

# JAK NA INTERNET

## Jak začít prodávat na Internetu

Pokud přemýšlíte o založení e-shopu, základem Vašeho úspěchu může být už první krok – tedy vhodná volba sortimentu zboží, které chcete nabízet. Právě tento výběr totiž může být tím, co rozhodne o zdaru vašeho podnikatelského záměru. V některých oblastech nabídky zboží je totiž poněkud přeplněno a konkurence může být pro příliš velká.

### I podnikání na Internetu má svá pravidla

V případě, že padlo rozhodnutí o zaměření vašeho e-shopu, můžete se pustit do dalšího kroku – podnikatelsky ne tak zajímavé, avšak nezbytné administrativy. Pro provozování e-shopu je nutné splnit určité podmínky. Je třeba si zajistit příslušné živnostenské oprávnění (pro většinu zboží se jedná o volnou živnost, kde je třeba pro získání oprávnění splnit tzv. všeobecné podmínky provozování živnosti), a pokud jste dosud nepodnikali, tak se ještě, registrovat na finančním úřadě, správě sociálního zabezpečení a zdravotní pojišťovně.

Jako podnikatel, který komunikuje se svými zákazníky zejména elektronicky, budete mít k dispozici řadu jejich osobních údajů – jmény a poštovními adresami počínaje, přes telefonní čísla až po e-mailové adresy. Tato data budete jistě různě zpracovávat, protože je nejen třeba objednávku vyřídit, ale i vystavit daňový doklad k uskutečněnému nákupu, případně poslat dřívějším zákazníkům zprávu, co máte nového v nabídce a podobně. Stanete se tedy správcem osobních údajů a proto se, a to ještě před zahájením vlastní činnosti, registrujte u *Úřadu pro ochranu osobních údajů*. Byť se může na první pohled zdát tato registrace jako formalita, měli byste dbát o řádnou ochranu údajů, které vám vaši zákazníci poskytlí, před zneužitím.

### Jak začít obchodovat na Internetu

#### Mám jméno ...

Pokud již máte rozmyšleno „co“ a víte „komu“ chcete prodávat, nastupuje otázka „kde“. Je tedy čas začít zařizovat e-shop. Začněte vlastním jménem, adresou – základním kritériem pro výběr vlastní domény (doménové jméno = doména) by mohlo být trefné, dobře zapamatovatelné a unikátní jméno. S výběrem správné domény vám může pomoci například stránka *dobradomena.cz*.

S vlastní doménou získáte i určité výhody, například: profesionální image a důvěryhodnost, lepší vyhledatelnost ve vyhledávacích nebo vlastní e-mail. Myslete také na koncovku domény, Češi jsou v tomto ohledu poměrně konzervativní a preferují webové stránky s lokální koncovkou *.cz*.

#### Mám místo ...

Pokračovat byste měli volbou technického řešení, na kterém by měl obchod fungovat. V dnešní době existují 3 možnosti a vybrat si tu ideální nemusí být vždy jednoduché.

#### 1) Open Source

Neboli volně šiřitelné řešení, které vám může zdarma poskytnout vlastní kontrolu nad e-shopem. Výhodou tohoto řešení může být poměrně snadná instalace a také rychlost, s jakou můžete začít prodávat. Ale v případě, že nejste znalí programování, kódování a ostatních potřebných technických



# JAK NA INTERNET

dovedností, mohou i u tohoto původně levného řešení naskočit dodatečné finanční náklady do vyšších rozměrů (například za technickou podporu, grafika, atd.).

Příklady open source řešení: *Joomla, Drupal, Magento* atd.

## 2) Pronájem/zakoupení komerčního řešení

Pronájem hotového řešení nemusí pokrýt všechny vaše potřeby a možnosti individuálních úprav jsou menší, ale pro provoz e-shopu jsou dostačující. Volba vhodného dodavatele u komerčního řešení může být složitější, protože na trhu existuje několik desítek různých firem, různých kvalit. Většina firem nabízejících pronájem má vlastní technickou podporu, grafiky i programátory, kteří vám v případě potřeby mohou pomoci.

## 3) Řešení na míru

E-shop na míru se zdá být vhodný hlavně pro velké obchody. Systém umí přesně to, co potřebujete, zároveň však neobsahuje nepotřebné funkce. Za vysokou pořizovací cenu tohoto řešení, můžete mít e-shop podle vašich představ, se všemi vysněnými funkcemi, odlišení od konkurence i profesionální podporu.

Výběr technického řešení může mít více parametrů, ale nejčastějším kritériem je cena. Dále jsou to požadavky na základní funkce e-shopu.

## Spuštění obchodu je teprve začátek

Po vyřešení i technické stránky e-shopu, je váš e-shop připraven na první zákazníky, ti ovšem nepřijdou sami. Aby byl váš e-shop vidět, je dobré ho zaregistrovat do srovnávačů zboží. Registrace na těchto místech je vhodná jak pro zviditelnění samotného e-shopu, tak pro získání nových zákazníků; vyskytují se zde totiž potenciální zákazníci s vysokou motivací ke koupi. Portály *heureka.cz* a *zbozi.cz* jsou srovnávače zboží, které v současné době v České republice dominují, existují ale i další například *hledej ceny.cz*, *hyperzbozi.cz* a *srovnavame.cz*.

Po registraci e-shopu na srovnávacích serverech je vhodné uvažovat o placené reklamě – PPC (Pay Per Clic), kdy inzerent platí až za reálnou akci uživatele; tedy návštěvu webu. Možností je samozřejmě i bezplatná reklama právě třeba na srovnávacích, ale ta má většinou menší úspěšnost než reklama placená.

Návštěvnosti můžete pomoci i optimalizací pro vyhledávače, více známé pod názvem SEO (Search Engine Optimization). Kdy pomocí správné kombinace poměrně komplikovaných aktivit lze dosáhnout lepšího umístění odkazů na váš web ve vyhledávacích, čímž můžete získat četnější návštěvnost a zároveň cílené potenciální zákazníky.

Další metodou, jak být vidět, jsou sociální sítě. Sociální sítě nejsou místem jen pro osobní záležitosti, ale naopak se staly i pro firmy velmi zajímavým prostorem. Obsah, který zde chcete komunikovat, si napřed dobře rozmyslete. Sociální sítě nejsou vhodné pro přímou reklamu, ale jsou to místa, kam chodí lidé převážně za zábavou, a proto je vhodné obsah sdílet přátelskou a zábavnou formou. Vybízet k diskuzím, zapojit fanoušky do soutěží, vkládat kreativní příspěvky. Správnou komunikací na těchto sítích můžete získat věrné fanoušky, kteří váš e-shop mohou doporučovat dál. Nezapomeňte i na svých webových stránkách vložit odkaz na sociální sítě, kde vás mohou zákazníci nalézt, například *Facebook, Twitter, Google+, Instagram, Pinterest*, či *YouTube*.

