetlo, blesky vs. stále svetlo), styling produktov, fotenie celku vs. detaily, kompozícia, zlatý rez, nastavenie fotoaparátu, expozícia a ostrenie, tipy a triky na fotenie s nízkym rozpočtom, tipy na výber správnej techniky. Súčasťou aj praktická časť, zameraná na tréningovanie fotenia v praxi a skúšanie si fotografickej výbavy vrátane bleskov, svetiel, fotostanov, dáždnikov a

profesionálneho osvetlenia. Cieľom je naučiť majiteľov eshopov vedieť si spraviť vlastné kvalitné a profesionálne produktové fotografie.

15. Copywriting a tone of voice

Konzultácie zamerané na tvorbu textov a na tón komunikácie značky (tone of voice). Hlavnými témami sú texty na web a seo copywriting, písanie META popiskov k produktom a kategóriám, tvorba CTA a správna tvorba linkov, štýl textu, časté chyby pri tvorbe textov, dĺžka textov a heatmapovanie pozornosti čitateľov, narábanie s odsekmi a headlinmi, tvorba textov na web, do newsletterov, na letáky a offline marketingové nosiče, nastavenie tónu komunikácie značky, analýza doterajšieho obsahu, konzistencia textov a tónu naprieč platformami, stanovenie vízie značky na základe kľúčového slova, atď. Cieľom je zlepšiť zručnosti v oblasti písania textov na eshop, upozorniť na časté chyby a pomôcť nastaviť tón komunikácie ich značky a eshopu.

16. Produktové video

Ako si vo vlastnej réžii vytvárať kvalitné a profesionálne pôsobiace produktové alebo content marketingové videá. Medzi hlavné témy patria digitálne zrkadlovky ako kamery, nahrávanie v sekvenciách, nahrávanie „vkuse“ vs sekvencie, príbeh ako základ dobrého videa, storytelling, základy práce s digitálnou zrkadlovkou, základy kompozície, princípy, ukážky, kamerové uhly, základy expozície – clona, čas a ISO, technické parametre videa – FPS, Mbps, formát videa, kódeky, objektívy – výber správneho objektívu, ohnisková vzdialenosť, statívy, stabilizátory, koľajnice, vybavenie, nahrávanie zvuku – rekordér, mikrofón, formát, základy svietenia, prirodzené svetlo vs. umelé svetlo – štúdiové nasvetenie, editácia, výber hudby, práva, voľná hudba, zvuky, programy na úpravu videa ako Adobe Premiere Pro či iMovie, prechody vo videu, efekty, exportovanie pre YouTube, Vimeo, atď.

17. PR

Ako si vo vlastnej réžii a podľa možností s čo najnižšími nákladmi zabezpečiť kvalitné PR. Ako nastaviť komunikáciu a prezentáciu produktu a eshopu, ako fungujú mediálne domy a redakcie na Slovensku, ako napísať tlačovú správu, e-mail a tip do médií, čo je to rešerš médií a ako ho správne urobiť, ako vyzerá dobrá PR agentúra a čo všetko by mala robiť, ako skontrolovať PR konzultanta, ako funguje novinárska etika a aké sú nepísané pravidlá v brandži. Tiež dôležité termíny ako public relations, corporate identity, internal PR, media relations, crisis management, product placement, public affairs a ďalšie.

18. Marketingová automatizácia a zvyšovanie predaja

Ako využiť rôzne aplikácie a online nástroje na to, aby do veľkej miery sa automatizovali marketingové aktivity a zvýšili tak predaje eshopu. Prehľad automatizačných

nástrojov a metód, systém Mautic, kontaktovanie anonymných návštevníkov webu, upozornenia a vyskakovacie okná, sledovanie užívateľa naprieč webom, výber správnych marketingových kanálov, automatizované emailové kampane, úspora času pri tvorbe kampaní, zvýšenie predaja za krátky čas, remarketing na existujúcich zákazníkov, zvyšovanie účinnosti platených kanálov a ďalšie.

19. PPC reklama pre začiatočníkov aj pokročilých

Ako funguje PPC (Pay-per-click) reklama a prehľad najdôležitejších nástrojov, ktoré pomôžu podnikateľom získať viac relevantných návštevníkov, a tým aj zvýšiť tržby a zisk. Založenie vlastného Google AdWords účtu, nastavenie a spustenie vlastnej kampane, definovanie vhodnej štruktúry kampaní a reklamných zostáv, nástroje na voľbu vhodných kľúčových slov, tipy a triky pre písanie pútavých reklamných textov, meranie a optimalizovanie kampane, rôzne reklamné formáty, produktové kampane, externé nástroje na tvorbu reklamy, product listing ads, inzercia založená na Google nákupoch, úpravy konverzného kódu, obojsmerný prenos dát medzi Google AdWords a Google Analytics, rozšírené cpc, optimalizátor konverzií, ROAS cenová stratégia, Youtube video kampane a interaktívne formáty reklám, rozšírené možnosti remarketingu, dynamický remarketing, či produktové vyhľadávače. Účastníci si tiež osvoja dôležité termíny ako Adwords, Analytics, metriky, CPO, CPC, CPT, CPM, impresie, kliky, publiká, Ad Sense, GDN, konverzie, ROI, remarketing, konverzia, skóre kvality, CPA, konverzný pomer, Google Tag Manager, Google Tag Asistent, AdWords skripty, AdWords API a ďalšie. Cieľom je naučiť podnikateľa spravovať si kampane vo vlastnej réžii alebo naučiť princípy fungovania tohto systému tak, aby vedel skontrolovať agentúru, ak reklamu zadáva externe.

20. SEO

Čo je to optimalizácia pre vyhľadávače, ako analyzovať kľúčové slová a ako si navrhnuť stratégie na dlhodobé získavanie spätných odkazov a ohlasov na sociálnych sieťach. Medzi hlavné témy patri návrh redakčného plánu pre lepšie SEO, zdroje a nástroje pre analýzu kľúčových slov, trendy v hľadanosti kľúčových slov, klasifikácia kľúčových slov, web postavený pre vyhľadávače, linkbuilding aktivity, analýza spätných odkazov konkurencie, či témy pre blog. Cieľom bude pomôcť podnikateľom optimalizovať ich eshop tak, aby im cez vyhľadávače a spätné odkazy prinášal čo najviac návštevníkov a potenciálnych zákazníkov.