



Karta (nových) kompetencí pro sektor MALOOBCHOD SE ZAMĚŘENÍM NA E-COMMERCE A INTERNETOVÝ MARKETING

1. PŘEHLED SEKTOROVÝCH TRENDŮ

Východiskem pro identifikaci nových kompetencí je **monitoring aktuálních a budoucích trendů**, které sektor mění a redefinují kvalifikační požadavky na pracovníky v příslušném sektoru. Jsou zde zaznamenány trendy a změny, které odvětví aktuálně proměňují (nové) anebo ty, jež mají takový potenciál do budoucna (budoucí).

Identifikované **trendy** (resp. technologie, produkty či služby) jsou jednotně uváděny jako „**Pojem K 4.0**“, který odkazuje k Průmyslu 4.0 i zkrácenému názvu projektu „Kompetence 4.0“. Přehled je výsledkem obsahové analýzy dostupných národních a mezinárodních informačních zdrojů, identifikovaných analytiky projektu, a dále zdrojů doporučených panelem expertů (pracovní skupinou). Výsledný přehled, předkládaný k veřejnému připomínkování, byl panelem expertů verifikován. Složení pracovní skupiny je uvedeno na konci dokumentu.

Tabulka č. 1: Přehled sektorových trendů:

Pojem K 4.0	alternativní název	nový/ budoucí	zdroj informace	Vysvětlení pojmu K 4.0
Technologie 4.0 v obchodě				
umělá inteligence	AI	nová	Seven Ways Artificial Intelligence Is Disrupting The Retail Industry	V digitální éře, kdy zákazníci neustále vyhledávají personalizované produkty a služby, pomáhají řešení umělé inteligence v maloobchodě přizpůsobit nabídku maloobchodníkům očekáváním jejich zákazníků. Převratný dopad umělé inteligence v maloobchodě se projevuje napříč hodnotovým řetězcem a stává se mocným nástrojem maloobchodních značek k získání strategické výhody oproti konkurenci.

Pojem K 4.0	alternativní název	nový/ budoucí	zdroj informace	Vysvětlení pojmu K 4.0
automatizace		nová	Retail Technologies and Future Skills Report	Vzhledem k tomu, že se maloobchodníci snaží snížit náklady a zefektivnit provoz, zejména v dodavatelském řetězci, roboti se budou stále více zapojovat do každodenní činnosti maloobchodu a převezmou větší roli a budou více komunikovat se zaměstnanci a se zákazníky. Vylepšená navigace a kognitivní schopnosti učinily roboty agilnějšími a schopnějšími vykonávat více úkolů, od přemísťování výrobků v distribučních centrech až po pomoc při orientaci zákazníků v obchodě.
internet věcí	IoT	nová	Internet of Things	Internet věcí označuje síť fyzických zařízení propojených pomocí senzorů a softwaru přes internet, která umožňuje výměnu dat. Potenciál internetu věcí se značně liší v závislosti na vyspělosti společnosti. Mnoho společností se stále nachází ve fázi orientace: zahájily pilotní projekty a vyvíjejí produkty a služby využívající IoT nebo využívají IoT ke zlepšení vlastní efektivity – jen velmi málo z nich však ještě překročilo pilotní fázi. Pro společnosti, kterým se podařilo postoupit na další úroveň, je nyní IoT pevnou součástí jejich digitální agendy.
blockchain		nová	Retail Technologies and Future Skills Report	Blockchainy jsou decentralizované sdílené účetní knihy, do kterých se zaznamenávají všechny transakce. Poskytují bezpečné šifrováním téměř v reálném čase a jsou neměnné (nelze je změnit nebo vymazat). Namísto toho, aby se spoléhaly na to, že informace jsou uloženy jednotlivcem/organizací, blockchain zajišťuje sdílený záznam dat zobrazující celoživotní historii transakcí všech stran a účastníků.
virtuální realita		nová	Digitální reality a budoucnost retailu	V oblasti retailu se počítá s využitím hned tří druhů digitálních realit. Nejznámějším typem je virtuální realita, která vytváří kompletně digitální svět, který plně nahrazuje skutečné prostředí. Pohyb a interakce uživatele jsou zajištěny pomocí různých technologií snímání pohybu.
rozšířená realita		nová	Digitální reality a budoucnost retailu	Oproti tomu rozšířená realita skutečný svět nenahrazuje, ale pracuje s ním – pomocí například transparentních brýlí rozšiřuje, doplňuje uživatelskou realitu o digitální obsah.
smíšená realita		nová	Digitální reality a budoucnost retailu	Smíšené reality jsou kombinací rozšířené a virtuální reality.
Digitalizace				
digitální cenovky		nová	Retail budoucnosti	Díky digitálním cenovkám nemusí zaměstnanci měnit papírové cenovky a ceny se automaticky synchronizují s pokladním systémem.

Pojem K 4.0	alternativní název	nový/ budoucí	zdroj informace	Vysvětlení pojmu K 4.0
3D modely	digitální kolekce	nová	Retail budoucnosti	Řada firem přechází na počítačovou vizualizaci modelů. Týká se to hlavně sportovního oblečení, které se tolik neliší dle sezony, a virtuální model lze snadno upravit. Firmy nabízí oblečení, které existuje jen v podobě 3D modelů. Díky předobjednávkám dokáží lépe odhadnout, kolik oblečení potřebují vyrobit, čímž brání nadprodukcí.
3D a interaktivní vizualizace		budoucí	The adoption of disruptive technologies in the consumer products industry	Možnost virtuálně se seznámit s produkty ještě před rozhodnutím o koupi, může vést k lepšímu a uspokojivějšímu zážitku z nakupování a také k výraznému snížení počtu vráceného zboží a tím pádem i peněz pro obchodníka.
interaktivní zrcadla	virtuální zrcadlo	budoucí	Retail budoucnosti	Nahrazují klasické zkušební kabinky interaktivními zrcadly, díky nimž si zákazníci mohou vyzkoušet virtuální oblečení.
heat mapa		nová	These Heat Maps Show How Retailers Track You As You Shop	Technologie založené na kamerách pomáhají prodejcům sledovat, čeho se zákazník dotýká, co ignoruje a kudy chodí, takže mohou optimalizovat rozvržení prodejen jako nikdy předtím. Využívají k tomu snímání v reálném čase, které sleduje pohyb, a následně tyto informace převádí do tepelných map. Obdoba heat map existuje i na webových stránkách.
online komunikační nástroje		nová	panel expertů	Využívání online komunikačních nástrojů při práci, které umožní flexibilní komunikaci na dálku. Během pandemie koronaviru se staly nezbytnými.
Způsoby prodeje				
omnichannel řešení		nová	Into the fast lane: How to master the omnichannel supply chain	Prostřednictvím vícekanálového nakupování mohou spotřebitelé nakupovat přes více prodejních kanálů – online pomocí notebooku nebo telefonu, ve fyzických kamenných obchodech nebo ve velkoobchodech – a přitom využívat komplexní a ucelenou spotřebitelskou zkušenost.
showrooming		nová	Jak moderní technologie proměňují retail a interakci se zákazníkem	Trend, který popisuje obecné chování zákazníka, kdy si zboží v kamenném obchodě prohlédne, vybere, ale koupí online.
virtuální prodejna		nová	panel expertů	Kombinace kamenného obchodu a nákupu na internetu s prvky virtuální technologie.
research online, purchase offline (ROPO)	webrooming	nová	Jak moderní technologie proměňují retail a interakci se zákazníkem	Opakem tohoto fenoménu je trend research online, purchase offline, kdy naopak zákazník využije efektivní práci s informací na internetu a e-shopech, ale na produkt se pak jde fyzicky podívat a koupí si ho v kamenné prodejně.

Pojem K 4.0	alternativní název	nový/ budoucí	zdroj informace	Vysvětlení pojmu K 4.0
click and collect		nová	panel expertů	"Klikni a vyzvedni" je hybridní systém elektronického obchodování, kdy si zákazník objedná zboží online a vyzvedne si ho v obchodě nebo na dohodnutém místě.
market places		nová	panel expertů	On-line platforma, která zprostředkovává prodej zboží více internetových prodejců na jednom virtuálním místě. Obchodníci jejím prostřednictvím mohou nabízet výrobky širšímu spektru zákazníků, kteří mají naopak na výběr z více nabídek různých e-shopů na jednom místě.
D2C (direct to customer)		nová	Transformace a digitalizace dodavatelských řetězců	D2C model reprezentuje totální zkrácení řetězce na výrobce – zákazník.
prodej prostřednictvím sociálních sítí		nová	panel expertů	Prodej, při kterém jsou využívány sociální sítě (např. Facebook, Instagram, Tik tok, ...).
Marketing				
personalizace produktů a nabídky	individualizace produktu	nová	Deset trendů a novinek v retailu pro rok 2020	Přizpůsobení se konkrétním požadavkům jednotlivého zákazníka, personalizovaná nabídka či emaily přímo pro jednotlivce. Dříve byly věci na míru spíše měřítkem luxusu, v dnešní době si je stále častěji může dopřát kdokoli. Zákazník si může pořídit boty, hodinky, tašky anebo třeba elektroniku s vyšitým, vyrytým či vytištěným jménem, obrázkem, v barvě podle přání apod.
affiliate marketing		nová	Affiliate marketing roste čtyřikrát rychleji než ecommerce	Affiliate marketing představuje na internetu efektivní formu výkonnosti reklamy, funguje na principu provizí z realizovaných prodejů. Inzerent neplatí ani za zobrazování bannerů či textové reklamy, ani za prokliky, ale výhradně za zrealizované a uhrazené objednávky.
analýza velkých dat	Big data analýza	nová	How can data analysis transform store performance?	Big data jsou rozmanitější data, která přicházejí ve větším rozsahu a s větší rychlostí. Dnes existují údaje o všem: co jsme si koupili, v jakou denní dobu, co jsme si prohlíželi online, která část obchodu je nejnavštěvovanější, co se nám na výrobku líbilo a nelíbilo, co si koupili naši přátelé a seznam by mohl pokračovat. Data lze využít k vyhodnocení minulých výkonů, nákupních zvyklostí, a hlavně pomáhají utvářet a předpovídat budoucnost obchodu.
customer segmentation na základě analýzy dat	nová	panel expertů	Umělá inteligence dokáže prozkoumat a zanalyzovat soubory dat podobných zákazníků a	

Pojem K 4.0	alternativní název	nový/ budoucí	zdroj informace	Vysvětlení pojmu K 4.0
			interpretovat nejvýhodnější segmenty zákazníků za účelem zvýšení prodeje.	
suggested selling na základě analýzy dat	upselling	nová	panel expertů	Suggested selling na webových stránkách doporučuje zákazníkovi další položky k nákupu na základě analýzy sběru dat o chování konkrétního zákazníka.
cross selling na základě analýzy dat		nová	panel expertů	Cross selling je nabídka doplňkového produktu k zakoupenému produktu.
dynamická cena		nová	Dynamická cenotvorba: Nejde jen o technologii, ale o změnu fungování celého byznysu	Počítačový algoritmus zpracuje obrovské množství dat a automaticky pak ceny mění podle toho, jak se zákazníci e-shopu chovají. Nejde přitom jen o data za uplynulý den, ale o souhrn mnoha údajů za několik týdnů, měsíců i let. Souhrnná data jsou pak nezávislá na výkyvech, což zajišťuje stabilnější výsledek. A obchodům zase vyšší marži.
Komunikace se zákazníky				
automatizovaná komunikace se zákazníky		nová	panel expertů	Komunikace se zákazníky, při níž je využívána automatizace šetřící čas. Automatizaci lze využít např. při potvrzování objednávek, storna či změny objednávky.
chat bot		nová	Lidé si ani nevšimli, že už s nimi na zákaznické podpoře běžně komunikují roboti	Lidé ve firmách se pak mohou věnovat užitečnějším věcem, chatboti také vyrovnají nečekané zvýšení počtu dotazů například během Vánoc u e-shopů nebo v případě výpadku elektřiny u energetické společnosti, dokážou komunikovat s tisíci lidmi najednou.
voice commerce	hlasové vyhledávání	nová	Retail's newest trend: Voice commerce	Při pohledu na rozdíl mezi podílem spotřebitelů, kteří vlastní chytré hlasové asistenty a podílem těch, kteří je používají k nakupování, má hlasové obchodování obrovský růstový potenciál.
hlasový asistent		nová	Jak moderní technologie proměňují retail a interakci se zákazníkem	Dalším trendem, který můžeme pozorovat, je komunikace v přirozeném jazyce, ať už mluveném nebo psaném. Odbourává se tím tak technicistní charakter online nakupování a svým způsobem se může jednat i o nahrazení lidské obsluhy, kdy zákazník místo s pracovníkem v call centru komunikuje s umělou inteligencí, která se postupně naučí nejčastější požadavky zákazníků odbavovat tak, že zákazník třeba vůbec nepozná nekomunikuje s živým člověkem.

Pojem K 4.0	alternativní název	nový/ budoucí	zdroj informace	Vysvětlení pojmu K 4.0
vizuální doporučování		budoucí	Retail budoucnosti HN	Pokud se internetovému uživateli líbí například oblečení na fotografii ze sociálních sítí, počítač pomocí strojového učení vyhodnotí, jaké zboží je mu nejpodobnější, a nabídne mu ho i s odkazem na jeho koupi. Podobně může fungovat i propojení s obsahem. To vypadá třeba tak, že si člověk přečte recept a vyskočí mu nabídka jednotlivých ingrediencí k nákupu.
vizuální vyhledávání		budoucí	Technologické trendy pro e-commerce v roce 2020 a dále	Technologie jako Google Lens či Pinterest Lens nabývají na rozšířenosti a popularitě, umožňují vyhledávat produkty na základě vizuálního vstupu. V praxi to může znamenat, že si na ulici například vyfotíte něčí tašku či boty, které se vám líbí, technologie vyhledá podobný nebo dokonce totožný produkt, který můžete na pár kliků koupit.
Platební metody				
scan & go		nová	panel expertů	Nákup v kamenném obchodě s využitím skeneru, kterým zákazník skenuje průběžně zboží, které vkládá do košíku. Po dokončení nákupu není potřeba zboží vyskládat na pás, ale zákazník rovnou zaplatí u speciální pokladny.
digitální peněženky		nová	Consumer Ownership Of Digital Wallets Is Surging, But Will The Trend Hold?	Platby digitální peněženkou usnadňují lidem realizaci nákupů na internetu, ale tyto typy plateb také nabízejí spotřebitelům způsob, jak nakupovat bez fyzického kontaktu s platebním terminálem. Vzhledem k důrazu na omezení fyzických kontaktů na veřejnosti se pohodlí digitálních peněženek zařadilo ke změnám spotřebitelského chování během pandemie.
platby v kryptoměnách		budoucí	panel expertů	Platby v kamenných či internetových obchodech provedené v kryptoměnách.
just walk out technology	supermarket budoucnosti	nová	Vezmu zboží a jdu. Vyzkoušeli jsme nakupování v Amazon Go	Zákazník si ve svém chytrém telefonu stáhne speciální aplikaci, kterou spáruje se svou kreditní kartou. Když pak aplikaci otevře, objeví se QR kód, který načte u vstupního turniketu, a může dovnitř. Pak už si prostě vezme, co chce, a odejde.
odložená platba		nová	panel expertů	Zákazník má možnost vyzkoušení zboží bez předchozí úhrady, kterou provozovateli služby odložené platby odešle až po daném časovém intervalu. Obchodník naopak zpravidla úhradu dostává prakticky ihned.
Technická řešení e-shopu				

Pojem K 4.0	alternativní název	nový/ budoucí	zdroj informace	Vysvětlení pojmu K 4.0
progresivní webové aplikace		nová	16 Technology Trends Shaping eCommerce in 2020	Progresivní webové aplikace jsou webové stránky přístupné přímo v prohlížeči, které poskytují vysoce konverzní funkce nativní aplikace. Zatímco webové stránky jsou optimalizovány tak, aby uživatelé získali informační obsah, PWA jsou navrženy tak, aby pomáhaly nakupujícím rychle plnit úkoly. Mají rychlé a spolehlivé funkce a vlastnosti, které vytvářejí vysoce poutavý nákupní zážitek.
e-commerce v cloudu		nová	Eset spustil e-shop v cloudu	V blízké budoucnosti se dá očekávat, že moderní e-commerce řešení se budou téměř výhradně provozovat právě v cloudu. Od softwarových e-commerce řešení instalovaných ve vlastních datových centrech se postupně upouští. Jde o jeden z projevů takzvané digitální transformace, která nejen pro internetové obchodníky znamená zásadní změnu.
headless e-commerce		nová	Headless e-commerce a výhody, které přináší	Tradiční e-shopy jsou složeny ze dvou vrstev, front-endové a back-endové. Frontendová část je rozhraní, se kterým pracuje zákazník. Back-endová část je motor e-shopu zodpovědný za jeho funkčnost a propojení s databázemi. V tomto typu architektury každá změna na front-endu (např. změna způsobu fungování nákupního košíku) vyžaduje provedení změn v back-endové části. Naopak technologie headless e-commerce nabízí oddělený front-end a back-end.
Logistika doručování				
last mile		nová	panel expertů	Poslední míle je v řízení dodavatelského řetězce a plánování přepravy posledním úsekem cesty zahrnující pohyb osob a zboží z dopravního uzlu do konečného cíle.
výdejní boxy		nová	panel expertů	Boxy, ve kterých si zákazník může vyzvednout objednané zboží bez omezení 24 hodin denně, 7 dní v týdnu. Fungují na základě hesla či zasláního kódu.
doručování pomocí dronů		budoucí	panel expertů	Doručování zboží s využitím létajících dronů.
Společenské trendy				
omezování obalů		nová	panel expertů	Snaha o omezování obalů, převážně vyrobených z plastu.
retailtainment		nová	Retail, Robots, and COVID-19: Trends and How Can Robots Play a Role in Safe Shopping	Maloobchodníci se musí více zaměřit na budování celkové zákaznické zkušenosti, protože spotřebitelé už nepřemýšlejí jen o samotném produktu, ale i o tom, jak ho kupují. Jejich zkušenost je součástí celkového produktu.

2. NOVÉ ODBORNÉ KOMPETENCE

Nové sektorové trendy (viz Tabulka č. 1) byly v dalším kroku rozpracovány a konkretizovány do podoby **odborných kompetencí**. Zde je popsáno, jak se příslušná změna zkoumaného sektoru promítá do požadavků na kompetence stávajících nebo zcela nových profesí.

Přehled nových sektorových trendů slouží jako jedno z východisek pro definování nových kompetencí. Dalším zdrojem identifikace nových kompetencí je průběžné doplňování struktury a obsahu „kompetenční pyramidy“ sektoru ze strany panelu expertů. Přitom dochází ke komparaci návrhů struktury kompetenční pyramidy s aktuálním obsahem Národní soustavy povolání (NSP) a Národní soustavy kvalifikací (NSK), resp. s Centrální databází kompetencí (CDK) a dále s obsahem kurikul (prioritně rámcových vzdělávacích programů – RVP). Jako nové odborné kompetence jsou v tomto procesu akceptovány i dovednosti, které v těchto zdrojích nejsou adekvátně (komplexně) obsaženy. Cílem tohoto postupu je předložit podněty k aktualizaci soustav a/nebo vzdělávacích programů. Z uvedeného vyplývá, že zdrojem pro stanovení nových odborných kompetencí není pouze vstupní analýza nových sektorových trendů, ale i výsledky průběžné činnosti panelu expertů na popisu kompetenční pyramidy, jejich komparace s obsahem vzdělávacích programů a obsahem CDK (soustav NSP a NSK). Výsledný přehled, předkládaný k veřejnému připomínkování, byl panelem expertů verifikován. Složení pracovní skupiny je uvedeno na konci dokumentu.

Vysvětlivky:

Pracovní pozice, alternativní název: *konkretizace povolání (pracovní pozice nebo skupina obdobných pracovních pozic), které v pracovních činnostech novou odbornou kompetenci uplatňuje.*

KÚ = kvalifikační úroveň: *upřesňuje kvalifikační náročnost pracovní pozice. KÚ 3 – typicky učňovská úroveň; KÚ 4-5 – typicky maturitní úroveň; KÚ 6-7 – typicky vysokoškolská/VOŠ úroveň (VOŠ = pouze KÚ 6).*

Stejná odborná kompetence se může u různých pracovních pozic a různých kvalifikačních úrovní opakovat.

Tabulka č. 2: Přehled nových odborných kompetencí

Pojem K 4.0 (Předmět)	Pracovní pozice	alternativní název	KÚ	Odborná kompetence
Nově identifikované kompetence				
Affiliate marketing	Specialista affiliate marketingu	Affiliate marketing specialist	6-7	Příprava, spuštění a koordinace affiliate marketingu.
Affiliate marketing	Specialista affiliate marketingu	Affiliate marketing specialist	6-7	Koordinace publisherů a inzerentů.

Pojem K 4.0 (Předmět)	Pracovní pozice	alternativní název	KÚ	Odborná kompetence
Affiliate marketing	Specialista affiliate marketingu	Affiliate marketing specialist	6-7	Výběr vhodných affiliate sítí.
Affiliate marketing	Specialista affiliate marketingu	Affiliate marketing specialist	6-7	Vyhodnocení efektivity affiliate kampaní.
Omnichannel řešení	Customer Journey Expert		6-7	Identifikace chování spotřebitele.
Omnichannel řešení	Customer Journey Expert		6-7	Design relevantního omnichannel kanálu podle druhu podnikání.
Omnichannel řešení	Customer Journey Expert		6-7	Volba omnichannel řešení cílené podle potřeb spotřebitele.
Omnichannel řešení	Customer Journey Expert		6-7	Interpretace spotřebitelských dat s využitím big data analýzy.
Omnichannel řešení	Customer Journey Expert		6-7	Vytváření marketingových řešení cílených na spotřebitele podle zvolených kanálů.
Omnichannel řešení	Customer Journey Expert		6-7	Volba prodejních a nákupních řešení cílených na spotřebitele podle zvoleného kanálu.
Prodej prostřednictvím sociálních sítí	Social Seller	Prodejce po sociálních sítí	4-5	Tvorba prodejních komunit pomocí sociálních sítí.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů				
Skills Framework for Retail			https://www.skillsfuture.gov.sg/skills-framework/retail	
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	E-commerce Assistant		4-5	Koordinace činností v oblasti elektronického obchodu.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	E-commerce Assistant		4-5	Realizace prodejních, propagačních, marketingových a sociálních mediálních programů a/nebo aktivit na digitálních platformách.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	E-commerce Assistant		4-5	Shromažďování údajů pro zprávy o výkonnostních kategoriích, prodeji a předpovědi poptávky.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	E-commerce Assistant		4-5	Shromažďování údajů o nákupním chování zákazníků, značce a marketingových aktivitách.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	E-commerce Assistant		4-5	Shromažďování informací o místním a mezinárodním obchodu, tržních trendech, nových obchodních příležitostech a segmentech trhu.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	E-commerce Assistant		4-5	Udržování a aktualizace obsahu webových stránek organizace.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	E-commerce Assistant		4-5	Sledování údajů o účinnosti systému a sítě pro účely analýzy.

Pojem K 4.0 (Předmět)	Pracovní pozice	alternativní název	KÚ	Odborná kompetence
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	E-commerce Assistant		4-5	Provádění testů pro zajištění bezproblémové funkčnosti webových stránek.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	E-commerce Assistant		4-5	Koordinace řešení se stávajícími dodavateli IT.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	E-commerce Assistant		4-5	Shromažďování informací o nových technologických změnách.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	E-commerce Assistant		4-5	Podílení se se na rozvoji použitelnosti webových stránek a celkové online zkušenosti zákazníků.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	E-commerce Assistant		4-5	Podpora získávání a analýzy dat.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	E-commerce Assistant		4-5	Koordinace s externími partnery s cílem zajistit hladké zpracování a doručení objednávek zákazníků.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Analýza nových tržních trendů, obchodních příležitostí a tržních segmentů v globálním a místním prostředí.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Zavádění strategií do elektronického obchodování.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Vývoj e-commerce kampaní.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Řízení prodejní výkonnosti elektronického obchodu.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Řízení a kontrola operací a procesů elektronického obchodování.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Řízení všech aspektů elektronického obchodování s partnery napříč jednotlivými funkcemi.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Řízení prodejních, propagačních, marketingových a sociálních mediálních kampaní a programů na digitálních platformách.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Vývoj a implementace plánů funkčnosti internetového obchodu.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Vypracování a správa plánů obnovy po havárii technologie.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Rozvíjení, řízení a měření výkonnosti vztahů s dodavateli technologií.

Pojem K 4.0 (Předmět)	Pracovní pozice	alternativní název	KÚ	Odborná kompetence
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Správa používání a údržby IT infrastruktury a sítí.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Řízení nákupu a zavádění nových technologií.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Sledování nejnovějších technologických a spotřebitelských trendů a posuzování vhodnosti pro organizaci.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Analýza kvality služeb a spokojenosti zákazníků.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Správa programů pro udržení zákazníků a věrnostních programů.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Analýza minulých výsledků kategorií a kampaní s cílem zlepšení efektivity marketingu a návratnosti investic.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Sledování a přezkoumávání nástrojů pro získávání dat a jejich analýzu.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Řízení aplikace poznatků založených na datech k řešení obchodních problémů.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Vytváření nápadů a strategií na základě poznatků a doporučení založených na datech.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Definování a revidování zásad a postupů pro plnění objednávek.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Manažer elektronického obchodu		6-7	Měření plnění objednávek a spokojenosti zákazníků.
Industrie und Handelskammer zu Dortmund				https://www.dortmund.ihk24.de
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Obchodník v e-shopu		4-5	Návrh a neustálý vývoj sortimentu zboží a služeb.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Obchodník v e-shopu		4-5	Hodnocení, využití a neustálý rozvoj prodejních kanálů e-commerce.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Obchodník v e-shopu		4-5	Správa online portálů a internetových obchodů a poskytování podpory nákupu.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Obchodník v e-shopu		4-5	Využití nástrojů pro obchodní řízení a monitorování v e-commerce.

Pojem K 4.0 (Předmět)	Pracovní pozice	alternativní název	KÚ	Odborná kompetence
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Obchodník v e-shopu		4-5	Vytvoření rozhraní s ostatními prodejními kanály.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Obchodník v e-shopu		4-5	Vyhodnocení a výběr komunikačních kanálů.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Obchodník v e-shopu		4-5	Příprava a realizace online marketingových opatření.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Obchodník v e-shopu		4-5	Iniciace a zpracování smluv na online zboží a služby.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Obchodník v e-shopu		4-5	Vyhodnocování a používání různých platebních systémů.
Nové kompetence ze zahraničních zdrojů	Obchodník v e-shopu		4-5	Dodržování právních předpisů pro e-commerce.