

Objevte
tajemství
úspěšného
internetového
prodeje

Miroslav Sedlák, Petra Mikulášková

Jak vytvořit ÚSPĚŠNÝ A VÝDĚLEČNÝ INTERNETOVÝ OBCHOD



Výběr domény a technického řešení
Tvorba cen, volba zboží, logistika
Propagace e-shopu a podpora prodeje
Vedení účetnictví, řešení reklamací

computer
press

Mirek Sedlák, Petra Mikulášková

Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod

**Computer Press
Brno
2012**

Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod

Mirek Sedlák, Petra Mikulášková

Obálka: Martin Sodomka

Odpovědný redaktor: Martin Domes

Sazba: Zuzana Šindlerová

Technický redaktor: Jiří Matoušek

Objednávky knih:

<http://knihy.cpress.cz>

www.albatrosmedia.cz

eshop@albatrosmedia.cz

bezplatná linka 800 555 513

ISBN 978-80-251-3727-7

Vydalo nakladatelství Computer Press v Brně roku 2012 ve společnosti Albatros Media a. s. se sídlem Na Pankráci 30, Praha 4. Číslo publikace 16 103.

© Albatros Media a. s. Všechna práva vyhrazena. Žádná část této publikace nesmí být kopírována a rozmnožována za účelem rozšiřování v jakékoli formě či jakýmkoli způsobem bez písemného souhlasu vydavatele.

1. vydání

 **ALBATROS** MEDIA a.s.

Obsah

Úvodem	13
Komu je kniha určena	13
Zpětná vazba od čtenářů	13

KAPITOLA 1

Zakládáme e-shop	15
Papírování a papírování	15
Opravdu chcete prodávat na internetu?	16
Podnikatelský záměr	17
Právní forma podnikání	18
Jak na zřízení živnosti	20
Zdravotní a sociální pojištění	23
Ukončení a přerušení živnosti	24
Počáteční kapitál	24
Finanční prostředky	25
Nemovitosti	28
Další formy majetku a zřizovacích výdajů	29
Tvorba cen	29
DPH – daň z přidané hodnoty	30
Proč se vyhnout nejnižším cenám?	33
Výběr zboží	35
Obrázky zboží	36
Popisky zboží	37
Dodavatel	38
Dovoz zboží	39
Clo – celní poplatek	39
Povinná registrace k DPH při dovozu zboží z členské země	41
Evropská unie	42
Ostatní země	44

KAPITOLA 2

Technické řešení	47
Doména a webhosting	47
Výběr vhodného jména domény	48
Ověřování dostupnosti a registrace domény	50
Certifikáty vlastnictví	51
Kdo je vlastníkem domény?	52
Finanční otázka	53
Domény a subdomény	53
E-maily pro zasílání informací	54
Kapacity webhostingu	54
Dostupnost webu	55
Funkce e-shopu	55
Běžné funkce	55
Nadstandardní funkce	57
Realizace technického řešení	58
Open source	59
Volně dostupné služby	60
Programování na zakázku	61
Pronájem	61
Ochrana dat proti vykrádání	62
Ochrana textu	62
Ochrana grafiky	63
Ochrana obrázků	63
Tvorba obsahu webu – copywriting	64
Vaši zákazníci a jejich potřeby	65
Využití klíčových slov v textu	66
Požadavky na vzhled a obsah textu	74
Blogy	75
Uživatelské testování	77
A/B testování	78
Heat mapa – teplotní mapa	79
Multivariantní testování	80
Jak provést domácí testování	81
Vzhled a obsah webu	81
Jak zvýšit důvěru návštěvníků stránek	81
Jak zvýšit atraktivitu stránek	83
Největší chyby e-shopů	83

KAPITOLA 3

Propagujeme e-shop	87
Kde vzít návštěvnost	87
Vyhledávače zboží	88
Tematické magazíny	88
Jak nastartovat e-shop	91
Povědomí o vzniku nových stránek – vyhledávače	92
SERP	94
Jednotlivé části SERP	95
Pozici v SERP si nekoupíte	96
Reklama na internetu	97
Bannery	97
Zápisy do katalogů	98
SEO	103
Analýza klíčových slov	104
On-page faktory SEO	114
Off-page faktory SEO	119
Linkbuilding	119
Zakázané techniky SEO	126
Seomaty	128
Domácí SEO nebo od profesionála	130
Jak vybrat firmu pro SEO	131
Analýza stránek konkurence	132
Nejčastější chyby	133
SEM	133
Co patří do SEM?	134
Vyhledávače zboží	134
Heuréka	134
Zboží.cz	143
PPC reklama	158
Princip činnosti	159
Reklamní inzeráty	161
PPC systémy	163
PPC agentury	165
Sociální sítě	167
Význam sociálních sítí pro váš prodej	167
Facebook	168

E-mailing	177
K čemu použít e-mailing?	179
Spam	180
Budování databáze kontaktů	181
Zasílání e-mailů	182
Nástroje pro rozesílání e-mailů	184
Jak to vypadá v praxi	192
Affiliate systém	194
Budování vlastního affiliate systému	194
Soutěže	195
Propagace soutěže	195
Pozor na loterie	196
Slevové weby	197
Skrytá úskalí	197
Vouchery	199
Kde můžete nabízet	199
Certifikáty	201
Asociace pro elektronickou komerci (APEK)	201
Sdružení obrany spotřebitelů (SOS)	204
Heuréka	205
Google Analytics	206
Zdroje návštěvnosti	214
URL Builder	218
Co je konverze	221
Konverzní poměr	222

KAPITOLA 4

Provozujeme e-shop	227
Logistika	227
Doklady	228
Spotřební materiál	228
Fixační materiál	228
Obalový materiál	230
Lepicí pásy a další spojovací materiál	231
Ostatní druhy materiálů	231
Nákup spotřebního materiálu	232
Úkony pracovního dne	232
Objednávkový proces	234

Faktory ovlivňující nákupní rozhodnutí	234
Nedokončená objednávka	236
Další chyby v objednávkovém procesu	237
Automatické e-maily	237
Způsoby platby	238
Osobní odběr	238
Platba na dobírku	239
Platby kartou	239
Platba předem	240
Platební tlačítka	241
Elektronické peněženky	242
Dropshipping	243
Podstata obchodní činnosti	244
Obchodní model přeposílání objednávek	244
Reklamáce a odstoupení od smlouvy	245
Statistiky	246
Sezónní nákupy	246
Podkopávači cen	247
Kdo spadá do této kategorie lidí?	247
Co může být podnětem ke vzniku nejnižší ceny?	247
Kamenná prodejna	248
Skryté úskalí cen	248
Zkušenosti z praxe	249
Podpora prodeje	250
Věrnostní programy	250
Vzorky	252
Slevy	254
Kupony	256
Akční balíčky	258
Soutěže	259
Crosseling	259
Up selling	260
Prodloužení některých zákonných lhůt	261
Dostupnost zboží na e-shopu	262
Prodáváme jen dostupné zboží	263
Uvádíme dostupnost u zboží	263
Když není zboží skladem	264
Kodex terminologie lhůt dodání dle APEK	265

KAPITOLA 5

Zasílání zboží k zákazníkovi	271
Přepravní společnosti	271
Česká pošta, s.p.	271
PPL	274
DPD	275
Další přepravní společnosti	275
Uloženka.cz	275
Jak to funguje?	276
Parametry zásilky	276
Vracené balíky	277
Kupní smlouva	277
Zákonné odstoupení do 14 dnů bez udání důvodu	279
Co ještě říká občanský zákoník	282
Zákazník si nevyzvedl balík	283
Pár tipů pro prevenci nevyzvednutých balíků	283
Péče o zákazníky	284
Usilujte o pravidelného zákazníka	284
Podíl stálých zákazníků na obratu e-shopu	285
Aby to nevypadalo tak složité	287
Zasílání zboží na Slovensko	288
Právní aspekty	288
Doručení zásilky a platební metody	290

KAPITOLA 6

Právo a podnikání	291
Účetnictví	291
Daňová evidence	292
Paušální uplatňování výdajů	293
Fyzická osoba jako účetní jednotka	294
Doklady	295
Plátcí a neplátcí DPH	298
Prodej e-shopu	299
Vysoký obrat nemusí znamenat vysoký zisk	299
Hospodářský výsledek v podobě zisku či ztráty	300
Výsledná kupní cena	301
Nezapomínejte si informace ověřovat	302

Písemná podoba smlouvy	302
Marketing e-shopu	302
Padělký	302
Duševní vlastnictví	303
Úřad průmyslového vlastnictví	303
Licenční smlouva	305
Reklamace	306
Odstranitelné a neodstranitelné vady	306
Jaké jsou typy záruky a kdy začíná běžet záruční doba?	307
Reklamace zboží a místo jejího přijetí	308
Délka doby na vyřízení reklamace	309
Průběh vyřizování reklamace	309
Reklamovat lze i zlevněné zboží	310
Záruční list a doklad o prodeji	310
Obchodní podmínky – nákupní řád obchodu	311
Nezapomínejte na 14 denní lhůtu na odstoupení od smlouvy	311
Obsah obchodních podmínek	311
Na závěr 9 rad pro vás	322

PŘÍLOHA

Informační zdroje a zajímavé články	323
Internetové články	323
Slovníček pojmů	326
Rejstřík	329

Naše velké poděkování patří těmto lidem...

Michal Janík, za otázky z oblasti marketingu a reklamy

www.michaljanik.cz

Manon Peterková, za otázky z oblasti účetnictví

www.manonucto.cz

David Kirš, za otázky z oblasti e-mailingu

www.smart-e-mailing.cz

Jiří Koutný, za otázky z oblasti SEO

www.collabim.cz

Marcela Tomaščáková v zastoupení SOS JmK, za otázky z oblasti práva

www.asociace-sos.cz

Tomáš Horký, za otázky z oblasti praktického provozu e-shopu

www.hsport.cz

... za jejich cenné rady a připomínky, které měli v průběhu vzniku této publikace.

Úvodem

Píše se leden roku 2011. Právě jsem dočetl zajímavou knihu o prodeji. V hlavě mi utkvěla její zajímavá myšlenka – Jak „to“ dostat mezi lidi ve známost? Také se vám stalo, že jste se do něčeho pustili, ale záhy jste zjistili, že na to nemáte, protože jste přecenili svoje síly? Nebo protože jste měli nedostatek informací a zkušeností? Občas se to stává. E-shopů je jak hub po dešti, ale málokterý přežije první rok života. Proč? Protože jejich majitelé přecenili na začátku svoje síly. Nechcete-li dopadnout stejně, čtěte dál.

Miroslav Sedlák

Ve škole mě naučili spoustu věcí, mnoho z nich jsem dosud nepoužila. Zatím žádná škola vás dnes nenaučí podnikat, nesdělí vám informace tak, abyste je ihned pochopili a mohli okamžitě využít. Když se pak rozhodnete pro životní krok podnikat prodejem na Internetu, zjistíte, že jste na začátku měli zkreslené představy. Navíc vás to stojí nemalé peníze. Je mým přáním, aby se prostřednictvím této publikace vaše zkreslené představy staly reálnými.

Petra Mikulášková

Komu je kniha určena

- Těm, kdo si chtějí založit vlastní e-shop
- Těm, kdo chtějí znát možnosti propagace e-shopu
- Těm, kdo hledají odpověď na otázku, co obnáší provoz e-shopu
- Těm, kdo nerozumí informacím kolem svého e-shopu

Zpětná vazba od čtenářů

Nakladatelství a vydavatelství Computer Press, které pro vás tuto knihu přeložilo, stojí o zpětnou vazbu a bude na vaše podněty a dotazy reagovat. Můžete se obrátit na následující adresy:

Computer Press
Spielberk Office Centre
Holandská 3
639 00 Brno

nebo

sefredaktor.pc@albatrosmedia.cz

Zakládáme e-shop

V této kapitole se dozvíte:

- Papírování a papírování
- Počáteční kapitál
- Tvorba cen
- Výběr zboží
- Dovoz zboží

Každý dnes používá Internet. Každý dnes na něm nakupuje. Internet je také příležitostí, jak získat peníze. Jednou z možností je provoz e-shopu. Jak je to ale s právní otázkou podnikání? Pokud nemáte patřičné podnikatelské znalosti, je tato kapitola určena právě vám.

Papírování a papírování

Na počátku všeho jsou nápady a pak i úřady. Pokud má být vaše živnost, a tím i provoz e-shopu v souladu s dnešními zákony, budete muset dát o sobě vědět na několika místech. Podnikatelská činnost je náročná na čas a skrývá v sobě nejen spoustu překážek, ale i příležitostí. Buďte na to zavčas připraveni.

Opravdu chcete prodávat na Internetu?

Zcela jistě se každým dnem najde člověk, který se nadchne pro myšlenku prodeje na Internetu. Mnoho z těchto lidí žije touto myšlenkou a nepřemýšlí více nad pozadím celého problému. Pokud i vy patříte mezi ty, kteří chtějí mít vlastní e-shop, prostřednictvím něj prodávat a mít z toho peníze, tak se zamyslete hlouběji nad vším, co to obnáší:

Obecné otázky:

- Má být pro vás e-shop hlavním zdrojem příjmu?
- Máte prostředky pro jeho počáteční rozjezd?
- Kolik času si můžete denně dovolit věnovat obsluze?
- Kdo za vás e-shop bude řídit, když se vám něco stane?

Nabízený sortiment:

- Víte, jaký druh zboží chcete prodávat?
- Hodí se vámi vybrané zboží pro prodej na Internetu?
- Jaké ceny chcete pro toto zboží nasadit?
- Kolik produktů chcete nabízet?

Marketing a vaši zákazníci:

- Komu chcete prodávat?
- V čem budete odlišní od konkurence?
- Jak chcete svůj e-shop propagovat?
- Jak budete motivovat zákazníky k dalším nákupům?

Vaši dodavatelé:

- Kdo bude vaším dodavatelem?
- Jak často vám bude dodavatel expedovat zboží?
- Jak rychle vám dodavatel toto zboží vyexpeduje?
- Jak budete řešit vadné zboží?

Přeprava zboží a reklamace:

- Jaký obalový materiál použijete pro přepravu?
- Kdo bude dodávat zboží vašim zákazníkům?
- Jak budete postupovat při reklamaci zboží?
- Co budete dělat s reklamovaným zbožím?

Technické otázky:

- Chcete e-shop na míru od firmy, nebo použijete jinou variantu?
- Jak se bude váš e-shop jmenovat, jaký bude název domény?

- Co všechno by měl e-shop zvládat?
- Kdo vám pomůže s technickými problémy při provozu?

Na co ještě nesmíte zapomenout:

- Kdo se bude starat o chod e-shopu?
- Kdo vám pomůže s technickými záležitostmi?
- Jak vidíte vývoj vašeho e-shopu do budoucna?
- Jste ochotni připustit, že nějakou dobu budete pracovat zadarmo?

Podnikatelský záměr

Rozhodli jste se podnikat prodejem na e-shopu? První krok, který byste měli učinit při každém začátku podnikání, je sepsání podnikatelského záměru (plánu). V této souvislosti se rozlišuje zkrácený a plný podnikatelský záměr. Zkrácený je součástí plného podnikatelského záměru.

Pro mnoho z vás, kteří začínáte, to bude znít jako práce navíc. Každý úspěšný podnikatel ví, že bez plánování a stanovení si cílů se hůře podniká. A navíc v případě, že oslovíte investora, aby vám poskytl finanční prostředky, bude jeho první věta znít: „Ukažte mi váš podnikatelský plán.“

Kdo po vás může tento dokument chtít?

- Banka, od které si chcete půjčit peníze na financování vašeho podnikání.
- Investor, který vám přislíbil či přislíbí finanční prostředky.
- Stát, pokud jej žádáte o dotace. Zde platí specifické podmínky pro jeho zpracování.

Co do podnikatelského záměru určitě napsat?

- Charakteristika vaší činnosti – právní forma, předmět podnikání
- Osoba podnikatele – údaje o vaší osobě
- Cíle vaší činnosti
- Popis vašich produktů či služeb
- Organizační uspořádání – popis vašeho týmu
- Marketingová otázka
- Rozpočet – finanční plán
- Zdroje financování
- Důvody pro investování do vašeho podnikání
- Přílohy (certifikáty, životopisy, zkrácený podnikatelský záměr apod.)

Ve svém plánu se zaměřte podrobně na řešení problémů při neziskovosti. Tím už hned na začátku pocítíte, jaké to je, když vaše podnikání neplní svůj účel. Současně přemýšlíte, jak se z této nesnáze dostat, čímž pozitivně ovlivníte svoje jednání do budoucna.

Standardní podnikatelské záměry se skládají z těchto částí:

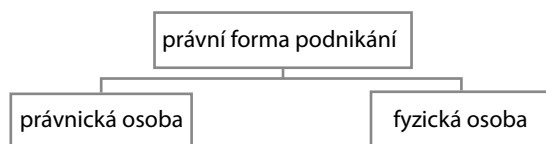
- Elevator Pitch (souhrn, který má zaujmout)
- Executive summary (zkrácená verze plánu)
- Zkrácený podnikatelský plán
- Plný podnikatelský plán
- Produkt/služba
- SWOT analýza
- Prodejní a marketingová strategie
- Hotovostní toky – Cash Flow
- Zakončení
- Přílohy
- Podnikatelský plán v případě žádosti o dotace



Tip: Bližší charakteristiku zpracování vašeho záměru najdete v jakékoliv publikaci, která se zabývá startem či rozvojem podnikání. Čerpat můžete z www.czechinvest.org/data/files/podnikatelsky-plan-48-cz.pdf nebo na www.educanet.cz/showfile.php?item=2493.000000. Dalším vhodným zdrojem jsou články z www.ipodnikatel.cz.

Právní forma podnikání

Ze začátku byste se měli rozhodnout, jakým způsobem budete svoji podnikatelskou činnost evidovat a jakým způsobem budete vystupovat při jednání s úřady i se svým okolím. Z hlediska právní formy podnikání máte dvě možnosti: stát se fyzickou nebo právnickou osobou. Oba termíny se hodně vyskytují v zákonech ČR, které souvisí s podnikáním.



Obrázek 1.1 Právní formy podnikání

Právnická osoba

Právnická osoba je subjekt, který zastupují fyzické osoby. Všechny právnické osoby mají povinnost zápisu do obchodního rejstříku. Právnickou osobou se stanete tehdy, když si založíte obchodní společnost, např.:

- Společnost s ručením omezeným
- Veřejně obchodní společnost

- Komanditní společnost
- Akciovou společností

Všechny tyto právnické subjekty se stávají účetní jednotkou, což znamená, že musí vést povinně účetnictví. Dnes se účetnictví vede často pomocí softwaru (např. Pohoda, Money S3 a další). O způsobu založení těchto právnických subjektů zde nebudeme blíže pojednávat, protože to je poměrně rozsáhlá problematika nad rámec této publikace.



Poznámka: Hodně se při podnikání využívá společnost s ručením omezeným. Důvodem je způsob ručení v případě vzniku škod a úpadku. Fyzická osoba ručí celým svým majetkem, kdežto u právnické osoby ručí společnost jako taková celým svým majetkem. Více se o způsobu ručení můžete dočíst na www.business.center.cz/business/pravo/formypodn/sro/ruceni-za-zavazky-sro.aspx.

Fyzická osoba

Pokud nepracujete jako zaměstnanec či nemůžete zahrnout svůj obchodní záměr do provozu již vzniklé obchodní společnosti či živnosti, je na místě, abyste provedli ohlášení živnosti. Toto ohlášení živnosti provádí i právnické osoby. Jako fyzická osoba se tak stáváte OSVČ a spadáte do kategorie osob, jejichž příjmy jsou dle zákona o dani z příjmu příjmem z podnikání a jiné samostatné výdělečné činnosti.



Poznámka: Vedle příjmů z podnikání a jiné samostatné výdělečné činnosti jsou předmětem daně z příjmu fyzických osob i příjmy ze závislé činnosti a funkční požitky, příjmy z kapitálového majetku, příjmy z pronájmu a ostatní příjmy dle §3, odstavce 1, písmena a – e zákona o daních z příjmů.

Váš zisk z prodeje na e-shopu je předmětem daně z příjmu. Blíže k daním a způsobům zdanění zisku je pojednáno v kapitole o Právu a podnikání.



Upozornění: Živností se rozumí podnikatelská činnost, jejímž cílem je dosažení zisku. Tuto činnost provozujete samostatně, na vlastní jméno i odpovědnost. Zákon, který tuto problematiku upravuje, je zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.

Všechny fyzické osoby, které provozují živnost, se zapisují do živnostenského rejstříku. Tento zápis nahradil dřívější vydávání živnostenského listu. Údaje z tohoto rejstříku jsou dostupné i na Internetu. Jako právnická osoba musíte nejdříve provést zápis do živnostenského rejstříku (podléhá-li obor vašeho podnikání tomuto zápisu) a teprve potom můžete založit obchodní společnost (např. společnost s ručením omezeným).