

★ **Leaders voice**

**Tomáš
Richter**
ŘEDITEL
KASA.CZ A OBCHODNIDUM.CZ

MANAGEMENT

Internetový obchod není takové terno

Jsou v roce 2010 ještě nějaké rozdíly v řízení internetového a kamenného obchodu? Jen minimální. V případě těch malých samozřejmě přetrvává většina rozdílů, jež internetové obchody na počátku jejich éry odlišovala od klasické konkurence. Jenže u velkých hráčů je to již dávno jinak.

Jestli chcete být ve špičce, musíte mít sklady, stejně jako je mají kamenné obchody. Stejně tak musíte mít perfektně fungující logistiku, sledujete cash flow v desítkách milionů, řešíte problémy se zaměstnanci a tak dále. Opravdové rozdíly jsou podle mého názoru jen tři. Prvním jsou informační technologie, druhým lidé a třetím je čas.

Počítače jsou v současnosti samozřejmě ve všech obchodech, ale ty internetové jsou na nich přímo závislé. Tedy nejen na nich, ale především na internetu. Když pak někde spadnou servery, tak můžete mít ajťáky jaké chcete, ale stejně musíte počkat, až to někde jinde někdo jiný opraví. A mezi tím jen počítáte, o kolik peněz asi přijdete. Když spadnou pokladny v hypermarketu, vědí aspoň, že rychlost opravy záleží na nich samotných.

Když už píšu o lidech starajících se o IT, v internetovém obchodě je jejich role významnější než v klasickém obchodě. A zároveň se s nimi občas vychází komplikovaně stejně jako s ajťáky kdekoli jinde. Ten, kdo je má na starosti, musí proto být ještě



Když někde spadnou servery, tak můžete mít ajťáky jaké chcete, ale stejně musíte počkat, až to někde jinde někdo jiný opraví.

větší diplomat a komunikátor než ve většině ostatních firem. Kdo někdy zadával práci oddělení IT, určitě ví, co mám na mysli.

Tím jsem se dostal k té druhé odlišnosti, tedy k lidem. Kamenný obchod potřebuje stejně jako my dobré skladníky, logistiky či nákupčí. Jeho tváří jsou prodavači. A pokud jsou dobří, můžou leccos zachránit, stejně jako můžou zákazníka nasměrovat k dalšímu nákupu. „Přišel jste pro háček na ryby? Tak to ještě potřebujete člun, k němu motor, taky GPS,“ tak nějak to bylo v jednom vousatém vtipu. Jenže to na internetu nefunguje.

Internetový obchod potřebuje lidi, kteří dovedou srozumitelně a slušně psát odpovědi na dotazy zákazní-

ků. Pak takové, kteří srozumitelně a slušně odpovídají na telefonické dotazy. A perfektně vyložené zboží na stránkách, které musíte doplnit co největším množstvím informací. Teprve tohle dohromady tvoří našeho prodavače.

Posledním rozdílem je čas. Tam, kde může prodavač rozprávět a ukazovat, my musíme rychle a přesně mailovat nebo odpovídat do telefonu. Přitom nemůžeme použít žádné obchodnické berličky, protože nemůžeme reagovat na to, jak se druhá strana tváří, ani na co se dívá. My prostě zákazníky neukecáme. Takže je tady možná ještě jeden rozdíl. Prodávát po internetu je těžší než v kamenném obchodě.