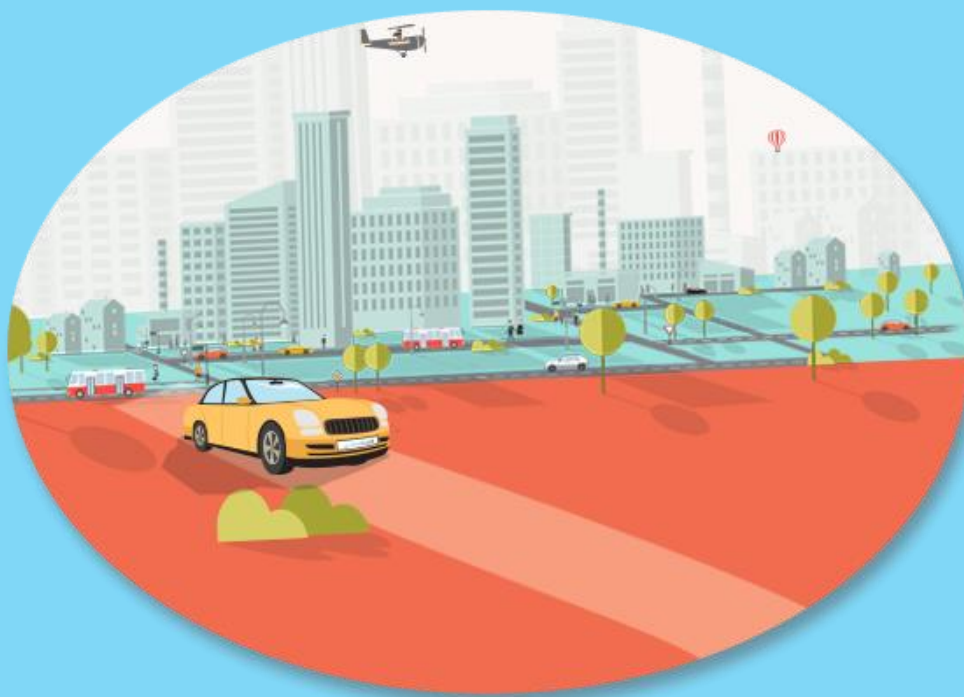


# NAŠTARTUJ E-SHOP

Cesta k úspěšnému podnikání na internete



**BIZNISWEB.SK**

tvorba internetových obchodů a webových stránek

# OBSAH



## PODNIKATEĽSKÝ PLÁN

strana 1 - 5

- ✓ Ako začať podnikáť na internete
- ✓ Inšpirácie - s čím podnikáť a v akom odvetví
- ✓ Ako vytvoriť dobrý podnikateľský plán
- ✓ Aké sú výhody a nevýhody vlastného podnikania
- ✓ Začínajúci podnikateľ - aké charakterové vlastnosti by mu nemali chýbať



## Ako získať financie

strana 6 - 10

- ✓ Možnosti podnikateľských úverov v bankách
- ✓ Ako získať príspevok na podnikanie od UPSVaR
- ✓ Ďalšie možnosti získania financií na podnikanie - Investori, Start Up



## Založenie firmy

strana 11 - 14

- ✓ Čo je živnosť a ako ju založiť
- ✓ Čo je spoločnosť s ručením obmedzeným a aké sú jej výhody
- ✓ Ako funguje služba - zriadenie s.r.o. na kľúč
- ✓ Aké sú ďalšie formy podnikania na Slovensku
- ✓ Ako ponúkať svoju prácu bez nutnosti zakladať živnosť alebo firmu



## Tvorba e-shopu

strana 15 - 22

- ✓ Aké sú možnosti tvorby webstránok a e-shopov.
- ✓ Ktorá možnosť je pre váš podnikateľský zámer najvýhodnejšia
- ✓ Aké sú základné predpoklady pre spustenie internetového obchodu
- ✓ Čo by modernému e-shopu nemalo chýbať



## Právne náležitosti

strana 23 - 27

- ✓ Ako zvýšiť dôveryhodnosť online predajcu? Podstatné informácie, ktoré treba na webstránke uvádzať.
- ✓ Ako vytvoriť obchodné podmienky e-shopu
- ✓ Čo by mal obsahovať reklamačný poriadok
- ✓ Aké povinnosti plynú zo zákona o ochrane osobných údajov
- ✓ Aké sú nové nariadenia EÚ - alternatívne riešenie sporov a cookies
- ✓ Kde nájdete celú legislatívu týkajúcu sa elektronického obchodovania



## Čo s tovarom

strana 28 - 32

- ✓ Kde nájsť vhodného dodávateľa tovaru určeného na predaj
- ✓ Ako je možné ponúkať tovar, bez nutnosti vlastného skladu
- ✓ Na čo si dať pozor pri výbere prepravnej spoločnosti
- ✓ Aké sú ďalšie možnosti doručenia zásielok k zákazníkovi



## Ako získať zákazníkov

strana 33 - 38

- ✓ Čo je SEO a na čo je to dobré - propagácia e-shopu zadarmo
- ✓ Ako využiť sociálne siete na firemné účely
- ✓ Aké sú možnosti cieľného online marketingu
- ✓ Ako správne odosielať newsletter
- ✓ Ako na efektívny online marketing



## Ako si udržať zákazníka

strana 39 - 42

- ✓ Ako informovať zákazníka o vybavovaní jeho objednávky
- ✓ Čo robiť s nespokojným zákazníkom
- ✓ Ako na riešenie reklamácie
- ✓ Čím motivovať návštevníkov e-shopu na nákup, resp. ako získať verných zákazníkov
- ✓ Aké možnosti platby využiť pre pohodlný nákup v eshope



## Analyzuj, vyhodnocuj, zlepšuj

strana 43 - 45

- ✓ Kde získať dáta na sledovanie výkonnosti e-shopu a na ktoré dáta je treba sa zamerať
- ✓ Aké sú nástroje, vďaka ktorým sa dajú sledovať rôzne SEO faktory
- ✓ Ako sledovať správanie návštevníkov webu a konkurencie
- ✓ Ako zabezpečiť, aby e-shop zostal stále moderný a používateľsky prívetivý

# Podnikateľský plán



POVEDALI STE SI: "IDEM PODNIKAŤ!" A ROZHODLI STE SA ZALOŽIŤ SI E-SHOP? ZAČNIME KROK PO KROKU. NAKOPNITE KONEČNE VAŠE VLASTNÉ PODNIKANIE A VYTVORTE SI SPRÁVNY PODNIKATEĽSKÝ PLÁN. AKO NA TO?

## 10 PRAKTICKÝCH RÁD, AKO ZAČAŤ PODNIKAŤ

1. **Preskúmajte trh a nájdite "dieru na trhu"** - často sa dá nájsť inšpirácia aj v okolí. Spýtajte sa známych, rodiny, susedov... Navštívte <https://www.google.sk/trends/> a zistite, aké sú trendy vyhľadávania.
2. **Naštudujte si legislatívu** – mesačné odvody, platbu daní. Ak máte možnosť, prípadné otázky konzultujte s odborníkmi z branže. Napr. aj v rámci skupín na facebooku. Legislatíve sa budeme venovať neskôr.
3. **Vyčleňte si potrebný budget** - spíšte si zoznam položiek a orientačné ceny. Počítajte aj s rezervou, je lepšie, ak sa zabezpečíte napr. na polroka dopredu.
  - ✓ Ak si chcete nechať finančnú poistku, teda nedať hneď výpoveď, skúste začať popri zamestnaní. Vyčleňte si 1-2 hodinky denne na vlastný biznis. Treba trochu obetovať svoj voľný čas, no ak vám nechýba pevné odhodlanie, určite to prinesie svoje ovocie.
  - ✓ Vlastnú živnosť si môžete založiť aj popri zamestnaní. Zistite, [ako je to s odvodmi](#). Dajte si však pozor. Ak ste zamestnaný, nemôžete začať podnikáť v konkurenčnej oblasti, jedine so súhlasom terajšieho zamestnávateľa.
4. **Vyberte si najvhodnejšiu formu podnikania** - rozhodujúcim faktorom je počet osôb, ktoré s vami budú podnikáť, preto sa najviac zakladajú s.r.o..
5. **Vymyslite zvučné obchodné meno**, ktoré bude váš e-shop dokonale reprezentovať - názov by mal byť jednoduchý, originálny, s ľahkou výslovnosťou.
6. **Venujte dostatočný čas aj tvorbe webstránky a propagácii na internete** - na čo všetko prihliadať pri tvorbe e-shopu a online marketingu sa dozviete v ďalších článkoch na [nastartujeshop.sk](http://nastartujeshop.sk).
7. **Podnikanie vyžaduje čas nielen na začiatku** - vyčleňte si každý deň určitý čas na samovzdelávanie, vyhodnocovanie, analýzu výsledkov, optimalizáciu vášho podnikania. Nezapúdajte na komunikáciu so zákazníkmi, tá je veľmi dôležitá pre vytváranie vzťahov a dôvery.

8. **Neodkladajte dlho začiatok a nečakajte zázraky na počkanie** - dajte tomu čas, nerátajte s tým, že začnete okamžite po založení s.r.o. alebo e-shopu zarábať horibilné sumy. Ale na druhej strane, nečakajte, kým budete mať všetko dokonalé. Spustite svoj biznis a postupne ho každý deň doladujte.
9. **Naučte sa komunikovať** - reagujte na pozitívne i negatívne reakcie zákazníkov, vystúpte z anonymity. Získate si tak väčšiu dôveru zákazníkov a vytvoríte osobnejší vzťah. Je dobré, ak zákazníci vedia s kým komunikujú, u koho nakupujú.
10. **Prozákaznícky prístup musí byť vaším hnacím motorom v každej situácii** - staré zlaté motto, preferované už v minulom režime "naš zákazník, náš pán" stále platí.



Všetky nápady na podnikanie si poctivo zapisujte - na papier, do smartphonu, príp. použite napr. myšlienkový diagram [Coggle](#) alebo [Trello](#).

## AKO VYBRAŤ SPRÁVNE ODVETVIE PODNIKANIA



Pred štartom podnikania je vhodné **zanalyzovať si konkrétnu oblasť podnikania**, urobiť si prieskum. Dohľadajte si na internete čo najviac informácií, preklepnite si konkurenciu, zistite, aké produkty sa predávajú najlepšie, ako komunikujú so svojimi zákazníkmi na sociálnych sieťach a pod..

Nie je pravda, že úspech v podnikaní závisí najmä od podnikateľského talentu. **Kľúčovým je často práve správny výber odvetvia podnikania.**

1. Najčastejšie **začíname podnikáť v branži, ktorú sme opustili.** Je to samozrejmé. Veď, prečo by sme nezúročili dlhoročné skúsenosti a vzdelanie? Pozor ale na korektné ukončenie vzťahov so zamestnávateľom. Ste si istý, že v pracovnej zmluve nie je klauzula o tom, že istý čas nesmiete podnikáť v rovnakej branži?
2. Ďalšou početnou skupinou začínajúcich podnikateľov sú nadšenci, ktorí **svoje hobby** povýšia na živobytie. Nemusí sa jednať výlučne o home-made produkty alebo pestovanie ovocia či zeleniny.
3. Treťou možnosťou je hľadanie príležitostí - **pokúste sa prísť s niečím novým, inovatívnym, príp. rozširujúcim.**

Ak ste vymysleli niečo originálne, zabezpečte si patent alebo požiadajte Úrad priemyselného vlastníctva SR o ochranu duševného vlastníctva.



4. Ak vám nevyhovuje ani jeden nápad, v ktorej oblasti podnikať, skúste **odkúpiť napr. franšizu** - podnikanie na kľúč. Franchising poznáme už od 19. storočia, predstavuje dohodu medzi výrobcom, teda poskytovateľom (franchisor-om) a prijímateľom, nezávislým podnikateľom (franchisant-om), ktorý odkúpi práva na poskytovanie rovnakých služieb alebo výrobkov, používanie know-how a značky.
5. Prípadne skúste affiliate marketing.

Ak ste našli oblasť, v ktorej už síce **konkurencia podniká, ale nepôsobí napr. na Slovensku/v Česku**, prípadne

vám prišlo na um, ako by sa ich e služby či produkty dali vylepšiť, pustite sa do toho.

Majte oči otvorené. Pri návšteve zahraničia si všímajte značky tovaru. Ak ste narazili na takú, ktorá sa u nás ešte nepredáva, máte to!

## V ČOM VÁM POMÔŽE DOBRÝ PODNIKATEĽSKÝ PLÁN

**Poznáme 3 typy podnikateľských plánov:**

- ✓ **zakladateľský** - analýza podnikateľa, v čom chcete podnikať, aké ciele chcete dosiahnuť atď. vid' nižšie
- ✓ **strategický** - analýza trhu, podnikateľské prostredie, konkurencia, ekonomické trendy v konkrétnej oblasti podnikania
- ✓ **finančný** - interný dokument pre potreby firmy, banky, investorov - napr. aké sú podmienky na trhu, výška zisku, očakávaný rast tržieb, návratnosť investícií.

Na začiatok podnikania, stačí vypracovať **zakladateľský podnikateľský plán**, ktorý **vám** pomôže zosumarizovať podnikateľskú myšlienku, poslúži ako návod a kontrola podnikania a **poskytne odpovede na nasledujúce otázky:**

*Čo chcem robiť - aké služby/produkty chcem ponúkať?*

*Pre koho, kto je môj zákazník, ako ho možno čo najkonkrétnejšie charakterizovať?*

*Aký zmysel a účel má moje podnikanie?*

*Akým spôsobom chcem podnikanie realizovať - akými prostriedkami a metódami?*

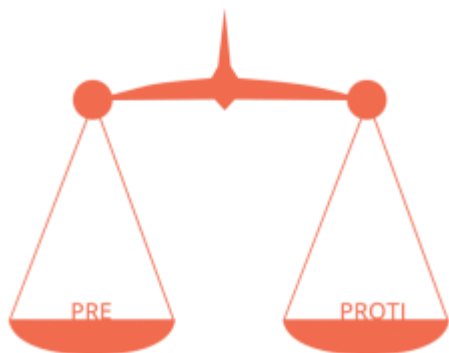
*Ako začnem?*

*Aký je môj rozpočet?*

*Aké su riziká spojené s mojím podnikaním?*

Vzory podnikateľských plánov nájdete napr. na [podnikajte.sk](http://podnikajte.sk).

# VÝHODY A NEVÝHODY PODNIKANIA



Ak ste si uvedomili, že klasické zamestnanie nie je pre vás, potom si ako podnikateľ môžete byť „sám sebe pánom“.

## Podnikáním získate

- ✓ možnosť ponúkať svoje služby rôznym obchodným partnerom - potenciál vyššieho zisku
- ✓ možnosť odpísať si výdavky z prevádzkovania živnosti zo základu dane
- ✓ nižšie odvody - 1. rok podnikania nemusí živnostník platiť odvody do sociálnej poisťovne.



Manipuláciu s peniazmi si ponechajte vo svojej kompetencii, aspoň v začiatkoch podnikania.

- ✓ spolupráca s obchodnými partnermi sa dá jednoduchšie a rýchlejšie ukončiť
- ✓ väčšia sloboda - na začiatku podnikania však musíte počítať so zvýšenými nárokmi na čas, na dovolenku zabudnite, no akonáhle sa biznis rozbehne, niet pochýb o tom, že sa stanete pánom svojho času.

## Každá minca má 2 strany, aké sú negatíva podnikania?

- ✓ nižšie odvody sa odrazia na výške dôchodku a nižšej nemocenskej dávke počas PN
- ✓ za všetky záväzky ručí živnostník svojim majetkom
- ✓ flexibilná pracovná doba, ale na druhej strane sa vám môže stať, že robíte aj po nociach
- ✓ absentuje 13. plat, príspevok na stravu a pod.
- ✓ administratívne úkony navyše - vedenie účtovníctva, daňové priznanie, zúčtovanie poistenia
- ✓ plná zodpovednosť za všetko.



Manipuláciu s peniazmi si ponechajte vo svojej kompetencii, aspoň v začiatkoch podnikania.

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

# 18 X ČÍM BY MAL BYŤ VYZBROJENÝ ZAČÍNÁJÚCI PODNIKATEĽ

Podľa virgin.com je to 6 kľúčových vlastností:

1. **Schopnosť budovať dobré vzťahy** - ak chcete získať kľúčových zákazníkov na svoju stranu, musíte im byť sympatický - nielen výzorovo, ale aj prostredníctvom webstránky, e-shopu. Dobré vzťahy musia byť aj na pracovisku, s kolegami, s partnermi.
2. **Pozitívne myslenie** - s negativizmom ďaleko nezájdete, naopak, váš entuziazmus dokáže "nakaziť" aj okolie. Je potrebné pozerať sa pozitívne na všetko - od písania mailov a telefonickkej komunikácie, cez reklamácie až po riadenie schôdzok a prijímanie nových zamestnancov.
3. **Schopnosť využiť feedback vo svoj prospech** - buďte otvorený inováciám, nebojte sa zmien a konštruktívnej kritiky. Zisťujte, čo by vaši zákazníci ocenili a zlepšujte sa každý deň.
4. **Umenie rýchlo sa učiť** - chuť k učeniu, sledovať trendy, schopnosť rýchlo si osvojiť nové veci a zaviesť ich do praxe.
5. **Integrita** - prepojenie vonkajších činností s vnútornými hodnotami pomáha budovať dôveru, dobré meno - ak sú zákazníci spokojní s vašim jednaním v konkrétnych situáciách, napr. servis a podpora, budú u vás nakupovať aj naďalej.
6. **Ctižiadostivosť** - v kombinácii s jasnou a živou víziou o budúcnosti spoločnosti, dokážete inšpirovať aj ostatných.

A čo ešte by nemalo chýbať úspešnému podnikateľovi, resp. CEO firmy?

- |                     |                   |                    |
|---------------------|-------------------|--------------------|
| ✓ kreativita        | ✓ oddanosť        | ✓ obchodnícky duch |
| ✓ zmysel pre humor  | ✓ skromnosť       | ✓ vytrvalosť       |
| ✓ pozorovací talent | ✓ férové jednanie | ✓ flexibilita      |
| ✓ asertivita        | ✓ otvorenosť      | ✓ zodpovednosť     |



Ak sa chcete dozvedieť o svojich silných či slabých stránkach čo najviac, vyskúšajte napr. testy od [Hiri.cz](http://Hiri.cz).

Ak potrebujete poradiť s niečím konkrétnym, skúste sa spýtať skúsenejších podnikateľov vo facebook skupinách (Skúste na Facebooku vyhľadať skupiny ako napr: Učíme sa podnikať, Podnikáme, radíme si, tvoríme lepšiu spoločnosť!, Podnikatelia a živnostníci - výmena zkušeníostí, Chcem byť úspešný podnikateľ! a pod..) alebo združeníach podnikateľov.



# Ako získať financie



Ak ste sa rozhodli podnikat', tak ako asi väčšina začínajúcich podnikateľ'ov, asi potrebujete zohnať financie. Málokto má na rozbeh hneď v zásuvke nachystané peniaze, preto nevešajte hlavu. Ak vám na začiatok podnikania nestačia vlastné úspory, prinášame vám niekoľko možností, ako si môžete pomôcť:

## MIKROPÔŽIČKY PRE PODNIKATEĽOV OD SBA

SBA (Slovak Business Agency) napr. **podporuje** v podnikaní aj tzv. marginalizované skupiny - **ženy, mladých, seniorov, handicapovaných alebo migrantov**).

Poskytuje tzv. **mikropôžičky od 2500 € do maximálnej výšky 50 000 €** so splatnosťou max. 48 mesiacov a so zvýhodnenými podmienkami v porovnaní s inými bankami.



### Pre koho je mikropôžička?

**Pre začínajúcich podnikateľ'ov**, bez podnikateľskej histórie, čo je veľkou výhodou. Ak by nastala situácia, že ju nebudete schopný splácať podľa stanoveného splátkového kalendára, môžete požiadať o odklad splátok istiny po dobu 6 mesiacov.

Viac informácií [nájdete aj tu](#).

## AKO ZÍSKAŤ PRÍSPEVOK NA PODNIKANIE OD UPSVAR

Ďalšou možnosťou, ako si finančne pomôcť na začiatku podnikania, je príspevok na samostatnú zárobkovú činnosť (SZČ) od UPSVaR.

Na ten **máte nárok**, ak ste uchádzač o zamestnanie, ktorý:

- ✓ je evidovaný minimálne 3 mesiace v evidencii uchádzačov o zamestnanie (UoZ)
- ✓ boli ste v evidencii uchádzačov najmenej 12 mesiacov v prípade, že v ste období 6 mesiacov pred zaradením do UoZ pozastavili alebo ukončili SZČ
- ✓ zaviazete sa, že budete SZČ prevádzkovať nepretržite minimálne 3 roky.

Všetky potrebné podklady nájdete na stránke [upsvar.sk](http://upsvar.sk).

## Má to niekoľko háčikov

Je to "nenávratná pôžička", takže o jej výhodnosti niet pochýb, ale treba vedieť, že predsa len budete potrebovať aj svoje peniaze, pretože:

- ✓ Za prvý rok musíte vydokladovať viac, ako vám dajú v prvej časti príspevku. Tu je v legislatíve dosť veľka medzera, počítajte s tým.
- ✓ A tak isto, druhý rok, budete musieť vydokladovať už aj všetko, čo ste si vyžiadali na dobu 3 rokov.



Vopred musíte predložiť plán, do čoho konkrétne a koľko investujete a ten dodržať. Účel, na ktorý financie môžete použiť je, samozrejme, presne vymedzený.

- ✓ Napríklad s výdavkami na mobil a mobilné služby nepočítajte.
- ✓ Určite si však do plánu dajte povinné poistenie.

Na poskytnutie príspevku nie je právny nárok.

## Aké povinnosti Vám z príspevku vyplývajú?

- ✓ použitie príspevku musíte preukázať v stanovenej dobe
- ✓ použitie účtovne evidovať počas 10 rokov od ukončenia záväzku vykonávať SZČ.

# BANKOVÉ PÔŽIČKY PRE PODNIKATEĽOV

Pôžičky pre začínajúcich podnikateľov a živnostníkov patria medzi špecifické bankové produkty, keďže sú spojené s vysokou mierou rizikovosti.

Oslovili sme slovenské banky i pobočky zahraničných bánk, ktoré na Slovensku pôsobia.

## Tu je aktuálny prehľad toho, čo ponúkajú pre začínajúcich podnikateľov:

### ČSOB

- ✓ štandardný bežný účet
- ✓ balíky služieb, v rámci ktorých môžu klienti využívať vybrané transakcie neobmedzene.

Podnikatelia a malé firmy, ktoré si otvoria ČSOB Podnikateľské konto do 12 mesiacov od vzniku oprávnenia na výkon podnikateľskej činnosti, získavajú:

- ✓ vedenie balíka služieb na 3 mesiace bez poplatku, resp. až na 6 mesiacov, ak si v danom kalendárnom mesiaci otvoria aj balík služieb pre občanov.

Klientov bez ohľadu na dĺžku podnikateľskej činnosti odmenia za aktívne využívanie ČSOB Podnikateľského konta zľavou 50% z poplatku za vedenie.

Na efektívne riadenie financií ponúka ČSOB služby elektronického bankovníctva

- ✓ SmartBanking a ČSOB Internetbanking 24,
- ✓ ale aj BusinessBanking alebo MultiCash pre väčšie firmy.

Na zhodnotenie financií

- ✓ jeden z dvoch typov sporiacich účtov so 7 alebo 35 dňovou viazanosťou,
- ✓ alebo na termínovanom vklade.
- ✓ možnosť investovania do fondov
- ✓ zhodnotenie prostriedkov prostredníctvom finančných trhov.

V portfóliu ČSOB nájdú podnikatelia tiež platobné nástroje - POS terminály slúžia podnikateľom, ktorí si zriadia prevádzku a službu WebPay, obchodníkom podnikajúcim prostredníctvom internetu.

### **Všeobecná úverová banka (ďalej VÚB)**

Taktiež ponúka účet šitý na mieru - prehľad jednotlivých biznis účtov [nájdete tu](#).

Na začiatok podnikania si môžete vybrať:

- ✓ z profi úverov alebo komerčných úverov.
- Viac informácií o VÚB produktoch pre začínajúcich podnikateľov [nájdete tu](#).

### **Tatra Banka (ďalej TB)**

- ✓ možnosť namodelovať si vlastný balík služieb, prípadne pol roka bez poplatkov za balík služieb a pod.

Tak dokážete využívať svoje financie efektívne a môžete si znížiť priemerné náklady na využívanie služieb.

Viac informácií o podnikateľských účtoch [nájdete tu](#).

Ak potrebujete pre rozbehnutie biznisu úver, stačí si ujasniť podnikateľský plán. Prehľady business úverov TB [nájdete tu](#).

### **Slovenská sporiteľňa (ďalej SLSP)**

- ✓ podnikateľský účet na 1 rok zdarma
- ✓ kontokorentný úver
- ✓ bezúčelový úver.

Slovenská sporiteľňa spustila portál [začínamepodnikať.sk](#), kde nájdete veľa užitočných článkov (aj od BiznisWeb tímu). Tiež pozvánky na zaujímavé podujatia a školenia pre začínajúcich podnikateľov.

### **OTP banka**

- ✓ MIKROúver
- ✓ EÚ MIKROúver do výšky až 25 000 €

- ✓ refinančný MIKROúver pre živnostníkov a podnikateľov, ktorí sa chcú "zbaviť" nevýhodného úveru.

### **Poštová banka**

- ✓ ak ste živnostník, môžete požiadať o bežný spotrebný úver
- ✓ ak podnikáte ako právnická osoba, k dispozícii máte napr. kontokorentný úver.

### **Prima banka**

- ✓ krátkodobé úvery so splatnosťou do 1 roka a to konkrétne kontokorentný úver alebo tzv. úverovú linku.

### **Privat banka**

- ✓ splátkový, kontokorektný alebo revolvingový úver.

### **Sberbank**

Pre podnikateľov a malé firmy:

- ✓ krátkodobý kontokorentný úver
- ✓ investičný úver.

### **UniCredit Bank**

Malí a strední podnikatelia:

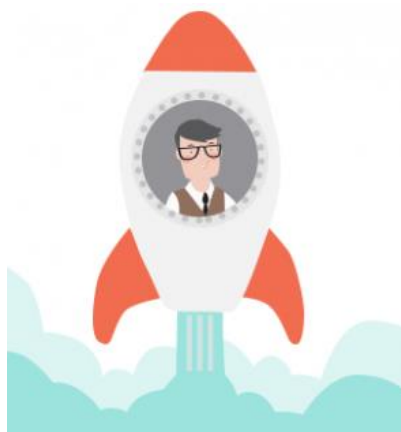
- ✓ kontokorentný úver do 300 000 €
- ✓ prevádzkovo zabezpečený úveru napr. na refundovanie faktúr nie starších ako 3 mesiace.

Podnikatelia v agro biznise môžu čerpať krátkodobý, strednodobý alebo kombinovaný investičný úver.

Z "online" bánk sme pre vás vybrali nasledovné:

- ✓ **ZUNO** - neposkytuje podnikateľské účty, ale môžete využiť bezúčelový úver až do výšky 20 000 € s úrokom od 4.9% ročne.
- ✓ **mBank** - ponúka podnikateľský účet mKonto Biznis. Požičať si môžete od 350 - 1500 € na čokoľvek. Doba splácania je 12 mesiacov. Pre majiteľov eshopov aj platobný systém mTransfer.
- ✓ **FIO banka** - FIO poskytuje úvery pre podnikateľov vo výške od 100 tis. do 11 mil. € na dobu splatnosti 1 - 8 rokov. Výška poplatku je individuálna, úroková sadzba sa prepočítava na dennej báze.

# INVESTORI A ĎALŠIE MOŽNOSTI AKO ZÍSKAŤ FINANCIE PRE DOBRÝ PODNIKATEĽSKÝ NÁPAD



Pokiaľ vám nevyhovuje ani jedna z uvedených možností, môžete

- ✓ sa pokúsiť **získať grant**
- ✓ alebo **osloviť investorov**
- ✓ vydať sa populárnou cestou **startup-u**
- ✓ príp. vyskúšať akcelerátor podnikania alebo inkubátor ako Studio 9+, slovenský The Spot Booster či mikropôžičku na zakúpenie franchisingovej licencie a štartovacieho

kapitálu.

- ✓ Ďalšia z alternatív je súťaž **Podnikateľský nápad roka**, ktorá oceňuje podnikateľov na začiatku kariéry alebo nápady, ktoré dosiaľ neboli prezentované na verejnosti, resp. uvedené na trh.

## Ako získať investora?

Začnite oslovovaním investorov. Pomôcť vám môžu portály ako [STARTitUP](#) alebo [Hľadáminvestora.sk](#), prípadne oslovte tzv. podnikateľských anjelov alebo [42angels.com](#), či startup inkubátor [brainhouse.sk](#).



Máte jedinečný a prospešný podnikateľský nápad? Skúste ho zrealizovať pomocou grantu, [investora](#) alebo tiež akcelerátora podnikania ako napr. [The Spot Booster](#), [start-up](#), súťaž Podnikateľský nápad roka.

Ak potrebujete investora pre váš **biznis zacielený na český trh**, môžete osloviť napr. venture kapitálový fond podľa vzoru Silicon Valley - [CredoVentures.com](#). Orientujú sa predovšetkým na internetové, IT a zdravotnícke start-upy.

Zoznam ďalších českých portálov, kde môžete zverejniť váš inzerát:

- <http://www.penizeprofirmy.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/>

Alternatívou sú napr. Startup Weekendy alebo Campy, či [StartupAwards.sk](#).

# Založenie firmy



Nastal čas, pridať plyn a vyštartovať k vlastnému podnikaniu. Aká forma podnikania je pre váš zámer najvhodnejšia? Čítajte ďalej, dostanete teoretický základ, ktorý vám môže pomôcť pri rozhodovaní.

## ŽIVNOSŤ

### Fyzická osoba - podnikateľ

Ak chcete rozbehnúť vlastný biznis bez spoločníkov, táto forma podnikania je pre vás najvhodnejšia. Nemáte povinnosť vytvárať základné imanie, ale za záväzky ručíte celým svojim majetkom.

### Kolko stojí založenie živnosti?

Poplatky za založenie živnosti sa odvíjajú od predmetov podnikania a ich počtu.

Predmety podnikania patria pod voľné, remeselné alebo viazané druhy živnosti.

Každý predmet podnikania prináležiaci pod voľné živnosti, stojí 5 €.

Ak si vyberiete predmet podnikania, ktorý patrí pod remeselné alebo viazané živnosti, počítajte s poplatkom 15 €.

Uvedené poplatky sú jednorazové, platíte ich teda len pri zakladaní živnosti.



### Základné právne kroky, ktoré musíte absolvovať

Nie je toho málo, čo treba zariadiť. Podrobné informácie a založenie živnosti nájdete tu:

<http://www.szco.sk/Chcem-zacat-podnikat/Zalozenie-zivnosti>

<http://www.szco.sk/Chcem-zacat-podnikat/Zriadenie-prevadzkarne>

## SPOLOČNOSŤ S RUČENÍM OBMEDZENÝM (S.R.O.)

SROčku si môžete založiť aj sám alebo s najviac 50 spoločníkmi, pričom spoločník zodpovedá za záväzky spoločnosti do výšky svojho nesplateného vkladu. Spoločnosť s ručením obmedzeným je povinná vytvárať základné imanie vo výške najmenej 5000 € a nemôže ju založiť osoba s daňovým nedoplatkom vo výške viac ako 170 €. Minimálny vklad jedného spoločníka je 750 € a môže sa jednať aj o nepeňažný vklad

(pozemky, výrobné zariadenia a pod.). Ak by ste sa ako jednotlivec rozhodli založiť s.r.o., musíte celé základné imanie splatiť pred zápisom do Obchodného registra. Jedná sa o najrozšírenejšiu formu obchodnej spoločnosti na Slovensku.



### 5 dôvodov, prečo začať podnikáť vo dvojici

- ✓ **springpartner** - ak si vyberiete naozaj dôsledne, partner v podnikaní vás dokáže posúvať ďalej, potrebujete niekoho, kto vám dokáže dať úprimnú spätnú väzbu, s kým dokážete tráviť aj voľný čas a kto vás zároveň riadi a motivuje
  - ✓ **delba práce** - máte možnosť rozdeliť si kompetencie a zodpovednosť za jednotlivé činnosti, taktiež by ste sa mali vedieť zastúpiť počas dovoleniek a pod.
  - ✓ **morálna a emocionálna podpora** - podnikateľská cesta vie byť náročná a je skvelé mať niekoho, komu sa dokážete nielen vyspovedať, ale nájsť aj spoločné riešenie problému
- ✓ **pôsobíte presvedčivejšie aj na investorov, obchodných partnerov**, ak prídete aj so spoluzakladateľom
  - ✓ **rozdelenie kompetencií** - autonómia v rozhodovacom procese je síce oslobodzujúca, ale ešte lepšie sa budete cítiť, ak na všetko nebudete sami, najmä na začiatku podnikania musíte urobiť kopec rozhodnutí.

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

## ZALOŽENIE S.R.O. NA KLÚČ

Ak sa obávate jednotlivých krokov pri založení spoločnosti, môžete využiť služby à la založenie spoločnosti s ručením obmedzeným na kľúč.

Na internete je možné nájsť množstvo firiem, ktoré sa touto činnosťou zaoberajú. Ceny sa pohybujú cca od 249 €.

### Oplatí sa dať si založiť s.r.o. na kľúč?

- ✓ Odpadnú vám starosti spojené napr. s vypracovaním všetkých listín a oprávnení a v rekordne krátkom čase (do 2 týždňov alebo do mesiaca) už môžete začať podnikáť.
- ✓ Takáto firma vám dokáže zabezpečiť napr. aj zmenu sídla spoločnosti, zmenu spoločníka, prevod obchodného podielu, zvýšenie či zníženie vkladu spoločníka, zmenu obchodného mena alebo zmenu rozšírenia predmetov podnikania a pod.

Ak potrebujete viac informácií, navštívte stránku [sbagency.sk](http://sbagency.sk).

# ĎALŠIE FORMY PODNIKANIA NA SLOVENSKU

## AKCIOVÁ SPOLOČNOSŤ (A.S.)



- ✓ základné imanie je rozvrhnuté na konkrétny počet akcií s menovitou hodnotou
- ✓ kapitál získavajú zakladatelia a.s. predajom akcií akcionárom
- ✓ akcionár neručí za záväzky spoločnosti.

## VEREJNÁ OBCHODNÁ SPOLOČNOSŤ (V.O.S)

- ✓ minimálne 2 spoločníci
- ✓ za záväzky spoločnosti ručia spoločníci celým svojím majetkom
- ✓ samotný kapitál tvoria ich vklady. Ak v spoločenskej zmluve nie sú podmienky determinované inak, spoločnosť nemusí vytvárať základné imanie.

## KOMANDITNÁ SPOLOČNOSŤ

- ✓ niečo medzi v.o.s a s.r.o.
- ✓ združuje 2 druhy spoločníkov - komplementárov (ručia za záväzky spoločnosti neobmedzene, celým svojím majetkom a keďže majú vyšší podiel na zisku, sú oprávnení na obchodné vedenie spoločnosti) a komanditistov (ručia len do výšky svojho kapitálového vkladu).

## DRUŽSTVO

- ✓ vznik - ak súkromní vlastníci (min. 5 fyzických osôb alebo 2 právnické osoby) dobrovoľne združia svoj majetok za účelom spoločného využívania. Zakladný kapitál musí dosiahnuť minimálne 1250 €
- ✓ výhodou je neobmedzené maximálne množstvo členov a možnosť pristúpenia alebo vystúpenia z družstva kedykoľvek.

## NEHCETE SI ZALOŽIŤ FIRMU, ALE CHCETE POSKYTOVAŤ SLUŽBY?

Chystáte sa robiť služby ako opravy bytov, maľovanie, drobné grafické alebo umelecké práce? V tom prípade nemusíte hneď zakladať živnosť. Určite však odporúčame **vytvorenie vlastnej webovej stránky**, vďaka ktorej sa o vás a vašej ponuke ľudia dozvedia a kde uvidia vašu prácu a referencie.



## Ako poskytovať služby aj keď nie ste podnikateľský subjekt?

Práca bez nutnosti založenia živnosti alebo firmy na základe

- ✓ Zmluvy o dielo
- ✓ Licenčnej autorskej zmluvy
- ✓ Dohody o vykonaní práce.

### Zmluva o dielo

Zmluvu o dielo môžu uzavrieť podnikatelia (vtedy sa riadi obchodným zákonníkom) ale i zadávateľ s občanom (nepodnikateľkom). V tomto prípade ju upravuje občiansky zákonník. Týka sa zhotovenia hmotného alebo nehmotného diela podľa zadania objednávateľa.



500 € z odmeny občana je oslobodených od dane a odvodov.

Z čiastky nad 500€

- sa platia odvody 14% zdravotné poistenie
- dane odvádza občan ako tzv. ostatný príjem (§ 8 zákona o dani z príjmov) Ide o pasívny príjem, takže občan si nemôže uplatniť nezdaniteľné časti základu dane.

### Licenčná autorská zmluva

Licenčná zmluva sa riadi autorským zákonom (zákon č. 618/2003 Z. z. v znení neskorších predpisov). Odmena autorovi nepodlieha odvodom do sociálnej ani zdravotne poisťovne, ale iba ak sa jedná o odmenu za používanie diela (pasívny príjem) a nie za jeho vytvorenie (aktívny príjem).

Daňové odvody z odmeny autor však platiť musí. Navyše si základ dane nemôže znížiť o nezdaniteľné časti na seba a manželku ani uplatniť daňový bonus.

Licenčná zmluva je vhodná pre tvorbu software, webovej stránky, knihy, článku, fotografie, hudobného diela a pod. pričom používateľ diela má právo na používanie a šírenie diela.

### Dohoda o vykonaní práce

Na dohodu môžete pracovať max 350 hodín ročne. Dohoda sa uzatvára písomne, vždy na dobu určitú - 12 kalendárnych mesiacov.

Všetka administratíva spojená so zamestnávaním na dohodu je na pleciach zamestnávateľa. Za dohodárov odvádza zamestnávateľ odvody podľa toho, či ide o študenta, dôchodcu alebo neštudenta. Pričom za dohodára neštudenta odvádza zamestnávateľ rovnaké odvody ako za zamestnanca.

# Tvorba e-shopu



Teraz si povieme, kto a ako vám vytvorí e-shop a webové stránky. Existujú 3 možnosti. Výber si dobre rozmyslite pretože prechod z jedného systému do druhého vás bude stáť čas, peniaze, stratu zarábku a pevné nervy.

## 1. PLATENÉ REDAKČNÉ SYSTÉMY NA TVORBU ESHOPOV A WEBOVÝCH STRÁNOK

Ide o hotové redakčné systémy na tvorbu webových stránok a tvorbu e-shopov. Celú správu webovej stránky máte vo vlastných rukách. Poskytovateľovi redakčného systému platíte poplatok za využívanie redakčného systému a ďalších služieb.

### Argumenty PRE

- ✓ **Stránka je okamžite online.** Stačí vyplniť registračný formulár a môžete pracovať. Nemusíte mať žiadne špeciálne vedomosti ani vedieť programovať.
- ✓ Spoločnosti ponúkajúce CMS systém zvyčajne zabezpečujú komplexné **služby v oblasti online podnikania**. Vaše podnikanie na internete zastrešuje jedna spoločnosť, ktorá vás dôverne pozná.
- ✓ **Väčšia stabilita.** Firmy, ktoré vyvíjajú redakčný systém majú vysokú motiváciu zostať na trhu dlho. Máte väčšiu istotu, že bude vaším partnerom celú dobu podnikania.
- ✓ **Pravidelné aktualizácie.** Platený systém odráža svetové trendy, meniacu sa legislatívu. Systém sa pravidelne aktualizuje, automaticky pribúdajú nové funkcie.
- ✓ **Zákaznícka podpora** je vždy po ruke. Vždy sa máte na koho obrátiť. Dorozumiete sa svojim jazykom a odpoveď dostanete skoro.



Takýto systém na tvorbu webových stránok je aj BiznisWeb.

Tvorba webových stránok môže byť naozaj jednoduchá. Teraz máte možnosť vyskúšať si to úplne nezáväzne a presvedčiť sa.

## Argumenty PROTI

- ✓ **Menšie možnosti individuálnej úpravy systému.** Vývojári dopĺňajú nové funkcie podľa toho, čo je užitočné pre väčšinu používateľov. Ak máte príliš zložité, špecifické požiadavky na funkcie, overte si, či je možnosť ich do systému dopracovať.
- ✓ Kompletná **správa eshopu je vo vašej zodpovednosti.** Tvorba obsahu, aktualizácia eshopu je len na vás. Ak nezvládnete písať vlastné texty, chýbajú vám základné znalosti práce na počítači, je jasné, že budete potrebovať kolegu alebo externú firmu, ktorá vám s tým pomôže.
- ✓ **Cena.** Platíte za využívanie systému a za niektoré nadštandardné funkcie si budete musieť doplatiť.

## 2. VLASTNÝ PROGRAMÁTOR, PROGRAMOVANIE INTERNETOVÉHO OBCHODU NA MIERU



Tento spôsob sa oplatí pre špecifické webstránky s funkciami na mieru, ktoré klasické redakčné systémy spravidla neobsahujú. Napr. aukčný portál, internetový katalóg, predaj nehnuteľností, bazár, rezervačný systém.

### Argumenty PRE

- ✓ **Platíte iba za to, čo naozaj vyžívate.**
- ✓ **Vlastný programátor,** ktorý pracuje len pre vás. Máte človeka, ktorý sa vašej webstránke venuje naplno. Ak nastane problém, je jasné na koho sa máte obrátiť, aby ho vyriešil.
- ✓ **Výrazná odlišnosť od ostatných.** Ak máte dobré nápady a šikovného programátora, môžete získať unikátnu webstránku s výhodami, ktoré ostatní konkurenti nemajú.

## Argumenty PROTI

- ✓ Samotné **programovanie trvá dlhší čas,** musíte sa pripraviť na to, že rýchlosť spustenia nebude ani tak záležať od vás, ale od programátora.
- ✓ Na stabilitu poskytovateľa služieb môžete zabudnúť. Ak sa váš **programátor rozhodne ukončiť** spoluprácu, je problém získať ďalšieho, ktorý rýchlo dokáže nadviazať na prácu predchádzajúceho kolegu. Je možné, že systému nebude rozumieť a neporadí si s chybami.
- ✓ Potrebujete špecialistov, **rátajte s vyššími nákladmi.** Je celkom náročné nájsť kvalitného a zodpovedného človeka / firmu, ktorý sa vám bude naplno venovať. Čím vyššie máte nároky na kvalitu, tým musíte rátať s vyššou cenou.

- ✓ Ak máte známeho, ktorý vraví, že vám spraví web tak povediac za facku a myslíte to s podnikaním na internete vážne, **nechodte do toho**. Takýchto ľudí nájdete plno. Ponúkajú **tvorbu webstránok za pár stoviek**. Z dlhodobého hľadiska vám toto riešenie určite nebude vyhovovať. Využiť takéto služby sa oplatí jedine pre jednoduché firemné stránky alebo organizácie bez e-shopu, ktoré nie je potrebné často aktualizovať. A takýto človek často nemyslí prozákaznícky a nedíva sa na webstránku očami zákazníka. Webstránka musí byť user friendly a vyzeráť tak, aby sa tam váš zákazník rád zdržal a príp. rád nakupoval.

### 3. OPEN SOURCE SYSTÉMY - REDAKČNÝ SYSTÉM NA TVORBU WEB STRÁNOK ZADARMO

Ako preklad samotného názvu napovedá, takýto systém s otvoreným kódom je prístupný každému. Medzi azda najznámejšie Open Source CMS patria: Joomla, Drupal, WordPress, Zen Card, Magento... Do kódu môžete zasahovať, ak však nemáte znalosti o programovaní, z Open Source systému veľa nedostanete.



#### Argumenty PRE

- ✓ Jednoznačne najväčšou výhodou je **cena**. Základ systému je zadarmo.
- ✓ Medzi niekoľkými miliónmi používateľov sa nájde pomerne slušné percento tých, ktorí aktívne **na vývoji open source pracujú**. Faktom však je, že prakticky nenájdete nikoho, kto 100% rozumie celému systému a všetkým jeho modulom a bude vám vždy k dispozícii.
- ✓ Ďalším pozitívom je možnosť využitia **obrovského množstva šablón**, napr. aj z [Templatemonster](#).

#### Argumenty PROTI

- ✓ **Odbugovanie je "verejné"**. Každá chybička v zdrojovom kóde je viditeľná, nakoľko do zdrojového kódu vidí každý používateľ. Ak prevádzkujete web na open source a sú verejné chyby, kedykoľvek a ktokoľvek vám môže web či eshop "zrušiť". V uzavretom systéme je zdrojový kód zakrytovaný, neviditeľný a nedá sa jednoducho prelomiť a poškodiť tak web stránku.
- ✓ **Update a údržba sú zbytočne komplikované**. Je nutná neustála manuálna údržba, sledovanie updatov a ich nahrávanie.
- ✓ **Plugins alebo zmeny vyžadujú programátora**. Rovnako, ako v bode 2, pokiaľ nepatríte medzi programátorov, nebudete si vedieť naimplementovať ani pluginy, ani čokoľvek zmeniť. O funkciách na mieru môžete iba snívať.

- ✓ **Použitelnosť nie je prioritná** - vývojári Open Source systému sa nad použiteľnosťou jednotlivých prvkov na hotovom webe nezamýšľajú. To je často kameň úrazu.
- ✓ **Cloud hosting nehrozí.** "Prehodenie" vašich www stránok alebo internetového obchodu na rýchlejší, bezpečnejší a modernejší cloud je zrealizovateľné len s pomocou profesionálov. To predstavuje ďalší neočakávaný výdaj.
- ✓ Z dlhodobejšieho hľadiska **strávite administráciou oveľa viac času** – napríklad riešenie neželaných komplikácií súvisiacich s neschopnosťou aktualizácie alebo inštaláciou doplnkových modulov.
- ✓ **Neadekvátna podpora** – áno, existujú síce používateľské fóra, na ktorých sa dozviete množstvo noviniek o moduloch a ich využití. No, pokiaľ narazíte na nový problém, s ktorým sa zatiaľ komunita nestretla, jeho riešenie sa povlečie.
- ✓ **Spoľahlivého programátora nik nenahradí** – na internete nájdete množstvo inzerátov od študentov, ktorí vám ponúkajú svoje služby za "pár eur". No v skutočnosti často platíte za nič. Študent zrazu prestane komunikovať, nemáte šancu sa s ním spojiť a už toľko nie dostať vaše peniaze späť. Dobré si preto rozmyslite, či budete platiť za mačku vo vreci, alebo sa porozhliadnete po rozumnejšom riešení, napr. Closed Source CMS.

zdroj: <http://blog.biznisweb.sk/2014/04/open-source-cms-ano-ci-nie-1-cast/>  
<http://blog.biznisweb.sk/2014/04/open-source-cms-ano-ci-nie-2-cast/>



Pred zahájením tvorby e-shopu si rozmyslite, čo budete od neho vyžadovať. Podľa toho sa dokážete ľahšie rozhodnúť pre redakčný systém alebo programovanie webových stránok na mieru.

Neviete sa rozhodnúť, ktorý spôsob tvorby e-shopu je pre vás najvhodnejší?

**Odpovedzte si na tieto otázky a získate odpoveď:**

- ✓ Chcem mať prístup do eshopu a kedykoľvek upraviť obsah?
- ✓ Budem ponúkať svoje produkty/služby do zahraničia? Potrebujem jazykovú verziu prispôsobenú na predaj vo viacerých jazykoch a menách?
- ✓ Chcem objednávky a faktúry spravovať priamo v eshope?
- ✓ Požadujem napojenie na externého dodávateľa cez XML feed?
- ✓ Stačí mi free šablóna, ktorú si budem môcť upraviť?
- ✓ Chcem mať možnosť upravovať stránku pomocou CSS, HTML?
- ✓ Budem ponúkať online platby cez internet? Internetbanking, platobné karty, paypal?
- ✓ Budem predávať na splátky?
- ✓ Požadujem support? Telefonický, emailový.

- ✓ Budem posilať newsletter? Ak áno, budem chcieť spravovať newsletter priamo z eshopu?
- ✓ Vyžadujem pravidelné aktualizácie? Prispôsobenie nových trendom v internetovom nakupovaní?
- ✓ Chcem mobilnú aplikáciu, vďaka ktorej budem môcť sledovať svoje objednávky a spravovať eshop kdekoľvek?
- ✓ Uprednostňujem cloudhosting?
- ✓ Chcem spravovať sklad priamo v administrácii eshopu?

Tak je pre vás ideálny **PLATENÝ REDAKČNÝ SYSTÉM.**

---

- Chcem, aby sa správe e-shopu a jeho propagácii venoval "môj človek"?
- Som ochotný investovať do e-shopu väčší obnos peňazí?
- Môj podnikateľský zámer je špecifický? Nejde o klasický eshop? Budem potrebovať špeciálne funkcie?
- Chcem vlastnú šablónu? Vlastný design na mieru?
- Dokážem sám sledovať trendy v oblasti tvorby webových stránok, online marketingu a dokážem ich implementovať do svojho eshopu?
- Nebudem potrebovať pravidelné aktualizácie, stačí mi to čo spracuje môj programátor na môj podnet?
- V prípade, že budem musieť so svojim webmasterom ukončiť spoluprácu, budem schopný nájsť adekvátnu náhradu?

V tom prípade je pre vás riešením **E-SHOP NA MIERU.**

---

- Mám nízky rozpočet na tvorbu e-shopu?
- Nemám vysoké nároky na funkcionálnosť?
- Stačí mi hotová šablóna, ktorú si budem môcť do istej miery upraviť?
- Som jazykovo zdatný? V prípade potreby viem nájsť riešenie problému na zahraničných fórach?
- Nepotrebujem cloud hosting?
- Ovládam HTML / CSS? Chcem mať prístup k editácii kódov?
- Nepotrebujem služby technickej podpory?

Potom skúste **OPEN SOURCE SYSTÉM.**

---

## NA SPUSTENIE ESHOPU POTREBUJETE:

**Webhosting** - je "miesto", kde budete mať "zaparkovanú" vašu doménu. Ak využijete platené systémy na tvorbu webstránok, webhosting máte v cene, nemusíte sa oň vôbec starať. V ostatných prípadoch si musíte webhosting kúpiť. Na Slovensku ho ponúkajú firmy ako [www.WebSupport.sk](http://www.WebSupport.sk), [www.exohosting.sk](http://www.exohosting.sk), [www.forpsi.com](http://www.forpsi.com). Webhosting treba napojiť na e-shop software.



Overte si svojho poskytovateľa hostingu. Stabilita serverov je veľmi dôležitá. Keď stránky padajú, prichádzate o zákazníkov, Preto pozor. V súčasnosti sa za najstabilnejší hosting považuje [cloud](#).

**Doména** - je vaša webová adresa a je veľmi dôležitá.

Ako vybrať správnu doménu? Dobrá doména by mala mať tieto vlastnosti:

- ✓ mala by sa jednoducho písať a čítať
- ✓ jednoduchá, krátka, výstižná, aby si ju používatelia ľahko zapamätali
- ✓ ak nemáte vybudovanú známu značku, je lepšie, ak obsahuje kľúčové slovo v oblasti vášho podnikania
- ✓ neprežeňte to s kľúčovými slovami. Tujasmaragd-tvarovana-v-kvetinacoch-eshop-bojnice-najlacnejsie.sk určite nie je vhodná doména :)
- ✓ ak sa slová v názve domény na prvý pohľad zle oddeľujú alebo vytvárajú slová iného významu, použite v názve domény pomlčky
- ✓ v prípade, že je voľná pomlčková aj bezpomlčková verzia domény, zaregistrujte si obe a druhú tiež presmerujte na stránku ako tzv. sekundárny alias
- ✓ ak plánujete jazykové verzie, nakúpte domény z rôznymi koncovkami napr. .sk .cz .com a nasmerujte ich na príslušnú jazykovú verziu.



Overte si, či je vaša doména voľná: na [sk-nic.sk](http://sk-nic.sk)

A dobrá rada: **vlastné emailové schránky** v tvare [nieco@tvojadomena.sk](mailto:nieco@tvojadomena.sk) - pôsobia oveľa dôveryhodnejšie a profesionálnejšie ako verejné emaily určené skôr na súkromné správy, ako napr. [mojafirma@gmail.com](mailto:mojafirma@gmail.com)



Môžete využívať viacero firemných emailov, čím si urobíte prehľad v pošte, napr. [objednavky@mojafirma.sk](mailto:objednavky@mojafirma.sk) alebo [servis@mojafirma.sk](mailto:servis@mojafirma.sk), [predajna@mojafirma.sk](mailto:predajna@mojafirma.sk) a tieto si sťahovať do tzv poštového klienta.

Všetky emaily tak budete mať na jednom mieste, odpisovať môžete tiež z poštového

klienta, ktorý sa bude tváriť ako email, na ktorý bola pôvodne správa poslaná. Ako poštového klienta môžete využívať [MS Outlook](#), [Gmail](#), [Mozilla Thunderbird](#), [Windows Live Mail](#)

V [Bizniswebe](#) si vlastné e-mailové schránky dokážete vytvoriť veľmi jednoducho, priamo v administrácii e-shopu.

## PRI TVORBE MODERNÉHO INTERNETOVÉHO OBCHODU BY STE NEMALI ZABÚDAŤ NA:

**1.) pôsobivý design** - design je dôležitý, lebo zaujme ako prvý a robí prvý dojem. Ale nečakajte so spustením eshopu až keď bude váš design vyšperkovaný. Na grafike sa dá pracovať aj priebežne. Aký design zvoliť? Myslite na to, že v jednoduchosti je krása a váš zákazník sa tak lepšie orientuje na vašom webe a nestratí sa v ňom. V súčasnosti je trendom tzv. **flat design**:

- ✓ Ide o plochý design, nevyužíva žiadne grafické prvky vytvárajúce 3d efekt. Teda žiadne prehnané tieňovanie, prechody farieb, textúry.
- ✓ Používateľa nezaťažuje zbytočnými obrazovými efektmi, ale smeruje jeho pozornosť tak, kam chceme.
- ✓ A výhody? Takéto stránky sa rýchlejšie načítajú a dajú sa jednoduchšie prispôsobiť mobilným zariadeniam, na ktorých je dnes väčšina z nás.

Ako sa upravuje design v rôznych systémoch na tvorbu e-shopov:

- ✓ **Open Source systémy** ponúkajú množstvo šablón zdarma, tie lepšie sú platené. Hotové šablóny vám môžu pomôcť pri tvorbe designu. Každá má však vlastný systém úprav, preto počítajte s tým, že vám môže trvať dlho, kým sa s ňou naučíte pracovať.
- ✓ Ak máte **webové stránky robené na mieru**, o kódovanie šablóny sa postará programátor. Každý prvok designu závisí od vás alebo od vášho grafika.
- ✓ **Platený redakčný systém** - využívate šablónu systému, ktorá je veľmi variabilná. Aj ako neskúsený používateľ počítača si ľahko nastavíte sami farby, rozloženie prvkov, fonty, menu a pod. Tí skúsenejší môžu využiť CSS / HTML a prispôsobiť šablónu ešte viac.

### 2.) použiteľnosť webstránky/eshopu:

- ✓ používateľ rýchlo a bez väčšej námahy nájde to, čo na webstránke hľadá (informácie, novinky, kontakt, listovanie v produktoch, nákup v e-shope), dokáže sa tu ľahko orientovať, čo mu umožní komfortný pohyb po webstránke, príp. nákup vo vašom e-shope.

Dávajte pozor na logické rozmiestnenie prvkov, aby sa na tlačítka dalo kliknúť, odkazy, aby smerovali na to, čo popisujú, aby sa používateľ vedel vrátiť na úvodnú stránku.



## Ako zistiť, či je webstránka užívateľsky priateľská?

Najlepšie ju otestujete na svojich známych, ktorí stránku ešte nevideli. Nech sa skúsia zaregistrovať, objednať produkt, vyplniť formulár. Dajte ju vyskúšať viacerým ľuďom, získate skvelú spätnú väzbu. To čo sa môže zdať jednoduché a jasné pre vás, nemusí byť zrejmé pre ostatných. Ak nenájdu rýchlo a jednoducho, čo hľadajú a neurobia jednoducho nákup, tak potom urobte nápravu. Inak prídete o zákazníkov, lebo tí nemajú čas a sú zaneprázdnení a odídu v takomto prípade skôr ako nakúpia. Na čo si dať z hľadiska použiteľnosti pozor?

- ✓ nejasný účel webu
- ✓ príliš veľa neštruktúrovaného textu
- ✓ pomalé načítanie stránky
- ✓ neintuitívna navigácia
- ✓ nadmerné presmerovanie.

**3.) hodnotný obsah** - kvalitný obsah je alfa a omega. Môžete ohúriť designom, ale, ak používateľ nenájde na stránke informácie, ktoré hľadá, odchádza preč. A to nechceme. Dôležité je tvoriť originálny obsah. Myslite na SEO a kľúčové slová, ale nech to má hlavu a päť. Dobrý obsah vyhľadávače doslova zhltnú a posunú vašu stránku v prirodzených výsledkoch vyhľadávania na vyššie miesta. Tvorbe kvalitného obsahu sa budeme ešte podrobnejšie venovať neskôr.

# Právne náležitosti e-shopu



Na internete sa v minulosti objavilo množstvo podvodníkov, ktorí sa nekalým spôsobom obohacovali na dôverčivých ľuďoch. Dnes sú už používatelia internetu obozretnejší. Mnohí si pred nákupom e-shop preveria a preto je dôležité, aby ste pôsobili ako poctivý predajca, ktorý sa riadi legislatívou SR upravujúcou práva a povinnosti predávajúceho a kupujúceho.

## INFORMÁCIE, INFORMÁCIE, INFORMÁCIE

1. Do kontaktu pridajte pravdivé **údaje o prevádzkovateli internetového obchodu**(IČO, DIČ, IČ DPH - ak je pridelené, názov, sídlo spoločnosti, telefón, email, zápis v obchodnom registri, adresa prevádzky - ak prevádzka existuje, meno zodpovednej osoby, číslo účtu, názov a adresu dozorného orgánu).

2. Vytvorte na webovej stránke podstránky, kde bude zrozumiteľne vysvetlené aké sú možnosti platby, dopravy, poplatky s tým súvisiace, ďalšie poplatky, podmienky prevzatia tovaru, podmienky a proces reklamácie, vrátenie tovaru.

3. Pridajte **popis produktov alebo služieb** a ich cenu. Popis nech obsahuje všetky dôležité informácie o produkte. Informácia o dodacej lehote - ak je totožná pre všetky produkty, stačí ju uviesť v súhrne objednávky alebo v obchodných podmienkach. Ak má produkt odlišnú dodaciu lehotu, uveďte ju v detaile produktu.



## OBCHODNÉ PODMIENKY PRE E-SHOP



✓ Mali by byť vypracované špeciálne pre váš internetový obchod, to znamená "ušité vám na mieru". Kopírovať obchodné podmienky neodporúčame, pretože tým porušujete autorský zákon. Napriek tomu je samozrejme možné sa inšpirovať, najlepšie e-shopmi obchodujúcimi v podobnej sfére ako vy.

Buď si ich vytvorte vy, alebo ďalšou možnosťou je zaplatiť právniku, firmu zaoberajúcu sa obchodnými podmienkami (napr. Nakupuj bezpečne), prípadne inú zodpovednú osobu, ktorá vám takéto podmienky pripraví v súlade s platnými zákonmi a vašimi individuálnymi potrebami.

V spolupráci s advokátskou kanceláriou Bános s.r.o. vám prinášame užitočný článok, [ako vytvoriť obchodné podmienky](#).

V každom prípade, odporúčame, aby sa na vaše obchodné podmienky pozrel odborník. **Vyhnete sa v prípade nezrovnalostí mastnej pokute.**

Vzor [obchodných podmienok si môžete stiahnuť TU](#) (pozor, tento vzor nie je právne záväzný).

Slovenská Obchodná Inšpekcia vydala informácie pre verejnosť pre nákup tovaru cez internet, ktoré nájdete tu: [www.soi.sk](http://www.soi.sk).

zdroj: <http://www.biznisweb.sk/a/646>

### Nezabudnite na:

Právo odstúpiť od zmluvy do 14 dní od prevzatia tovaru a práva a povinnosti s tým spojené. Spotrebiteľ musí tovar vrátiť do 14 dní od odstúpenia od zmluvy.

## OBCHODNÉ PODMIENKY A E-SHOP:

**Do objednávkového formulára vložte súhlas s obchodnými podmienkami.** Je vhodné, ak je tu tiež dostupný odkaz na úplné znenie obchodných podmienok a políčko, ktoré zákazník označí na súhlas.

- ✓ Pri akomkoľvek nedorozumení môžete argumentovať obchodnými podmienkami, proti ktorým nespokojný zákazník nemôže namietat.
- ✓ POZOR však na to, aby obchodné podmienky neboli v rozpore s legislatívou. Tým pádom budú neplatné, aj keď s nimi zákazník súhlasil.

**Odkaz na obchodné podmienky** by ste mali vložiť na viditeľné miesto webstránky. V súčasnosti je trend - do päty stránky. Tu vložte odkaz "OBCHODNÉ PODMIENKY", ktorý používateľa presmeruje na celé znenie.

Tlačítko na dokončenie objednávky musí obsahovať text OBJEDNÁVKA S POVINNOSŤOU PLATBY.

## REKLAMÁCIE, VRÁTENIE TOVARU

Ako predajca musíte prijímať zodpovednosť za vady tovaru. Reklamácie môžete zaradiť k obchodným podmienkam alebo ich umiestniť na samostatnú webstránku.



### Reklamačný poriadok by mal obsahovať informácie:

- ✓ o záruke (štandardne je to 2 roky),
- ✓ o spôsobe a podmienkach doručenia reklamovaného tovaru (adresa pre vrátenie tovaru, kto hradí poplatky na dopravu),
- ✓ za akých podmienok sa reklamácia na tovar nevzťahuje,
- ✓ lehota na vybavenie reklamácie, doklad o vybavení reklamácie.

### Reklamácie a eshop:

- ✓ Zverejnite odkaz s informáciami o spôsobe reklamácie, záručnej dobe a možnosti vrátenia tovaru.
- ✓ Nezabudnite, že nejjednoduchším spôsobom **ako sa vyhnúť reklamácii je maximálna informovanosť o tovare.**

Dbajte na to, aby používateľ získal v prehľadnej forme všetky dôležité informácie o produkte. Veľkosť, farba, funkcie, materiál a pod.. Nech je v každom kroku objednávkového procesu jasné, ktorý produkt si objednal.

Vyhnete sa tak tomu, že zákazník si omylom objedná produkt, ktorý vlastne nechcel. Má právo do 14 dní od prevzatia tovaru odstúpiť od zmluvy a tovar vrátiť.



Môžete vypracovať [reklamačný formulár](#) a uverejniť ho priamo na stránkach alebo uverejniť odkaz na dokument ([reklamačný protokol - vzor](#)). Čím viac informácií podáte spotrebiteľovi, tým viac uľahčíte priebeh reklamácie.

### Do prílohy emailu so súhrnom objednávky odporúčame vložiť:

- obchodné a reklamačné podmienky,
- všetky vaše kontaktné údaje,
- [formulár na odstúpenie](#) od zmluvy.

zdroj: <http://www.biznisweb.sk/a/675>

## OCHRANA OSOBNÝCH ÚDAJOV



Ako internetový predajca sa nevyhnete zhromažďovaniu osobných údajov používateľov. Len na to, aby ste mohli tovar odoslať potrebujete meno a adresu prípadne telefón a email.

Chcete odosielať newsletter? Tým pádom disponujete databázou emailov používateľov, ktorí sa zaregistrovali na odber noviniek emailom. Toto tiež spadá pod zhromažďovanie osobných údajov.

Napríklad: BiznisWeb zverejnil informácie o spracúvaní osobných údajov takto: [Ochrana osobných údajov](#)

### **Aké povinnosti vám z toho plynú?**

Zhromažďovanie informácií o používateľoch eshopu zastrešuje Zákon č. 122/2013 o ochrane osobných údajov v znení neskorších predpisov.

Kedysi každý internetový obchod, ktorý vykonával predaj a nákup tovaru cez internet, vrátane jeho doručenia klientovi, mal povinnosť oznámiť informačný systém **Úradu na ochranu osobných údajov**.

**Od 18.7.2016 sa musia registrovať iba eshopy, ktoré osobné údaje používajú na marketingové účely.** Teda, ak posielate newsletter, reklamné e-maily osobám z databázy eshopu musíte sa zaregistrovať IS Marketing.



Svoj eshop zaregistrujete tu: [Elektronický formulár na oznámenie informačného systému](#). Okrem toho by ste mali podľa zákona vypísať tlačivo [Evidencia informačného systému](#) a uchovať ho u seba.

Registráciou e-shopu na Úrad na ochranu osobných údajov SR to však nekončí:

- Na váš internetový obchod musíte na viditeľné miesto uviesť **informáciu o tom, že ste na úrade zaregistrovaný, pod akým číslom, aj prehlásenie, že so získanými osobnými údajmi narábate v súlade so Zákonom o ochrane osobných údajov.**

Do obchodným podmienok zaradte aj informácie o ochrane osobných údajov. Ako predajca musíte zhromažďovať osobné údaje zákazníkov potrebné na uskutočnenie nákupu, odosielanie reklamných emailov - newsletterov. (meno, adresa, telefón, email, dátum narodenia a pod.)

Používateľovi internetového obchodu musíte dať možnosť zoznámiť sa s informáciami:

- ✓ aké osobné údaje budete zhromažďovať,
- ✓ na ako dlho ich budete uchovávať,
- ✓ za akým účelom ich zhromažďujete,
- ✓ ako ich spracovávate,
- ✓ informáciu pre používateľa, ktorý má právo svoje vlastné osobné údaje kontrolovať, meniť alebo vymazať.

**Ak teda zbierate osobné informácie na marketingové účely, potrebujete súhlas zákazníka so spracúvaním osobných údajov.** V prípade, že ich spracovávate iba sa účelom predaja, môžete osobné údaje spracovávať aj bez jeho súhlasu.

## **INFORMÁCIA O ALTERNATÍVNOU RIEŠENÍ SPOROV**

Od 9.1.2016 majú internetoví predajcovia povinnosť uviesť informáciu o riešení sporov.

Viac informácií o alternatívnom riešení sporov nájdete tu:

- <http://www.etrend.sk/podnikanie/nova-povinnost-spravca-eshop-informovanie.html>
- <http://www.etrend.sk/eshop/vzory-zmluv/informacia-alternativne-riesenie-sporu-eshop.html>



Existujú aplikácie na zjednodušenie riešenia sporov v elektronickom podnikaní, ako napr. [www.youstice.com/sk](http://www.youstice.com/sk)

## INFORMÁCIA O COOKIES

Cookies je informácia o prehliadaní, ktorú webová stránka uloží do vášho počítača. V prípade, že túto stránku navštívite znova, stránka vás dokáže identifikovať vytiahne z pamäte vaše uložené údaje a preferencie. Využitie je pri striedaní reklám, načítaní údajov do rôznych formulárov, prispôsobení stránky.

Podľa smernice EÚ sa vyžaduje súhlas používateľa s Cookies. A to v prípade, že do cookies ukladáte neanonymné údaje alebo cookies tretích strán. Teda ak používate služby Google Analytics, AdSense, DoubleClick for Publishers a DoubleClick Ad Exchange, sociálne plugíny (napr. Facebook, Disqus komentáre) a pod.. [Kedy súhlas s cookies potrebujete a kedy nie?](#)

### UŽITOČNÉ ZDROJE INFORMÁCIÍ PRE MAJITEĽOV E-SHOPOV

- ✓ <http://www.saec.sk/>
- ✓ <http://www.soi.sk/sk/Najcastejsie-otazky.soi>
- ✓ <https://dataprotection.gov.sk/uouu/sk/main-content/oznamovanie-informacnych-systemov>

#### **Dôležité zákony týkajúce sa elektronického predaja:**

- ✓ Zákon č. 102/2014 Z.z. o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku
- ✓ Zákon č. 250/2007 Z.z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov
- ✓ Zákon č. 22/2004 Z.z. o elektronickom obchode a o zmene a doplnení zákona č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení zákona č. 284/2002 Z.z.
- ✓ Zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník
- ✓ Zákon č. 266/2005 Z.z. o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku a o zmene a doplnení niektorých zákonov
- ✓ Zákon č. 122/2013 Z.z. o ochrane osobných údajov
- ✓ Vyhláška Ministerstva zdravotníctva SR č. 21/2012 Z.z. o internetovom výdaji liekov a zdravotníckych pomôcok
- ✓ Vyhláška Ministerstva životného prostredia SR č. 315/2010 o nakladaní s elektrozariadeniami a elektroodpadom

zdroj: saec.sk

# Čo s tovarom



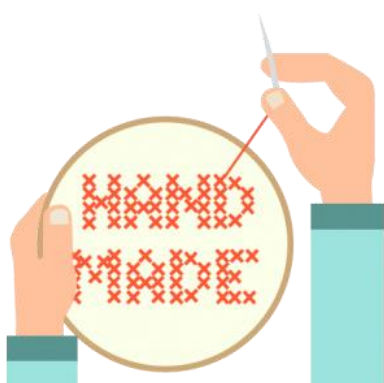
Chystáte sa síce podnikat' online, ale získanie a expedovanie tovaru je časť, ktorú len tak ľahko online nevybavíte a možno sa budete musieť aj zapotiť :)

Podstatná otázka pred spustením eshopu je:

**ODKIAĽ VZIAŤ TOVAR, KTORÝ BUDEM PREDÁVAŤ?**

Predstavím vám niektoré možnosti:

## 1. VÝROBA A PREDAJ VLASTNÝCH PRODUKTOV, HANDMADE



Ak patríte k výrobcom, máte o starosť menej. Kvalita produktov je len vo vašich rukách. Čo vás však neminie je vytvorenie kvalitnej online prezentácie produktov. Budete potrebovať:

- ✓ **Názov** - Dobrá rada nad zlato - dajte každému produktu unikátne meno, aké si zaslúži. Názov nech obsahuje kľúčové slovo, prípadne určitú vlastnosť produktu. Napr. Detská čiapka Lili s kvetinkou. Nech vás ani nenapadne pomenovať všetky produkty v kategórií rovnako.
- ✓ **Kvalitné fotografie** - Obrázky predávajú, takže si dajte záležať. Okrem hlavného obrázka ponúknite i ďalšie obrázky produktov. Nafotíte ich z viacerých strán, ukážky použitia a pod. [Ako fotiť produkty?](#) [Ako upraviť produktové fotky?](#)
- ✓ **Podrobný popis** - vypíšte všetky vlastnosti a parametre. Slabý popis môže používateľa odradiť, pretože si nemôže byť istý, že má produkt tie vlastnosti, ktoré požaduje. [Ako písať popisy produktov?](#)
- ✓ **Cena** - by mala byť na viditeľnom mieste, takisto aj informácia o DPH. Ako určiť cenu handmade produktov? Cenotvorba zohľadňuje tieto 3 základné faktory: náklady, ceny konkurencie a dopyt (jedinečnosť produktu). Ceny nemusia byť statické, práve naopak. Treba ich prispôbovať trhu, keďže ten sa mení a menia sa aj preferencie a príjem zákazníkov.



Predaj handmade výrobkov sa dá podporiť aj vďaka rôznym portálom (napr. [sashe.sk](#), [jaspravim.sk](#), [www.mawile.sk](#), [fler.cz](#), [handmade.sk](#)).

Tieto portály ponúkajú výrobky veľkého počtu šikovných ľudí a zabezpečujú vysokú návštevnosť. Vo všeobecnosti platí, že registrácia je zadarmo. Portál ako sprostredkovateľ predaja si však zoberie určité percento z objednávky.

## 2. NÁKUP HOTOVÝCH PRODUKTOV URČENÝCH NA PREDAJ. HĽADÁ SA DODÁVATEĽ.



Výber kvalitného dodávateľa je polovica úspechu. Dodávateľov môžete vyhľadať v rôznych katalógoch, databázach firiem. Zamerajte sa na spoločnosti, ktoré uvádzajú vo svojom popise **VEĽKOOBCHOD**. Môžete navštíviť rôzne veľtrhy, výstavy zamerané na vašu oblasť podnikania. Dodávateľa oslovte emailom, telefonicky alebo osobne. Prejdite si celý priebeh spolupráce (nákup, dodanie, ceny, platby, reklamácie) a obchodné podmienky.

Využiť môžete **zahraničné trhy**. V dnešnej dobe už nie je problém objednať a doviezť produkty z akejkoľvek krajiny a tie potom s maržou predávať na Slovensku. Znalosť angličtiny je tu veľkou výhodou. Alebo ak ste narazili na zahraničnú značku, ktorú na Slovensko ešte nikto nedováža, ste šťastný človek. Môžete získať unikátnu výhodu na trhu. Tomuto predchádza podrobný prieskum konkurencie v oblasti vášho podnikania. Na takýto prieskum Vám postačí aj internet.

Ak ste našli dodávateľa, musíte vymyslieť, kam tovar uložiť. V tomto prípade budete potrebovať **skladové priestory a skladové hospodárstvo**.



Dohľad nad skladovými zásobami vám zabezpečí skladový software (najznámejšie sú [Alfa Omega](#) od Krosu a [Pohoda](#)). Čas a starosti vám ušetrí, ak je skladový systém prepojený priamo s e-shopom alebo ak e-shopový systém obsahuje sklad.

## NAPOJENIE NA SKLAD DODÁVATEĽA

Niektorí dodávateľia poskytujú tzv. XML feed, ktorý napojíte do vášho eshopu. Je to veľmi výhodný spôsob, ktorý zabezpečí obrovskú ponuku produktov v eshope, pričom **nepotrebuje vlastný sklad**.



**Nevýhodou je dlhšia doba dodania**, keďže objednaný tovar nemáte fyzicky u seba na sklade. Musíte s expedovaním k zákazníkovi počkať, kým nepríde tovar od vášho dodávateľa. Ďalším záporom je konkurencia. Dodávateľ totiž poskytuje ten istý feed viacerým klientom. Môže sa Vám stať, že konkurenti budú mať takú istú ponuku tovaru ako vy.

### Ako to funguje?

- ✓ Eshop je napojený na sklad dodávateľa pomocou XML feedu. XML feed vám poskytne dodávateľ.
- ✓ Produkty sa automaticky nahrajú do vášho eshopu. V eshope môžete za veľmi krátku dobu ponúkať tisíce produktov. Do eshopu sa importujú tie údaje, ktoré obsahuje XML feed. Zvyčajne to bývajú obrázky, popis produktov, ceny, počet kusov skladom, kategórie produktov.
- ✓ Produkty môžete ďalej upravovať. Prihodiť si k cene maržu, doplniť popis či obrázky, doplnkové informácie.

Presvedčte sa, či vaše eshopové riešenie toto napojenie podporuje. [Eshop od BiznisWebu áno.](#)



Ak riešite otázku skladových priestorov, považujte nad využitím outsourcingu logistiky. Na Slovensku fungujú [packservice.sk](#), [profinal.sk](#) alebo [fulfillment.sk](#), ktoré zabezpečia skladovanie, balenie a prepravu tovaru k zákazníkovi.

## LOGISTIKA - Z ESHOPU K ZÁKAZNÍKOVI



S rozvojom nákupu cez internet vzniklo mnoho prepravných spoločností, ktoré neustále modernizujú svoje služby. Takže je viacero možností ako doručiť tovar zákazníkovi a zabezpečiť komfort a rýchle dodanie.

Prepravné spoločnosti majú aplikácie, ktoré urýchľujú podávanie zásielok. Zásielky získavajú číslo, podľa ktorého môžete vy a v prvom rade váš zákazník sledovať, kde sa zásielka nachádza.

### Možnosti dopravy v e-shope:

Ideálne je ponúknuť viac možností dopravy, napr. Slovenská pošta, kuriér, osobný odber. K cene za dopravu si môžete pripočítať aj náklady na obalový materiál.

Možnosti dopravy a poplatky s tým súvisiace by mali byť zákazníčkovi ponúknuté v objednávkovom formulári. Cena za dopravu sa pripočíta k cene objednaného tovaru.

### **Pri výbere správneho prepravcu sa zamerajte na tieto faktory:**

- ✓ cena prepravy a množstevné zľavy,
- ✓ rýchlosť dodania,
- ✓ sledovanie zásielky,
- ✓ ďalšie služby ako SMS notifikácie, napojenie na eshop - tlač štítkov z eshopu a pod., vlastné odberné miesta,
- ✓ referencie.

Na Slovensku sa najviac využívajú tieto prepravné spoločnosti: DHL, Geis, UPS, DPD, GLS, PPL - [porovnanie dopravcov](#).

Čím budete podávať viac zásielok, tým vám dopravná spoločnosť môže poskytnúť lepšiu cenu. Treba vyjednávať.



Služba, ktorá vám pomôže vybrať najvýhodnejší spôsob dopravy či už pre vnútroštátnu alebo medzinárodnú prepravu. Porovnáva kuriérske služby pre rôzne druhy zásielok - [allpacka.sk](#)

## **SLOVENSKÁ POŠTA - DORUČENIE NA POŠTU ALEBO NA ADRESU**

Slovenská pošta v súčasnosti ponúka dve formy doručenia:

- ✓ **na adresu** - kuriér slovenskej pošty zanesie zásielku priamo k zákazníkovi,
- ✓ **na poštu** - zákazník si vyberie hocikorú poštu na území Slovenska. Tú, ktorá je najbližšie k miestu, kde sa nachádza. Nemusí sa zhodovať s adresou doručenia.



Slovenská pošta vyvinula aj užitočnú aplikáciu ePodací hárok. Podacie hárky vyplníte online, môžete si ich aj vytlačiť a nalepiť na balík. Systém uchová všetky adresy, takže opakovane nemusíte vypisovať adresy. Na poštu prídete už len s balíkom a číslom, ktoré vygeneruje aplikácia. Rápídne to zrýchly podávanie balíkov.

## ODBERNÉ MIESTA - BALÍKOMATY

V poslednej dobe sa veľmi rozvinula tzv. sieť odberných miest. Tieto služby u nás ponúkajú napr. Balíkomat, Zásielkovňa, DPD Parcelshop, GLS ParcelShop.

Výhoda: Väčšinu ľudí je ťažko zastihnúť na doručovacej adrese, takže si môžu dať poslať zásielku na odberné miesto a tam si ju vyzdvihnúť v čase, v ktorom im to najviac vyhovuje. Ak ako majiteľ internetového obchodu chcete ponúkať túto službu, je potrebné, aby ju váš e-shop podporoval. Budete totiž potrebovať stále aktuálny zoznam odberných miest určitej spoločnosti. Tento spôsob dopravy si používateľ bude voliť v objednávkovom formulári. [Ukážka napojenia e-shopu na odberné miesta.](#)

## OSOBNÝ ODBER

Výhody:

- ✓ Zákazník nemusí doplácať za dopravu.
- ✓ Môže si skontrolovať tovar priamo u predajcu. Kamenná predajňa je však pre mnohých predajcov cez internet nereálna. Ak však máte predajňu, túto možnosť určite využite. Je to konkurenčná výhoda na nezaplatenie.

# Ako získať zákazníkov



Postarajte sa o to, aby váš nový eshop našlo čo najviac ľudí. Začnime úplne od základu a to propagáciou, ktorá nič nestojí. Pri podnikaní na internete hrá veľmi dôležitú úlohu SEO. Prevádzkovatelia eshopu, by sa mu mali pravidelne venovať, analyzovať, upravovať.

## ČO JE SEO V SKRATKE

SEO je skratka pre Search Engine Optimization. V slovenčine sa používa názov optimalizácia pre vyhľadávače.

SEO privedie na váš web návštevníkov. Odkiaľ? Z vyhľadávačov ako je google, zoznam, bing, yahoo a pod. Používateľ internetu zadá do vyhľadávania tzv. kľúčové slovo podľa toho, čo ho zaujíma. Vyhľadávač mu zobrazí zoznam relevantných webových stránok. Ak sa váš eshop nachádza na prvých pozíciách, máte vyhrané. Používatelia najviac klikajú na prvé 3 odkazy, prípadne odkazy na prvej stránke vyhľadávača.



Otestujte si to na sebe. Otvorte si vyhľadávač, napr. google.sk a analyzujte ako postupujete pri vyhľadávaní stránok vy. Aké kľúčové slová zadávate, aké odkazy vás zaujmú natoľko, že danú webovú stránku navštívite.

### Ako sa dostať na prvé pozície?

To by chcel vedieť každý, ale odpoveď nie je jednoduchá. Je viac ako 200 hodnotiacich kritérií, ktoré určujú umiestnenie stránky vo vyhľadávaní. Dve najdôležitejšie sú - kvalitný obsah a počet kvalitných spätných odkazov. Ako robiť kvalitný obsah vám radíme aj [tu](#) a o tvorbe spätných odkazov sa dozviete [tu](#). Veľmi záleží aj na tom, koľko je vo vašej oblasti podnikania konkurentov. SEO je dlhodobý proces, chce to veľa času, trpezlivosti a usilovnosti.



Čo platí na vyhľadávače? Tu nájdete zoznam faktorov a váhu, ktorú majú na výsledky vyhľadávania: <http://www.seofactory.cz/seofactory>.

Berte to ako pomôcku, na ktoré SEO faktory sa zamerať najviac a na ktoré menej. Tieto faktory sa časom menia, ale základ je rovnaký.

## SEO ZÁKLADY:

**KLÚČOVÉ SLOVÁ** - pred tvorbou obsahu si vypíšete zoznam kľúčových slov, podľa ktorých vás budú budúci zákazníci hľadať. Na každej podstránke treba spomenúť kľúčové slová podľa jej obsahu:

- ✓ Nástroje na vyhľadávanie kľúčových slov: samotný GOOGLE (po zadaní slova do vyhľadávača. google sám ponúkne ďalšie alternatívy), google keyword planner, suggest.org. Ak pôsobíte v Českej republike, využite Nástroj na návrh kľúčových slov od [Seznamu](#). [Niečo viac o používaní kľúčových slov](#).
- ✓ Kľúčové slová použite v nadpisoch, url adrese, texte, v názve (title) a popise (description) stránok, v obsahu, v názvoch obrázkov, v odkazoch. Musia byť použité prirodzene a nepreháňajte to s používaním jedného kľúčového slova, google rozozná už aj synonymá a skloňované slová. Prijateľná hustota je okolo 5%. Hustotu kľúčových slov vám pomôže odhaliť nástroj: [hustota kľúčových slov](#)
- ✓ Užitočné informácie, kde všade je vhodné doplniť kľúčové slová: [klúčové slová](#), [SEO](#)

**SPÄTNÉ ODKAZY** - ak na váš web smeruje veľa spätných odkazov z kvalitných stránok, je to signál pre vyhľadávače, že máte kvalitnú a užitočnú webovú stránku a posunie ju vyššie vo výsledkoch vyhľadávania.

- ✓ Kde zobrať spätné odkazy? Tu je pár tipov: registrácia do katalógov, blogy, výmena spätných odkazov s webmi s podobným zameraním, diskusné fóra, mikrostránky, blog, PR články, affiliate program, sociálne siete, súťaže, porovnávače cien, recenzie, zľavové portály, sponzoringy.

**OBSAH** - kvalitný obsah je alfa a omega. Rozpíšte sa o tom kto ste, čo predávate, ako ste začínali, ako môžu zákazníci nakupovať, aké výhody ponúkate, informujte o novinkách v eshope aj v sektore, v ktorom podnikáte. Ale nepíšte zbytočne "omáčky", píšete k veci, čo najstručnejšie, najjasnejšie a najvýstižnejšie.

Zaujmite recenziami výrobkov, návodmi na použite, pochváľte sa úspechmi, certifikátmi, uverejnite knihu návštev, prípadne oslovte zákazníkov, aby napísali ako sú spokojní s nákupom vo vašom internetovom obchode. Nafoťte, ako sa dajú vaše produkty využiť, skúste vytvoriť produktové videá. Ponúknite čo najviac informácií. Pokúste sa myslieť ako vaši potenciálni zákazníci a zamerajte sa na to, čo všetko by ich mohlo zaujímať. Ak to nájdú na vašom webe, budú sa k vám radi vracat' po ďalšie informácie a tiež produkty.

- ✓ Obsah je dôležitý nielen pre návštevníkov webu ale aj pre vyhľadávače. A ešte dobrá rada: Aj keď texty musia obsahovať kľúčové slová, nedávajte ich niekam nasilu, kam sa nehodia. Obsah musí mať hlavu a päťu.

[Ako na SEO krok po kroku](#)

## SOCIÁLNE SIETE



Využite sociálne siete na propagáciu svojich produktov. Nezabudnite, že príspevky treba tvoriť tak, aby ich ľudia radi zdieľali a komentovali. Okrem zverejňovania produktov nezabudnite ľudí baviť, motivovať k nákupu a informovať.

Okrem toho sú sociálne siete výborným zdrojom spätných odkazov. Okrem textov si dajte záležať aj na fotografiách. Kvalitné obrázky predávajú. Ak ovládáte grafický program alebo máte v tíme grafika, je to veľké plus. Obrázok je prvé, čo zaujme ľudí na sociálnych sieťach. Väčšinou sa pri zaujímavom obrázku alebo videu zastavia a až

potom čítajú text a klikajú na odkazy. Google môže umiestniť na vysoké pozície možno aj vašu facebook alebo google+ stránku, ak bude stáť za to.

Na ktorých sociálnych sieťach sa oplatí vytvoriť firemný profil?

- ✓ facebook
- ✓ google plus, google miesta
- ✓ pinterest
- ✓ twitter
- ✓ instagram
- ✓ youtube

Spravovať, analyzovať a pravidelne prispievať na sociálne siete dá človeku zabráť. Môžete si pomôcť týmito nástrojmi [Monitoring sociálnych sietí](#).

## PLATENÁ PROPAGÁCIA

Nie vždy je možné získať dostatok zákazníkov z neplatených zdrojov. Preto by ste mali zvážiť využitie platenej reklamy. V tom prípade sa výsledok dostaví okamžite.

**AKÉ SÚ MOŽNOSTI ONLINE REKLAMY ALEBO ONLINE MARKETING V KOCKE**

### 1. PPC (PAY PER CLICK)

- ✓ PPC je textová reklama na vaše služby.
- ✓ Reklama sa zobrazí iba tomu, kto má záujem o vaše služby, resp. hľadá to, čo ponúkate.
- ✓ Neplatí sa za zobrazenie reklamy, ale až za klik na reklamu, získavate konkrétnych návštevníkov.
- ✓ Presne merateľný spôsob reklamy v pomere cena/výkon.

PPC reklama pomôže naštartovať predaj a návštevnosť neznámeho e-shopu alebo ju môžete využiť v rámci podpory predaja nového tovaru. Najdôležitejší reklamný systém pochádza z dielne Google a nazýva sa AdWords. Druhý najdôležitejší systém je eTarget. Reklamu z eTargetu zobrazujú napríklad vyhľadávače Zoznam.sk, Surf.sk a stovky iných web stránok.



zdroj: <http://www.biznisweb.sk/a/362>

[Ako správne nastaviť PPC kampaň.](#)

## 2. REMARKETING

Umožňuje osloviť návštevníkov, ktorí v minulosti navštívili vašu web stránku a týmto návštevníkom zobrazí vašu reklamu. Viac [o remarketingu sa dočítate tu.](#)

Ak myslíte, že je to na vás veľa informácií, na trhu je veľa PPC špecialistov, ktorí vám so správou PPC kampane pomôžu.

## 3. REKLAMA NA FACEBOOKU

[Ako na reklamu na Facebooku?](#) Facebook má pomerne jednoduchý systém na tvorbu reklamných kampaní, s ktorým sa aj bežný používateľ internetu dokáže rýchlo naučiť pracovať. Výhoda Facebook reklamy je veľmi dobré cielenie podľa rôznych parametrov. Samotný inzerát na Facebooku nie je všetko. V prvom rade je potrebné komunikovať a robiť dojem.

## 4. POROVNÁVAČE CIEN

Používatelia internetu čoraz viac na vyhľadávanie produktov využívajú tzv. porovnávače tovaru, resp. cien. U nás najznámejšie sú: Heureka.sk, Pricemania.sk, Najnakup.sk, Tovar.sk. Porovnávače sú výborným zdrojom spätných odkazov a ďalším kanálom odkiaľ môžete získať zákazníkov. Preto sa oplatí do nich zaregistrovať. Všetky majú aj free programy, po splnení určitých podmienok zobrazia vaše produkty, ale iba vo fulltextovom vyhľadávaní. Teda používateľ nájde váš produkt v porovnávači, iba ak sa trafi do slov, ktoré používate v názve produktov.

Produkty porovnávač získa a aktualizuje pomocou XML feedu, ktorý zadáte pri registrácii. Každý porovnávač vyžaduje vlastný tvar XML.

Ak sa rozhodnete pre platený program v niektorom z najvyužívanejších porovnávačov, vaše produkty sa spárujú, teda budú vyhľadateľné priamo v kategóriách porovnávača. Viac o [párovaní produktov](#). Funguje na princípe CPC (cost per click), dobíjate si kredit, z ktorého sa vám stiahne suma až potom ako záujemca o produkt z porovnávača preklikne do vášho eshopu.

Do ktorého porovnávača sa oplatí investovať? [Porovnanie návštevnosti slovenských porovnávačov cien](#).

Podporuje vaše e-shopové riešenie funkcie pre porovnávače? Internetový obchod od BiznisWebu  áno.  Nie. Viac na <http://www.biznisweb.sk/a/426> a <http://www.biznisweb.sk/a/470>

## 5. EMAILING

je priame oslovenie zákazníkov odoslaním emailu/newslettra do ich emailovej schránky. Emailing treba robiť pravidelne a cielene.



### Odkiaľ vziať databázu emailov?

1. Na stránku zverejnite formulár "Odber noviniek emailom" - záujemci o váš newsletter sa sami zaregistrujú. Je dôležité ich k tomu motivovať napr. zľavou na nákup, užitočnými informáciami, ktoré získajú odoberaním newslettera.
2. V objednávke pridajte možnosť Newsletter, prípadne dodajte poznámku "Odoslaním objednávky súhlasím s odosielaním reklamných emailov".

### Základná štruktúra dobrého reklamného emailu

**Pútavý predmet správy** - predmet je základ, ak zákazníka neosloví predmet, email neotvorí a rovno pošle do spamu alebo koša. Dajte si záležať na predmete správy. Neklamte, spomeňte to, o čom sa v emaille píše, ale vždy pútavou formou.

**Obsah** - o čom písať? Obsahom vašich pútavých newsletterov by mohli byť napríklad nové produkty, produkty v akcii, akciové balíky, produkty, ktoré sa vzťahujú k nejakému obdobiu, sviatku, darčeky, darčkové poukážky, návody na využitie produktov.

Nezabudnite na tlačítka - call to action, ktoré budú smerovať na nákup produktu, podrobnejšie informácie a pod.

Limity - motivujte vetami ako: akcia trvá do, len do ...máte možnosť získať..., pozor už len 5 kusov na sklade, ak objednáte do ... získate od nás darček...

Nezabudnite sa podpísať, pridať kontakt na e-shop, prepojenie so sociálnymi sieťami a tlačítka na odhlásenie z newslettera.

Používajte veľké, farebné obrázky doplnené kratšími textami.





Používajte rovnakú šablónu emailov. Nezabúdajte, že šablóna by mala byť vzdušná a prehľadná.

Všimnite si, ako robia email marketing veľké spoločnosti a inšpirujte sa. Môžete sa prihlásiť na odber noviniek emailom u svojej konkurencie a vymyslíte niečo lepšie a pútavejšie.

Pozor, aby sa z vás nestal spammer. Treba splniť tieto podmienky:

1. Dobrovoľnosť prihlásenia sa k odoberaniu e-mailových správ.
2. Možnosť sa z prijímania kedykoľvek odhlásiť.
3. Nepoužívať nakúpené databázy e-mailových adries, ale len vlastné.

Na hromadné odosielanie emailov existuje mnoho aplikácií, ktoré vám pomôžu držať dohľad na emailingom. Väčšinou však ide o platené služby. K nim patria- <https://www.flowii.com>, <http://mailchimp.com/>, <https://www.mailkit.eu>

**Eshop od Bizniswebu** má vlastné rozhranie na **odosielanie newsletterov priamo z administrácie e-shopu**. [Jednoduché odosielanie hromadných správ.](#)

## 4 TIPY AKO NA EFEKTÍVNY ONLINE MARKETING

1. Všetko v online marketingu sa dá merať. Využíva sa na to nástroj URL builder, vďaka ktorému môžete presne zistiť, z akého zdroja vašej kampane sa k vám návštevník dostal. Je skvele využiteľný v newsletteroch ale aj v akomkoľvek texte, ktorý publikujete na internete. [Ako používať URL builder](#) sa dozviete [tu](#).
2. Vždy sledujte cenu, za ktorú ste získali 1 zákazníka. Snažte sa vyhodnotiť či ste za získanie zákazníka nedali viac, ako ste zarobili na objednávke.
3. Predtým ako prijmete ponuku na reklamu, overte si, či ju budete môcť merať. Ak vám o rok zavolajú, aby ste si reklamu zaplatili znova, budete vedieť vyhodnotiť, či sa vám to oplatí alebo nie. Nevyhadzujte zbytočne peniaze za neefektívnu reklamu.
4. Na meranie efektivity reklamy potrebujete najmä dobre ovládať [Google Analytics](#), o ktorom píšeme v ďalšom [článku](#).

**Offline marketing** - marketing, ktorý neprebíha na internete je finančne náročnejší a ťažšie merateľný. V odvetviach, kde zákazníci nie sú bežnými, aktívnymi používateľmi internetu je lepšie siahnuť po offline prostriedkoch prezentácie.

Medzi takéto patria najmä: letáky, časopisy, billboardy, inzeráty, firemné darčkové predmety, sponzoring, darčkové poukážky, telemarketing, trhy, predajné akcie.

Aj úspech offline reklamných kampaní sa dá do istej miery merať. Na billboard môžete zverejniť url adresu, ktorú inak nepoužívate (na billboard napíšete adresu feronabytok.sk a presmerujete na nabytokfero.sk) a potom si dokážete v [Google Analytics](#) pozrieť koľko ľudí ju navštívilo, prípadne spravilo objednávku. V letáku alebo v reklame v časopise použijete zľavový kód a sledujete, koľko ľudí ho použilo.

# Ako si udržať zákazníkov



Staré známe pravidlo: "Náš zákazník, náš pán," platí doteraz. Majte na pamäti, že spokojný zákazník sa k vám s vysokou pravdepodobnosťou vráti a ešte v lepšom prípade sa pochváli známemu, z ktorého sa môže stať ďalší zákazník. Každý problém sa snažte vyriešiť k zákazníckej spokojnosti.

## KOMUNIKÁCIA SO ZÁKAZNÍKOM

Neodkladajte odpoveď na druhý deň. Skúste odpísať, zavolať tak skoro, ako to pôjde. Zákazníka milo prekvapí vaša rýchlosť a záujem.

### Riešenie objednávky

Proces objednávky by mal byť v každom kroku jasný. Vytvorte podstránku, ktorá bude obsahovať všetky možnosti dopravy a platby s popisom, čo môže zákazník očakávať, ak si vyberie niektorú z možností. V objednávkovom formulári môžete stručné vysvetlenie dať do poznámky k doprave alebo platbe. Vhodné je umiestniť k doprave napr. ikonu s otáznikom, po prejdení myšou vyskočí vysvetlenie.



**Email a SMS notifikácie** - Notifikácia je automatická správa, ktorá príde zákazníkovi po vykonaní určitej akcie. Kedy poselať notifikácie?

- ✓ Po vytvorení objednávky - táto správa by mala obsahovať informáciu, že objednávka bola úspešne vytvorená, zhrnutie objednávky, číslo objednávky a napr. informácie o prevode platby, ak si zákazník vybral platbu vopred na účet.
- ✓ Pri zmene statusu (rezervovaná, vybavuje sa, expedovaná, čaká na úhradu) - ku každej zmene statusu dopíšete čo znamená a

kedy a kde môže zákazník objednaný tovar očakávať.

Čoraz väčšej obľube sa tešia SMS notifikácie. Na posielanie SMS sa používajú takzvané sms brány. Zákazníka určite poteší napríklad SMS, že jeho objednávka bude doručená nasledujúci deň.

BiznisWeb má implementovanú vlastnú SMS bránu. Poselať notifikácie môžete veľmi jednoducho z administrácie e-shopu.

**LiveChat** - obľúbený a jednoduchý spôsob komunikácie s vašimi zákazníkmi. Vďaka nemu vás môžu kontaktovať okamžite, keď potrebujú pomoc a hneď ju aj dostanú. Možno ste si už liveChat všimli. Je to malý box, ktorý sa vysunie v spodnej časti stránky. Po zaregistrovaní sa do služby, ktorá ponúka liveChat, získate kód, ktorý treba vložiť do stránky.

**Komunikácia na sociálnych sieťach** - ak máte vytvorený firemný profil na facebooku, nezabúdajte ho pravidelne sledovať. Ľudia sú zvyknutí písať na facebook, odpíšte im čo najskôr. Facebook sleduje rýchlosť odpovede. Vďaka tomu môžete získať zelenú obálku, čo je 100% miera odozvy.

Nezabúdajte sledovať komentáre a vždy na ne reagovať, buď len like-om alebo odpoveďou.

### **Komunikácia s nahnevaným zákazníkom**

Často sa môžete dostať do situácie, že vám zavolá nazlostený zákazník. Ako zvládnuť takúto komunikáciu?

- ✓ Zákazníka si vypočujte, nechajte ho vyventilovať. Nech má pocit, že ho vnímate a snažíte sa ho pochopiť.
- ✓ Reagujte milo a neútočte. To váš protivník určite nebude očakávať.
- ✓ Neobhajujte sa, ale ponúknite riešenia.
- ✓ Neberte to osobne. Zákazník je nahnevaný na produkt alebo službu, nie na vás. Nikdy neviete, aké okolnosti viedli k tomu, že zákazník tak vybuchol.



Prečítajte si viac o tejto téme v článku 6 krokov ako zostať cool a zvládnuť rozhnevaných zákazníkov.

## **RIEŠENIE REKLAMÁCIE**

Reagujte na reklamácie a otázky. Niektoré e-shopy vôbec nezareagujú na reklamáciu aj keď je to ich povinnosť. Čo tým dosiahnu?

- ✓ Ak je zákazník umiernený a nechce sa mu to ďalej riešiť, pridete o zákazníka a získate negatívnu reklamu, ktorú o vás bude šíriť v okruhu svojich známych.
- ✓ Alebo sa zákazník obráti na obchodnú inšpekciu, prípadne právnicka a máte na krku väčší problém.

Nezabudnite na stránke uviesť presné informácie ako postupovať pri reklamácii, prípadne tu umiestnite aj formulár, ktorý zákazník vyplní.

Navyše d 9.1.2016 musíte na vašej stránke zverejniť odkaz na alternatívne riešenie sporov. Čo to obnáša? <http://bit.ly/1PmAC47> <http://bit.ly/23iqYUUh>

## ZĽAVY A BONUSY

Mnohí používatelia nekúpia tovar, pokiaľ nie je v zľave. Ponúknite niektoré produkty výhodnejšie, pripravte výhodné balíčky, pridajte dopravu zadarmo. A hlavne, nezabudnite na to upozorniť. Na stránke, v newsletteri, na blogu, prostredníctvom SMS, na sociálnej sieti.

Bonusový program je benefit, vďaka ktorému môžete predbehnúť konkurenciu. Navyše, motivuje návštevníka webu k akcii a k tomu, aby sa do vášho e-shopu vrátil.

Používateľa odmeňujete kreditmi, ktoré môže využiť ako zľavu na ďalší nákup alebo dostane darček. Overte si, či vaše e-shopové riešenie bude schopné niečo také podporovať.



Tipy na akcie, za ktoré môžete odmeniť používateľa kreditmi:

Odoslanie objednávky, prihlásenie sa k odberu noviniek, registrácia, komentár alebo hodnotenie produktu, hlasovanie v ankete, odoslanie formulára, príspevok do knihy návštev.

Takýto systém je náročnejší na implementáciu do e-shopu. Vyžaduje si zásah programátora, takže budete musieť siahnuť hlbšie do vrecka. **S BiznisWebom** je to jednoduchšie, pretože tento redakčný systém **už bonusový program obsahuje.**

**Vyskúšajte si, ako môže fungovať váš [bonusový systém od BiznisWeb.sk](http://biznisweb.sk)**

### Výhody registrácie

Prečo žiadať od návštevníka stránky, aby sa zaregistroval?

- získate e-mail, na ktorý môžete posilať newsletter, akciové ponuky a pod.
- z registrovaného zákazníka môžete vytvoriť stáleho zákazníka, ak mu ponúknete výhodnejšie ceny, zľavy alebo obsah, ktorý je bežnému používateľovi nedostupný.

### Odmena pre verných zákazníkov

Myslite na verných zákazníkov a prejavte im svoju vďaku. Najlepších zákazníkov môžete odmeniť zľavou na ďalší nákup, darčekomým poukazom, dopravou zadarmo.



Pozor, aby váš e-shop systém obsahoval funkcie, ktoré vám umožnia zabezpečiť pohodlnú komunikáciu a výhody pre zákazníka.

Na toto je dobré prihliadať ešte pred výberom e-shopového riešenia. Dodatočná implementácia takéhoto systému vás môže stať more času a peňazí.

## MOŽNOSTI PLATBY

Ľudia sú rôzni a každý preferuje inú možnosť platby. Tí konzervatívnejší radšej zaplatia v hotovosti z rúčky do rúčky, ale mnohým skôr vyhovuje bezhotovostný styk.

Výhody viacerých možností platieb

- ✓ neprídete o zákazníka preto, že mu neviete vyhovieť s platbou
- ✓ zákazníci budú u vás nakupovať radi, pretože máte to, čo im vyhovuje.

Z možností platby za objednávku a tiež spôsob dopravy si zákazník vyberá v objednávkovom formulári.

### Aké platby by vo vašom eshope nemali chýbať?

- ✓ Základ je platba **v hotovosti na dobierku**. Keďže je to pre predajcu nevýhodnejší spôsob, často si za dobierku účtujú poplatok a tak sa snažia motivovať zákazníkov, aby zaplatili vopred.
- ✓ Ďalšou možnosťou je **prevod na účet**. Nezabudnite informovať zákazníka o tom, na aký účet má peniaze poslať, aký je variabilný symbol a pod. Toto je vhodné umiestniť do potvrdenia objednávky, ktorý príde zákazníkovi na e-mail. Alebo do notifikačnej SMS.
- ✓ Vypisovanie údajov môže byť pre zákazníka nepohodlné, preto oveľa radšej využívajú tzv. **platobné brány alebo platby kartou**.

Pokiaľ chcete prepojiť platobnú bránu so svojim e-shopom, musíte uzavrieť zmluvu s bankou a následne dostanete implementačné údaje.

Overte si, či systém, v ktorom máte e-shopo vytvorený, umožňuje túto implementáciu. Napr. BiznisWeb.sk má pripravené rozhranie pre viac než [10 platobných systémov](#). Opýtajte sa v svojej banke na platobnú bránu pre eshop.

- ✓ Potom sú tu ešte samostatné **platobné systémy, ktoré podporujú viacero bánk**. Ako napr. TrustPay, GoPay, 24pay.
- ✓ Ďalšie spôsoby platby sú napr. Viamo, vďaka ktorému zákazníci môžu platiť cez svoj mobil a starý známy PayPal, ku ktorému musia mať zákazníci vlastné Paypal konto. Prevod sa uskutočňuje z ich Paypal účtu na váš.

# Analyzuj, vyhodnocuj, zlepšuj



Podnikať na internete je skvelé aj vďaka tomu, že viete krásne zbierať dáta a vyhodnocovať ich tak, aby pomohli pri rozhodnutiach o ďalšom rozvoji e-shopu.

Preto nezabudnite hneď na začiatku prepojiť e-shop s nástrojom [Google Analytics](#). Vďaka nemu získate obrovské množstvo dát a to zadarmo.

**Prepojenie e-shopu s Google Analytics** by malo byť samozrejmosťou. **V Bizniswebe na to stačí pár klikov**, v inom prípade vám pomôže váš webmaster.

Nedajte sa však zmiast, ani údaje z Google Analytics nemusia byť na 100% presné. Na manažérsku webovú analytiku však stačia. Sledovať všetky dáta by zabralo mnoho času, vypustite to z hlavy a radšej sa sústreďte len na tie najpodstatnejšie.

## KTORÉ DÁTA SA OPLATÍ SLEDOVAŤ?

- ✓ Odkiaľ návštevníci prišli
- ✓ Čo prezerali, hľadali
- ✓ Výkonnosť e-shopu
- ✓ Konverzná cesta
- ✓ Miera odchodov
- ✓ Porovnanie období
- ✓ Demografické údaje

Aj keby ste nič iné nesledovali, toto si zapamätajte. Je to kľúčový prehľad v Google Analytics: [odkiaľ prišli návštevníci na môj eshop?](#)

Množstvo užitočných informácií o Google Analytics sme pre vás pripravili aj na našej stránke [Google Analytics a E-commerce](#)

Za samozrejme pokladajte aj overenie stránky v **Google Search Console**. Tento nástroj vám pomôže v tom, že Google rýchlejšie **zaindexuje nové webstránky a zmeny na webstránke**. Dá sa tu nahráť **sitemapa**, pomáha **odhaliť nefunkčné stránky (chyby 404)**, sledovať kľúčové slová, na ktoré používatelia váš e-shop našli, odkazy na vaše stránky...



Proste samé užitočné veci.

Na stránkach <http://www.biznisweb.sk/faq?category=140> nájdete základné informácie ako pracovať s Google Search Console.

### Ako ustriechnúť kľúčové slová a spätné odkazy



Základné štatistiky ohľadom SEO, spätných odkazov, kľúčových slov poskytnú užitočné nástroje ako:

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

V obmedzenej forme sa dajú využívať aj zadarmo. Ak ich budete používať pravidelne, rýchlo si zvyknete, kde nájsť to, čo vás zaujíma.

[Collabim](#) vám zasa pomôže sledovať **pozície vo vyhľadávačoch** na veľké množstvo kľúčových slov. A tiež koľko ľudí sa cez dané kľúčové slovo prekliklo na váš web. Základné funkcie Collabimu sú taktiež zadarmo.

Na <http://www.serp.cz/detekce/basic/> zistíte pozíciu pre akúkoľvek cieľovú stránku. Collabim meria iba hlavnú stránku.



Chcete odhaliť správanie konkrétnych návštevníkov webu? Skúste nástroj [Mouseflow](#).

Ukáže, ako používatelia prehľadávajú váš e-shop a môže vám pomôcť odhaliť problémy použiteľnosti stránky, ktoré možno aj bránia vykonaniu konverzie.

Oplatí sa sledovať nielen váš obchod, ale aj konkurenciu. Na tento účel slúžia nástroje ako [Trendlucid](#), [SimilarWeb](#).

Nájdite si čas na pravidelné sledovanie a vyhodnocovanie štatistík návštevnosti. Naozaj sa to oplatí. Vďaka nim odhalíte, či je vaša **stratégia online marketingu úspešná** alebo treba vymyslieť niečo iné.

## NAKONIEC PÁR TIPOV, AKO UDRŽAŤ SVOJ E-SHOP STÁLE IN

1. **Sledujte svojho najväčšieho konkurenta.** Akonáhle konkurencia vymyslí niečo nové, skúste vymyslieť niečo lepšie. Ak nemáte prostriedky na to, aby ste mohli ponúkať také služby ako konkurencia, nájdite výhody, ktoré ponúkate vy a patrične ich zdôraznite (napr. na viditeľnom mieste webu, na sociálnej sieti).



2. **Prispôsobujte sa trendom.** Výhodným nástrojom na sledovanie trendov je <https://www.google.sk/trends/> Stačí zadať kľúčové slovo odvetvia v ktorom podnikáte a google trendy poskytnú štatistiky, ako sa o túto tému ľudia zaujímali.

3. **Sledujte novinky v oblasti e-commerce.** Denno denne prinášajú e-commerce špecialisti novinky zo sveta podnikania na internete. E-commerce je oblasť, ktorá sa neuveriteľným spôsobom vyvíja. Čo platilo pred rokom už nemusí platiť dnes. Pridajte si do prehliadača RSS čítačku, kde sa vám budú zobrazovať nové užitočné

články, rady a návody o podnikaní a online marketingu. Ako napr. podnikanie-blog.sk, podnikajte.sk, visibility.sk, blog.pizzaseo.com.

Občas sa oplatí navštíviť konferenciu, prípadne si pozrieť/prečítať záznam z takýchto konferencií. Každoročne sa organizujú poučné e-commerce eventy ako Shopcomm, Eshopsummit, Marketing Live.





Gratulujem, teraz vieš všetko  
podstatné o podnikaní na internete.  
Nič už nebráni vytvoreniu e-shopu,  
ktorý bude zarábať.

Veľa úspechov na ceste vlastného biznisu na internete ti želá

**BiznisWeb.sk**

tvoja pravá ruka pre správu e-shopu.