

# NASTARTUJ E-SHOP

Cesta k úspěšnému podnikání na internetu



**BYZNYSWEB.CZ**

tvorba internetových obchodů a webových stránek

# OBSAH



## PODNIKATELSKÝ PLÁN

strana 1–5

- ✓ Jak začít podnikat na internetu
- ✓ Inspirace – s čím podnikat a v jakém odvětví
- ✓ Jak vytvořit dobrý podnikatelský plán
- ✓ Jaké jsou výhody a nevýhody vlastního podnikání
- ✓ Začínající podnikatel – jaké charakterové vlastnosti by mi neměly chybět



## JAK ZÍSKAT FINANCE

strana 6–9

- ✓ Možnosti podnikatelských úvěrů v bankách
- ✓ Jak získat příspěvek na podnikání od ÚP ČR
- ✓ Další možnosti získání financí na podnikání – Investoři, Startup



## ZALOŽENÍ FIRMY

strana 10–14

- ✓ Co je živnost a jak ji založit
- ✓ Co je společnost s ručením omezeným a jaké jsou její výhody
- ✓ Jak funguje služba – zřízení s. r. o. na klíč
- ✓ Jaké jsou další formy podnikání v Čechách
- ✓ Jak nabízet svou práci bez nutnosti zakládat živnost nebo firmu



## TVORBA E-SHOPU

strana 15–22

- ✓ Jaké jsou možnosti tvorby webových stránek a e-shopů
- ✓ Která možnost je pro Váš podnikatelský záměr nejvýhodnější
- ✓ Jaké jsou základní předpoklady pro spuštění internetového obchodu
- ✓ Co by modernímu e-shopu nemělo chybět



## PRÁVNÍ NÁLEŽITOSTI

strana 23–27

- ✓ Jak zvýšit důvěryhodnost online prodejce? Podstatné informace, které je třeba na webové stránce uvádět
- ✓ Jak vytvořit obchodní podmínky e-shopu
- ✓ Co by měl obsahovat reklamační řád
- ✓ Jaké povinnosti plynou ze zákona o ochraně osobních údajů
- ✓ Co je EET a zda se týká i Vašeho e-shopu
- ✓ Jaké jsou nové nařízení EU – alternativní řešení sporů a cookies
- ✓ Kde najdete celou legislativu týkající se elektronického obchodování



## CO SE ZBOŽÍM

strana 28–32

- ✓ Kde najít vhodného dodavatele zboží, které je určené k prodeji
- ✓ Jak je možné nabízet zboží, bez nutnosti vlastního skladu
- ✓ Na co si dát pozor při výběru přepravní společnosti
- ✓ Jaké jsou další možnosti doručení zásilek k zákazníkovi



## JAK ZÍSKAT ZÁKAZNÍKY

strana 33–39

- ✓ Co je SEO a k čemu je to dobré – propagace e-shopu zdarma
- ✓ Jak využít sociální sítě pro firemní účely
- ✓ Jaké jsou možnosti cíleného online marketingu
- ✓ Jak správně posílat newsletter
- ✓ Jak na efektivní online marketing



## JAK SI UDRŽET ZÁKAZNÍKA

strana 40–44

- ✓ Jak informovat zákazníka o vyřizování jeho objednávky
- ✓ Co dělat s nespokojeným zákazníkem
- ✓ Jak na řešení reklamace
- ✓ Čím motivovat návštěvníky e-shopu k nákupu, resp. jak získat věrné zákazníky
- ✓ Jaké možnosti platby použít pro pohodlný nákup v e-shopu



## ANALYZUJ, VYHODNOCUJ, ZLEPŠUJ

strana 45–47

- ✓ Kde získat data ke sledování výkonnosti e-shopu a na která data je třeba se zaměřit
- ✓ Jaké jsou nástroje, díky kterým se dají sledovat různé SEO faktory
- ✓ Jak sledovat chování návštěvníků webu a konkurence
- ✓ Jak zajistit, aby e-shop zůstal stále moderní a uživatelsky přívětivý

# Podnikatelský plán



Řekli jste si: „jdu podnikat!“ a rozhodli jste se založit si e-shop? Začněme krok po kroku. Nakopněte konečně své vlastní podnikání a vytvořte si správný podnikatelský plán. Jak na to?

## 10 PRAKTICKÝCH RAD, JAK ZAČÍT PODNIKAT

1. **Prozkoumejte trh a najděte „díru na trhu“** – často se dá najít inspirace i v okolí. Zeptejte se známých, rodiny, sousedů... Navštivte <https://www.google.sk/trends/> a zjistěte, jaké jsou trendy vyhledávání.
2. **Nastudujte si legislativu** – měsíční odvody, platbu daní. Pokud máte možnost, případné otázky konzultujte s odborníky z branže. Např. i v rámci skupin na Facebooku. Legislativě se budeme věnovat později.
3. **Vyčleňte si potřebný budget** – sepište si seznam položek a orientační ceny. Počítejte také s rezervou. Je lepší, když se zabezpečíte např. na půl roku dopředu.
- ✓ Pokud si chcete nechat finanční pojistku, tedy nedat hned výpověď, zkuste začít při zaměstnání. Vyčleňte si 1–2 hodinky denně na vlastní byznys. Je třeba trochu obětovat svůj volný čas, ale pokud Vám nechybí pevné odhodlání, určitě to přinese své ovoce.
- ✓ Vlastní živnost si můžete založit i při zaměstnání. Zjistěte, jak **je to s odvody**. Dejte si však pozor. Pokud jste zaměstnán, nemůžete začít podnikat v konkurenční oblasti, jedině se souhlasem nynějšího zaměstnavatele.
4. **Vyberte si nejvhodnější formu podnikání** – rozhodujícím faktorem je počet osob, které s Vámi budou podnikat, proto se nejvíce zakládají s. r. o.
5. **Vymyslete zvukné obchodní jméno**, které bude Váš e-shop dokonale reprezentovat – název by měl být jednoduchý, originální, s lehkou výslovností.
6. **Věnujte dostatečný čas i tvorbě webové stránky a propagaci na internetu** – na co všechno přihlížet při tvorbě e-shopu a online marketingu, se dozvíte v dalších článcích na [nastartujeshop.cz](http://nastartujeshop.cz).
7. **Podnikání vyžaduje čas nejen na začátku** – vyčleňte si každý den určitý čas pro samostudium, vyhodnocování, analýzu výsledků, optimalizaci svého podnikání. Nezapomínejte na komunikaci se zákazníky, ta je velmi důležitá pro vytváření vztahů a důvěry.

8. **Neodkládejte dlouho začátek a nečekejte zázraky na počkání** – dejte tomu čas, nepočítejte s tím, že začnete okamžitě po založení s. r. o. nebo e-shopu vydělávat horentní sumy. Ale na druhou stranu, nečekejte, dokud budete mít všechno dokonalé. Spusťte svůj byznys a postupně ho každý den doladujte.
9. **Naučte se komunikovat** – reagujte na pozitivní i negativní reakce zákazníků, vystupte z anonymity. Získáte si tak větší důvěru zákazníků a vytvoříte osobnější vztah. Je dobré, pokud zákazníci vědí, s kým komunikují, u koho nakupují.
10. **Prozákaznický přístup musí být naším hnacím motorem v každé situaci** – staré zlaté motto, preferované již v minulém režimu, „naš zákazník, náš pán“ stále platí.



Všechny nápady na podnikání si poctivě zapisujte – na papír, do smartphonu, příp. použijte např. myšlenkový diagram [Coggle](#) nebo [Trello](#).

## JAK VYBRAT SPRÁVNÉ ODVĚTVÍ PODNIKÁNÍ



Před startem podnikání je vhodné **zanalyzovat si konkrétní oblast podnikání**, udělat si průzkum. Dohledejte si na internetu co nejvíce informací, proklepněte si konkurenci, zjistěte, jaké produkty se prodávají nejlépe, jak komunikují se svými zákazníky na sociálních sítích apod.

Není pravda, že úspěch v podnikání závisí zejména na podnikatelském talentu. **Klíčovým je často právě správný výběr odvětví podnikání.**

1. Nejčastěji **začínáme podnikat v branži, kterou jsme opustili**. Je to samozřejmé. Vždyť proč bychom nezúročili dlouholeté zkušenosti a vzdělání? Pozor však na korektní ukončení vztahů se zaměstnavatelem. Jste si jistý, že v pracovní smlouvě není klauzule o tom, že jistý čas nesmíte podnikat ve stejném oboru?
2. Další početnou skupinou začínajících podnikatelů jsou nadšenci, kteří **své hobby** povýší na živobytí. Nemusí se jednat výhradně o home-made produkty nebo pěstování ovoce či zeleniny.
3. Třetí možností je hledání příležitostí – **pokuste se přijít s něčím novým**, inovativním, příp. rozšiřujícím. Pokud jste vymysleli něco originálního, zajistěte si patent nebo požádejte **Úřad průmyslového vlastnictví ČR** o ochranu duševního vlastnictví.
4. Pokud Vám nevyhovuje ani jeden nápad, v které oblasti podnikat, zkuste **odkoupit např. franšizu** – podnikání na klíč. Franchising známe již od 19. století, představuje

dohodu mezi výrobcem, tedy poskytovatelem (franchisorem) a příjemcem, nezávislým podnikatelem (franchisantem), který odkoupí práva na poskytování stejných služeb nebo výrobků, používání know-how a značky.

5. Případně zkuste [affiliate marketing](#).

Pokud jste našli oblast, ve které již sice **konkurence podniká, ale nepůsobí např. v Česku / na Slovensku**, případně Vás napadlo, jak by se jejich služby či produkty daly vylepšit, pusťte se do toho.

Mějte oči otevřené. Při návštěvě zahraničí si všimněte značky zboží. Pokud jste narazili na takovou, která se u nás ještě neprodává, máte to!

## V ČEM VÁM POMŮŽE DOBRÝ PODNIKATELSKÝ PLÁN

Známe 3 typy podnikatelských plánů:

- ✓ **zakladatelský** – analýza podnikatele, v čem chcete podnikat, jakých cílů chcete dosáhnout atd., viz níže
- ✓ **strategický** – analýza trhu, podnikatelské prostředí, konkurence, ekonomické trendy v konkrétní oblasti podnikání
- ✓ **finanční** – interní dokument pro potřeby firmy, banky, investory – např. jaké jsou podmínky na trhu, výše zisku, očekávaný růst tržeb, návratnost investic.

Na začátek podnikání stačí vypracovat **zakladatelský podnikatelský plán**, který **Vám** pomůže shrnout podnikatelskou myšlenku, poslouží jako návod a kontrola podnikání a **poskytne odpovědi na následující otázky**:



*Co chci dělat – jaké služby/produkty chci nabízet?*

*Pro koho, kdo je můj zákazník, jak jej můžu co nejkonkrétněji charakterizovat?*

*Jaký smysl a účel má mé podnikání?*

*Jakým způsobem chci podnikání realizovat – jakými prostředky a metodami?*

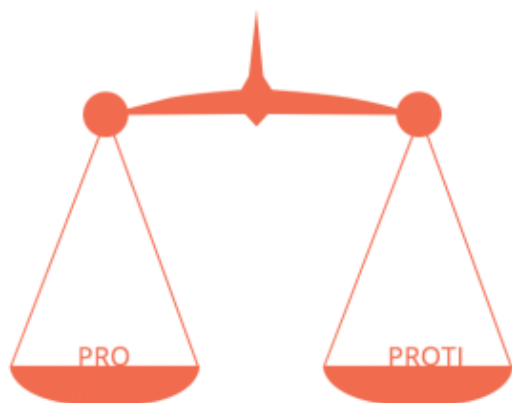
*Jak začnu?*

*Jaký je můj rozpočet?*

*Jaká jsou rizika spojená s mým podnikáním?*

Vzory podnikatelských plánů naleznete např. na [podnikajte.sk](#).

# VÝHODY A NEVÝHODY PODNIKÁNÍ



Pokud jste si uvědomili, že klasické zaměstnání není pro Vás, pak si jako podnikatel můžete být „sám sobě pánem“.

## Podnikáním získáte

- ✓ možnost nabízet své služby různým obchodním partnerům – potenciál vyššího zisku
- ✓ možnost odepsat si náklady z provozování živnosti ze základu daně
- ✓ nižší odvody – 1. rok podnikání nemusí živnostník platit odvody do sociální pojišťovny



Najděte si zkušeného účetního, který Vám vysvětlí, co je to daňová optimalizace, a pomůže Vám vytěžit z podnikání maximum.

- ✓ spolupráce s obchodními partnery se dá snadněji a rychleji ukončit
- ✓ větší svoboda – na začátku podnikání však musíte počítat se zvýšenými nároky na čas, na dovolenou zapomeňte, ale jakmile se byznys rozjede, není pochyb o tom, že se stanete pánem svého času

## Každá mince má 2 strany. Jaká jsou negativa podnikání?

- ✓ nižší odvody se odrazí na výši důchodu a nižší nemocenské dávce během PN
- ✓ za všechny závazky ručí živnostník svým majetkem
- ✓ flexibilní pracovní doba, ale na druhou stranu se Vám může stát, že děláte i po nocích
- ✓ absentuje 13. plat, příspěvek na stravu apod.
- ✓ administrativní úkony navíc – vedení účetnictví, daňové přiznání, zúčtování pojištění
- ✓ plná odpovědnost za všechno



Manipulaci s penězi si ponechte ve své kompetenci, alespoň v začátcích podnikání.

Zdroj - <http://www.szco.sk/Chcem-zacat-podnikat/Pred-tym-nez-zacneme>

# 18 X ČÍM BY MĚL BÝT OZBROJENÝ ZAČÍNÁJÍCÍ PODNIKATEL

Podle virgin.com je to 6 klíčových vlastností:

1. **Schopnost budovat dobré vztahy** – chcete-li získat klíčové zákazníky na svou stranu, musíte jim být sympatický – nejen výrazem, ale i prostřednictvím webové stránky, e-shopu. Dobré vztahy musí být i na pracovišti, s kolegy, s partnery.
2. **Pozitivní myšlení** – s negativismem daleko nedojdete. Naopak Váš entuziasmus dokáže „nakazit“ i okolí. Je třeba dívat se pozitivně na všechno – od psaní mailů a telefonické komunikace přes reklamace až po řízení schůzek a přijímání nových zaměstnanců.
3. **Schopnost využít feedback ve svůj prospěch** – buďte otevřený inovacím, nebojte se změn a konstruktivní kritiky. Zjišťujte, co by Vaši zákazníci ocenili, a zlepšujte se každý den.
4. **Umění rychle se učit** – chuť k učení, sledovat trendy, schopnost rychle si osvojit nové věci a zavést je do praxe.
5. **Integrita** – propojení vnějších činností s vnitřními hodnotami pomáhá budovat důvěru, dobré jméno – pokud jsou zákazníci spokojeni s Vaším jednáním v konkrétních situacích, např. co se týče servisu a podpory, budou u Vás nakupovat i nadále.
6. **Ctižádostivost** – v kombinaci s jasnou a živou vizí o budoucnosti společnosti dokážete inspirovat i ostatní.

A co ještě by nemělo chybět úspěšnému podnikateli, resp. CEO firmy?

- |                     |                  |                    |
|---------------------|------------------|--------------------|
| ✓ kreativita        | ✓ oddanost       | ✓ obchodnický duch |
| ✓ smysl pro humor   | ✓ skromnost      | ✓ vytrvalost       |
| ✓ pozorovací talent | ✓ férové jednání | ✓ flexibilita      |
| ✓ asertivita        | ✓ otevřenost     | ✓ zodpovědnost     |



Pokud se chcete dozvědět o svých silných a slabých stránkách co nejvíce, vyzkoušejte např. testy od [Hiri.cz](http://Hiri.cz).

Pokud potřebujete poradit s něčím konkrétním, zkuste se zeptat zkušenějších podnikatelů ve facebook skupinách (Zkuste na Facebooku vyhledat skupiny jako např.: Učíme se podnikat, Podnikáme, radíme si, tvoříme lepší společnost!, Podnikatelé a živnostníci – výměna zkušeností, Chci být úspěšný podnikatel! apod.) nebo ve sdruženích podnikatelů.



# Jak získat finance



Pokud jste se rozhodli podnikat, tak jako asi většina začínajících podnikatelů zřejmě potřebujete sehnat finance. Málokdo má na rozběh hned v zásuvce nachystané peníze, proto nevěšete hlavu. Pokud Vám na začátek podnikání nestačí vlastní úspory, přinášíme Vám několik možností, jak si můžete pomoci.

## DOTACE PRO ZAČÍNÁJÍCÍ PODNIKATELE

Česká republika se snaží podporovat rozvoj malých a středních podnikatelů. Takže se můžete se získáním financí na rozběh podnikání obrátit i na stát. Jedná se o dotace na výstavbu a vybavení provozu, koupi strojního zařízení a inovace technologií.



O dotaci nebo zvýhodněný úvěr se můžete ucházet v těchto programech pro začínající podnikatele:

- ✓ program rozvoje venkova
- ✓ sociální podnikání
- ✓ začínající podnikatelé vedení na úřadech práce
- ✓ operační program podnikání a inovace pro konkurenceschopnost

Určitě stojí za to prohlédnout si stránky [www.dotacni.info](http://www.dotacni.info) a informovat se, zda by byla šance získat dotaci i pro Váš projekt.

## JAK ZÍSKAT PŘÍSPĚVEK NA PODNIKÁNÍ OD ÚŘADU PRÁCE

Další možností, jak si finančně pomoci na začátku podnikání, je příspěvek z úřadu práce. Je určen pro evidované uchazeče o zaměstnání, kteří se rozhodli samostatně podnikat.

### Má to několik háčků

Schválení žádosti o příspěvek ovlivňuje řada faktorů, které závisí na podmínkách v daném regionu. Hlavně jde o situaci na trhu práce, délku evidence uchazeče o zaměstnání a hlavně o podnikatelský záměr.

Je to „nevratná půjčka“, takže o její výhodnosti není pochyb, ale je třeba počítat s tím, že:

předem musíte předložit plán, do čeho konkrétně a kolik investujete. Kalkulaci nákladů na zřízení pracovního místa, doklad, že nemáte žádné daňové ani pojistné nedoplatky.

O všech podmínkách získání příspěvku na podnikání se informujte na pobočce úřadu práce ve svém regionu nebo i na této stránce



<http://portal.gov.cz/portal/podnikani/situace/243/253/6160.html#obsah>

### **Jaká je výše příspěvku?**

O výši příspěvku rozhoduje speciální hodnotící komise. Může to však být maximálně 6násobek průměrné mzdy v daném roce.

Příspěvek se dá využít na splacení úroků z úvěru nebo účelově, například na nákup zařízení potřebného pro rozběh vlastního podnikání.

## **BANKOVNÍ PŮJČKY PRO PODNIKATELE**

Půjčky pro začínající podnikatele a živnostníky patří mezi specifické bankovní produkty, protože jsou spojeny s vysokou mírou rizikovosti.

Zjišťovali jsme, jak jsou na tom nejznámější české banky a pobočky zahraničních bank, které v Česku působí.

### **Zde je aktuální přehled toho, co nabízejí pro začínající podnikatele:**

#### **ČSOB (Československá obchodní banka)**

Pro podnikatele banka nabízí možnost zřídit:

- ✓ podnikatelské konto – pro živnostníky a malé firmy
- ✓ firemní účet – pro menší firmy

Na rozjezd podnikání jsou Vám od ČSOB k dispozici tzv. investiční úvěry:

- ✓ rychlý úvěr na podnikání – do výšky 1,5 mil. Kč a do 300 000 Kč bez zajištění. Dá se použít na vybavení kanceláře, nákup technologií nebo reklamní kampaně
- ✓ malý úvěr pro podnikatele – účelový úvěr do 8 mil. Kč na financování provozu, kancelářských prostor nebo nákup strojů, zařízení, automobilů, ...

Celou nabídku služeb pro podnikatele najdete na stránkách banky [ZDE](#).

### **Komerční banka (KB)**

Banka podporuje začínající podnikatele v programu [nastartujtese.cz](#), za dobrý projekt můžete finance „vyhrát“.

Co se týče úvěrů, KB poskytuje podnikatelům množství úvěrů na účelové použití, také rychlé úvěry s rychlým schvalovacím procesem, úvěr na nákup vozidla, financování zemědělské půdy.

Na začátek Vás možná osloví úvěr [Start](#) určen právě začínajícím podnikatelům. Banka jej poskytuje do výše 1 mil. Kč na 5 let.

### **Česká spořitelna (dále jen ČSAS)**

- ✓ Peníze na rozjezd můžete získat v programu ČSAS – [Hledá se nová krev](#). Jde o úvěr na podporu začínajících podnikatelů do 650 000 Kč na 6 let.
- ✓ Na vyřízení úvěru budete potřebovat občanský průkaz, živnostenský list, daňové přiznání, případně výpis z podnikatelského nebo osobního účtu za posledních 6 měsíců.

### **Raiffeisenbank**

Nabízí podnikatelský účet s balíkem služeb podle toho, zda začínáte podnikat, jste živnostník, nebo firma.

Z úvěrů mají k dispozici:

- ✓ rozvoj dalšího podnikání – kontokorentní a investiční úvěr například na nákup materiálu, kancelářských prostor, strojů a vybavení provozu
- ✓ neúčelový úvěr – bez nutnosti dokládání, na co byly peníze použity
- ✓ úvěr na refinancování nevýhodných úvěrů

Konkrétní podmínky úvěrů najdete na webových stránkách banky:

<https://www.rb.cz/podnikatele/financovani>

### **UniCredit bank**

- ✓ nabídka pro začínající podnikatele: účet zadarmo. Z úvěrů můžete využít [kontokorent](#) do 250 000 Kč už po 3 měsících podnikání.

### **Sberbank CZ**

Pro [začínající podnikatele](#) a malé firmy mají:

- ✓ nezajištěný úvěr bez poplatků za vyřízení, čerpání a vedení
- ✓ kontokorent na financování provozních potřeb na dobu neurčitou

### Z „online“ bank jsme pro Vás vybrali následující:

- ✓ **ZUNO** – neposkytuje podnikatelské účty, ale můžete využít bezúčelový úvěr až do výše 500 000 Kč.
- ✓ **mBank** – nabízí podnikatelský účet mKonto Business. Půjčit si můžete od 10 000–300 000 Kč na cokoliv. Doba splácení je 12 měsíců. Pro majitele e-shopů mají i platební systém mTransfer.
- ✓ **FIO banka** – FIO poskytuje úvěry pro podnikatele ve výši od 3 do 300 mil. Kč na dobu splatnosti 1–8 let. Výše poplatku je individuální, úroková sazba se přepočítává na denní bázi.

## INVESTOŘI A DALŠÍ MOŽNOSTI, JAK ZÍSKAT FINANCE PRO DOBRÝ PODNIKATELSKÝ NÁPAD



Pokud Vám nevyhovuje ani jedna z uvedených možností, můžete

- ✓ se pokusit **získat grant**
- ✓ nebo **oslovit investory**
- ✓ či se vydat populární cestou **startupu**.

### Jak získat investora?

Začněte oslovováním investorů. Pomoci Vám mohou portály jako:

<http://www.penzeprofirmy.cz/hledam-investora/>

<http://www.investora.cz/hledam-investora/>

<http://byzoon.cz/>

<http://www.aaapoptavka.cz/>

<http://busyman.cz/>

<http://inovace.cz/>

<http://www.investclub.cz/cz/>

<http://www.hledaminvestora.biz/>



Máte jedinečný a prospěšný podnikatelský nápad? Zkuste ho realizovat pomocí grantu, [investora](#), [startupu](#).

# Založení firmy



Nastal čas přidat plyn a vstartovat k vlastnímu podnikání. Jaká forma podnikání je pro Váš záměr nejvhodnější? Čtěte dál a dostanete teoretický základ, který Vám může pomoci při rozhodování.

## ŽIVNOST

### Fyzická osoba - podnikatel

Chcete-li rozjet vlastní byznys bez společníků, tato forma podnikání je pro Vás nejvhodnější. Nemáte povinnost vytvářet základní jmění, ale za závazky ručíte celým svým majetkem.

Pro oprávnění k živnosti vázané, řemeslné a koncesované potřebujete odborné znalosti, vzdělání či praxi. V případě volné živnosti se stačí nahlásit na živnostenském úřadu.

### Kolik stojí založení živnosti?

Poplatky za založení živnosti se odvíjejí od předmětů podnikání a jejich počtu.

Předměty podnikání patří pod volné, řemeslné nebo koncesované druhy živnosti.

Správný poplatek za zřízení živnosti je 1 000 Kč. Pokud budete ohlašovat další živnost, zaplatíte 500 Kč.

### Základní právní kroky, které musíte absolvovat

Není toho málo, co je třeba zařídit. Podrobné informace o založení živnosti najdete zde:

<http://www.ipodnikatel.cz/Zalozeni-zivnosti/jak-zalozit-zivnost-podminky-pro-zalozeni-zivnosti.html>



# SPOLEČNOST S RUČENÍM OMEZENÝM (S. R. O.)

SROčko si můžete založit i sám. Novelou Zákona č.90 / 2012 Sb. "O obchodních korporacích" se zrušil maximální počet společníků. Společníci po novém ručí celým svým (i soukromým) majetkem.

K založení s. r. o. stačí i 1 koruna. Pokud však chcete v očích obchodních partnerů vypadat důvěryhodně, doporučuje se navýšit základní kapitál s. r. o. alespoň na 100 000 Kč. Může se jednat i o nepeněžitý vklad (pozemky, výrobní zařízení apod.).

Jedná se o nejrozšířenější formu obchodní společnosti v České republice.



## 5 důvodů, proč začít podnikat ve dvojici

- ✓ **sparingpartner** – pokud si vyberete opravdu důsledně, partner v podnikání Vás dokáže posouvat dál; potřebujete někoho, kdo Vám dokáže dát upřímnou zpětnou vazbu, s kým dokážete trávit i volný čas a kdo Vás zároveň řídí a motivuje
- ✓ **dělbá práce** – máte možnost rozdělit si kompetence a odpovědnost za jednotlivé činnosti, také byste se měli umět zastoupit během dovolených apod.
- ✓ **morální a emocionální podpora** – podnikatelská cesta umí být náročná a je skvělé mít někoho, komu se nejen dokážete vyzpovídat, ale s kým budete i umět najít společné řešení problému
- ✓ **působí přesvědčivěji i na investory a obchodní partnery**, pokud přijdete i se spoluzakladatelem
- ✓ **rozdělení kompetencí** – autonomie v rozhodování je sice osvobozující, ale ještě lépe se budete cítit, pokud na všechno nebudete sami, zejména na začátku podnikání musíte udělat spoustu rozhodnutí

Zdroj: <http://www.davehaynes.co/5-reasons-to-see-a-co-founder>

## ZALOŽENÍ S. R. O. NA KLÍČ

Pokud se obáváte jednotlivých kroků při založení společnosti, můžete využít služeb à la založení společnosti s ručením omezeným na klíč.

Na internetu je možné najít množství firem, které se touto činností zabývají. Ceny se pohybují kolem 15 000 Kč.

## Vyplatí se dát si založit s. r. o. na klíč?

- ✓ Odpadnou Vám starosti spojené např. s vypracováním všech listin a oprávnění a v rekordně krátkém čase (do 2 týdnů nebo do měsíce) již můžete začít podnikat.
- ✓ Taková firma Vám dokáže zajistit např. i změnu sídla společnosti, změnu společníka, převod obchodního podílu, zvýšení či snížení vkladu společníka, změnu obchodního jména nebo změnu rozšíření předmětů podnikání apod.

## DALŠÍ FORMY PODNIKÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICĚ

### AKCIOVÁ SPOLEČNOST (A. S.)

- ✓ základní kapitál je rozvržen na konkrétní počet akcií se jmenovitou hodnotou
- ✓ kapitál získávají zakladatelé a. s. prodejem akcií akcionářům
- ✓ akcionář neručí za závazky společnosti



### VEŘEJNÁ OBCHODNÍ SPOLEČNOST (V. O. S.)

- ✓ minimálně 2 společníci
- ✓ za závazky společnosti ručí společníci celým svým majetkem
- ✓ samotný kapitál tvoří jejich vklady. Pokud ve společenské smlouvě nejsou podmínky determinované jinak, společnost nemusí vytvářet základní kapitál.

### KOMANDITNÍ SPOLEČNOST

- ✓ něco mezi v. o. s. a s. r. o.
- ✓ sdružuje 2 druhy společníků – komplementářů (ručí za závazky společnosti neomezeně, celým svým majetkem, a protože mají vyšší podíl na zisku, jsou oprávněni k obchodnímu vedení společnosti) a komanditisty (ručí jen do výše svého kapitálového vkladu).

### DRUŽSTVO

- ✓ společenství neuzavřeného počtu osob, které je založeno za účelem vzájemné podpory svých členů nebo třetích osob, případně za účelem podnikání. Má nejméně 3 členy. Výše základního členského vkladu je pro všechny členy stejná. Vklad může být peněžitý i nepeněžitý, oceněn znalcem. Minimální výše základního kapitálu družstva je 50 000 Kč

- ✓ výhodou je neomezené maximální množství členů a možnost přistoupení nebo vystoupení z družstva kdykoliv.

## NECHCETE SI ZALOŽIT FIRMU, ALE CHCETE POSKYTOVAT SLUŽBY?

Chystáte se dělat služby jako opravy bytů, malování, drobné grafické nebo umělecké práce? V tom případě nemusíte hned zakládat živnost.

Určitě však doporučujeme **vytvoření vlastní webové stránky**, díky které se o Vás a Vaší nabídce lidé dozvědí a kde uvidí Vaši práci a reference.

### **Jak poskytovat služby, i když nejste podnikatelský subjekt?**

Práce bez nutnosti založení živnosti nebo firmy na základě

- ✓ smlouvy o dílo
- ✓ licenční autorské smlouvy
- ✓ dohody o práci

### **Smlouva o dílo**

Smlouvu o dílo mohou uzavřít podnikatelé, ale i zadavatel s občanem (nepodnikatelem). Upravuje ji občanský i obchodní zákoník. Smlouvou o dílo se zavazuje zhotovitel k provedení určitého díla a objednatel se zavazuje k zaplacení ceny za jeho provedení.

Pokud se jedná o příležitostné nebo jednorázové zhotovení díla, příjem je osvobozen od daně z příjmu a také odvodů do zdravotní a sociální pojišťovny, pokud nepřesáhne sumu 30 000 Kč za rok.

Jinak musí zhotovitel za sebe platit zdravotní pojištění a sociální pojištění. Taktéž musí podat daňové přiznání a odvést daň z odměny za provedení díla. Tedy na činnost vykonávanou ve větším rozsahu je vhodnější pořídit si živnostenské oprávnění.

### **Licenční autorská smlouva**

Licenční smlouva se řídí autorským zákonem. Jedná se o smlouvu, kterou autor díla poskytuje licenci k užití díla. Licence může být výhradní, nebo nevýhradní.



Pokud příjem z licenční smlouvy nepřesáhne částku 10 000 Kč za kalendářní měsíc, daní se srážkovou daní ve výši 15 %. Zdravotní ani sociální pojištění se neplatí. Z autorských honorářů převyšujících 10 000 Kč za kalendářní měsíc od téhož plátce je nutné odvést daň z příjmu a zdravotní a sociální pojištění.

Licenční smlouva je vhodná pro tvorbu software, webové stránky, knihy, články, fotografie, hudebního díla apod., přičemž uživatel licence má právo na používání a šíření díla.

### **Dohoda o provedení práce (DPP)**

Na dohodu můžete pracovat max. 300 hodin ročně. Dohoda se uzavírá písemně a musí obsahovat informace o druhu vykonávané práce, rozsahu pracovní doby a doby trvání dohody. V případě podepsání DPP u více zaměstnavatelů se hodiny nesčítají, tudíž u každého můžete odpracovat 300 hodin za kalendářní rok.

Veškerá administrativa spojená se zaměstnáváním na dohodu je na bedrech zaměstnavatele. Zaměstnavatel ani zaměstnanec nemusí odvádět zdravotní ani sociální pojištění, pokud příjem nepřesáhne 10 000 Kč měsíčně. Zdanění příjmu provádí zaměstnavatel.

### **Dohoda o pracovní činnosti (DPČ)**

Podobně jako DPP je to jednoduchá forma zaměstnání, uzavírá se písemně. Není však omezena počtem 300 odpracovaných hodin za rok, ale zaměstnanec nesmí odpracovat více než 20 hodin týdně v průměru. Průměruje se celá doba trvání dohody.

Když je měsíční odměna z DPČ nižší než 2 500 Kč, zaměstnavatel neodvádí zdravotní ani sociální pojištění. Daň z příjmu se odvádí jako u běžného pracovního poměru.

# Tvorba e-shopu



Nyní si řekneme, kdo a jak Vám vytvoří e-shop a webové stránky. Existují 3 možnosti. Výběr si dobře rozmyslete, protože přechod z jednoho systému do druhého Vás bude stát čas, peníze, výtěžek i nervy.

## 1. PLACENÉ REDAKČNÍ SYSTÉMY NA TVORBU E-SHOPŮ A WEBOVÝCH STRÁNEK

Jde o hotové redakční systémy na tvorbu webových stránek a tvorbu e-shopů. Celou zprávu webové stránky máte ve vlastních rukou. Poskytovateli redakčního systému platíte poplatek za využívání redakčního systému a dalších služeb.

### Argumenty PRO

- ✓ **Stránka je okamžitě online.** Stačí vyplnit registrační formulář a můžete pracovat. Nemusíte mít žádné speciální znalosti ani umět programovat.
- ✓ Společnosti nabízející CMS systém obvykle zajišťují **komplexní služby v oblasti online podnikání**. Vaše podnikání na internetu zastřešuje jedna společnost, která Vás důvěrně zná.
- ✓ **Větší stabilita.** Firmy, které vyvíjejí redakční systém, mají vysokou motivaci zůstat na trhu dlouho. Máte větší jistotu, že bude Vaším partnerem celou dobu podnikání.
- ✓ **Pravidelné aktualizace.** Placený systém odráží světové trendy, mění se legislativu. Systém se pravidelně aktualizuje, automaticky přibývají nové funkce.
- ✓ **Zákaznická podpora** je vždy po ruce. Vždy se máte na koho obrátit. Dorozumíte se svým jazykem a odpověď dostanete brzy.



Takový systém na tvorbu webových stránek je i ByznysWeb.cz.

Tvorba webových stránek může být opravdu jednoduchá. Nyní máte možnost vyzkoušet si to zcela nezávazně a přesvědčit se.

## Argumenty PROTI

- ✓ **Menší možnosti individuální úpravy systému.** Vývojáři doplňují nové funkce podle toho, co je užitečné pro většinu uživatelů. Pokud máte příliš složité, specifické požadavky na funkce, ověřte si, zda je možnost je do systému dopracovat.
- ✓ **Kompletní zpráva e-shopu je ve Vaší režii.** Tvorba obsahu, aktualizace e-shopu je jen na Vás. Pokud nezvládnete psát vlastní texty, chybí Vám základní znalosti práce na počítači, pak je jasné, že budete potřebovat kolegu nebo externí firmu, která Vám s tím pomůže.
- ✓ **Cena.** Platíte za využívání systému a za některé nadstandardní funkce si budete muset doplatit.

## 2. VLASTNÍ PROGRAMÁTOR, PROGRAMOVÁNÍ INTERNETOVÉHO OBCHODU NA MÍRU

Tento způsob se vyplatí pro specifické webové stránky s funkcemi na míru, které klasické redakční systémy zpravidla neobsahují. Např. aukční portál, internetový katalog, prodej nemovitostí, bazar, rezervační systém.

### Argumenty PRO

- ✓ **Platíte pouze za to, co opravdu využíváte.**
- ✓ **Vlastní programátor,** který pracuje jen pro Vás. Máte člověka, který se Vaší webové stránce věnuje naplno. Pokud nastane problém, je jasné, na koho se máte obrátit, aby ho vyřešil.
- ✓ **Výrazná odlišnost od ostatních.** Pokud máte dobré nápady a šikovného programátora, můžete získat unikátní web s výhodami, které ostatní konkurenti nemají.

### Argumenty PROTI

- ✓ **Samotné programování trvá delší dobu,** musíte se připravit na to, že rychlost spuštění nebude ani tak záležet na Vás, ale na programátorovi.
- ✓ **Na stabilitu poskytovatele služeb můžete zapomenout.** Pokud se Váš **programátor rozhodne ukončit spolupráci,** je problém získat dalšího, který rychle dokáže navázat na práci předchozího kolegy. Je možné, že systému nebude rozumět a neporadí si s chybami.



- ✓ Potřebujete specialisty, **počítejte s vyššími náklady**. Je docela náročné najít kvalitního a odpovědného člověka/firmu, který/á se Vám bude naplno věnovat. Čím vyšší máte nároky na kvalitu, tím musíte zaplatit vyšší cenu.
- ✓ Pokud máte známého, který říká, že Vám udělá web tak říkajíc za facku, a myslíte to s podnikáním na internetu vážně, **nejděte do toho**. Takových lidí najdete plno. Nabízejí **tvorbu stránek za pár stovek**. Z dlouhodobého hlediska Vám toto řešení určitě nebude vyhovovat. Využít takové služby se vyplatí jedině pro jednoduché firemní stránky nebo organizace bez e-shopu, které není nutné často aktualizovat. A takový člověk často nemyslí prozákaznický a nedívá se na webovou stránku očima klienta. Stránka musí být user friendly a vypadat tak, aby se tam Váš zákazník rád zdržel a přip. rád nakupoval.

### 3. OPEN SOURCE SYSTÉMY – REDAKČNÍ SYSTÉM NA TVORBU WEBOVÝCH STRÁNEK ZDARMA

Jak překlad samotného názvu napovídá, takový systém s otevřeným kódem je přístupný každému. Mezi snad nejznámější open source CMS patří: Joomla, Drupal, WordPress, Zen Card, Magento... Do kódu můžete zasahovat, pokud však nemáte znalosti programování, z open source systému moc nedostanete.

#### Argumenty PRO



- ✓ Jednoznačně největší výhodou je **cena**. Základ systému je zdarma.
- ✓ Mezi několika miliony uživatelů se najde poměrně slušné procento těch, kteří aktivně na vývoji open source pracují. Faktem však je, že prakticky nenajdete nikoho, kdo 100% rozumí celému systému a všem jeho modulům a bude Vám vždy k dispozici.
- ✓ Dalším pozitivem je možnost využití obrovského množství šablon, např. i z [Templatemonster](#).

#### Argumenty PROTI

- ✓ **Odbugování** je „veřejné“. Každá chybička ve zdrojovém kódu je viditelná, jelikož do zdrojového kódu vidí každý uživatel. Pokud provozujete web na open source a jsou veřejné chyby, kdykoliv a kdokoliv Vám může web či e-shop „zrušit“. V uzavřeném systému je zdrojový kód zakriptovaný, neviditelný, není možné jej jednoduše prolomit a poškodit tak webové stránky.

- ✓ **Update a údržba** jsou zbytečně **komplikované**. Je nutná neustálá manuální údržba, sledování updatů a jejich nahrávání.
- ✓ **Plugins nebo změny vyžadují programátora**. Stejně jako v bodě 2, pokud nepatříte mezi programátory, nebudete si umět naimplementovat ani pluginy, ani cokoliv změnit. O funkcích na míru můžete pouze snít.
- ✓ **Použitelnost není prioritní** – vývojáři open source systému se nad použitelností jednotlivých prvků na hotovém webu nezamýšlejí. To je často kámen úrazu.
- ✓ **Cloud hosting nehrozí**. „Prohození“ Vašich webových stránek nebo internetového obchodu na rychlejší, bezpečnější a modernější cloud je uskutečnitelné jen s pomocí profesionálů. To představuje další neočekávaný výdaj.
- ✓ Z dlouhodobějšího hlediska **strávíte administrací mnohem více času** – například řešení nechtěných komplikací souvisejících s neschopností aktualizace nebo instalací doplňkových modulů.
- ✓ **Neadekvátní podpora** – ano, existují sice uživatelská fóra, na kterých se dozvíte množství novinek o modulech a jejich využití. Ovšem pokud narazíte na nový problém, se kterým se zatím komunita nesešla, jeho řešení se povleče.
- ✓ **Spolehlivého programátora nikdo nenahradí** – na internetu najdete množství inzerátů od studentů, kteří Vám nabízejí své služby za „pár korun“. Ale ve skutečnosti často platíte za nic. Student najednou přestane komunikovat, nemáte šanci se s ním spojit, natož z něj dostat zpět své peníze. Dobře si proto rozmyslete, zda budete platit za zajíce v pytli, nebo se porozhlédnete po racionálnějších řešení, např. closed source CMS.

zdroj: <http://blog.byznysweb.cz/2014/04/open-source-cms-ano-nebo-ne-1-cast/>

<http://blog.byznysweb.cz/2014/04/open-source-ano-nebo-ne-2-cast/>



Před zahájením tvorby e-shopu si rozmyslete, co od něj budete vyžadovat. Podle toho se dokážete snadněji rozhodnout pro redakční systém, nebo programování webových stránek na míru.

Neumíte se rozhodnout, který způsob tvorby e-shopu je pro Vás nejvhodnější?

**Odpovězte si na tyto otázky a získáte odpověď:**

- ✓ Chci mít přístup do e-shopu a kdykoliv upravit obsah?
- ✓ Budu nabízet své produkty/služby do zahraničí? Potřebuji jazykovou verzi přizpůsobenou na prodej ve více jazycích a měnách?
- ✓ Chci objednávky a faktury spravovat přímo v e-shopu?
- ✓ Požaduji napojení na externího dodavatele přes XML feed?

- ✓ Stačí mi free šablona, kterou si budu moci upravit?
- ✓ Chci mít možnost upravovat stránky pomocí CSS, HTML?
- ✓ Budu nabízet online platby přes internet? Internetové bankovníctví, platební karty, paypal?
- ✓ Budu prodávat na splátky?
- ✓ Požaduji support? Telefonický, e-mailový?
- ✓ Budu posílat newsletter? Pokud ano, budu chtít spravovat newsletter přímo z e-shopu?
- ✓ Vyžaduji pravidelné aktualizace? Přizpůsobení novým trendům v internetovém nakupování?
- ✓ Chci mobilní aplikaci, díky níž budu moci sledovat své objednávky a spravovat e-shop kdekoliv?
- ✓ Upřednostňuji cloudhosting?
- ✓ Chci spravovat sklad přímo v administraci e-shopu?

Tak je pro Vás ideální **PLACENÝ REDAKČNÍ SYSTÉM.**

---

- ✓ Chci, aby se správě e-shopu a jeho propagaci věnoval „můj člověk“?
- ✓ Jsem ochoten investovat do e-shopu větší obnos peněz?
- ✓ Můj podnikatelský záměr je specifický? Nejde o klasický e-shop? Budu potřebovat speciální funkce?
- ✓ Chci vlastní šablonu? Vlastní design na míru?
- ✓ Dokážu sám sledovat trendy v oblasti tvorby webových stránek, online marketingu a dokážu je do svého e-shopu implementovat?
- ✓ Nebudu potřebovat pravidelné aktualizace, stačí mi to, co programátor zpracuje na můj podnět?
- ✓ V případě, že budu muset se svým webmasterem ukončit spolupráci, budu schopen najít adekvátní náhradu?

V tom případě je pro Vás řešením **E-SHOP NA MÍRU.**

---

- ✓ Mám nízký rozpočet na tvorbu e-shopu?
- ✓ Nemám vysoké nároky na funkcionalitu?
- ✓ Stačí mi hotová šablona, kterou si budu moci do jisté míry upravit?
- ✓ Jsem jazykově zdatný? V případě potřeby dokážu najít řešení problému na zahraničních fórech?

- ✓ Nepotřebuji cloud hosting?
- ✓ Ovládám HTML/CSS? Chci mít přístup k editaci kódů?
- ✓ Nepotřebuji služby technické podpory?

Pak zkuste **OPEN SOURCE SYSTÉM**.

## NA SPUŠTĚNÍ E-SHOPU POTŘEBUJETE:

**Webhosting** – je „místo“, kde budete mít „zaparkovanou“ svou doménu. Pokud využijete placené systémy na tvorbu stránek, webhosting máte v ceně, nemusíte se o něj vůbec starat. V ostatních případech si musíte webhosting koupit. V Čechách ho nabízejí firmy jako cesky-hosting.cz, wedos.com, active24.cz. Webhosting je potřeba napojit na e-shop software.



Ověřte si svého poskytovatele hostingu. Stabilita serverů je velmi důležitá. Když stránky padají, přicházíte o zákazníky, proto pozor. V současnosti se za nejstabilnější hosting považuje [cloud](#).

**Doména** – je Vaše webová adresa a je velmi důležitá. Jak vybrat správnou doménu? Dobrá doména by měla mít tyto vlastnosti:

- ✓ měla by se jednoduše psát a číst
- ✓ jednoduchá, krátká, výstižná, aby si ji uživatelé snadno zapamatovali
- ✓ pokud nemáte vybudovanou známou značku, je lepší, pokud obsahuje klíčové slovo v oblasti Vašeho podnikání
- ✓ nepřepřeňte to s klíčovými slovy: Tujesmaragd-tvarovana-v-kvetinaci-eshop-bohunice-nejlevnejsi.cz určitě není vhodná doména :)
- ✓ pokud se slova v názvu domény na první pohled špatně oddělují nebo vytvářejí slova jiného významu, použijte v názvu domény pomlčky
- ✓ v případě, že je volná pomlčková i bezpomlčková verze domény, zaregistrujte si obě a druhou také přesměrujte na stránku jako tzv. sekundární alias
- ✓ pokud plánujete jazykové verze, nakupte domény s různými koncovkami, např.: .cz, .sk, .com a nasměrujte je na příslušnou jazykovou verzi.



Ověřte si, zda je Vaše doména volná na: [nic.cz](#).

A dobrá rada: **vlastní e-mailové schránky** ve tvaru `neco@mojefirma.cz` – působí mnohem důvěryhodněji a profesionálněji než veřejné e-maily určeny spíše pro soukromé zprávy, jako např. `mojefirma@gmail.com`



Můžete využívat několik firemních e-mailů, čímž si uděláte přehled v poště, např. `objednavky@mojefirma.cz` nebo `servis@mojefirma.cz`, `info@mojefirma.cz` a tyto si stahovat do tzv. poštovního klienta.

Všechny e-maily tak budete mít na jednom místě, odepisovat můžete také z poštovního klienta, který se bude tvářit jako e-mail, na který byla původně zpráva poslána. Jako poštovního klienta můžete využívat: [MS Outlook](#), [Gmail](#), [Mozilla Thunderbird](#), [Windows Live Mail](#)

V [ByznysWebu](#) si vlastní e-mailové schránky dokážete vytvořit velmi jednoduše, přímo v administraci e-shopu.

## PŘI VYTVÁŘENÍ MODERNÍHO INTERNETOVÉHO OBCHODU BYSTE NEMĚLI ZAPOMÍNAT NA:

**1) působivý design** – design je důležitý, protože zaujme jako první a dělá první dojem. Ale nečekejte se spuštěním e-shopu, až bude Váš design vyšperkovaný. Na grafice se dá pracovat i průběžně. Jaký design zvolit? Myslete na to, že v jednoduchosti je krása a Váš zákazník se tak lépe orientuje na Vašem webu a neztratí se v něm. V současnosti je trendem **tzv. flat design**:

- ✓ Jde o plochý design, nevyužívá žádné grafické prvky vytvářející 3D efekt. Tedy žádné přehnané stínování, přechody barev, textury.
- ✓ Uživatele nezatěžuje zbytečnými obrazovými efekty, ale směřuje jeho pozornost tam, kam chceme.
- ✓ A výhody? Takovéto stránky se rychleji načítají a dají se snadněji přizpůsobit mobilním zařízením, na kterých je dnes většina z nás.

Jak se upravuje design v různých systémech na tvorbu e-shopů:

- ✓ **Open source systémy** nabízejí řadu šablon zdarma, ty lepší jsou placené. Hotové šablony Vám mohou pomoci při tvorbě designu. Každá má však vlastní systém úprav, proto počítejte s tím, že Vám může trvat dlouho, než se s ní naučíte pracovat.
- ✓ Pokud máte **webové stránky dělané na míru**, o kódování šablony se postará programátor. Každý prvek designu závisí na Vás nebo na Vašem grafikovi.



- ✓ **Placený redakční systém** – využíváte šablonu systému, která je velmi variabilní. I jako nezkušený uživatel počítače si snadno sami nastavíte barvy, rozložení prvků, fonty, menu apod. Ti zkušenější mohou využít CSS/HTML a přizpůsobit šablonu ještě více.

## 2) použitelnost webové stránky / e-shopu:

- ✓ Uživatel rychle a bez větší námahy najde to, co na webové stránce hledá (informace, novinky, kontakt, listování v produktech, nákup v e-shopu), dokáže se zde snadno orientovat, což mu umožní komfortní pohyb po webové stránce, příp. nákup v e-shopu.

Dávejte pozor na logické rozmístění prvků, aby se na tlačítka dalo kliknout, aby odkazy směřovaly na to, co popisují, aby se uživatel uměl vrátit na úvodní stránku.

### Jak zjistit, zda je webová stránka uživatelsky přátelská?

Nejlépe ji otestujete na svých známých, kteří stránky ještě neviděli. Ať se zkusí zaregistrovat, objednat produkt, vyplnit formulář. Dejte ji vyzkoušet více lidem, získáte skvělou zpětnou vazbu. To, co se může zdát jednoduché a jasné Vám, nemusí být zřejmé ostatním. Pokud nenajdou rychle a jednoduše, co hledají, a nedokážou nakoupit, udělejte nápravu. Jinak přijdete o zákazníky, protože ti nemají čas, jsou zaneprázdněni a odejdou v takovém případě dřív, než nakoupí. Na co si dát z hlediska použitelnosti pozor?

- ✓ nejasný účel webu
- ✓ příliš mnoho nestrukturovaného textu
- ✓ pomalé načítání stránky
- ✓ neintuitivní navigace
- ✓ nadměrné přesměrovávání

**3) hodnotný obsah** – kvalitní obsah je alfa a omega. Můžete ohromit designem, ale pokud uživatel nenajde na stránce informace, které hledá, odchází pryč. A to nechceme. Důležité je [tvůřit originální obsah](#). Myslete na SEO a klíčová slova, ale ať to má hlavu a patu. Dobrý obsah vyhledávače doslova spolknou a posunou Vaši stránku v přirozených výsledcích vyhledávání na vyšší pozice. Tvorbě kvalitního obsahu se budeme ještě podrobněji věnovat později.

# Právní náležitosti e-shopu



Na internetu se v minulosti objevilo množství podvodníků, kteří se nekalým způsobem obohacovali na důvěřivých lidech. Dnes jsou již uživatelé internetu obezřetnější. Mnozí si před nákupem e-shop prověří, a proto je důležité, abyste působili jako poctivý prodejce, který se řídí legislativou ČR upravující práva a povinnosti prodávajícího a kupujícího.

## INFORMACE, INFORMACE, INFORMACE

1. Do kontaktu přidejte pravdivé **údaje o provozovateli internetového obchodu** (IČO, DIČ – pokud je přiděleno, název, sídlo společnosti, telefon, e-mail, zápis v obchodním rejstříku, adresa provozu – pokud provoz existuje, jméno odpovědné osoby, číslo účtu, název a adresu kontrolního orgánu).

2. Vytvořte na webové stránce podstránku, kde bude srozumitelně vysvětleno, **jaké jsou možnosti platby, dopravy, poplatky s tím spojené, další poplatky, podmínky převzetí zboží, podmínky a proces reklamace, vrácení zboží**.

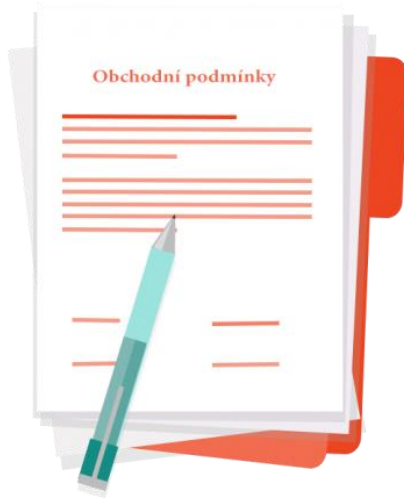
3. Přidejte **popis produktů nebo služeb a jejich cenu**. Popis ať obsahuje všechny důležité informace o produktu. Informace o dodací lhůtě – pokud je totožná pro všechny produkty, stačí ji uvést v souhrnu objednávky nebo v obchodních podmínkách. Pokud má produkt odlišnou dodací lhůtu, uveďte ji v detailu produktu.



## OBCHODNÍ PODMÍNKY PRO E-SHOP

- ✓ Měly by být **vypracovány speciálně pro Váš internetový obchod**, to znamená „ušité Vám na míru“. Kopírovat obchodní podmínky nedoporučujeme, protože tím porušujete autorský zákon. Přesto je samozřejmě možné se inspirovat, nejlépe e-shopy obchodujícími v podobné sféře jako Vy.

Buď si je vytvoříte Vy, nebo můžete zaplatit právníka, firmu zabývající se obchodními podmínkami, případně jinou odpovědnou osobu, která Vám takové podmínky připraví v souladu s platnými zákony a Vašimi individuálními potřebami.



V každém případě doporučujeme, aby se na Vaše obchodní podmínky podíval odborník. Vyhnete se v případě nesrovnalostí tučné pokutě.

Vzor [obchodních podmínek si můžete stáhnout ZDE](#) (pozor, tento vzor není právně závazný).

Podívejte se na stránky České obchodní inspekce <http://www.coi.cz/cz/pro-podnikatele/informace-pro-prodejce/>, abyste se ujistili, že Váš e-shop splňuje vše, co si zákon vyžaduje.

### Nezapomeňte na:

Právo odstoupit od smlouvy do 14 dnů od převzetí zboží a práva a povinnosti s tím spojené. Spotřebitel musí zboží vrátit do 14 dnů od odstoupení od smlouvy.

## OBCHODNÍ PODMÍNKY A E-SHOP

Do **objednávkového formuláře vložte souhlas s obchodními podmínkami**. Je vhodné, pokud je zde také dostupný odkaz na úplné znění obchodních podmínek a políčko, které zákazník označí na souhlas.

- ✓ Při jakémkoliv nedorozumění můžete argumentovat obchodními podmínkami, proti nimž nespokojený zákazník nemůže namítat.
- ✓ POZOR však na to, aby obchodní podmínky nebyly v rozporu s legislativou. Tím pádem by byly neplatné, i když s nimi zákazník souhlasil.

**Odkaz na obchodní podmínky** byste měli vložit na viditelné místo webové stránky. V současnosti je trend – do paty stránky. Zde vložte odkaz „OBCHODNÍ PODMÍNKY“, který uživatele přesměruje na celé znění.

## REKLAMACE, VRÁCENÍ ZBOŽÍ

Jako prodejce musíte přijímat odpovědnost za vady zboží. Reklamacce můžete zařadit k obchodním podmínkám nebo je umístíte na samostatnou webovou stránku.



### Reklamační řád by měl obsahovat informace:

- ✓ o záruce (standardně je to 2 roky),
- ✓ o způsobu a podmínkách doručení reklamovaného zboží (adresa pro vrácení zboží, kdo hradí poplatky na dopravu),
- ✓ za jakých podmínek se reklamacce na zboží nevztahuje,
- ✓ lhůta pro vyřízení reklamacce, doklad o vyřízení reklamacce.

## REKLAMACE A E-SHOP

- ✓ Zveřejněte **odkaz s informacemi** o způsobu reklamacce, záruční době a možnosti vrácení zboží.
- ✓ Nezapomeňte, že nejjednodušší způsob, jak se vyhnout reklamaci, je **maximální informovanost o zboží**.

Dbejte na to, aby uživatel získal v přehledné formě všechny důležité informace o produktu. Velikost, barva, funkce, materiál apod. Ať je v každém kroku objednávkového procesu jasné, který produkt si objednal.

Vyhnete se tak tomu, že si zákazník omylem objedná produkt, který vlastně nechtěl. Má právo do 14 dnů od převzetí zboží odstoupit od smlouvy a zboží vrátit.



Můžete vypracovat [reklamační formulář](#) a zveřejnit ho přímo na stránkách nebo zveřejnit odkaz na dokument ([reklamační protokol - vzor](#)). Čím více informací podáte spotřebiteli, tím více usnadníte průběh reklamacce.

### Do přílohy e-mailu se souhrnem objednávky doporučujeme vložit:

- obchodní a reklamační podmínky,
- všechny Vaše kontaktní údaje,
- [formulář na odstoupení](#) od smlouvy.

## OCHRANA OSOBNÍCH ÚDAJŮ



Jako internetový prodejce se nevyhnete **shromažďování osobních údajů uživatelů**. Jen na to, abyste mohli zboží odeslat, potřebujete jméno a adresu, případně telefon a e-mail.

Chcete odesílat newsletter? Tím pádem disponujete databází e-mailů uživatelů, kteří se zaregistrovali k odběru novinek e-mailem. Toto také spadá pod shromažďování osobních údajů.

Jako provozovatel e-shopu se **musíte zaregistrovat na [Úřad pro ochranu osobních údajů](#)**. Nezapomeňte také **informace o ochraně osobních údajů** zahrnout **do obchodních podmínek** e-shopu.

Shromažďování informací o uživatelích e-shopu zastřešuje Zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů ve znění pozdějších předpisů.

## ELEKTRONICKÁ EVIDENCE TRŽEB – EET

Od 1. 3. 2017 je elektronická evidence tržeb na finančním úřadě povinná i pro e-shopy. **EET se týká e-shopů, které umožňují zákazníkům platit za zboží nebo služby v e-shopu kartou** (přes platební bránu).

Tedy pokud budete ve svém e-shopu přijímat platby bankovním převodem (bezhotovostně), EET Vás nemusí trápit.

**Jak je to s prodejem na dobírku?** Dobírkám byla udělena výjimka, protože ve většině případů dopravce posílá peníze za dobírku na účet. Pouze pokud by přepravce vyplácel peníze v hotovosti, musel by příjem elektronicky evidovat.

Oproti kamenným provozům máte jako internetový prodejce značnou výhodu a EET není problém.



Ujistěte se, že vaše e-shopové řešení podporuje EET. Z e-shopem od [ByznysWeb.cz](#) se EET bát nemusíte.

## INFORMACE O ALTERNATIVNÍM ŘEŠENÍ SPORŮ

Internetoví prodejci mají povinnost uvést informaci o řešení sporů. Více informací o alternativním řešení sporů najdete zde:

- ✓ <http://www.coi.cz/cz/pro-podnikatele/informace-pro-prodejce/mimosoudni-reseni-spotrebitelskych-sporu-adr/>



Existují aplikace na zjednodušení řešení sporů v elektronickém podnikání, jako např. [www.youstice.com/cz](http://www.youstice.com/cz)

## INFORMACE O COOKIES

Cookies je informace o prohlížení, kterou webová stránka uloží do Vašeho počítače. V případě, že tuto stránku navštívíte znovu, stránka Vás dokáže identifikovat, vytáhne z paměti Vaše uložená data a preference. Cookies se využívají při střídání reklam, načtení dat do různých formulářů, přizpůsobení stránky. Podle směrnice EU se vyžaduje souhlas uživatele s cookies. A to v případě, že do cookies ukládáte neanonymní údaje nebo cookies třetích stran. Tedy pokud používáte služby Google Analytics, AdSense, DoubleClick for Publishers a DoubleClick Ad Exchange, sociální pluginy (např. Facebook, Disqus komentáře) apod. [Kdy souhlas s cookies potřebujete, a kdy ne?](#)

## UŽITEČNÉ ZDROJE INFORMACÍ PRO MAJITELE E-SHOPŮ

- ✓ <http://www.coi.cz/cz/pro-podnikatele/>
- ✓ <http://www.jakpodnikat.cz/podnikani-zivnosti.php>

### Důležité zákony týkající se elektronického prodeje:

- ✓ Zákon č. 40/1964 Sb. – Občanský zákoník, zejména – <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1964-40#cast8>
- ✓ Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů
- ✓ Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník
- ✓ Zákon č. 227/2000 Sb., o elektronickém podpisu
- ✓ Zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů
- ✓ zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnost

# Co se zbožím



Chystáte se sice podnikat online, ale získání a expedice zboží je část, kterou jen tak lehce online nevyřídíte a možná se u ní i zapotíte. :)

Podstatná otázka před spuštěním e-shopu je:

**ODKUD VZÍT ZBOŽÍ, KTERÉ BUDEME PRODÁVAT?**

Představíme Vám některé možnosti:

## 1. VÝROBA A PRODEJ VLASTNÍCH PRODUKTŮ, HANDMADE



Pokud patříte k výrobcům, máte o starost méně. Kvalita produktů je jen ve Vašich rukou. Co Vás však nemine, je vytvoření kvalitní online prezentace produktů. Budete potřebovat:

- ✓ **Název** – Dobrá rada nad zlato – dejte každému produktu unikátní jméno, jaké si zaslouží. Název ať obsahuje klíčové slovo, případně určitou vlastnost produktu. Např. Dětská čepice Lili s květinou. Ať Vás ani nenapadne pojmenovat všechny produkty v kategorii stejně.
- ✓ **Kvalitní fotografie** – Obrázky prodávají, takže si dejte záležet. Kromě hlavního obrázku nabídněte i další obrázky produktů. Nafotěte je z více stran, přidejte ukázky použití apod. [Jak fotit produkty?](#) [Jak upravit produktové fotky?](#)
- ✓ **Podrobný popis** – vypište všechny vlastnosti a parametry. Slabý popis může uživatele odradit, protože si nemůže být jistý, že má produkt ty vlastnosti, které požaduje. [Jak psát popisy produktů?](#)
- ✓ **Cena** – měla by být na viditelném místě, také informace o DPH. Jak určit cenu handmade produktů? Cenotvorba zohledňuje tyto 3 základní faktory: náklady, ceny konkurence a poptávku (jedinečnost produktu). Ceny nemusí být statické, právě naopak. Je třeba je přizpůsobovat trhu, protože ten se mění a mění se i preference a příjem zákazníků.



Prodej handmade výrobků lze podpořit i díky různým portálům (např. fler.cz, simira.cz, sashe.sk).

Tyto portály nabízejí výrobky velkého počtu šikovných lidí a zajišťují vysokou návštěvnost. Obecně platí, že registrace je zdarma. Portál jako zprostředkovatel prodeje si však vezme určité procento z objednávky.

## 2. NÁKUP HOTOVÝCH VÝROBKŮ URČENÝCH K PRODEJI. HLEDÁ SE DODAVATEL



Výběr kvalitního dodavatele je polovina úspěchu. Dodavatele můžete vyhledat v různých katalozích, databázích firem. Zaměřte se na společnosti, které uvádějí ve svém popisu VELKOOBCHOD. Můžete navštívit různé veletrhy, výstavy zaměřené na Vaši oblast podnikání. Dodavatele oslovte e-mailem, telefonicky nebo osobně. Projděte si celý průběh spolupráce (nákup, dodání, ceny, platby, reklamace) a obchodní podmínky.

Využít můžete **zahraniční trhy**. V dnešní době již není problém objednat a dovézt produkty z jakékoli země a ty pak s marží prodávat. Znalost angličtiny je zde velkou výhodou. Nebo pokud jste narazili na zahraniční značku, kterou do Česka ještě nikdo nedováží, jste šťastný člověk. Můžete získat unikátní výhodu na trhu. Tomuto předchází podrobný průzkum konkurence v oblasti Vašeho podnikání. Na takový průzkum Vám postačí i internet.

Pokud jste našli dodavatele, musíte vymyslet, kam zboží uložit. V tomto případě budete potřebovat **skladové prostory a skladové hospodářství**.



Dohled nad skladovými zásobami Vám zajistí skladový software (např. [Money S3](#) nebo [Pohoda](#)). Čas a starosti Vám ušetří, pokud je skladový systém propojen přímo s e-shopem nebo pokud e-shopový systém obsahuje sklad.

## NAPOJENÍ NA SKLAD DODAVATELE

Někteří dodavatelé poskytují tzv. XML feed, který napojíte do svého e-shopu. Je to velmi výhodný způsob, který zajistí obrovskou nabídku produktů v e-shopu, přičemž **nepotřebujete vlastní sklad**.

**Nevýhodou je delší doba dodání**, protože objednané zboží nemáte fyzicky u sebe na skladě. Musíte s expedicí k zákazníkovi počkat, dokud nepřijde zboží od Vašeho dodavatele. Dalším záporem je konkurence. Dodavatel totiž poskytuje stejný feed více klientům. Může se Vám stát, že konkurenti budou mít stejnou nabídku zboží jako Vy.



## Jak to funguje?

- ✓ E-shop je napojen na sklad dodavatele pomocí XML feedu. XML feed Vám poskytne dodavatel.
- ✓ Produkty se automaticky nahrají do Vašeho e-shopu. V e-shopu můžete za velmi krátkou dobu nabízet tisíce produktů. Do e-shopu se importují ty údaje, které obsahuje XML feed. Obvykle to bývají obrázky, popis produktů, ceny, počet kusů skladem, kategorie produktů.
- ✓ Produkty můžete dále upravovat. Přihodit si k ceně marži, doplnit popis či obrázky, doplňkové informace.



Přesvědčte se, zda Vaše e-shopové řešení toto napojení podporuje. [E-shop od ByznysWebu ano.](#)



Pokud řešíte otázku skladových prostor, zvažte využití outsourcingu logistiky. V ČR fungují fulfillment společnosti jako [www.jakob.cz](http://www.jakob.cz), [www.cms-praha.cz](http://www.cms-praha.cz) anebo [www.gw-world.cz](http://www.gw-world.cz), které zajistí skladování, balení a přepravu zboží k zákazníkovi.

## LOGISTIKA - Z E-SHOPU K ZÁKAZNÍKOVÍ



S rozvojem nákupu přes internet vzniklo mnoho přepravních společností, které neustále modernizují své služby. Takže je několik možností, jak doručit zboží zákazníkovi a zajistit komfort a rychlé dodání. Přepravní společnosti mají aplikace, které urychlují podávání zásilek. Zásilky získávají číslo, podle kterého můžete Vy a v první řadě Váš zákazník sledovat, kde se zásilka nachází.

### Možnosti dopravy v e-shopu

Ideální je nabídnout více možností dopravy, např. Českou poštu, kurýra, osobní odběr. K ceně za dopravu si můžete připočítat i náklady na obalový materiál. Možnosti dopravy a poplatky s tím spojené by měly být zákazníkovi nabídnuty v objednávkovém formuláři. Cena za dopravu se připočte k ceně objednaného zboží.



### Při výběru správného přepravce se zaměřte na tyto faktory:

- ✓ cena přepravy a množstevní slevy,
- ✓ rychlost dodání,
- ✓ sledování zásilky,
- ✓ další služby jako SMS oznámení, napojení na e-shop – tisk štítků z e-shopu apod., vlastní odběrná místa,
- ✓ reference.

V Čechách se nejvíce využívají tyto přepravní společnosti: DPD, GLS, GEIS, UPS, DHL, PPL. Čím více zásilek budete podávat, tím lepší cenu Vám dopravní společnost může poskytnout. Je třeba vyjednávat.



Služba, která Vám pomůže vybrat nejvýhodnější způsob dopravy, ať už pro vnitrostátní, nebo mezinárodní přepravu. Porovnává kurýrní služby pro různé druhy zásilek – [allpacka.cz](http://allpacka.cz)

## ČESKÁ POŠTA – DORUČENÍ NA POŠTU NEBO NA ADRESU

Česká pošta nabízí kromě jiného tyto dvě formy doručení:

- ✓ **na adresu** – kurýr České pošty zanese zásilku přímo k zákazníkovi,
- ✓ **na poštu** – zákazník si vybere kteroukoliv poštu na území Česka. Tu, která je nejbliže k místu, kde se nachází. Nemusí se shodovat s adresou doručení.

Česká pošta vyvinula i užitečnou aplikaci [PoštaOnline](#). Balíky můžete podat online, můžete si vytisknout adresní štítky a nalepit na balík. Dokonce si můžete objednat i odvoz balíků. Nemusíte chodit na poštu, vše vyřídíte online. Rapidně to podávání balíků zrychlí.



## ODBĚRNÁ MÍSTA – BALÍKOMATY

V poslední době se velmi rozvinula tzv. síť odběrných míst. Tyto služby u nás nabízejí např. Uloženko, Zásilkovna, DPD Parcelshop, GLS ParcelShop, Geis point.

Výhoda: Většinu lidí je těžké zastihnout na doručovací adrese, takže si mohou dát poslat zásilku na odběrné místo a tam si ji vyzvednout v čase, ve kterém jim to nejvíce vyhovuje. Pokud jako majitel internetového obchodu chcete nabízet tuto službu, je třeba,

aby ji Váš e-shop podporoval. Budete totiž potřebovat stále aktuální seznam odběrných míst určité společnosti. Tento způsob dopravy si uživatel bude volit v objednávkovém formuláři. [Ukázka napojení e-shopu na odběrná místa.](#)

## OSOBNÍ ODBĚR

Výhody:

- ✓ Zákazník nemusí doplácet za dopravu.
- ✓ Může si zkontrolovat zboží přímo u prodejce. Kamenná prodejna je však pro mnohé prodejce přes internet nereálná. Pokud však máte prodejnu, tuto možnost určitě využijte. Je to konkurenční výhoda k nezaplacení.

# Jak získat zákazníky



Postarejte se o to, aby Váš nový e-shop našlo co nejvíce lidí. Začněme úplně od základu, a to propagací, která nic nestojí. Při podnikání na internetu hraje velmi důležitou roli SEO. Provozovatelé e-shopu by se mu měli pravidelně věnovat, analyzovat, upravovat.

## CO JE SEO VE ZKRATCE

SEO je zkratka pro Search Engine Optimization. V češtině se používá název optimalizace pro vyhledávače.



SEO přivede na Váš web návštěvníky. Odkud? Z vyhledávačů, jako je Google, Seznam, Bing, Yahoo apod. Uživatel internetu zadá do vyhledávání tzv. klíčové slovo podle toho, co ho zajímá. Vyhledávač mu zobrazí seznam relevantních webových stránek. Pokud se Váš e-shop nachází na prvních pozicích, máte vyhráno. Uživatelé nejvíce klikají na první 3 odkazy, případně na odkazy na první stránce vyhledávače.

Otestujte si to na sobě. Otevřete si vyhledávač, např. google.cz a analyzujte, jak postupujete při vyhledávání stránek Vy. Jaká klíčová slova zadáváte, jaké odkazy Vás zaujmou natolik, že danou webovou stránku navštívíte.

### Jak se dostat na první pozice?

To by chtěl vědět každý, ale odpověď není jednoduchá. Je více než 200 hodnotících kritérií, která určují umístění stránky ve vyhledávání. Dvě nejdůležitější jsou – kvalitní obsah a počet kvalitních zpětných odkazů. Jak dělat kvalitní obsah, Vám radíme i [zde](#), a o tvorbě zpětných odkazů se dozvíte [zde](#). Velmi záleží také na tom, kolik je ve Vaší oblasti podnikání konkurentů. SEO je dlouhodobý proces, chce to hodně času, trpělivosti a cíle.



Co platí na vyhledávače? Zde najdete seznam faktorů a váhu, kterou mají na výsledky vyhledávání: <http://www.seofactory.cz/seofactory>.

Berte to jako pomůcku, na které SEO faktory se zaměřit nejvíce a na které méně. Tyto faktory se časem mění, ale základ zůstává stejný.

## SEO ZÁKLADY

**KLÍČOVÁ SLOVA** – před tvorbou obsahu si vypište seznam klíčových slov, podle kterých Vás budou budoucí zákazníci hledat. Na každé podstránce je třeba zmínit klíčová slova podle jejího obsahu:

- ✓ Nástroje na vyhledávání klíčových slov: samotný GOOGLE (po zadání slova do vyhledávače Google sám nabídne další alternativy), Google keyword planner, suggest.org nebo nástroj na návrh klíčových slov od [Seznamu. Něco více o používání klíčových slov.](#)
- ✓ Klíčová slova použijte v nadpisech, url adrese, textu, v názvu (title) a popisu (description) stránek, v obsahu, v názvech obrázků, v odkazech. Musí být použity přirozeně a nepřehánějte to s používáním jednoho klíčového slova, Google rozezná už i synonyma a skloňovaná slova. Přijatelná hustota je kolem 5 %. Hustotu klíčových slov Vám pomůže odhalit nástroj: [hustota klíčových slov.](#)
- ✓ Užitečné informace, kde všude je vhodné doplnit klíčová slova: [klíčová slova](#), [SEO](#).

**ZPĚTNÉ ODKAZY** – pokud na Váš web směřuje mnoho zpětných odkazů z kvalitních stránek, je to signál pro vyhledávače, že máte kvalitní a užitečnou webovou stránku, a posunou ji výše ve výsledcích vyhledávání.

- ✓ Kde vzít zpětné odkazy? Zde je pár tipů: registrace do katalogů, blogy, výměna zpětných odkazů s weby s podobným zaměřením, diskusní fóra, mikrostránky, blog, PR články, affiliate program, sociální sítě, soutěže, srovnávače cen, recenze, slevové portály, sponzoring.

**OBSAH** – kvalitní obsah je alfa a omega. Rozepište se o tom, kdo jste, co prodáváte, jak jste začínali, jak mohou zákazníci nakoupit, jaké výhody nabízíte, informujte o novinkách v e-shopu i v sektoru, ve kterém podnikáte. Ale nepište zbytečně „omáčky“, pište k věci, co nejstručněji, nejjasněji a nejvýstižněji.

Zaujměte recenzemi výrobků, návody k použití, pochvalte se úspěchy, certifikáty, zveřejněte knihu návštěv, případně oslovte zákazníky, aby napsali, jak jsou spokojeni s nákupem ve Vašem internetovém obchodě. Nafotťte, jak se dají Vaše produkty využít, zkuste vytvořit produktová videa. Nabídněte co nejvíce informací. Pokuste se myslet jako Vaši potenciální zákazníci a zaměřte se na to, co všechno by je mohlo zajímat. Pokud to najdou na Vašem webu, budou se k Vám rádi vracet pro další informace a také produkty.

- ✓ Obsah je důležitý nejen pro návštěvníky webu, ale i pro vyhledávače. A ještě dobrá rada: I když texty musí obsahovat klíčová slova, nedávejte je násilím tam, kam se nehodí. Obsah musí mít hlavu a patu.

[Jak na SEO krok po kroku](#)

## SOCIÁLNÍ SÍŤ



Využijte sociální sítě k propagaci svých produktů. Nezapomeňte, že příspěvky je třeba tvořit tak, aby je lidé rádi sdíleli a komentovali. Kromě zveřejňování produktů nezapomeňte lidi bavit, motivovat k nákupu a informovat.

Kromě toho jsou sociální sítě výborným zdrojem zpětných odkazů. Kromě textů si dejte záležet i na fotografiích. Kvalitní obrázky prodávají. Pokud ovládáte grafický program nebo máte v týmu grafika, je to velké plus. Obrázek je první, co lidi na sociálních sítích zaujme. Většinou se při zajímavém obrázku nebo videu zastaví a až

potom čtou text a klikají na odkazy. Google může umístit na vysoké pozice možná i Vaši Facebook nebo Google+ stránku, pokud bude stát za to.

Na kterých sociálních sítích se vyplatí vytvořit firemní profil?

- ✓ Facebook
- ✓ Google plus, Google místa
- ✓ Pinterest
- ✓ Twitter
- ✓ Instagram
- ✓ Youtube

Spravovat, analyzovat a pravidelně přispívat na sociální sítě dá člověku zabrat. Můžete si pomoci těmito nástroji: [Monitoring sociálních sítí](#).

## PLACENÁ PROPAGACE

Ne vždy je možné získat dostatek zákazníků z neplacených zdrojů. Proto byste měli zvážit využití placené reklamy. V tom případě se výsledek dostaví okamžitě.

**JAKÉ JSOU MOŽNOSTI ONLINE REKLAMY NEBO ONLINE MARKETING V KOSTCE**

## 1. PPC (PAY PER CLICK)

- ✓ PPC je textová reklama na Vaše služby.
- ✓ Reklama se zobrazí pouze tomu, kdo má zájem o Vaše služby, resp. hledá to, co nabízíte.
- ✓ Neplatí se za zobrazení reklamy, ale až za klik na reklamu, získáváte konkrétní návštěvníky.
- ✓ Přesně měřitelný způsob reklamy v poměru cena/výkon.



PPC reklama pomůže nastartovat prodej a návštěvnost neznámého e-shopu nebo ji můžete využít v rámci podpory prodeje nového zboží.

Nejdůležitější reklamní systém pochází z dílny Google a nazývá se [AdWords](#). Další nejdůležitější systémy jsou [Sklik](#) – pro reklamu v Seznam.cz a [eTarget](#). Reklamu z eTargetu zobrazují například vyhledávače iDNES.cz, Lidovky, Blesk.cz a stovky jiných webových stránek.

zdroj: <https://www.byznysweb.cz/a/189>

[Jak správně nastavit PPC kampaň](#)

## 2. REMARKETING

Umožňuje oslovit návštěvníky, kteří v minulosti navštívili Vaši webovou stránku, a těmto návštěvníkům zobrazit Vaši reklamu. Více [o remarketingu se dočtete zde](#).

Pokud myslíte, že je to na Vás hodně informací, na trhu je mnoho PPC specialistů, kteří Vám se správou PPC kampaň pomohou.

## 3. REKLAMA NA FACEBOOKU

[Jak na reklamu na Facebooku?](#) Facebook má poměrně jednoduchý systém na tvorbu reklamních kampaní, se kterým se i běžný uživatel internetu dokáže rychle naučit pracovat. Výhoda facebookové reklamy je velmi dobré cílení podle různých parametrů. Samotný inzerát na Facebooku není všechno. V první řadě je třeba komunikovat a dělat dojem.

## 4. SROVNÁVAČE CIEN

Uživatelé internetu stále více na vyhledávání produktů využívají tzv. srovnávače zboží, resp. cen. U nás jsou nejznámější: Heureka.cz, Zbozi.cz, Pricemania.cz, Google nákupy. Srovnávače jsou výborným zdrojem zpětných odkazů a dalším kanálem, odkud můžete získat zákazníky. Proto se vyplatí do nich zaregistrovat. Mají i free programy, po splnění určitých podmínek zobrazí Vaše produkty, ale pouze ve fulltextovém vyhledávání. Tedy uživatel nalezne Váš produkt v srovnávači, pouze pokud se trefí do slov, která používáte v názvu produktů.

Produkty srovnávač získá a aktualizuje pomocí XML feedu, který zadáte při registraci. Každý srovnávač vyžaduje vlastní tvar XML.

Pokud se rozhodnete pro placený program v některém z nejpoužívanějších srovnávačů, Vaše produkty se spárují, tedy budou dohledatelné přímo v kategoriích srovnávače.

Více [o párování produktů](#). Funguje na principu CPC (cost per click), dobíjíte si kredit, ze kterého se Vám stáhne částka až poté, co zájemce o produkt ze srovnávače proklikne do Vašeho e-shopu.

Do kterého srovnávače se vyplatí investovat? [Porovnání návštěvnosti českých srovnávačů cen.](#)

Podporuje Vaše e-shopové řešení funkce pro srovnávče? Internetový obchod od ByznysWebu ano. Více na <https://www.byznysweb.cz/a/425> a <https://www.byznysweb.cz/a/933>

## 5. EMAILING

je přímé oslovení zákazníků odesláním e-mailu/newsletteru do jejich e-mailové schránky. E-mailing třeba dělat pravidelně a cíleně.



### Odkud vzít databázi e-mailů?

1. Na stránku zveřejněte formulář „Odběr novinek e-mailem“ – zájemci o Váš newsletter se sami zaregistrují. Je důležité motivovat je k tomu např. slevou na nákup, užitečnými informacemi, které získají odebíráním newsletteru.
2. V objednávce přidejte možnost Newsletter, případně dodejte poznámku „Odesláním objednávky souhlasím s odesláním reklamních e-mailů“.



## Základní struktura dobrého reklamního e-mailu

**Poutavý předmět zprávy** – předmět je základ, pokud zákazníka neosloví předmět, e-mail neotevře a rovnou pošle do spamu nebo koše. Dejte si záležet na předmětu zprávy. Nelžete, zmiňte to, o čem se v e-mailu píše, ale vždy poutavou formou.

**Obsah** – o čem psát? Obsahem Vašich poutavých newsletterů by mohly být například nové produkty, produkty ve slevě, akční balíčky, produkty, které se vztahují k nějakému období, svátku, dárky, dárkové poukázky, návody na využití produktů.

Nezapomeňte na tlačítka „call to action“, která budou směřovat na nákup produktu, podrobnější informace apod.

Limity – motivujte větami jako: akce trvá do, jen do ... máte možnost získat..., pozor už jen 5 kusů na skladě, pokud objednáte do..., získáte od nás dárek...

Nezapomeňte se podepsat, přidat kontakt na e-shop, propojení se sociálními sítěmi a tlačítko na odhlášení z newsletteru.

Používejte velké, barevné obrázky doplněné kratšími texty.



Používejte stejnou šablonu e-mailů. Nezapomínejte, že šablona by měla být vzdušná a přehledná.

Všimněte si, jak dělají e-mail marketing velké společnosti, a inspirujte se. Můžete se přihlásit k odběru novinek e-mailem u své konkurence a vymyslete něco lepšího a poutavějšího.

Pozor, aby se z Vás nestal spammer. Je třeba splnit tyto podmínky:

- ✓ Dobrovolnost přihlášení se k odebrání e-mailových zpráv.
- ✓ Možnost se z přijímání kdykoliv odhlásit.
- ✓ Nepoužívat nakoupené databáze e-mailových adres, ale jen vlastní.

Na hromadné odesílání e-mailů existuje mnoho aplikací, které Vám pomohou držet dohled na e-mailingem. Většinou však jde o placené služby. K nim patří – [www.smartemailing.cz](http://www.smartemailing.cz), <http://mailchimp.com/>, <https://www.mailkit.eu>

E-shop od ByznysWebu má vlastní rozhraní pro **odesílání newsletterů přímo z administrace e-shopu**. [Jednoduché odesílání hromadných zpráv](#).

## 4 TIPY, JAK NA EFEKTIVNÍ ONLINE MARKETING

1. Vše v online marketingu se dá měřit. Využívá se k tomu nástroj URL builder, díky kterému můžete přesně zjistit, z jakého zdroje Vaší kampaně se k Vám návštěvník dostal. Je skvěle využitelný v newsletteru, ale i v jakémkoliv textu, který publikujete na internetu. [Jak používat URL builder](#), se dozvíte [zde](#).
2. Vždy sledujte cenu, za kterou jste získali 1 zákazníka. Snažte se vyhodnotit, zda jste za získání zákazníka nedali víc, než jste vydělali na objednávce.
3. Předtím, než přijmete nabídku na reklamu, si ověřte, zda ji budete moci měřit. Pokud Vám za rok zavolají, abyste si reklamu zaplatili znovu, budete umět vyhodnotit, jestli se Vám to vyplatí, nebo ne. Nevyhazujte zbytečně peníze za neefektivní reklamu.
4. Na měření efektivity reklamy potřebujete zejména dobře ovládat [Google Analytics](#), o kterém píšeme v dalším [článku](#).

**Offline marketing** – marketing, který neprobíhá na internetu, je finančně náročnější a hůře měřitelný. V odvětvích, kde zákazníci nejsou běžnými, aktivními uživateli internetu, je lepší sáhnout po offline prostředcích prezentace.

Mezi takové patří zejména: letáky, časopisy, billboardy, inzeráty, firemní dárkové předměty, sponzoring, dárkové poukázky, telemarketing, trhy, prodejní akce.

I úspěch offline reklamních kampaní se dá do jisté míry měřit. Na billboard můžete zveřejnit url adresu, kterou jinak nepoužíváte (na billboard napíšete adresu feronabytek.cz a přesměrujete na nabytekfero.cz), a pak si dokážete v [Google Analytics](#) zjistit, kolik lidí ji navštívilo, případně udělalo objednávku. V letáku nebo v reklamě v časopise použijete slevový kód a sledujete, kolik lidí jej použilo.

# Jak si udržet zákazníka



Staré známé pravidlo „Náš zákazník, náš pán“ platí dosud. Mějte na paměti, že spokojený zákazník se k Vám s vysokou pravděpodobností vrátí a ještě v lepším případě se pochlubí známému, ze kterého se může stát další zákazník. Každý problém se snažte vyřešit k zákaznickové spokojenosti.

## KOMUNIKACE SE ZÁKAZNÍKEM

Neodkládejte odpověď na druhý den. Zkuste odepsat, zavolat tak brzy, jak to půjde. Zákazníka mile překvapí Vaše rychlost a zájem.

### Řešení objednávky

Proces objednávky by měl být v každém kroku jasný. Vytvořte podstránku, která bude obsahovat všechny možnosti dopravy a platby s popisem, co může zákazník očekávat, pokud si vybere některou z možností. V objednávkovém formuláři můžete stručné vysvětlení dát do poznámky k dopravě nebo platbě. Vhodné je umístit k dopravě např. ikonu s otazníkem, po přejetí myši vyskočí vysvětlení.

**E-mail a SMS notifikace** – Notifikace je automatická zpráva, která přijde zákazníkovi po provedení určité akce. Kdy posílat oznámení?

- ✓ Po vytvoření objednávky – tato zpráva by měla obsahovat informaci, že objednávka byla úspěšně vytvořena, shrnutí objednávky, číslo objednávky a např. informace o převodu platby, pokud si zákazník vybral platbu předem na účet.
- ✓ Při změně statusu (rezervovaná, vyřizuje se, expedována, čeká na úhradu) – ke každé změně statusu dopište, co znamená a kdy a kde může zákazník objednané zboží očekávat.



Stále větší oblibě se těší SMS oznámení. Na posílání SMS se používají takzvané sms brány. Zákazníka jistě potěší například SMS, že jeho objednávka bude doručena následující den.

[ByznysWeb](#) má implementovánu vlastní [SMS bránu](#). Posílat oznámení můžete velmi jednoduše z administrace e-shopu.

**LiveChat** – oblíbený a jednoduchý způsob komunikace s Vašimi zákazníky. Díky němu Vás mohou kontaktovat okamžitě, když potřebují pomoc, a hned ji i dostanou. Možná jste si už LiveChatu všimli. Je to malý box, který se vysune v dolní části stránky. Po zaregistrování se do služby, která nabízí LiveChat, získáte [kód, který je třeba vložit do stránky](#).

**Komunikace na sociálních sítích** – pokud máte vytvořen firemní profil na Facebooku, nepamínejte jej pravidelně sledovat. Lidé jsou zvyklí psát na Facebook, odepište jim co nejdříve. Facebook sleduje rychlost odpovědi. Díky tomu můžete získat zelenou obálku, což je 100% míra odezvy.

Nezapomínejte sledovat komentáře a vždy na ně reagovat, buď jen likem nebo odpovědí.

### Komunikace s naštvaným zákazníkem



Často se můžete dostat do situace, že Vám zavolá nazlobený zákazník. Jak zvládnout takovou komunikaci?

- ✓ Zákazníka si poslechněte, nechte ho vyventilovat. Ať ví, že ho vnímáte a snažíte se ho pochopit.
- ✓ Reagujte mile a neútočte. To Váš protivník určitě nebude očekávat.
- ✓ Neobhajujte se, ale nabídněte řešení.
- ✓ Neberte to osobně. Zákazník je rozhořčený na produkt nebo službu, nikoliv na Vás. Nikdy nevíte, jaké okolnosti vedly k tomu, že zákazník tak vybuchl.

Přečtěte si více o tomto tématu v článku [6 kroků, jak zůstat cool a zvládnout rozhořčené zákazníky](#).

## ŘEŠENÍ REKLAMACE

Reagujte na reklamace a dotazy. Některé e-shopy vůbec nereagují na reklamaci, i když je to jejich povinnost. Čeho tím dosáhnou?

- ✓ Pokud je zákazník umírněný a nechce se mu to dál řešit, přijdete o zákazníka a získáte negativní reklamu, kterou o Vás bude šířit v okruhu svých známých.

- ✓ Nebo se zákazník obrátí na obchodní inspekci, případně právníka a máte na krku větší problém.

Nezapomeňte na stránce uvést přesné informace, [jak postupovat při reklamaci](#), případně zde umístěte i formulář, který zákazník vyplní.

Navíc musíte na své stránce zveřejnit odkaz na alternativní řešení sporů. Co to obnáší? <http://www.coi.cz/cz/pro-podnikatele/informace-pro-prodejce/mimosoudni-reseni-spotrebitelskych-sporu-adr/>

## SLEVY A BONUSY

Mnozí uživatelé nekoupí zboží, pokud není ve slevě. Nabídněte některé produkty výhodněji, připravte výhodné balíčky, přidejte dopravu zdarma. A hlavně, nezapomeňte na to upozornit. Na stránce, v newsletteru, na blogu, prostřednictvím SMS, na sociální síti.

Bonusový program je benefit, díky kterému můžete předběhnout konkurenci. Navíc motivuje návštěvníka webu k akci a k tomu, aby se do Vašeho e-shopu vrátil.

Uživatele odměníte kredity, které může využít jako slevu na další nákup, nebo dostane dárek. Ověřte si, zda Vaše e-shopové řešení bude schopné něco takového podporovat.



Tipy na akce, za které můžete odměnit uživatele kredity:

odeslání objednávky, přihlášení se k odběru novinek, registrace, komentář nebo hodnocení produktu, hlasování v anketě, odeslání formuláře, příspěvek do knihy návštěv.

Takový systém je náročnější na implementaci do e-shopu. Vyžaduje si zásah programátora, takže budete muset sáhnout hlouběji do kapsy.

**S ByznysWebem** je to jednodušší, protože tento redakční systém již **bonusový program obsahuje**.

Vyzkoušejte si, jak může fungovat váš [bonusový systém od ByznysWeb.cz](#)

## Výhody registrace

Proč žádat od návštěvníka stránky, aby se zaregistroval?

- ✓ získáte e-mail, na který můžete posílat newsletter, akční nabídky apod.
- ✓ z registrovaného zákazníka můžete vytvořit stálého zákazníka, pokud mu nabídnete výhodnější ceny, slevy nebo obsah, který je běžnému uživateli nedostupný.

## Odměna pro věrné zákazníky

Myslete na věrné zákazníky a projeďte jim svůj dík. Nejlepší zákazníky můžete odměnit slevou na další nákup, dárkovým poukazem, dopravou zdarma.



Pozor, aby Váš e-shop systém obsahoval funkce, které Vám umožní zajistit pohodlnou komunikaci a výhody pro zákazníka.

K tomu je dobré přihlížet ještě před výběrem e-shopových řešení. Dodatečná implementace takového systému Vás může stát spoustu času a peněz.

## MOŽNOSTI PLATBY

Lidé jsou různí a každý preferuje jinou možnost platby. Ti konzervativnější raději zaplatí v hotovosti z ručky do ručky, ale mnohým spíše vyhovuje bezhotovostní styk.

Výhody více možností plateb:

- ✓ nepřijdete o zákazníka kvůli tomu, že mu nedokážete vyhovět s platbou,
- ✓ zákazníci u Vás budou nakupovat rádi, protože máte to, co jim vyhovuje.

Z možností platby za objednávku a také způsob dopravy si zákazník vybírá v objednávkovém formuláři.

### Jaké platby by ve Vašem e-shopu neměly chybět?

- ✓ Základ je platba **v hotovosti na dobírku**. Protože je to pro prodejce méně výhodný způsob, často si za dobírku účtují poplatek, a tak se snaží motivovat zákazníky, aby zaplatili předem.

- ✓ Další možností je **převod na účet**. Nezapomeňte informovat zákazníka o tom, na jaký účet má peníze poslat, jaký je variabilní symbol apod. Toto je vhodné umístit do potvrzení objednávky, které přijde zákazníkovi na e-mail. Nebo do oznamovací SMS.
- ✓ Vypisování údajů může být pro zákazníky nepohodlné, proto mnohem raději využívají tzv. **platební brány nebo platby kartou**.

Pokud chcete propojit platební bránu se svým e-shopem, musíte uzavřít smlouvu s bankou a následně dostanete implementační údaje.

Ověřte si, zda systém, ve kterém máte e-shop vytvořen, umožňuje tuto implementaci. ByznysWeb.cz má připraveno rozhraní pro více než [10 platebních systémů](#). Zeptejte se ve své bance na platební bránu pro e-shop.

- ✓ Pak jsou tu ještě samostatné **platební systémy**, které **podporují několik bank**. Jako např. TrustPay, GoPay, 24pay.
- ✓ Další způsoby platby jsou např. Viamo, díky kterému zákazníci mohou platit přes svůj mobil, a starý známý PayPal, ke kterému musí mít zákazníci vlastní Paypal účet. Převod se uskutečňuje z jejich Paypal účtu na Váš.

# Analyzuj, vyhodnocuj, zlepšuj



Podnikat na internetu je skvělé i díky tomu, že dokážete krásně sbírat data a vyhodnocovat je tak, aby pomohla při rozhodnutích o dalším rozvoji e-shopu.

Proto nezapomeňte hned na začátku propojit e-shop s nástrojem [Google Analytics](#). Díky němu získáte obrovské množství dat, a to zdarma.

**Propojení e-shopu s Google Analytics** by mělo být samozřejmostí. V [ByznysWebu](#) na to stačí pár kliků, v jiném případě Vám pomůže Váš webmaster.

Nedejte se však zmást, ani údaje z Google Analytics nemusí být na 100 % přesné. Na manažerskou webovou analytiku však stačí. Sledovat všechna data by zabralo mnoho času, vypusťte to z hlavy a raději se soustředte jen na ta nejpodstatnější.

## KTERÉ DATA SE OPLATÍ SLEDOVAT?

- ✓ Odkud návštěvníci přišli
- ✓ Co prohlíželi, hledali
- ✓ Výkonnost e-shopu
- ✓ Konverzní cesta
- ✓ Míra odchodů
- ✓ Srovnání období
- ✓ Demografické údaje



I kdybyste nic jiného nesledovali, tohle si zapamatujte. Je to klíčový přehled v Google Analytics: [odkud přišli návštěvníci na můj e-shop?](#)

Množství užitečných informací o Google Analytics jsme pro Vás připravili i na naší stránce [Google Analytics a E-commerce](#).



Za samozřejmé pokládejte i ověření stránky v **Google Search Console**. Tento nástroj Vám pomůže v tom, že Google rychleji **zaindexuje nové webové stránky a změny na webových stránkách**. Dá se zde nahrát **sitemapa**, pomáhá odhalit **nefunkční stránky (chyby 404)**, sledovat klíčová slova, přes která uživatelé Vaš e-shop našli, odkazy na Vaše stránky...

Prostě samé užitečné věci.

Na stránkách <http://www.biznisweb.sk/faq?category=140> najdete základní informace, jak pracovat s Google Search Console.

## Jak uhlídat klíčová slova a zpětné odkazy



Základní statistiky ohledně SEO, zpětných odkazů, klíčových slov poskytnou užitečné nástroje jako:

- ✓ [Ahrefs](#)
- ✓ [MajesticSeo](#)
- ✓ [WebSeoAnalytics](#)

V omezené formě se dají využívat i zdarma. Pokud je budete používat pravidelně, rychle si zvyknete, kde najít to, co Vás zajímá.

[Collabim](#) Vám zase pomůže sledovat pozice ve vyhledávačích na velké množství klíčových slov. A také kolik lidí se přes dané klíčové slovo prokliklo na Vaš web. Základní funkce Collabimu jsou také zdarma.

Na <http://www.serp.cz/detekce/basic/> zjistíte pozici pro jakoukoli cílovou stránku. Collabim měří pouze hlavní stránku.



Chcete odhalit chování konkrétních návštěvníků webu? Zkuste nástroj [Mouseflow](#).

Ukáže, jak uživatelé prohledávají Vaš e-shop, a může Vám pomoci odhalit **problémy použitelnosti stránky**, které možná i brání provedení konverze.

Vyplatí se sledovat nejen svůj obchod, ale i konkurenci. K tomuto účelu slouží nástroje jako [Trendlucid](#), [SimilarWeb](#).

Najděte si čas na pravidelné sledování a vyhodnocování statistik návštěvnosti. Opravdu se to vyplatí. Díky nim odhalíte, zda je Vaše **strategie online marketingu** úspěšná, nebo třeba vymyslíte něco jiného.

## NAKONEC PÁR TIPŮ, JAK UDRŽET SVŮJ E-SHOP STÁLE IN

### 1. Sledujte svého největšího

**konkurenta.** Jakmile konkurence vymyslí něco nového, zkuste vymyslet něco lepšího. Pokud nemáte prostředky na to, abyste mohli nabízet takové služby jako konkurence, najděte výhody, které nabízíte Vy, a patřičně jej zdůrazněte (např. na viditelném místě webu, na sociální síti).

### 2. Přizpůsobujte se trendům.

Výhodným nástrojem pro sledování trendů je <https://www.google.sk/trends/>. Stačí zadat klíčové slovo odvětví, ve kterém podnikáte, a google trendy poskytnou statistiky, jak se o toto téma lidé zajímali.

### 3. Sledujte novinky v oblasti e-commerce.

Den co den přinášejí e-commerce specialisté novinky ze světa podnikání na internetu. E-commerce je oblast, která se neuvěřitelným způsobem vyvíjí. Co platilo před rokem, již nemusí platit dnes. Přidejte si do prohlížeče RSS čtečku, kde se Vám budou zobrazovat nové užitečné články, rady a návody o podnikání a online marketingu. Jako např. [blog.biznysweb.cz](http://blog.biznysweb.cz), [mladypodnikatel.cz](http://mladypodnikatel.cz), [vceliste.cz](http://vceliste.cz), [www.ipodnikatel.cz](http://www.ipodnikatel.cz).

Občas se vyplatí navštívit konferenci, případně si prohlédnout/přečíst záznam z takových konferencí. Každoročně se pořádají poučné e-commerce eventy jako Shop Camp, Eshop víkend, E-commerce forum.





Gratuluji, teď víš všechno podstatné  
o podnikání na internetu.  
Nic už nebrání vytvoření e-shopu,  
který bude vydělávat.

Mnoho úspěchů na cestě vlastního byznysu na internetu ti přeje

**ByznysWeb.cz**

tvá pravá ruka pro správu e-shopu.