

PROGRAM

DÉLELŐTTI szekció - Nagy Terem

08:30-09:30 <i>Előadás</i>	Regisztráció, fogadókávés, networking
09:30-09:50 <i>Előadás</i>	Köszöntő Előadó: Kis Ervin Egon (SzEK.org)
09:50-10:05 <i>Előadás</i>	Élre törünk! Előadó: Galambos Márton (Forbes Magazin, főszerkesztő)
10:05-10:35 <i>Előadás</i>	Ugrásszerű növekedés?! <p>Az első fogyasztói javak megosztására épülő internetes vállalkozások már a '90-es években sikeres cégekké tudtak válni. Mégis a közösségi média széleskörű elterjedése volt szükséges ahhoz, hogy az internetezők közötti csere-bere, illetve tárgyak, szolgáltatások megosztása széles körben elterjedjen. Az autót és egyéb közlekedési eszközt, lakást, üzleti lehetőséget, zenét/filmet, készételt, könyvet stb. megosztó oldalak a befektetőket is vonzani kezdték, mert az internetezők figyelme hirdetelen a területre irányult, és egyre többen próbálnak pénzt megtakarítani, vagy éppen csak jó cselekedetet megvalósítani a szakosodott oldalakon keresztül. De vajon mely területek sikeresek? Melyek mögött van fenntartható üzleti modell? A Wikipedia mai napig megoldatlan finanszírozása óva kell, hogy intsen minket a hiú ábrándoktól. Az előadásban megnézzük, hogy mekkora a nyitottság Magyarországon a megosztásra.</p> Előadó: Kis Gergely (eNET Internetkutató Kft.)
10:35-11:00 <i>Előadás</i>	Hazai számok a hajrá előtt <p>A karácsonyi hajrá előtt a kereskedők az utolsó nagy dobásra készülnek, de mit mutatnak a számok, mivel lehetne még többet kihozni a 2014 főszezonjából! Mennyire lesz fontos a mobil, mennyire drágulhat be az Adwords.</p> Előadó: Deli Norbert (HD marketing)
11:00-11:20 <i>Előadás</i>	eMAG: Románia egyik legnagyobb internetes áruháza megérkezett Budapestre is! (angol nyelvű előadás) Előadó: Andrei Sercanean
11:20-11:40 <i>Előadás</i>	Új szereplő az online piacon: Deichmann <p>Hogyan tud sikeresen együttműködni az online és az offline kereskedelem? Az online shop, mint kiegészítő szolgáltatás: mert cipőt vásárolni online is lehet!</p> Előadó: Schmidt László (Deichmann Cipőkereskedelmi Kft.)
11:40-12:00 <i>Előadás</i>	Új szereplő az online piacon: Decathlon <p>Előadásában bemutatja a Decathlon online piacra lépésének előzményeit, az előkészületi munkálatokat, valamint azt, hogy miként valósulhat meg egy 18 országban jelen lévő multinacionális cégen belül egy új e-kereskedelmi megoldás. Hallhatunk tőle információkat az eddigi tapasztalatokról és a jövőbeni tervekről is.</p> Előadó: Kabarcz Balázs (Decathlon)
12:00-12:20 <i>Előadás</i>	Profizmus a háttérben is! <p>A csomag életútjának és az annak mentén megjelenő technológiai infrastruktúra bemutatása, fókuszba állítva az Országos Logisztikai Központ technológiáját.</p> Előadó: Fazekas Attila

12:20-12:30
Előadás

Az Év Internetes Kereskedője 2014 nyertese: eOptika.hu

Az Év Internetes Kereskedője 2014-ben az eOptika.hu lett. Egy nagyon fiatal vállalkozásról van szó, amit 2011-ben indított el két ember, mint kontaktlencse webbolt, ami a maga kategóriájában mostanra már az ország egyik legnagyobbja. Nagy teljesítmény, nézzük hogyan!

Előadó: [Lakos Péter](#) (eOptika Kft.)

12:30-14:00

Ebédszünet

Az előadók felkérés alatt, a programváltoztatás jogát fenntartjuk!

PROGRAM

DÉLUTÁNI szekció - Terem 1

Beszélgetés vezető: Kis Bernadette Alelnök, SzEK.org

1. Blokk: e-utazni jó!?

14:00-14:20
Előadás

Hurrá optimizmusunk!

Milyen földrengésszerű változást okozott a Malév 2012-es csődje a repülőjegy-értékesítési piacon? Milyen lépésekre volt szükség ahhoz, hogy a repjegy.hu gyakorlatilag egyedüli magyar szereplőként fel tudja venni a versenyt a nemzetközi versenytársakkal?

Előadó: [Habóczki Zsolt](#)

14:20-14:35
Előadás

Bónusz utazás

Egyre több utazni vágyó választja a Bónusz Brigádot, amikor kedvezményes, de minőségi utazási lehetőséget keres. Továbbra is a belföldi utak vannak többségben, de egyre nagyobb számban utaznak a Brigáddal külföldre is. A belföldi utazásoknál a szálláshelyek nagyon színes képet mutatnak, a panziótól a 4-5 csillagos szállodáig minden megtalálható a kínálatunkban. A desztinációkat illetően egyértelmű a szezonális, nyáron a Balaton illetve a horvát tengerpart messze a legnépszerűbb, míg külföldön főleg a városi hotelek, illetve nyáron a tengerparti nyaralás a sláger. Egy-egy ajánlat sikere sok mindenben múlik: desztináció, az ajánlat szövege és a vele megjelenő fotók, a megjelenés időpontja, stb. Nézzük hát hova utazunk!

Előadó: [Heller Gábor](#) (Bónusz Brigád)

14:35-14:50
Előadás

Megszálltunk.hu - Szállás.hu

Mi vezetett ahhoz, hogy a Szallas.hu oldalon keresztül foglaljon minden 5. belföldi vendég, és booking.com oldalt is képes megelőzni a belföldi piacon? Miért lett a Szallas.hu Közép Európa leggyorsabban növekvő technológia cége? Mi a siker receptje, mit tudunk a fogyasztókról, amit más nem?

Előadó: [Szigetvári József](#) (Central Média csoport Zrt.)

14:50-14:55
Előadás

5 percben: Szárnyal az e-kereskedelem képzés a BKF-en

A Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskolán 2013 szeptemberében indult el az első évfolyam az E-business menedzsment szakirányon. A gazdasági alapképzés részeként meghirdetett szakirány azóta a harmadik lelkes évfolyammal indult el az idén, az első társaság pedig télen kapja kézhez a diplomáját. A szakirány sikeréhez a SzEK.org tagságából érkező kiváló szakemberek, oktatók is nagyban hozzájárulnak. A hallgatók oktatás során kivitelezett projektjeiből több Startup és vállalati fejlesztés indult útjára. A rövid bemutatón szeretném mindenkivel megismertetni eredményeinket és köszönetet mondani a közösség támogatásáért.

Előadó: [Dr. Horváth Attila](#) (Budapesti kommunikációs és Üzleti Főiskola)

2. Blokk: Logisztika

14:55-15:20

Előadás

Egy mosolygós szektor számokban - az e-kereskedelmi logisztikai cégek piaca

Az egyre nagyobb volumeneket öltő magyarországi internetes kereskedelem a logisztikai cégek dinamikus növekedését is magával hozza. B2B és B2C oldalon is egyre inkább felértékelődnek a futárszolgálatok, az online kiskereskedelmi forgalmat kiszolgáló internetes cégek pedig egyre nagyobb elvárásokat támasztanak a cégek ügyféloldali arcait is jelentő futárcégekkel szemben. Az ún. CEP piac szép jövő előtt áll, és a lehetőségek nem csak a nemzetközi futárcégeket ösztönzik fejlesztésekre, hanem a magyar cégeket is, köztük az erőteljes változásban lévő Magyar Postát. A csomag átvevő pontok (Pick Pack Pont, PostaPont és csomagautomaták) egyre népszerűbbek, de igénybevételük a legkevésbé sem veszélyezteti a személyes kiszállítást. Az előadásban képet mutatunk az eNET 2014 őszén készített logisztikai és fizetési kínálat oldali kutatásából, értékelve a piaci helyzetet.

Előadó: [Pintér Róbert](#) ([eNET Kft.](#))

15:20-15:35

Előadás

A logisztika kihívásai a kiskereskedelmi láncoknál

A nemrég létrejött Libri-Shoptline fúzió logisztikai összeolvadást és ennek feladatait is magával hozta. Hogyan lehetett és lehet a Libri-Shoptline kiszállítási folyamatait jól optimalizálni?

Előadó: [Ács Tibor](#)

15:35-15:40

Előadás

5 Perces előadás: Online marketing a való világban

Az okostelefonok elterjedése kezdi elhomályosítani az online és a hagyományos vásárlás közti határt: egyre többet használjuk a mobiltelefonjainkat boltban történő vásárlás esetén is, az árak összehasonlítására, termék értékelések megtekintésére, felhasználható kuponok keresésére. Előadásában bemutatja, hogy a beltéri helymeghatározási technológia hogyan kapcsolja össze a digitális és a hagyományos kereskedelmi csatornákat, hogyan teszi elérhetővé az online világban megszokott marketing eszközöket (részletes látogatói és konverziós analitikák, szegmentált kommunikáció, személyre szabott ajánlatok) a hagyományos kiskereskedelemben.

Előadó: [Kurucz Miklós](#)

15:40-16:10

Kávészünet

3. Blokk: Megosztásra épülő vállalatok

16:10-16:15

Előadás

5 perces előadás: Forprofit és nonprofit házasítás? IGEN!

A marketing fejlődése az utóbbi években alapjaiban változott meg, a 80-as évek fogyasztói magatartása után mára eljutottunk odáig, hogy a vásárlók mögött érzelmi tényezők vannak. A sikeres stratégia kidolgozásához szemléletváltás szükséges, a cégeknek mindenképp azt kell megtudniuk, hogy a vásárlók milyen érzelmeket szeretnének a vásárlással kielégíteni. Vásárlásösztönzés adakozási hozadékkal, ismert reklámarccal, a jól bevált reklámeszközök használatával. Egyedülálló a kezdeményezés egy már működőképes és bejáratott affiliate piacon. A mese 2014 októberében kezdődött és akari.hu domain alatt olvasható a „történetünk”.

Előadó: [Fábián Borbála](#) ([Karitatív Shopping Center](#))

16:15-16:30
Előadás

Sharing economy - kaláka vagy üzlet

A sharing economy nem új találmány: régen úgy hívták, kaláka. Rokonok, szomszédok összeálltak, kalákában kifestették egyikük házát, aztán a következő hétvégén valaki másához mentek, ahol kiásták az új csűr alapjait. Az erőforrások megosztás mára viszont ipari méreteket kezd ölteni - de vajon van-e benne üzlet? Vagy ha üzleti alapon közelítjük meg, akkor épp a lényegét öljük meg vele? A kérdésre a Bubi, az Oszkár telekocsi, az Airbnb vagy a párizsi Autolib alapján keressük a választ.

Előadó: [Kis Ervin Egon](#) ([SzEK.org](#))

16:30-16:50
Előadás

Építs jószomszédi kapcsolatot: Miutcánk.hu

Az internet és a globalizáció kinyitotta a világot, de mindeközben eltávolított minket egymástól. Ezen változtat a Miutcánk.hu – az első szívesség alapú lokális közösségi oldal. Már mindenhol mindenkihez van közösségi oldalunk, csak a környékünkhöz nem kapcsolódunk. Pár hónap alatt több mint 20 ezren döntöttek úgy, hogy meg akarják ismerni a szomszédaikat és jobbá tenni lakhelyüket. Kerüljünk közelebb egymáshoz! Éljük a környezetünkkel!

Előadó: [Horváth Gáspár](#)

16:50-17:05
Előadás

Utazzon telekocsival! - Oszkár.com

Beülni idegenek autójába? 2014-ben ez már nem egy szűk szubkultúra hóbortja, az oszkározás mára az utazás egy új alternatívájává vált. Az ország vezető telekocsi rendszere, az Oszkar.com közel 170 ezer regisztrált tagot számlál, és továbbra is exponenciálisan növekszik. Kik használják és jellemzően milyen utazásokra? Mik az elterjedés fő gátjai és azokra a megoldás? Mitől fenntartható a rendszer? Többek között ezekre a kérdésekre is választ kapunk Prácser Attila társalapító előadásából.

Előadó: [Prácser Attila](#)

17:05-17:20
Előadás

Éljen a környezettudatos vásárlás! Szatyorbolt.hu

Előadó: [Kármán Erika](#) ([Szatyorbolt Egyesület](#))

17:20-17:35
Előadás

Kell egy JóSZAKI!

Átver a burkoló, részeg a kőműves és megőrjíti a mázoló? A JóSzaki.hu-t pont az ehhez hasonló tapasztalatok hívták életre. Már Pompei ősi falai között is találtak lakásfelújítás miatt öngyilkosságot elkövető tulajdonosokat... Legyen szó villanszerelőről, kárpitosról vagy masszőről, az internet adta lehetőségeket kihasználva gyors és hatékony megoldást kívánunk nyújtani minden szakembert kereső problémájára. Hogyan lehet erre működő üzleti modellt építeni? Milyen az emberek hozzáállása? Mik a fő kihívások? Hogyan tovább?

Előadó: [Naményi Dávid](#)

PROGRAM

DÉLUTÁNI szekció - Terem 2

Beszélgetés vezető: **Hernádi Gábor** Alelnök, SzEK.org

1. Blokk: Eu-s és hazai szabályozások a távértékesítésben

14:00-14:15
Előadás

E-kereskedelem Magyarországon és az Európai Unióban

Szabályozási irányok, pályázati lehetőségek a vállalkozások számára.

Előadó: [Dr. Csiszér Gábor](#) ([Nemzeti Fejlesztési Minisztérium](#))

14:15-14:40
Előadás

2015-ös változások az elektronikus úton nyújtott és telekom szolgáltatások áfa kezelésében

Az előadás keretében áttekintünk a 2015. január elsejétől hatályba lépő új teljesítési hely szabályokat az e-szolgáltatások és a telekommunikációs szolgáltatások kapcsán és azoknak az internetes szolgáltatások nyújtóira gyakorolt hatását, így különösen az ún. Mini One Stop Shop rendszert, annak működési mechanizmusát. Kiemelten elemeznénk, hogy a határon átnyúló elektronikus szolgáltatásokat nyújtó vállalkozásoknak milyen pótlólagos adminisztratív terhei és kötelezettségei lesznek az új szabályok hatályba lépése után, milyen ellenőrzési mechanizmusokat kell beépíteniük a rendszereikbe, hogy az új szabályok megfelelő alkalmazását biztosítsák, milyen dokumentációt kell vezetniük egy esetleges adóhatósági ellenőrzés esetére.

Előadó: [Farkas Zoltán](#) (*KPMG Tanácsadó Kft.*)

14:40-15:00
Előadás

Tapasztalatok az új e-ker szabályozással kapcsolatban

Rövid összefoglaló az új Ptk. és az új fogyasztóvédelmi kormányrendelet bevezetésével kapcsolatos tapasztalatainkról. Gyakorlati tanácsok és házi feladatok is lesznek az előadásban. Tartalom:

- Milyen jogi dokumentáció szükséges ahhoz, hogy termékeket/szolgáltatásokat értékesítsünk az interneten?
- Mik a főbb jogi kockázatok?
- Friss hírek az adatvédelmi hatóság akcióiról
- Nemzetközi kitekintés

Előadó: [Dr. Ormós Zoltán](#) (*Ormós Ügyvédi Iroda*)

2. Blokk: Új pénzügyi modellek

15:00-15:15
Előadás

A webáruház nőjön ne a költség! Fizetési tipp kicsiknek és nagyoknak.

Az online kereskedelem dinamikusan növekszik Magyarországon. A piacon megjelenő fizetési módok választéka is egyre szélesebb. Az internet-banki átutalásra épülő, webáruházba integrálható fizetési megoldásokat több cég nyújt már évek óta Nyugat-Európában és a Skandináv államokban - köztük van a SOFORT Banking is. Magyarországon idén kezdtük el használni ezt a technológiát. Miért terjedt el Nyugat-Európában? Miért kell ez nekünk, hol a helye a piacon? Hogyan működik az internetes fizetés bankkártya és e-wallet nélkül? Hogy lehet egyszerre előnyös kezdő webáruházaknak és multinacionális cégeknek? Mennyire biztonságos ez a megoldás és miért ilyen kedvezőek a SOFORT Banking díjai? A kérdésekre az előadásban adunk válaszokat.

Előadó: [Berend Dóra](#) (*SOFORT Austria GmbH*)

15:15-15:30
Előadás

E-utalványok: piaci ziccer az online értékesítésben!

A béren kívüli juttatásként adott utalványok súlya a kereskedelemben igen jelentős. De mi a helyzet e téren az e-kereskedelemmel? Nem kétséges, hogy a hagyományos értékesítésnél használt papír alapú utalványok - interneten keresztül felhasználható - elektronikus megfelelője eddig ismeretlen piaci lehetőségeket nyithat az online értékesítésben. Célzottan az e-kereskedelemben csatornázott új forgalom? Kockázatmentes, különösen alacsony költségű vevőszerezés? Új speciális vevőkör akár 30%-os konverziós rátával? Mennyi? Hogyan?

Előadó: [Polacsek László](#) (*Sponsorem Kft.*)

15:30-16:00

Kávészünet

3. Blokk Mindig van mit fejleszteni az értékesítésben!

16:00-16:20
Előadás

Dinamikus personalizált retargeting megoldások az Ecommerce területén (angol nyelvű előadás)

Az RTB House lengyel központú dinamikus retargeting szolgáltató Európában már több mint 600 e-commerce cégnek nyújt RTB alapú támogatást. Magyarországon az elmúlt egy évben már több mint 40 ügyféllel indított együttműködést. A CEE régió kereskedelmi vezetője beszél regionális tapasztalatokról és mutat meg néhány esettanulmányt a környező országokból.

Retargeting és performance kampányok a webshopok és a felhasználók szemszögéből. Esettanulmányok Európából - Elektronika, Divat, Árösszehasonlító oldalak és kupon szolgáltatók szemével. Eredmények, optimalizálási utak. A gyártók támogatásának lehetőségei és hatásai az ecommerce szereplők értékesítési eredményeire.

Előadó: [Vladimir Houba, MBA \(RTB House\)](#)

16:20-16:25
Előadás

5 perces előadás: Szabjuk személyre a tömegkommunikációt!

Ha a tartalom a király, akkor a személyes élmény a királynő. Ma már nem elég megfelelő tartalmat készíteni. Alcélcsoportokat kell létrehozni, adatszűrési módszerekkel elemezni a viselkedésüket. Majd úgy kell alakítani termékünk vagy szolgáltatásunk üzenetét, ahogyan az a fogyasztónk egyedi ízlésének legszimpatikusabb.

Több probléma is van ezen a területen. Az emberek nem szeretik az irreleváns tartalmakat. Időpazarlás a különféle regisztrációs felületek kitöltése – sokszor nem is fejezik be. Elérhetetlen és ismeretlen közönség.

A márkák hatalmas összegeket és erőforrásokat investálnak marketingbe, üzletfejlesztésbe és a felhasználói bázis kiépítésébe. Miért ne maximalizálnák az eredményt? A felhasználók nap mint nap "építik" digitális lábnyomukat. Azok a márkák, akik szabad kezet kapnak tőlük, élvezetes és személyre szabott tartalom előállítására lesznek képesek. Ehhez nem kell túl nagy erőfeszítés, csak egy picike finomhangolás szükséges, mely személyre szabott élményt, nagy ROI-t eredményez.

Milyen jó lenne tudni Facebookos rajongóinkról, milyen más oldalakat like-olnak még. Vagy, hogy mi érdekli őket, mik a kedvenc márkáik... Az emberek közösségi aktivitása és attitűdje sokszor kiszámíthatatlan, ez a probléma azonban a valós idejű monitorozással kiküszöbölhető. A rögzített információ ezidáig elérhetetlen volt, nem beszélve arról, hogy ezek az adatok önmagukban, elemzés nélkül nem túl beszédesek. A monitorozás, a personalizáció összekötésével azonban 100%-ban reprezentatív statisztikák állíthatók elő.

Az öt perces előadás során gyakorlati példán keresztül ismerhetjük meg a jéghegy csúcsát.

Előadó: [Szántó Péter \(SpringTab\)](#)

16:25-16:40
Előadás

Többlépcsős értékesítés egy webáruháznál

A webáruházak teljesítményét egyszerűen lehet mérni az eladások mennyiségén, ami viszont gyakran rövidtávú gondolkodáshoz vezet: a legtöbb webáruház csak a rövidtávú vevőszerezésre összpontosít. Előadásomban megmutatom, hogy hogyan lehet egy webáruház rövid- és hosszútávú vevőszerezési törekvéseit egyensúlyba hozni, és hogyan lehet az azonnal nem vásárló látogatókat is hosszútávon vevővé konvertálni.

Előadó: [Zajdó Csaba \(Shoptrener.hu Kft.\)](#)

16:40-16:55
Előadás

Miből nem lesz profit?

És miért nem, ha akár lehetne is? Nagyon sok cég rendelkezik adatbázissal, és közülük sokan nem csak a név és az email cím birtokában vannak, hanem sokkal több adatot is tudnak az ügyfélről, pl mit vásárolt, honnan érkezett, hány órákor ment az oldalra, stb... A mi gyakorlati tapasztalataink azt mutatják, hogy össze kell hangolni a különböző csatornákat, és nem külön, hanem egységes egészként kell kezelni őket. Vannak kampányok, amikor érdemes kiegészíteni az eDM-et egy DM kampánnyal, lehet telefonálni és lehet küldeni SMS-t is, és mindezeket több alkalommal, akár egy kampányon belül is. És mi van akkor, ha soha nem konvertál (vásárol, letölt, regisztrál, meghív, megoszt, kattint) az ügyfelünk? Akkor sincs baj, esettanulmányunkból kiderül, hogy profitot még így is lehet vele termelni....

Előadó: [Hamza Gábor](#) ([Tarsago Magyarország Kft. \(Reader's Digest\)](#))

16:55-17:00
Előadás

5 perces előadás: Felhasználói élmény az e-kereskedelemben: követendő és kerülendő példák, avagy hogyan ne ess mások hibájába

A folyamatosan fejlődő hazai e-kereskedelmi piacon a kiváló felhasználói élmény (UX) a webshopok egyik legfontosabb versenyelőnye lehet. A Testbirds az elmúlt év során számos nagy hazai oldal felhasználói élményét tesztelte valódi felhasználók bevonásával, hogy feltárja az optimalizálандó területeket. Az ezekből született elemzésekre építve mutatunk be előadásunkban jó példákat és olyan klasszikus hibákat, amelyekbe még a legrutinosabb fejlesztők is belesétálnak.

Előadó: [Lichter Tamás](#) ([Testbirds Kft.](#))

17:00-17:15
Előadás

A meggyőzés művészete, avagy hogyan tegyük vásárlóvá a látogatóinkat

Előadó: [Kálmán Tamás](#) ([maileon-Wanadis Kft.](#))

17:15-17:20
Előadás

5 perces előadás: Hatékony ügyfélszerzés az e-kereskedelem résztvevőinek!

Hogyan bővítsük ügyfélkörünket? Hogyan érjünk el minél magasabb ROI-t? Egy nemzetközi hirdetéstechnológia segítségével hozunk el példákat.

Előadó: [Csingár Zoltán](#) ([Crimtan Hungary Kft.](#))

4. Blokk: Pályázati lehetőségek az e-kerben

17:20-17:45
Előadás

Pályázatok EU-s pénzből

Általános tájékoztató a Széchenyi2020 azaz a 2014-2020-as pályázati időszakról. Előnyben a vidék! Összehasonlítás a közép-magyarországi és vidéki támogatási lehetőségek között. Emellett hasznos tippek, tanácsok a pályázatokon indulni vágyóknak.

Előadó: [Dr. Szabó Bence](#) ([EURO Pályázat Kft.](#))

17:45-17:55
Előadás

Túl a szüzességen avagy pályázati tapasztalatok a gyakorlatban

Gyakorlati tapasztalatból nézzük meg, hogy hol volt eufória és hol fájt (a beadás, lehívás, elszámolás, volumen, stb.). K&F, fejlesztési és piacra lépési támogatások általánosságban.

Előadó: [Valner Szabolcs](#) ([Digital Factory](#))

A szervezők a programváltoztatás jogát fenntartják!