

Mýty vs. pravda. Začíná platit evropské nařízení GDPR

Začíná platit Obecné nařízení o ochraně osobních údajů, takzvané GDPR. Mluvit se o něm u nás začalo zhruba před půl rokem a to zejména s ohledem na vysoké pokuty, které s sebou GDPR nese. Od té doby se v českých médiích a na sociálních sítích objevilo hned několik zpráv, které museli právníci a evropské instituce vyvracet a uvádět na pravou míru.

https://zpravy.idnes.cz/gdpr-ochrana-osobnich-myty-pravda-evropska-unie-lekari-pgq-domaci.aspx?c=A180517_174313_domaci_lre

GDPR zaplavuje e-maily spotřebitelů

Češi jsou zavaleni e-maily, které po nich vyžadují souhlas se zpracováním osobních údajů v souvislosti s novým evropským nařízením GDPR. „Abychom vyhověli nové legislativě o ochraně osobních údajů GDPR platné od 25. května 2018, dovolujeme si Vás požádat o udělení souhlasu se zpracováním osobních údajů pro účely zasílání newsletterů s informacemi o novinkách, akčních slevách a slevových kupónech,“ žádal minulý týden své zákazníky kupříkladu e-shop Postershop.cz.

<https://www.novinky.cz/internet-a-pc/473489-gdpr-zaplavuje-e-maily-spotrebitelu.html>

Z GDPR těží neseriózní firmy, řešení jsou jednoduchá, říká Dalibor Lukašík

Podle odborníka na kybernetickou bezpečnost a jednatele společnosti 4Stars Dalibora Lukašíka se některé poradenské firmy snaží vydělávat na obavách podnikatelů či obcí z nařízení EU o ochraně osobních údajů, které je známé pod zkratkou GDPR. „Nechci házet všechny do jednoho pytle, ale platí, že stejně jako je zde řada odborníků, tak je i řada příležitostí využít neinformovanosti klientů,“ říká.

<https://www.e15.cz/magazin/z-gdpr-tezi-neseriozni-firmy-reseni-jsou-jednoducha-rika-dalibor-lukastik-1345153>

Dvě třetiny českých e-shopů nejsou připraveny na GDPR. Zmatkují a posílají zákazníkům různé žádosti o schválení, ukázala analýza

Dvě třetiny českých e-shopů nejsou připraveny na platnost evropského nařízení o ochraně osobních údajů (GDPR), které začne platit v pátek. On-line obchodníci kolem nového obecného nařízení zmatkují a na poslední chvíli posílají zákazníkům nejrůznější žádosti o schválení, vyplývá z analýzy společnosti Shoptet, na jejíž platformě běží v Česku 13 tisíc e-shopů.

<https://byznys.ihned.cz/c1-66146850-dve-tretiny-ceskych-e-shopu-nejsou-pripraveny-na-gdpr-zmatkuji-a-posilaji-zakaznikum-ruzne-zadosti-o-schvaleni-ukazala-analyza>

Zpracování mzdového účetnictví externí firmou a GDPR

Obecné nařízení o ochraně osobních údajů se dotkne nejen zaměstnavatelů, ale i jejich externích účetních. Nejvyšší čas doplnit stávající smlouvy. Zaměstnavatel jako správce osobních údajů musí chránit při zpracování osobní údaje svých zaměstnanců. Stejně povinnosti má externí účetní společnost, která pro zaměstnavatele zpracovává osobní údaje jeho zaměstnanců.

<https://www.podnikatel.cz/clanky/zpracovani-mzdoveho-ucetnictvi-externi-firmou-a-gdpr/>

Eurokomisaři chtějí regulovat Facebook i Seznam. Kvůli nefér podmínkám prý menší firmy přicházejí ročně až o 16 miliard eur

Evropská komise je známá svým tvrdým postupem vůči velkým technologickým firmám. Applu a Amazonu, kteří se v unii vyhýbali placení daní, v předešlých dvou letech uložila doplatit miliardy eur. Na Google zase loni uvalila rekordní pokutu za omezování konkurence. Se svým nejnovějším tažením proti internetovým gigantům ovšem tým Jeana-Clauda Junckera zřejmě přestřelil. Jeho návrh na regulaci společností, jako je Facebook, Google, Apple, Amazon nebo také český vyhledávač Seznam.cz, kritizují nejen zmínění internetoví veličani, ale také jejich drobní firemní klienti. Právě ti jsou přitom skupinou, již chce komise navrženými opatřeními bránit.

<https://archiv.ihned.cz/c1-66134850-uder-na-giganty-evropska-komise-navrhuje-regulaci-facebooku-i-seznamu-kritika-navrhu-sili>

Uspěť v Číně? Jde to i bez přímluv politiků. Důkazem jsou české technologické firmy

Prosadit se na čínském trhu je pro zahraniční technologické firmy často neřešitelný problém. Že to ale jde, a to i bez intervencí nejvyšších představitelů státu, dokazuje řada českých společností. Svě o tom ví třeba Lukáš Hlaváč, jeden z mála cizinců, kterým se v Číně podařilo rozjet vlastní počítačový obchod.

https://byznys.lidovky.cz/usp-et-v-cine-jde-to-i-bez-primluv-politiku-dukazem-jsou-ceske-technologicke-firmy-ggi-/firmy-trhy.aspx?c=A180525_120716_firmy-trhy_pkk

Oblečení, jídlo a teď auta? Skoro třetina Čechů si dovede představit, že si koupí nový vůz přes internet

Češi mají stále menší potřebu vyrazit kvůli nákupu auta do klasické prodejny. Už téměř třetina zákazníků si dokáže představit nákup vozu přes internet, uvádí nový průzkum poradenské společnosti EY. Možná budeme za pár let nakupovat auta přes internet podobně jako knihy nebo hračky.

https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/technologie/nakup-aut-pres-internet_1805201100_kro

Alibaba pokračuje v prudkém růstu tržeb, zisk společnosti ale klesl

Největší čínský internetový prodejce Alibaba Group Holding ve čtvrtém finančním čtvrtletí zvýšil tržby meziročně o 61 procent na 61,9 miliardy jüanů (více než 207 miliard korun). Čistý zisk se však o 29 procent snížil a dosáhl 7,6 miliardy jüanů (25,4 miliardy korun). Za poklesem zisku stála mimo jiné skutečnost, že výsledek ve srovnatelném období předchozího roku podpořily mimořádné příjmy.

<https://zpravy.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/alibaba-pokrakuje-v-prudkem-rustu-trzeb-zisk-spolecnosti-ale-klesl-1346419>

Martin Kasa: Investice do startupů, nemovitostí i bitcoinů, byznys s Pilulkou, ochrana spotřebitele

Spoluzakladatel Kasa.cz, Pilulka.cz, Ticketon.cz a dalších projektů, investor Martin Kasa je hostem dnešního rozhovoru. Povídalí jsme si o tom, proč je potřeba v podnikání vždy udělat něco navíc a že se člověk po prodeji vlastního byznysu může snadno ocitnout v prázdnotě, ze které se mu těžko uniká. Martin Kasa po svém exitu s KASA.cz na nic nečekal a vydělané peníze investoval hned do několika aktiv. Bitcoinům se ale dodnes vyhýbá.

<https://mladypodnikatel.cz/martin-kasa-investice-do-startupu-nemovitosti-i-bitcoinu-byznys-s-pilulkou-ochrana-spotrebitele-t34721>

Novinka dorazila i k nám. Nyní můžete prodávat své produkty přímo na Instagramu

Instagram přichází s novinkou v podobě prodejních příspěvků, díky kterým můžete přímo ve feedu nabízet své zboží. Jedná se o funkci, která umožňuje označovat produkty v rámci organických příspěvků, a to podobně jako tagování osob. Správci účtů tak mohou označit až 5 produktů v jednom příspěvku.

<https://www.podnikatel.cz/clanky/novinka-dorazila-i-k-nam-nyni-muzete-prodavati-sve-produkty-primo-na-instagramu/>

Virtuální realita je budoucnost e-shopů, věří někteří vývojáři. Kdy si s pomocí VR koupíte třeba první auto?

E-shopům se v Česku daří. Zákazníci na nich oceňují hlavně to, že kvůli nákupu zboží nemusí opustit svůj domov nebo kancelář. A co teprve kdyby si mohli zboží na internetu nejen koupit, ale i vyzkoušet ve virtuální realitě?

https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/technologie/virtualni-realita-e-shop-nakupovani-online-vr-obchod_1805051450_dp

Alza znovu otevřela ve svátek. Proti zákonu podá ústavní stížnost

Česká obchodní inspekce (ČOI) podezírá dva obchody, že ve státní svátek 8. května porušily zákaz prodeje. Mělo jít o prodejnu smíšeného zboží ve Vyšším Brodě a výdejnu internetového obchodu v Ostravě, kde šlo údajně o opakované porušení předpisů, uvedla inspekce. Jednalo se o provozovnu e-shopu Alza.cz, který otevření poboček za účelem výdeje objednaného zboží avizoval už před svátkem.

<https://www.novinky.cz/ekonomika/471521-alza-znovu-otevrela-ve-svatek-proti-zakonu-poda-ustavni-stiznost.html>

Českem se šíří nebezpečná SMS, která sbírá citlivé osobní údaje. Zaštit'uje se jmény velkých e-shopů

Podvodná SMS zpráva se šíří Českem. Jejím cílem je získat osobní údaje i čísla platebních karet od nic netušících uživatelů mobilních telefonů. Asociace pro elektronickou komerci proto všechny důrazně varuje, aby na podezřelé zprávy nereagovali.

https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/sms-podvodna-mobil-e-shop-alza-euronics_1805141655_jgr

Nechat online marketing na agentuře? Chyba, čemu nerozumíte, to nekontrolujete

Firmy používají online marketing pro podporu své značky a získání nových zákazníků. Často se ale setkávám s tím, že jej neumí řídit. Příběh, který se stal. Ocitl jsem se v pobočce nadnárodní společnosti, abych pomohl s online marketingem. Firma již řadu let spolupracuje s malou agenturou, která pro ně dělá online marketing. Agentura se skládá z týmu: ředitel, programátor, PPCčkař a nějaký externisté. Pro klienta tedy řeší PPCčka, SEO, udržování jimi vytvořené mikrosite. Agentura každý měsíc pošle s fakturou i report rostoucích čísel. Marketáři z firmy se s agenturou párkrát do roka osobně setkávají a vždy se na sebe velmi mile usmívají. Tak kde je problém?

<https://www.podnikatel.cz/clanky/nechat-online-marketing-na-agenture-chyba-cemu-nerozumite-to-nekontrolujete/>

Skupina HP Tronic prodává e-shop Vltava.cz, kdysi jeden z největších v Česku

Vltava.cz funguje na trhu od roku 1996 a řadí se mezi nejstarší internetové obchody v Česku. Skupina HP Tronic prodala e-shop Vltava.cz, který se zabývá prodejem hudebních nosičů, firmě Tonis distribuce. Ta na doméně začne v brzké době provozovat svůj vlastní nový e-shop nabízející hudební sortiment a další zboží. Hodnotu transakce firmy nevedly.

<https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/skupina-hp-tronic-prodava-e-shop-vltavacz-kdysi-jeden-z-nejv/r-b884afe65f5111e8a6cb0cc47ab5f122/>

Už i e-shopy mají službu DCC. Kliknutím můžete přijít o stovky korun

Pozor na peníze. A to, když vás při nákupu v zahraničním e-shopu zmate nabídka zvaná DCC. Máte na výběr mezi dvěma způsoby úhrady. Která je ta výhodnější? Začalo to u bankomatů. Postupně se ale služba DCC (Dynamic Currency Conversion) dostává i do obchodů a e-shopů. Když si tedy chcete nakoupit v zahraničním obchodě, můžete se setkat se zajímavou nabídkou: chcete platit v měně vašeho účtu, nebo raději v měně obchodníka?

https://finance.idnes.cz/penize-finance-nakup-v-e-shopu-dcc-kurz-koruny-f4f-viteze.aspx?c=A180507_140752_viteze_kho

Češi nakupují i v práci. Internetoví šmejdi míří na seniory

Lidé bez ostychu nakupují, když mají pracovat. Dříve Češi brouzdali na e-shopech spíše o víkendu, dnes si prohlížíjí weby se zbožím častěji ve všedních dnech. Nejčastěji v úterý a ve středu. Ukázal to průzkum společností RTB House.

http://www.metro.cz/on-line-nakupy-cechu-0qs-/region.aspx?c=A170530_204359_metro-region_lam