

Drony. Nebo „jen“ mobily

Lednička, která dokáže průběžně přes internet doobjednat jídlo – právě taková zařízení milují fanoušci technologického pokroku, v tomto případě propojení internetu věci a e-commerce. Ve skutečnosti se však hlavní proud inovací v této oblasti ubírá jinou cestou.

text Jan Beránek (Lupa.cz)

Největším průkopníkem v oblasti internetového obchodování je americký Amazon. Před časem začal vyrábět vlastní čtečky, aby prodal víc digitálních knih, některé jeho sklady už dnes obsluhují jen roboti – a teď chce zapojit drony. Dron s názvem Amazon Prime Air počítá s doručením do 30 minut od objednání, za půl hodiny uletí kolem šestnácti kilometrů, což by měl být maximální akční rádius robotických posílů. Neunesou toho zatím tolik, maximálně balíky do dvou kilogramů.

A nejsou to jen drony, které dráždí fantazii fanoušků sci-fi. Jde to totiž jednodušeji. Loni začal Amazon prodávat Dash, „dálkový ovladač“ připojený na domácí wi-fi s tlačítkem: když se namíří třeba na čárový kód mléka, pracího prášku nebo jiného doma užívaného produktu a stiskne, objedná se tím dávka nového zboží – objednat ho lze dokonce jen hlasovým příkazem. Samozřejmě, že s tímto nápadem nepřišel jen Amazon: existuje i podobné zařízení, které se jmenuje Hiku.

Přesto největší změnu na scénu e-commerce, kde se jen v Česku protočí osmdesát miliard korun ročně, přinesla mnohem prozaičtější inovace. Mobilní telefon připojený k internetu. Zatímco před pár lety se myslelo, že chytrý mobil bude fungovat jen jako prohlížeč webů, dopadlo to úplně jinak. „Mobily vytvořily úplně nové teritorium, na kterém se právě od začátku rozdávají karty,“ říká Ondřej Raška ze skupiny Miton.

Mobily přinesly personalizaci. Obchody se například učí pracovat s pozicí samotných zákazníků, kterou jim jejich



telefony prozradí. Tyto technologie ovlivňují i klasické obchody. Pražský obchodní dům Kotva třeba rozmístil po budově bezdrátové majáky. Takzvané beacons sledují mobily uživatelů a dokážou jim posílat speciální nabídky, když jsou poblíž různých obchodů.

S hlubším zapojením možností mobilních telefonů experimentují i vydavatelé platebních karet. Ověření mobilní platby pomocí přední kamery, respektive klasickou selfie fotografií, už testuje MasterCard, mluví o něm šéf čínské Alibaby a svou verzi této technologie si nechal patentovat – ano, opět Amazon.

Propojování off-line a on-line světa, kdy si například zákazník prohlédne věc v kamenném obchodě a pak si

ji koupí přes mobil, je v Česku zatím v plenkách. „Trend propojení on-line a off-line se do Evropy dostal z Číny, kde se jako první objevil nový způsob sledování věci v reálu a okamžitý nákup přes telefon. Pokud jde o českou e-commerce, pak to jsou právě kamenné pobočky (e-shopů, pozn. red) – showroomy, které zásadním způsobem mění trh,“ komentuje Jiří Budinský z Rockaway.

Tuzemské e-shopy zatím spíše než na hardwarové vychytávky sázejí na software. „Asi se nedá jednoznačně určit, co je důležitější. Spíše je nutné zmínit, že trendem bude technologie využívat, ale pokud možno skrýt jejich fyzickou přítomnost,“ vysvětluje šéf IT v Zootu Filip Kopecký. Zároveň většina obchodů investuje do rozvoje moderní logistiky, protože ta je evidentně zásadní. „Nejlepší na trhu bude ten, kdo bude mít nejlepší logistiku. Investovali jsme do ní 400 milionů a jsme teď schopni expedovat až 150 tisíc kusů zboží denně,“ dodává šéf Mall.cz Vít Endler.

Některé e-shopy si pro nápady chodí do světa startupů. Obchody E-commerce Holdingu mohou využívat služeb startupů zainvestovaných skupinou Rockaway. V rámci týmu Jakuba Havranta si momentálně pohrávají s myšlenkou integrace Facebook Messengeru coby zákaznické podpory, případně platebního kanálu. V sektoru mladých inovativních firem operuje i největší tuzemský obchod – Alza. „První startup, který jsme koupili, bylo Publerio (nabízející digitální vydání časopisů – pozn. red.), nyní úspěšně integrované do Alza Media,“ říká místopředseda představenstva Alza.cz Tomáš Havryluk. ●