

Založení internetového obchodu na vybraný produkt se zaměřením na dropshipping

Bc. Tomáš Rak

Diplomová práce
2023



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav managementu a marketingu

Akademický rok: 2022/2023

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **BcA. Bc. Tomáš Rak**
Osobní číslo: **M200189**
Studijní program: **N0413A050031 Management a marketing**
Specializace: **Design management**
Forma studia: **Kombinovaná**
Téma práce: **Založení internetového obchodu na vybraný produkt se zaměřením na dropshipping**

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte literární rešerši pro oblast zakládání internetového obchodu se zaměřením na dropshipping.

II. Praktická část

- Popište a analyzujte současný stav prostředí internetových obchodů zaměřených na vybraný produkt.
- Vytvořte projekt založení internetového obchodu na vybraný produkt se zaměřením na dropshipping.
- Projekt podrobte nákladové a rizikové analýze.

Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70 stran**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- BUREŠOVÁ, Jitka. *Online marketing: Od webových stránek k sociálním sítím*. 1. vyd. Praha: Grada, 2022, 288 s. ISBN 978-80-271-4927-8.
- ČAJKOVÁ, Hanka, Štefan POLGÁRI a kol. *55 tipů a návodů pro úspěšný e-shop*. 1. vyd. Praha: Affiliate síť Dognet, 2022, 590 s. ISBN 9788089969227.
- FEINLEIB, David. *Bricks to clicks: why some brands will thrive in e-commerce and others won't*. 1. vyd. New York: Apress, 2017, 170 s. ISBN 9781484228050.
- MIKULÁŠKOVÁ, Petra a Mirek SEDLÁK. *Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2015, 408 s. ISBN 978-80-251-4383-4.
- TURBAN, Efraim, Judy WHITESIDE a kol. *Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce*. 4. vyd. Cham: Springer International Publishing, 2017, 435 s. ISBN 9783319500911.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D.**
Ústav managementu a marketingu

Datum zadání diplomové práce: **10. února 2023**
Termín odevzdání diplomové práce: **21. dubna 2023**

L.S.

prof. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D.
garant studijního programu

Ve Zlíně dne 10. února 2023

**PROHLÁŠENÍ AUTORA
BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE**

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen v elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen přípouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

Jméno a příjmení: Bc. Tomáš Rak

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

V této diplomové práci je popsán projekt založení internetového obchodu se zaměřením na chovatelské potřeby pomocí metody dropshippingu. Práce obsahuje teoretickou část, která definuje pojmy "internetový obchod" a "dropshipping" a je zde popsán model dropshippingu a podklady pro stavbu vlastního elektronického obchodu, praktickou část, která vychází z poznatků teoretické části a věnuje se analýze trhu a stavbě elektronického obchodu včetně výběru dodavatele a platformy pro e-shop a implementaci SEO, a závěrečnou část, kde je provedena nákladová a riziková analýza projektu.

Klíčová slova: internetový obchod, dropshipping, chovatelské potřeby, SEO, marketing

ABSTRACT

This thesis describes the project of setting up an online shop focusing on pet supplies using the dropshipping method. The thesis includes a theoretical part that defines the terms "online store" and "dropshipping" and describes the dropshipping model and the basis for building the actual e-store, a practical part that builds on the findings of the theoretical part and focuses on market analysis and e-store construction, including the selection of a supplier and platform for the e-store and the implementation of SEO, and a final part where a cost and risk analysis of the project is performed.

Keywords: online store, dropshipping, pet supplies, SEO, marketing

Chtěl bych tímto poděkovat vedoucími mé práce doc. Ing. Michalovi Pilíkovi, Ph.D., za čas, rady a cenné připomínky při zpracování této diplomové práce.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	11
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	12
I TEORETICKÁ ČÁST	13
1 DEFINICE POJMŮ	14
1.1 INTERNETOVÝ OBCHOD	14
1.2 DROPSHIPPING.....	15
2 DETAILNÍ POPIS FUNGOVÁNÍ DROPSHIPPINGU	18
2.1 JAK FUNGUJE DROPSHIPPING (PROCES OBJEDNÁVÁNÍ, BALENÍ A DORUČOVÁNÍ ZBOŽÍ)	18
2.2 SROVNÁNÍ DROPSHIPPINGU S TRADIČNÍM SKLADOVÝM MODELEM	19
2.3 ZHODNOCENÍ PŘÍNOSU A VÝZNAMU DROPSHIPPINGU PRO ZALOŽENÍ INTERNETOVÉHO OBCHODU:.....	20
3 PŘEHLED DOSTUPNÝCH PLATFORM PRO INTERNETOVÉ OBCHODY	21
3.1 POPIS KRITÉRIÍ VÝBĚRU VHODNÉ PLATFORMY PRO INTERNETOVÝ OBCHOD	21
3.2 OPEN SOURCE	22
3.2.1 Definice pojmu "Open Source"	22
3.2.2 Výhody Open Source	22
3.2.3 Přehled nejpopulárnějších open source platform pro internetové obchody	23
3.2.4 Popis klíčových funkcí a vlastností jednotlivých platform	23
3.3 SAAS PLATFORMY	24
3.3.1 Definice pojmu "SaaS platforma"	24
3.3.2 Výhody SaaS	25
3.3.3 Přehled nejpopulárnějších SaaS platform pro internetové obchody.....	26
3.3.4 SaaS platformy na Českém trhu	26
3.3.5 Popis klíčových funkcí a vlastností jednotlivých platform	26
3.4 VÝVOJ VLASTNÍ PLATFORMY.....	27
3.4.1 Definice pojmu "vlastní vývoj platformy"	27
3.4.2 Popis klíčových výhod a nevýhod vlastního vývoje platformy pro internetový obchod.....	28
3.4.3 Shrnutí potřebných znalostí a zdrojů pro vlastní vývoj platformy.....	29
3.5 VÝBĚR VHODNÉ PLATFORMY PRO INTERNETOVÝ OBCHOD	30
3.5.1 Srovnání a zhodnocení open-source a SaaS platform vzhledem k specifickým požadavkům a náročnosti.	30
3.5.2 Vyhodnocení výhodnosti vlastního vývoje platformy pro tento typ obchodu.	30
4 MARKETING PRO INTERNETOVÉ OBCHODY	32
4.1 DEFINICE MARKETINGU	32

4.2	VYSVĚTLENÍ DŮLEŽITOSTI MARKETINGU PRO INTERNETOVÉ OBCHODY	32
4.3	KLÍČOVÉ FAKTORY PRO ÚSPĚŠNÝ MARKETING V INTERNETOVÉM OBCHODĚ	32
4.4	SEO JAKO SOUČÁST MARKETINGOVÉ STRATEGIE PRO INTERNETOVÝ OBCHOD.....	33
4.4.1	Definice pojmu "SEO" a jeho význam pro internetové obchody.....	34
4.4.2	Vysvětlení důležitosti části "SEO a jeho vliv na úspěšnost internetového obchodu	34
4.4.3	Význam klíčových faktorů pro SEO v internetovém obchodě (např. klíčová slova, obsah, technická optimalizace stránek, zpětné odkazy).....	35
4.4.4	Nástroje pro měření úspěšnosti SEO v internetovém obchodě	36
II	PRAKTICKÁ ČÁST	38
5	ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU PROSTŘEDÍ INTERNETOVÝCH OBCHODŮ ZAMĚŘENÝCH NA CHOVATELSKÉ POTŘEBY	39
5.1	SLEPT ANALÝZA	39
5.1.1	Sociální faktory	39
5.1.2	Legislativní faktory	41
5.1.3	Ekonomické faktory	43
5.1.4	Politické faktory	43
5.1.5	Technologické faktory	44
5.2	SWOT ANALÝZA	44
5.2.1	Silné stránky	45
5.2.2	Slabé stránky	45
5.2.3	Příležitosti	46
5.2.4	Hrozby	46
5.3	TREND NAKUPOVÁNÍ NA INTERNETU	47
5.3.1	Nakupování na internetu a COVID 19.....	48
5.4	ANALÝZA TRHU S PRODUKTY PRO ZVÍŘATA V ČESKÉ REPUBLICĚ.....	49
5.4.1	Popis trhu s produkty pro zvířata v České republice.....	49
5.4.2	Trendy na trhu v České republice	50
5.4.3	Velikost trhu v České republice	51
5.5	ANALÝZA KONKURENCE V ČESKÉ REPUBLICĚ	51
5.5.1	Seznam a charakteristika internetových obchodů zaměřených na chovatelské potřeby v České republice	52
5.5.2	Zoohit.cz.....	53
5.5.3	Superzoo.cz	54
5.5.4	Spokojenypes.cz.....	55
5.5.5	Bitiba.cz	56
5.5.6	Vaschovatel.cz	57
5.5.7	Srovnání využívaných platform	58
5.5.8	Srovnání obchodů využívajících Dropshipping v České republice	59
6	VYTVOŘENÍ PROJEKTU ZALOŽENÍ INTERNETOVÉHO OBCHODU SE ZAMĚŘENÍM NA DROPSHIPPING	60
6.1	VOLBA NÁZVU A DOMÉNY	60

6.2	DESIGN INTERNETOVÉHO OBCHODU	61
6.3	VÝBĚR VHODNÉHO DROPSHIPPINGOVÉHO PARTNERA A PLATFORMY	64
6.3.1	Výběr dropshippingového partnera	64
6.3.2	Výběr platformy pro stavbu e-shopu	65
6.4	STAVBA E-SHOPU WOLFPET.CZ	67
6.4.1	Výběr vhodné šablony	68
6.4.2	Dosazení grafiky a bannerů	69
6.4.3	Založení účtu u dropshipping.cz	70
6.4.4	Vytvoření napojení a výběr vhodných dodavatelů	70
6.4.5	Vytvoření produktových kategorií a nahrání produktů z dropshipping.cz	71
6.4.6	Testování a ladění e-shopu	72
6.4.7	Vytvoření obchodních podmínek	72
6.5	VYTVOŘENÍ FIREMNÍ EMAILOVÉ ADRESY	73
6.6	NAPOJENÍ E-SHOPU NA DOMÉNU A JEHO SPUŠTĚNÍ	73
6.7	INTEGRACE SOCIÁLNÍCH SÍTÍ	73
7	IMPLEMENTACE SEO DO PROJEKTU	75
7.1	SEO ANALÝZA	75
7.2	PRÁCE COPYWRITERA	75
7.3	IMPLEMENTACE TEXTŮ DO WEBU	76
7.3.1	Popisy kategorií	77
7.3.2	Texty webu	77
7.3.3	Články do „Blogu pro majitele zvířat“	77
7.3.4	Meta titulky a meta popisky	78
7.4	NAPOJENÍ NA MĚŘÍCÍ NÁSTROJE	78
7.4.1	Google Analytics	78
7.4.2	Google Search Console	79
8	NÁKLADOVÁ A RIZIKOVÁ ANALÝZA	80
8.1	NÁKLADOVÁ ANALÝZA	80
8.1.1	Odhad vývoje e-shopu Wolfpet.cz	81
8.2	RIZIKOVÁ ANALÝZA	82
8.2.1	Opatření pro minimalizaci rizik	82
	ZÁVĚR	84
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	86
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	91
	SEZNAM OBRÁZKŮ	92
	SEZNAM TABULEK	93
	SEZNAM GRAFŮ	94
	SEZNAM PŘÍLOH	95

ÚVOD

Tato práce se zabývá vytvořením internetového obchodu se zaměřením na chovatelské potřeby s využitím dropshippingu. Dropshipping je moderní způsob obchodování, kdy se obchodník nezabývá skladováním a přepravou zboží, ale spolupracuje s dodavateli, kteří za něj zajišťují tyto činnosti.

Obsahem této práce je detailní popis fungování internetového obchodu a dropshippingu a jeho srovnání s tradičním skladovým modelem. Dále srovnání dostupných platform pro internetové obchody a porovnání výhodnosti různých řešení vzhledem k specifickým požadavkům a náročnosti. Součástí je také definování pojmu marketing, jeho důležitosti pro internetové obchody a definice SEO (optimalizace pro vyhledávače), vysvětlení jeho důležitosti a vhodnosti využít pro dlouhodobý růst elektronického obchodu.

Elektronický obchod s chovatelskými potřebami je oblast, která nabízí velký potenciál pro rozvoj a využití dropshippingu může být jedním ze způsobů, jak využít výhod rychle rostoucího trhu a pomoci snížit náklady na skladování a logistiku. Se zaměřením propagace projektu na SEO je celkovým záměrem minimalizovat náklady a tím podpořit potenciál projektu na úspěch a jeho dlouhodobou udržitelnost.

V praktické části bude popsána analýza současného stavu prostředí internetových obchodů zaměřených na produkty pro zvířata a konkurence v České republice. Bude popsán pohled na Český trh s elektronickým obchodováním, chovatelskými potřebami a na to, jakým směrem by se mohl ubírat a zda poskytuje vhodné prostředí pro založení obchodu v tomto segmentu. Dále bude prezentován projekt vytvoření internetového obchodu s využitím dropshippingu a aspekty, které zahrnuje včetně výběru vhodné platformy, výběru dropshippingového partnera a dodvatelů zboží a zařazení nezbytných náležitostí jak po technické tak po právní stránce, které se s provozováním elektronického obchodu v České republice pojí. Nakonec bude implementováno SEO (optimalizace pro vyhledávače) do projektu, jakožto prostředek k dlouhodobému růstu bez nutnosti vynakládání vysokých dílčích nákladů na marketing a bude provedena nákladová a riziková analýza. Ty budou následně doplněné o odhad budoucího vývoje internetového obchodu a návrh opatření pro eliminaci možných rizik, kterým by mohl projekt čelit.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Cílem této diplomové práce je vytvoření internetového obchodu se zaměřením na chovatelské potřeby pomocí metody dropshippingu. V teoretické části práce jsou definovány pojmy "internetový obchod" a "dropshipping" a je popsán detailní proces fungování dropshippingu včetně srovnání s tradičním skladovým modelem. Práce se také věnuje přehledu dostupných platforem pro internetové obchody, jejich popisu a zhodnocení výhodnosti použití pro tento typ obchodu.

V praktické části práce je provedena analýza současného stavu prostředí internetových obchodů zaměřených na produkty pro zvířata, včetně SWOT analýzy, SLEPT analýzy, analýzy trhu a konkurence. Dále je v této části popsán projekt založení internetového obchodu se zaměřením na dropshipping, včetně volby názvu a domény, designu e-shopu, výběru vhodného dropshippingového partnera a platformy, stavby e-shopu a jeho napojení na doménu a sociální síť. Práce se také zabývá implementací SEO do projektu, včetně SEO analýzy, práce copywritera, implementace textů na web a napojení na měřicí nástroje pro sledování efektivnosti projektu.

V závěru práce je provedena nákladová a riziková analýza projektu založení internetového obchodu, včetně odhadu vývoje e-shopu a opatření pro minimalizaci rizik.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 DEFINICE POJMŮ

V této kapitole se budeme zabývat základními pojmy, které jsou klíčové pro pochopení tématu této diplomové práce. Konkrétně se budeme věnovat definicím internetového obchodu a dropshippingu. V dnešní době je totiž internetový obchod stále více oblíbenou formou nakupování, a to nejen pro spotřební zboží. Dropshipping pak představuje jednu z možností, jak tento obchodní model provozovat bez nutnosti skladování zboží. Cílem této kapitoly je tedy objasnit tyto pojmy a přispět tak k lepšímu pochopení následujících kapitol této práce.

1.1 Internetový obchod

Elektronický obchod obecně zahrnuje podnikání prostřednictvím elektronických prostředků, a to nejen obchodování se zbožím a službami, ale také všechny související kroky od reklamy přes uzavření smlouvy a její plnění až po poskytování poprodejní podpory a služeb. Právní podstata elektronického obchodu spočívá v právních jednáních, která směřují k uzavírání smluv, realizovaných pomocí počítačových sítí (Businessinfo, 2018).

Elektronický obchod se dnes stal jedním z nejvýznamnějších a nejrychleji rostoucích segmentů světového obchodu. V podstatě se jedná o obchodování s výrobky nebo službami prostřednictvím elektronických prostředků, které zahrnují různé způsoby elektronického zpracování a přenosu dat. Význam elektronického obchodu dále roste s rozvojem nových technologií a rostoucím počtem internetových uživatelů. Mezi klíčové faktory úspěchu elektronického obchodu patří dobrá strategie marketingu, kvalitní design webových stránek, rychlost a spolehlivost dodání zboží nebo služby, efektivní platební systém a služby zákaznické podpory. Elektronický obchod nabízí nejen možnost obchodovat s produkty a službami, ale také umožňuje rychlý a efektivní kontakt s potenciálními zákazníky, což vede ke zvýšení konkurenceschopnosti podniků a celkově k rozvoji ekonomiky (Doporučení Rady o ochraně spotřebitele v^o oblasti elektronického obchodu, 2017).

Nicméně výhody internetového obchodu jsou vždy spojeny s určitými riziky a nevýhodami. Jednou z nejvýraznějších nevýhod je nemožnost fyzicky vidět a ohmatat zboží před jeho koupí. Kromě toho se může stát, že zákazník nakoupí zboží, které se mu nakonec nelíbí nebo se ukáže, že neodpovídá jeho potřebám. Tato situace může vést ke ztrátě zákazníka a neuspokojené potřebě (Kaplan, 2016).

Elektronický obchod zahrnuje jakékoli obchodní transakce, které provádějí osoby fyzické i právnické, přičemž tyto transakce jsou založeny na elektronickém zpracování a přenosu dat. Obvykle se jedná o prodej výrobků a služeb, ale také o nakupování, výměnu, distribuci nebo poskytování informací o výrobcích a službách přes internet nebo jinou elektronickou síť (Doporučení Rady o ochraně spotřebitele v° oblasti elektronického obchodu, 2027).

1.2 Dropshipping

Dropshipping je proces prodeje produktů zákazníkům pomocí třetí strany, která má skladové zásoby a provádí přepravu objednávek. Majitelé dropshippingového podniku se zaměřují na tvorbu značky, marketing a správu zákazníků, zatímco logistiku pro ně zajišťuje třetí strana (Shopify, 2023a).

Dropshipping je obchodní model v rámci elektronického obchodování, kdy prodejce prodává zboží, které nemá ve svém skladě. Když zákazník provede objednávku v internetovém obchodě, prodejce zboží objedná u výrobce nebo velkoobchodníka, kteří ho přímo dodají zákazníkovi. Dropshipper tedy nemá fyzický kontakt se zbožím a neudrhuje sklad. Je to vlastně logistická služba poskytovaná výrobcem nebo velkoobchodníkem. Zákazník tedy má pocit, že zboží bylo odesláno přímo od prodejce, i když ve skutečnosti pochází od jiného dodavatele. V případě reklamace se zboží vrací přímo k dodavateli. Výhodou tohoto modelu je především jeho nízké náklady pro podnikatele začínající v oblasti elektronického obchodování. Komunikace a důvěra s dodavateli je zásadní, protože dodavatel odpovídá za kvalitu zboží, dopravu a další faktory. Existují již automatizovaná řešení pro výměnu dat mezi prodejcem a dodavatelem, ale důvěryhodná logistika a spolehlivost jsou stále klíčové faktory pro úspěšné fungování tohoto modelu obchodu (BITO, 2023).

Dropshipping je potenciálně ziskový obchodní model. Za prvé, internetové nakupování stále roste. Dále pro obchodníky není nutné investovat peníze do skladových zásob předem, což jim umožňuje mít více kapitálu připraveného pro jiné účely (Shopify, 2023a).

Podle webového portálu MladýPodnikatel.cz (2022) má dropshippingový model své výhody a nevýhody:

Výhody:

- Není nutné vlastnit vlastní sklad a nakupovat zboží předem, jelikož to má na starosti dodavatel, který zasílá zboží přímo zákazníkovi.

- Tento model umožňuje platit pouze za objednané zboží, což znamená, že platíte jen za to, co přinese zisk.
- Faktura v objednávce je na jméno vašeho obchodu.
- Tento model šetří čas, protože není třeba balit a odesílat zboží.
- Nakonec, výsledkem je plnohodnotný internetový obchod, s výjimkou skladování zboží, které je zdarma u dodavatele.

Nevýhody:

- Zákaznické reklamace musíte řešit s dodavatelem.
- Riziko spočívá v tom, že pokud zákazník zruší objednávku nebo zboží vrátí, tak vám již zboží patří, jelikož jste ho zakoupili. Náklady na nákup nebudou vráceny.
- Nemůžete zkontrolovat kvalitu produktu, jelikož jej není nutné předem skladovat. Je nutné spoléhat na důvěryhodnost dodavatele a jeho schopnost dodržovat podmínky.
- Poštovné, balné a další poplatky jsou také vaší povinností.

Dropshipping nabízí významnou výhodu v podobě nízkého kapitálu, protože není potřeba pronajímat prostory ani najímat zaměstnance a nevyžaduje zásoby ani předplatné platby pro nákup produktů. Výdaje spojené s dropshippingem se obvykle omezují na hostování webových stránek, domény, programování a aplikace a náklady na vlastní práci, jako je design, logo a SEO. Dropshipping také umožňuje velký sortiment produktů od různých výrobců a prodejců, snadné testování trhu prostřednictvím reklamy na sociálních médiích a relativně rychlý růst v malém časovém období. Přesto jsou zde i některá rizika spojená s dropshippingem, jako jsou problémy s kvalitou zboží, prodlevy při dodání, nedodání zboží, neúspěšné reklamace a ochrana osobních údajů a bezpečnost plateb (BITO, 2023).

Dropshipping má několik nevýhod, přestože má také výhodu nízkých nákladů na kapitál. Prodejci Dropshippingu nemají kontrolu nad přepravou a nemohou kontrolovat kvalitu zboží, protože zboží prochází různými subjekty a může být ztraceno nebo poškozeno. Extrémně dlouhé dodací lhůty z Asie také způsobují problémy. Konkurence je také velmi vysoká, protože mnoho prodejců prodává stejný produkt. Aby byl online obchod ziskový, musí být extrémně optimalizován a investováno do brandingových aktivit. Náklady na dopravu také mohou být vysoké a mohou vést ke ztrátě zákazníků. Návratová politika je také

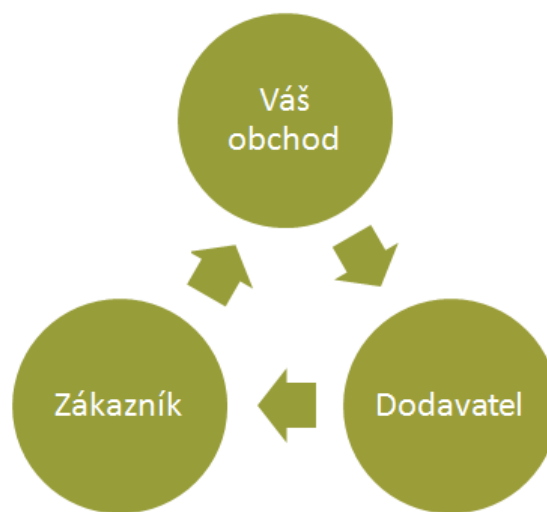
logistickou výzvou. Vrácené výrobky musí být přijaty a vráceny výrobcí nebo velkoobchodníkovi za účelem vrácení peněz (BITO, 2023).

Mnoho velkých internetových prodejců, jako Amazon a Zappos, začalo svůj podnikání s dropshippingem. Úspěšní dropshippeři jako Wayfair a Blinds.com dokazují, že tento model stále funguje a poskytuje výhody jako možnost soustředit se na marketing a prodej, automatizaci získávání produktů přímo od výrobců bez nutnosti nákladného skladování a rychlé testování produktů na trhu. Nicméně tento obchodní model má své výzvy, zejména ohledně kvality produktů a důvěryhodnosti dodavatelů. Pokud však podnikatel dokáže tyto výzvy překonat, dropshipping může být rychlým a efektivním způsobem vstupu do elektronického obchodu a v nadcházejících letech se pravděpodobně bude výrazně rozvíjet. Automatická řešení a nástroje v tomto oboru mohou usnadnit celý proces, včetně hledání a testování produktů (BITTO, 2023).

2 DETAILNÍ POPIS FUNGOVÁNÍ DROPSHIPPINGU

Dropshipping je metoda dodávání zboží, která umožňuje provozovatelům e-shopů distribuovat produkty bez nutnosti mít vlastní skladové prostory. Místo toho dodavatelé přímo odesílají produkty zákazníkům e-shopů (Shoptet, 2023c).

2.1 Jak funguje dropshipping (proces objednávání, balení a doručování zboží)



Obrázek 1 Dropshippingový model
(MladýPodnikatel.cz, 2022)

Obrázek 2 Logo Wolfpet.cz
Obrázek 3
Dropshippingový model (MladýPodnikatel.cz, 2022)

Dropshipping má výhodu v tom, že zákazníci objednávají zboží přímo u vás na internetovém obchodě. Po obdržení objednávky ji přepošlete do „hlavního“ e-shopu, kde koupíte zboží od dodavatele za sjednanou sumu. Dodavatel následně kompletně vyřídí objednávku a pošle zboží zákazníkovi s fakturou na vaše jméno. Výhoda tohoto způsobu spočívá v tom, že na faktuře je vaše obchodní jméno, což vám umožní prodávat zboží jako své. Zákazník zaplatí za zboží přímo vám a rozdíl mezi prodejní a nákupní cenou je vaše provize (MladýPodnikatel, 2022).

V obchodním modelu dropshippingu spolupracuje provozovatel internetového obchodu s velkoobchodem nebo výrobcem. Velkoobchod poskytuje provozovateli XML feed, ze

kterého si vybírá zboží, které importuje do svého e-shopu a stanoví pro něj maloobchodní cenu. Když zákazník nakoupí zboží v e-shopu, obchodník zaplatí velkoobchodu za zboží a ten jej poté odešle přímo zákazníkovi s údaji o nákupu u e-shopu. Obchodník má na starosti fakturaci i reklamace, zatímco marže je tvořena rozdílem mezi velkoobchodní a maloobchodní cenou. Dropshipping je vhodný pro menší a začínající internetové obchody, kteří nemají dostatek skladových prostor nebo pracovní síly pro odesílání objednávek. Provozovatel internetového obchodu tak může věnovat svůj čas propagaci e-shopu, získávání nových zákazníků a zvyšování obrátu. Dropshipping se nesmí zaměňovat s přeposíláním, kdy obchodník obdrží pouze předem stanovenou provizi za prodané zboží (Shoptet, 2023c).

2.2 Srovnání dropshippingu s tradičním skladovým modelem

Dropshipping je skvělý pro podnikatele, protože narozdíl od tradičního skladovacího modelu provozování obchodu nevyžaduje tolik provozního. Nemusíte otevírat kamenný obchod, najímat zaměstnance, platit náklady na provoz, nebo skladovat produkty. Místo toho otevřete internetový obchod a nakupujete velkoobchodně od dodavatelů, kteří již mají produkty a skladové prostory (Oberlo, 2022).

Dropshipping je obchodní model, při kterém prodejce nepotřebuje mít na skladě uložené zboží, ale spolupracuje s dodavatelem, který je za něj skladuje a případně i expeduje přímo zákazníkovi. Na rozdíl od tradičního skladového modelu, dropshipping umožňuje podnikatelům snížit náklady a zvýšit flexibilitu. Ve srovnání s tradičním modelem, dropshipping nevyžaduje velké počáteční investice do nákupu zboží a náklady na skladování. Kromě toho, dropshipping umožňuje podnikatelům snadno nabízet širokou škálu produktů bez nutnosti mít na skladě velké množství zboží. Nicméně, dropshipping může mít i některé nevýhody. Vzhledem k tomu, že prodejce nemá přímou kontrolu nad skladováním a expedicí zboží, může se stát, že zákazník dostane vadné nebo poškozené zboží. Dropshipping také může být náročný na řízení, zejména pokud se podnikatel rozhodne spolupracovat s více dodavateli. Celkově lze říci, že dropshipping nabízí řadu výhod pro podnikání na internetu, ale vyžaduje také pečlivé plánování a řízení (Oberlo, 2022).

2.3 Zhodnocení přínosu a významu dropshippingu pro založení internetového obchodu:

Podle webového portálu Adobe (2020) tento přístup nabízí e-commerce obchodníkům několik výhod:

Nižší počáteční náklady

Podniky, které přijímají strategii dropshippingu, nemusí investovat kapitál do nákupu zásob nebo zřízení místa pro jejich skladování. Nemusí také trávit čas organizací svých zásob nebo najímáním zaměstnanců pro plnění objednávek. To znamená, že tato praxe má velmi nízkou vstupní bariéru. Dropshippingový obchod lze zahájit, i když nemáte dostatečné finanční prostředky na provoz tradičního maloobchodu.

Škálovatelnost

Prodejce dropshippingu může rychle škálovat, protože plnění objednávek není závislé na velikosti fyzického místa nebo počtu pracovníků potřebných k odeslání objednávky. Z tohoto důvodu může výrazně prospět prodejcům, kteří se potýkají s fluktuacemi prodeje způsobenými sezónními faktory nebo jinými důvody.

Nižší správa skladu

Eliminací potřeby udržovat fyzické zásoby snižuje dropshipping správu nákladů, kterým čelí prodejci. Nemusí trávit čas sledováním zásob, správou infrastruktury, která je uchovává, nebo správou dopravy - místo toho se o tyto věci starají dodavatelé.

Široká nabídka produktů

Tato praxe dokonce otevírá více možností produktů. Prodejci mohou nabízet širší škálu produktů, což znamená, že malý podnik, který by jinak nemohl nabídnout mnoho možností bez skladování, může prodávat široký výběr zboží.

Flexibilita

Dropshipping přináší flexibilitu do mnoha oblastí maloobchodního podnikání. Značka může fungovat odkudkoliv, nabízet různé typy produktů a snadno měnit nabídku, pokud se mění preference trhu.

3 PŘEHLED DOSTUPNÝCH PLATFORM PRO INTERNETOVÉ OBCHODY

V podstatě platí, že elektronická obchodní platforma se považuje za páteř každého online prodejce. Jedná se o softwarovou aplikaci, která umožňuje online obchodům spravovat své webové stránky, marketing, prodej a operace. V současné době existují dva typy eCommerce platform, které mohou online obchodníci vybírat, a to jsou open-source a hostované platformy. Bez ohledu na to, zda je zakládán zcela nový internetový obchod nebo rozšiřován kamenný obchod, volba eCommerce řešení bude mít velký dopad na ziskovost a stabilitu podnikání (LitExtension, 2023).

Provozování internetového obchodu je jednodušší než kdy dříve, protože existuje mnoho platform, které usnadňují vytváření a správu e-shopů. Tyto platformy se v zásadě dělí na dvě kategorie: open source (otevřený zdrojový kód) a Software as a Service (SaaS).

- Open source platformy jsou bezplatné a mohou být stahovány z internetu a nainstalovány na vlastním serveru. Platformy jako WooCommerce, Magento a PrestaShop jsou často používány pro svou velkou flexibilitu a možnost přizpůsobení obchodu konkrétním potřebám. Nicméně, vzhledem k tomu, že open source platformy vyžadují určitou technickou zručnost a investici do hostingu, mohou být nákladné a náročné na údržbu.
- Na druhé straně jsou SaaS platformy, jako Shopify, BigCommerce a Squarespace, k dispozici v cloudu, což znamená, že uživatelé nejsou zodpovědní za správu serverů a aktualizace softwaru. Tyto platformy jsou také velmi přizpůsobitelné a mají k dispozici mnoho doplňků a integrací, což zjednodušuje správu obchodu. Nicméně, náklady na tyto platformy mohou být vyšší než u open source řešení (BigCommerce, 2023b).

Kromě toho existují i další faktory, které je třeba zvážit při výběru platformy pro svůj internetový obchod, jako je podpora, bezpečnost, SEO, mobilní připravenost a další. Záleží na každém jednotlivém podnikateli, aby zvážil své potřeby a vybral si nejlepší řešení pro svůj obchod (BigCommerce, 2023a).

3.1 Popis kritérií výběru vhodné platformy pro internetový obchod

Popis kritérií výběru vhodné platformy pro internetový obchod zahrnuje několik faktorů, které je třeba zvážit při výběru té nejvhodnější platformy pro vaše podnikání.

Funkčnost a flexibilita: Jedním z klíčových faktorů, který by měl být zvážěn při výběru platformy pro internetový obchod, je její funkčnost a flexibilita. Platforma by měla umožnit vytvoření komplexního obchodu, který bude vyhovovat vašim potřebám a umožní rozšíření vašeho podnikání.

Bezpečnost a spolehlivost: Dalším klíčovým faktorem, který je třeba zvážit, je bezpečnost a spolehlivost platformy. Musíte si být jisti, že vaše data a osobní informace vašich zákazníků jsou v bezpečí a že platforma poskytuje bezproblémový provoz vašeho internetového obchodu.

SEO a marketingové funkce: Důležitým faktorem při výběru platformy pro internetový obchod je také SEO a marketingové funkce. Vaše platforma by měla být optimalizována pro vyhledávače, umožňovat snadnou integraci marketingových nástrojů a poskytovat analytické nástroje pro sledování výkonu vašeho obchodu.

Cena a náklady na provoz: Posledním, ale ne méně důležitým faktorem, který je třeba zvážit při výběru platformy pro internetový obchod, jsou cena a náklady na provoz. Musíte zvážit celkové náklady na provoz a investice do platformy, včetně poplatků za hosting, transakční poplatky a další poplatky spojené s provozem vašeho obchodu (Kotler a kol., 2017).

3.2 Open Source

3.2.1 Definice pojmu "Open Source"

Koncept open source znamená, že máte plný přístup k původnímu zdrojovému kódu. Jinými slovy můžete provést potřebné změny a vytvořit vlastní online obchod pro své podnikání. Protože open source software může být složitý, doporučuje se najmout certifikované vývojáře pro jejich úpravy. Můžete upravovat zdrojový kód a přidávat nové funkce a měnit stávající. Je tak možné vytvořit jedinečný online obchod, který odpovídá vašim podnikatelským cílům (Tech Pratish, 2022).

3.2.2 Výhody Open Source

Podle Tech Prastish (2022) existuje několik výhod řešení Open-Source:

- **Kompletní kontrola** - Nejlepší věcí open-source eCommerce platform to, že se díky ní získá originální zdrojový kód který je možné upravit podle svých požadavků. Je možné vybrat ze široké škály témat, funkcí a pluginů a vytvořit internetový obchod

odpovídající jedinečným obchodním potřebám. Pokud nemá osoba zkušenosti s programováním, může najmout odborníka, aby provedl změny za něho.

- Flexibilní hosting - Výpadek serveru může zničit vše, na čem vývojáři pracovali dlouhé noci. Proto je vhodné se ujistit, že webové stránky jsou v bezpečných rukou. Skvělá web hostingová služba, která je spolehlivá, bezpečná a rychlá, může zajistit, že kvalita služby pro zákazníky bude nejlepší na trhu. Je možné vybrat vlastní hostingové řešení pro eCommerce webovou stránku postavenou na open-source platformě.
- Spolehlivost - Další výhodou open-source tvůrců webových stránek je, že jsou spolehliví. Jsou vytvářeni profesionálními vývojáři, kteří se věnují vývoji nejlepších programů. Je možné je tak nechat vyřešit jakékoliv problémy s online obchodem bez čekání na profesionály třetí strany.
- Rozsáhlá podpora komunity - Volbou open-source eCommerce platformem tvůrce může stát součástí velké komunity vývojářů, kteří jsou vášnivými přispěvateli. Open-source komunita nabízí podporu uživatelům k řešení chyb. Proto čtením blogů a účastí na diskusích v diskusních fórech můžete získat znalosti od odborníků a své znalosti s nimi také sdílet.

3.2.3 Přehled nejpoužívanějších open source platform pro internetové obchody

Mezi nejpoužívanější hostované platformy dle webového portálu Kinsta (2022) pro internetové obchody patří WooCommerce, Adobe Commerce, Drupal Commerce, Joomla, PrestaShop, OpenCart, Spree Commerce, CubeCart, Shopware a Solidus.

3.2.4 Popis klíčových funkcí a vlastností jednotlivých platform

WooCommerce: WooCommerce je otevřený zdrojový plugin pro e-commerce řešení, který je navržen pro integraci s WordPress. Umožňuje uživatelům přizpůsobit si svůj online obchod, spravovat zásoby a provádět online transakce (WooCommerce, 2023).

Magento: Magento je jednou z nejpoužívanějších open-source e-commerce platform. Nabízí širokou škálu funkcí pro správu zásob, objednávek a platby, a umožňuje uživatelům přizpůsobit design a funkcionalitu svého e-shopu (Magento, 2021).

PrestaShop: PrestaShop je open-source e-commerce platforma, která nabízí uživatelům možnost vytvořit a spravovat svůj online obchod. Nabízí širokou škálu funkcí pro správu

zásob, platby a marketing, a umožňuje uživatelům přizpůsobit design a funkčnost svého e-shopu (PrestaShop, 2021).

OpenCart: OpenCart je open-source e-commerce platforma, která umožňuje uživatelům vytvářet a spravovat své online obchody. Nabízí širokou škálu funkcí, včetně správy produktů, zákaznického účtu a plateb, a umožňuje uživatelům přizpůsobit si design a funkčnost svého e-shopu (OpenCart, 2021).

NopCommerce: NopCommerce je open-source e-commerce platforma, která nabízí uživatelům řadu funkcí pro správu zásob, platby a marketing. Platforma je navržena pro snadnou integraci s různými platebními bránami a logistickými řešeními a umožňuje uživatelům přizpůsobit si design a funkčnost svého e-shopu (NopCommerce, 2021).

Zen Cart: Zen Cart je open-source e-commerce platforma, která umožňuje uživatelům vytvářet a spravovat své online obchody. Nabízí řadu funkcí pro správu produktů, objednávek a plateb, a umožňuje uživatelům přizpůsobit si design a funkčnost svého e-shopu (Zen Cart, 2021).

osCommerce: osCommerce je open-source e-commerce platforma, která umožňuje uživatelům vytvářet a spravovat své online obchody. Nabízí širokou škálu funkcí pro správu produktů, objednávek a plateb, a umožňuje uživatelům přizpůsobit design a funkčnost svého e-shopu. Platforma je kompatibilní s různými platebními bránami a logistickými řešeními, a nabízí také řadu volitelných modulů a šablon pro rozšíření funkcionality e-shopu (osCommerce, 2021).

3.3 SaaS platformy

3.3.1 Definice pojmu "SaaS platforma"

SaaS (Software as a Service) platforma pro elektronický obchod je nástroj pro tvorbu online obchodu, který je hostován poskytovatelem třetí strany v cloudu. Tím pádem je možné bez obav z údržby webových stránek vytvořit svůj vlastní obchod. Základem SaaS softwaru jsou různé licenční plány na základě předplatného. Je možné si vybrat plán (v závislosti na funkcích, které potřebujete) a rychle nastavit svůj online obchod. Na rozdíl od open source platformy nelze SaaS software nainstalovat na osobní počítač. Mezi klady použití SaaS platformy patří jednoduchost použití a vynikající zákaznická podpora. Příklady SaaS eCommerce platformy jsou Shopify, BigCommerce a Volusion (Tech Prastish, 2022).

3.3.2 Výhody SaaS

Podle Tech Prastish (2022) existuje několik výhod řešení SaaS:

- SaaS platformy nabízejí snadné nastavení vašeho e-commerce obchodu. SaaS platformy jako Shopify nabízejí širokou škálu šablon a designů, na kterých můžete postavit svůj obchod. Po přihlášení se ke svému Shopify účtu můžete snadno upravit vzhled svého obchodu, nastavit doménu, aktivovat platební proces a začít prodávat. Pokud potřebujete profesionální pomoc s vzhledem svého obchodu na Shopify, můžete najmout Shopify experta na design.
- SaaS software zajišťuje bezpečnost a shodu s PCI standardy pro ochranu platebních informací vašich zákazníků. Tím se zabrání podvodným online transakcím. Poskytovatelé SaaS-based eCommerce platform udržují své platformy aktuální opravou chyb spojených s bezpečností dat.
- Vytvoření online obchodu s využitím SaaS platform je cenově dostupné v porovnání s open source e-commerce softwarem. Nemusíte se starat o údržbu webových stránek a platbu za opravu chyb ve software.
- Další výhodou SaaS-based eCommerce platform je snadná integrace s dalšími aplikacemi v cloudu pomocí API. Tím lze snadno sdílet data s jinými aplikacemi a zlepšit zážitek jak pro zaměstnance, tak pro zákazníky.
- Poskytovatelé SaaS-based eCommerce platform nabízejí přímou a věnovanou podporu, která pomáhá uživatelům rychle řešit problémy. Většinou je podpora zahrnuta v ceně služby. Například BigCommerce nabízí 24/7 podporu pro obchodníky a jejich zákazníky.
- Stejně jako open source platformy, i různé SaaS-based software mají silnou komunitu, kde se lze snadno propojit s tisíci obchodníky a účastnit se diskuzí týkajících se designu, aplikací, eCommerce marketingu atd.

3.3.3 Přehled nejpopulárnějších SaaS platforem pro internetové obchody

I přestože se zákazníci vrací do kamenných obchodů, jejich nákupní návyky online jsou již pevně zakotveny a průmysl e-commerce stále roste, byť v pomalejším tempu. Prognózuje se, že podíl e-commerce na maloobchodních tržbách bude i nadále růst dvojciferným tempem a dosáhne 24% do roku 2026. To platí i přes výrazné zpomalení globálního růstu e-commerce z 17% v roce 2021 na 9,7% v roce 2022. Zde je 5 nejlepších SaaS platforem dle SCIENCE SOFT (2023):

- Adobe Commerce (dříve Magento)
- Dynamics 365 Commerce
- Salesforce Commerce Cloud
- Shopify Plus
- Commercetools

3.3.4 SaaS platformy na Českém trhu

Mezi 5 nejlepších SaaS platforem na českém trhu se dle TopSluzba.cz (2023) řadí:

- Eshop-rychle.cz
- Upgates.cz
- Shoptet.cz
- Shopify.cz
- Webareal.cz

3.3.5 Popis klíčových funkcí a vlastností jednotlivých platforem

Adobe Commerce je platforma pro e-commerce, která umožňuje vytvoření a správu online obchodů. Obsahuje široké spektrum funkcí pro správu produktů, objednávek, platby a další. Adobe Commerce je navržen tak, aby byl flexibilní a přizpůsobivý různým potřebám a je vhodný pro malé i velké obchody (Adobe 2023).

Dynamics 365 Commerce je platforma pro e-commerce a obchodní řešení navržené pro malé a střední podniky. Obsahuje řadu funkcí pro správu produktů, objednávek, zákazníků a další. Platforma také umožňuje propojení online a offline prodeje a využití umělé inteligence pro personalizaci obsahu (Microsoft Dynamics, 2023).

Salesforce Commerce Cloud je platforma pro e-commerce a obchodní řešení, která poskytuje kompletní řešení pro vytvoření a správu online obchodů. Obsahuje funkce pro správu produktů, objednávek, zákazníků, marketing a další. Platforma také umožňuje personalizaci obsahu a řešení prostřednictvím umělé inteligence (salesforce, 2023).

Shopify Plus je platforma pro e-commerce a obchodní řešení, která je navržena pro střední a velké podniky. Poskytuje široké spektrum funkcí pro správu produktů, objednávek, platby a další. Platforma také umožňuje personalizaci obsahu a nabízí rozsáhlé možnosti integrací s různými nástroji a službami (Shopify, 2023b).

Commercetools je platforma pro e-commerce a obchodní řešení, která umožňuje vytvoření a správu online obchodů. Obsahuje řadu funkcí pro správu produktů, objednávek, zákazníků, marketing a další. Platforma je navržena tak, aby byla flexibilní a umožňovala snadnou integraci s různými systémy (Commercetools 2023).

Eshop-rychle.cz je českou e-commerce platformou, která nabízí funkce pro vytvoření a správu internetového obchodu. Je vhodná pro menší a střední podniky, kteří hledají snadnou a cenově dostupnou platformu (Eshop-rychle, 2023).

Upgates.cz je českou e-commerce platformou, která umožňuje vytvořit internetový obchod a propojit ho s dalšími službami, jako jsou např. účetnictví a marketing. Nabízí také nástroje pro správu produktů a objednávek (Upgates, 2023).

Shoptet.cz je českou e-commerce platformou, která nabízí funkce pro tvorbu a správu internetových obchodů. Poskytuje nástroje pro správu produktů, objednávek, dopravy a platby (Shoptet, 2023b).

Webareal.cz je profesionální a stabilní eshop systém určený pro malé i velké eshopaře. Nabízí uživatelsky přátelské prostředí, mnoho funkcí a možností přizpůsobení. Je vybaven řadou nástrojů pro marketing a správu produktů (Webareal, 2023a).

3.4 Vývoj vlastní platformy

3.4.1 Definice pojmu "vlastní vývoj platformy"

Vývoj vlastní platformy znamená vytvoření nového software pro internetový obchod, který je navržen a vytvořen speciálně pro potřeby konkrétního podniku. Výhodou vývoje vlastní platformy je plná kontrola nad funkcionalitou a designem e-shopu a také možnost snadného přizpůsobení obchodu specifickým požadavkům a potřebám zákazníků.

Při vývoji vlastní platformy je nutné mít na paměti několik klíčových faktorů. V první řadě je důležité zvolit vhodnou technologii pro vývoj software, která bude zohledňovat nejen požadavky na funkcionalitu, ale i na bezpečnost a výkonost obchodu. Dále je třeba důkladně zanalyzovat požadavky zákazníků a přizpůsobit design a funkce e-shopu těmto potřebám.

Dalším klíčovým faktorem je implementace SEO, což zahrnuje například optimalizaci URL adres, meta tagů a obsahu pro vyhledávače. Tento krok je důležitý pro zajištění viditelnosti e-shopu v rámci vyhledávačů a pro získání nových zákazníků.

Nakonec je nutné zajistit průběžnou údržbu a aktualizace platformy, aby byla vždy aktuální a plně funkční. To zahrnuje například opravu chyb a zabezpečování proti útokům hackerských skupin.

Vývoj vlastní platformy může být náročný proces, který vyžaduje investice do technologií a vývojových týmů. Nicméně, pokud je správně navržen a implementován, může vést k vytvoření unikátního a efektivního internetového obchodu, který bude konkurenceschopný na trhu (Mikulášková a Sedlák, 2015).

3.4.2 Popis klíčových výhod a nevýhod vlastního vývoje platformy pro internetový obchod

Mezi klíčové výhody vlastního vývoje platformy podle Gallaughera (2018) patří:

- Flexibilita: Vlastní vývoj platformy umožňuje vytvořit řešení, které je přesně na míru potřebám konkrétního obchodu.
- Kontrola: Vlastní vývoj platformy umožňuje větší kontrolu nad funkcionalitou a výkonem platformy.
- Unikátnost: Vytvořením vlastní platformy může firma vytvořit unikátní řešení, které se odlišuje od konkurence.

Mezi klíčové nevýhody vlastního vývoje platformy patří:

- Vysoké náklady: Vlastní vývoj platformy může být velmi nákladný, zejména pokud se jedná o komplexní řešení.
- Časová náročnost: Vytvoření vlastní platformy může být velmi časově náročné a může vyžadovat značné úsilí a zdroje.
- Nutnost vlastních technických znalostí: Vlastní vývoj platformy vyžaduje technické znalosti a zkušenosti, které nemusí být vždy k dispozici v rámci firmy.

Podle Davise (2017) vývoj vlastní platformy pro internetový obchod má své klíčové výhody a nevýhody. Mezi hlavní výhody patří například možnost plné kontroly nad funkcionalitou a designem obchodu, což umožňuje přizpůsobit platformu přesně podle potřeb a požadavků konkrétního obchodu. Další výhodou je možnost úspory nákladů v dlouhodobém horizontu, protože vlastní platforma může být cenově efektivnější než placení poplatků za pronájem hotového řešení.

Další výhodou vlastního vývoje platformy je možnost vybudování konkurenční výhody vůči jiným obchodům, které používají hotová řešení. Vlastní platforma může být navržena tak, aby reflektovala jedinečnou přidanou hodnotu obchodu, což může být důležité zejména v konkurenčním prostředí.

Nicméně, vlastní vývoj platformy pro internetový obchod také přináší několik významných nevýhod. Jednou z nich je vysoká počáteční investice do vývoje, která může být pro mnohé obchodníky příliš vysoká. Další nevýhodou je riziko chybného odhadu požadavků a potřeb trhu, což může vést ke špatnému vývoji platformy, která nebude efektivní pro konkrétní obchod.

Další nevýhodou je nutnost zajistit pravidelné aktualizace a údržbu vlastní platformy, což může být časově náročné a nákladné. Mnoho hotových řešení poskytuje automatické aktualizace a údržbu jako součást svých služeb, takže majitelé obchodů se nemusí o tuto problematiku sami starat.

Celkově lze říci, že vývoj vlastní platformy pro internetový obchod může být efektivní volbou pro některé obchodníky, zejména pro ty s vysokými nároky na funkcionalitu a design obchodu. Nicméně, je nutné zvážit všechny výhody a nevýhody a rozhodnout se podle konkrétních potřeb a cílů obchodu.

3.4.3 Shrnutí potřebných znalostí a zdrojů pro vlastní vývoj platformy

Vlastní vývoj platformy vyžaduje kombinaci technických, designových a obchodních znalostí. Pro vývoj platformy budou nezbytné znalosti programování, databází, serverových technologií a webdesignu. Kromě technických znalostí budou nutné také obchodní a marketingové znalosti pro vytvoření řešení, které odpovídá potřebám a preferencím zákazníků.

Pro vývoj vlastní platformy je také nezbytné zajistit adekvátní zdroje, jako jsou vývojáři, grafici a testerzy. Firma by měla mít také dostatek financí na financování projektu vývoje

vlastní platformy. To zahrnuje náklady na vývoj, testování, údržbu a aktualizace platformy, stejně jako náklady na zabezpečení a ochranu dat a platebních informací zákazníků (Kurniawan a kol., 2019).

3.5 Výběr vhodné platformy pro internetový obchod

3.5.1 Srovnání a zhodnocení open-source a SaaS platformem vzhledem k specifickým požadavkům a náročnosti.

Srovnání open-source a SaaS platformem je důležitým faktorem při výběru vhodného řešení pro internetový obchod. V knize "Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod" autoři Mikulášková a Sedlák (2015) zdůrazňují, že každá platforma má své výhody a nevýhody v závislosti na konkrétních požadavcích a náročnosti.

Open-source platformy jsou založené na svobodné licenci, což znamená, že jsou zdarma a přizpůsobitelné potřebám konkrétního obchodu. Mezi nejznámější open-source platformy patří Magento, WooCommerce nebo OpenCart. Tyto platformy umožňují plnou kontrolu nad e-shopem a možnost volby vlastního hostingu. Nicméně, používání open-source platform může být náročné na technickou zdatnost a zkušenosti, a také na nutnost neustálé aktualizace a bezpečnostních opatření.

Na druhé straně, SaaS (Software as a Service) platformy nabízejí snadnou a rychlou instalaci a správu e-shopu, a to přes webové rozhraní. Mezi nejvýznamnější SaaS platformy patří Shopify, BigCommerce nebo Squarespace. Tyto platformy jsou obvykle snadno použitelné a jsou poskytovány jako služba, což znamená, že se nemusíte starat o hosting, aktualizace a bezpečnostní opatření. Na druhou stranu, SaaS platformy mohou být omezené v možnostech přizpůsobení a výběru hostingové služby.

Závěrem je tedy důležité pečlivě zvážit výhody a nevýhody každé platformy a vybrat ta nejvhodnější pro konkrétní požadavky a náročnost projektu (Mikulášková a Sedlák, 2015).

3.5.2 Vyhodnocení výhodnosti vlastního vývoje platformy pro tento typ obchodu.

Dle Mikuláškové a Sedláka (2015) je důležité, že vývoj vlastní platformy může přinést výhody jako například lepší řízení logistiky, personalizace zákaznických zážitků a větší kontrola nad obchodními daty.

Na druhou stranu, vlastní vývoj platformy může být nákladný a časově náročný proces, zejména pokud není tým s dostatečnými technickými znalostmi a zkušenostmi. Kromě toho, vlastní platformy mohou být náchylnější k chybám a útokům hackerů.

Při rozhodování o výhodnosti vlastního vývoje platformy pro daný typ obchodu je proto důležité zvážit potřeby a požadavky obchodu a porovnat je s možnostmi hotových platforem. Pokud jsou požadavky obchodu velmi specifické a nejsou dostupné na hotových platformách, může být výhodnější zvolit vlastní vývoj platformy. Naopak, pokud jsou požadavky obchodu v rámci běžných funkcionalit hotových platforem, může být výhodnější zvolit hotovou platformu pro snazší a rychlejší zavedení obchodu.

4 MARKETING PRO INTERNETOVÉ OBCHODY

4.1 Definice marketingu

Marketing může být definován jako proces vytváření, komunikace a dodávání hodnoty zákazníkům, který vede ke vzniku dlouhodobých vztahů s cílem dosáhnout podnikových cílů. V kontextu internetového obchodu zahrnuje marketing všechny aktivity, které mají za cíl zvýšit povědomí o obchodě a produktech, generovat návštěvnost na stránkách a zvyšovat konverze (Kotler, Armstrong a kol., 2017).

4.2 Vysvětlení důležitosti marketingu pro internetové obchody

Marketing je klíčovým faktorem pro úspěšnost internetových obchodů. Dobře navržená a provedená marketingová strategie může pomoci zvýšit povědomí o obchodě, generovat více návštěvnosti na stránkách a zvyšovat konverze. Na druhé straně, pokud internetový obchod není dobře viditelný a přístupný pro potenciální zákazníky, může být obtížné dosáhnout cílových prodejů a úspěšně konkurovat v online prostředí (Chaffey a Ellis-Chadwick, 2019).

4.3 Klíčové faktory pro úspěšný marketing v internetovém obchodě

Existuje několik klíčových faktorů, které ovlivňují úspěšnost e-shopu. Mezi nejdůležitější faktory patří následující:

- Uživatelská přívětivost a snadná orientace v e-shopu
- Kvalitní produktové fotografie a popisy produktů
- Dostatečná informovanost o produktech a o způsobu jejich používání
- Způsob dopravy a platby, včetně jasného a jednoduchého popisu
- Dobře fungující zákaznická podpora a možnost reklamace
- Propracovaný marketingový mix, zahrnující SEO, PPC reklamu, e-mailový marketing a sociální sítě
- Vyhodnocování a optimalizace výkonu e-shopu, například pomocí nástrojů na měření konverzí a analýzy návštěvnosti.

Každý z těchto faktorů je důležitý a přispívá k úspěšnosti e-shopu. Je třeba si uvědomit, že i malé nedostatky v jednom z faktorů mohou vést k tomu, že uživatelé budou e-shop opouštět

a hledat si jiného dodavatele. Proto je důležité věnovat pozornost všem těmto faktorům a neustále je optimalizovat (Čajková, Polgári a kol., 2022).

Klíčové faktory pro úspěšný marketing v internetovém obchodě zahrnují řadu prvků, jako jsou vysoká kvalita produktů a služeb, optimální ceny, dobrá zákaznická služba, personalizované marketingové kampaně a strategie pro budování značky. Důležitým prvkem marketingu pro internetový obchod je také SEO, které pomáhá zvyšovat organickou návštěvnost na stránkách a zvyšovat viditelnost obchodu ve vyhledávačích (Hoffman a Novak, 2016).

Bohatá nabídka produktů, snadná orientace a přehlednost stránek a rychlost načítání jsou důležité faktory, které přispívají k úspěšnosti internetového obchodu. Pokud návštěvník webu nalezne to, co hledá, a zároveň je získán jeho zájem k prozkoumání dalších produktů, je velká šance, že se stane zákazníkem a bude se k obchodu pravidelně vracet.

Důležitou roli hraje také efektivní způsob komunikace se zákazníky. Vhodným nástrojem pro toto účely jsou například newslettery, prostřednictvím kterých může obchod informovat o novinkách, slevách a akcích. Dále je dobré využívat sociální sítě, na kterých se dají efektivně oslovit zákazníci a taktéž je možné zde zveřejňovat aktuality a propagovat produkty.

Dobré hodnocení a reference od spokojených zákazníků jsou důležitým faktorem pro budování důvěry v obchod a pro získání nových zákazníků. Proto je důležité nejenom nabízet kvalitní produkty, ale také poskytovat vynikající zákaznickou podporu a zajišťovat rychlé a spolehlivé dodání zboží.

V neposlední řadě je důležité monitorovat a analyzovat data o návštěvnosti webu a chování zákazníků. To umožňuje přizpůsobit nabídku produktů a služeb potřebám zákazníků a optimalizovat marketingové kampaně. Pro tyto účely se často využívají nástroje jako Google Analytics a další specializované aplikace (Mikulášková a Sedlák, 2015).

4.4 SEO jako součást marketingové strategie pro internetový obchod

Optimalizace pro vyhledávače (SEO) je důležitou součástí každé marketingové strategie elektronického obchodu. SEO zahrnuje řadu taktik a technik, jejichž cílem je zlepšit viditelnost webových stránek na stránkách s výsledky vyhledávání (SERP). Může jít o výzkum a optimalizaci klíčových slov, optimalizaci na stránce, zpětné prolinkování a další techniky. Optimalizací webových stránek pro vyhledávače mohou společnosti zabývající se

elektronickým obchodováním přivést na své stránky více cíleného provozu a zvýšit své šance na realizaci prodeje. Je důležité si uvědomit, že optimalizace pro vyhledávače SEO je trvalý proces a že může trvat delší dobu, než se dostaví výsledky. Investicí do SEO však mohou společnosti zabývající se elektronickým obchodováním vybudovat pevný základ pro své online marketingové úsilí a zvýšit své šance na úspěch (Turban a Whiteside, 2017).

4.4.1 Definice pojmu "SEO" a jeho význam pro internetové obchody

SEO, neboli Search Engine Optimization, je soubor technik a strategií, které slouží ke zlepšení pozice webových stránek v přirozených výsledcích vyhledávačů. Význam SEO pro internetové obchody je značný, neboť většina návštěvníků na e-shopy přichází právě z vyhledávačů. Úspěšné SEO může přinést vyšší návštěvnost, lepší konverze a tedy i vyšší zisk (Burešová, 2022).

Optimalizace pro vyhledávače není pouze o technických aspektech, ale z velké části také o obsahu a tedy kreativitě. Nejedná se o krátký proces, naopak abychom mohli vidět výsledky optimalizace, je zapotřebí trpělivosti a kontinuálnosti. Důvodem je to, že stejně tak konkurenční weby optimalizují pro vyhledávání a udržení předních pozic, ale i proto, že algoritmy vyhledávačů se neustále mění a s tím se mění i poměr důležitosti jednotlivých částí SEO. Rozhodně je třeba dbát na pečlivost, neustálou aktualizaci a monitoring změn. První projevy práce na SEO můžou být viditelné po týdnech, ale i měsících (Janouch, 2010).

4.4.2 Vysvětlení důležitosti části "SEO a jeho vliv na úspěšnost internetového obchodu

SEO je jedním z nejdůležitějších prvků marketingové strategie pro internetové obchody. Správně provedená SEO může zajistit vyšší viditelnost webu ve výsledcích vyhledávání, což vede k vyšší návštěvnosti a tedy i vyššímu prodeji. Na druhé straně špatně provedená SEO může vést k poklesu návštěvnosti a ztrátám z prodeje (Burešová, 2022).

SEO má klíčový vliv na úspěšnost internetových obchodů. Vyhledávače jsou pro mnoho lidí vstupní branou k online nákupům, takže optimalizace pro vyhledávače může pomoci obchodu získat více návštěvnosti, zákazníků a prodejů. Efektivní SEO strategie může pomoci obchodům dosáhnout vysoké viditelnosti ve výsledcích vyhledávání a přinést dlouhodobé organické výsledky (Chaffey a Ellis-Chadwick, 2019).

4.4.3 Význam klíčových faktorů pro SEO v internetovém obchodě (např. klíčová slova, obsah, technická optimalizace stránek, zpětné odkazy)

Klíčové faktory pro SEO v internetovém obchodě zahrnují výběr a správné použití klíčových slov, kvalitní obsah na stránkách, technickou optimalizaci stránek (např. rychlost načítání, responzivní design, zabezpečení), získávání zpětných odkazů od relevantních a kvalitních webů, správné použití meta tagů a nadpisů a další faktory. Tyto faktory ovlivňují jak samotné umístění stránek ve výsledcích vyhledávání, tak i celkovou uživatelskou zkušenost na webu (Burešová, 2022).

Klíčové faktory pro úspěšné SEO v internetových obchodech zahrnují výzkum klíčových slov a jejich použití v obsahu stránek, technickou optimalizaci stránek, zpětné odkazy, kvalitu a relevanci obsahu, rychlost načítání stránek a responzivní design. Všechny tyto faktory spolu přispívají ke zlepšení pozice stránek v rámci výsledků vyhledávání a zvyšují organickou návštěvnost (Hoffman a Novak, 2016).

Klíčové faktory SEO pro internetové obchody mohou být rozděleny do několika kategorií, včetně obsahu, technické optimalizace, zpětných odkazů a dalších faktorů. Podle studie SEMrush (2022) jsou následující faktory klíčové pro SEO v internetových obchodech:

- Kvalitní obsah: Obsah stránek by měl být relevantní, originální, informační a snadno srozumitelný pro uživatele.
- Klíčová slova: Důkladný výzkum klíčových slov a jejich vhodné umístění na stránkách mohou pomoci zlepšit pozice ve vyhledávacích.
- Technická optimalizace: Kvalitní technická struktura webu, jako je rychlost načítání stránky, responzivita designu, čistý kód a správná implementace meta tagů a jiných technických prvků, jsou zásadní pro úspěšnost SEO.
- Backlinky: Získávání kvalitních zpětných odkazů od jiných relevantních webů může pomoci zlepšit autoritu a důvěryhodnost stránek.
- Uživatelská zkušenost: Přehledná navigace, snadné vyhledávání produktů, jednoduchý nákupní proces a bezproblémové platby jsou klíčové pro zlepšení uživatelské zkušenosti a následně i SEO.

4.4.4 Nástroje pro měření úspěšnosti SEO v internetovém obchodě

Mezi nejpoužívanější nástroje pro měření úspěšnosti SEO v internetových obchodech patří například Google Analytics, Google Search Console, SEMrush, Ahrefs nebo Moz. Tyto nástroje umožňují sledovat různé metriky, jako je počet návštěv, průměrná doba strávená na stránce, počet zobrazení stránek, konverzní poměr, průměrná hodnota objednávky a další.

Google Analytics poskytuje detailní informace o uživateli a jejich interakci s webovými stránkami, umožňuje sledovat klíčová slova, která vedla uživatele na stránky obchodu a analyzovat chování návštěvníků. Google Search Console poskytuje informace o tom, jak indexuje a vyhodnocuje Google webové stránky a umožňuje sledovat vývoj klíčových slov (Burešová, 2022).

Existuje řada nástrojů a metrik, které pomáhají měřit úspěšnost SEO v internetových obchodech. Google Analytics a Google Search Console jsou nejznámější nástroje pro sledování a analýzu organického provozu na webových stránkách. Collabim a Marketing Miner jsou další nástroje, které poskytují podrobné informace o klíčových slovech, pozicích v rámci výsledků vyhledávání a analýze konkurence. Tyto nástroje umožňují internetovým obchodům sledovat výsledky své SEO strategie a optimalizovat ji pro dosažení lepších výsledků (Kosová, 2020).

Google Analytics je bezplatný webový nástroj od společnosti Google, který umožňuje měření a analýzu návštěvnosti webových stránek a aplikací. Nástroj poskytuje informace o počtu návštěv, zdroji návštěv, chování uživatelů a konverzních cílech (Google Analytics, 2023).

Google Search Console (dříve známý jako Google Webmaster Tools) je bezplatný nástroj od společnosti Google, který umožňuje sledovat a zlepšovat výkon webových stránek v rámci vyhledávače Google. Poskytuje informace o klíčových slovech, výsledcích vyhledávání, stavu indexace stránek a dalších důležitých faktorech (Google Search Console, 2023).

Collabim je online nástroj pro analýzu a optimalizaci SEO pro český a slovenský trh. Umožňuje sledovat pozice klíčových slov, konkurenci a zdroje návštěv na webových stránkách. Collabim také nabízí nástroje pro analýzu sociálních médií a PPC reklamy (Collabim, 2023).

Marketing Miner je online nástroj pro analýzu dat pro SEO a PPC kampaně. Umožňuje sledovat klíčová slova, pozice, konkurenci a další faktory ovlivňující výkon webových

stránek. Marketing Miner také poskytuje analýzy sociálních médií a emailového marketingu (Marketing Miner, 2023).

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU PROSTŘEDÍ INTERNETOVÝCH OBCHODŮ ZAMĚŘENÝCH NA CHOVATELSKÉ POTŘEBY

V současné době se stále více lidí obrací na internetové obchody pro nákup produktů pro své domácí mazlíčky. S nárůstem popularity tohoto segmentu se objevují noví hráči na trhu a roste i konkurence. Před založením vlastního internetového obchodu s produkty pro zvířata je důležité provést analýzu stavu prostředí a zhodnotit situaci na trhu. Tato kapitola se proto bude věnovat analýze současného stavu na trhu internetových obchodů zaměřených na produkty pro zvířata. Cílem této kapitoly je získat ucelený přehled o tomto segmentu a identifikovat klíčové faktory, které ovlivňují úspěšnost podnikání v této oblasti.

Internetový obchod se stal v dnešní době velmi populárním obchodním modelem, který si získává stále více zákazníků. Mnoho podnikatelů se rozhoduje pro tento model, protože umožňuje snadný přístup na trh, rozšíření zákaznické základny a poskytuje mnoho výhod pro provozovatele, jako je například nižší náklady na provoz a správu obchodu.

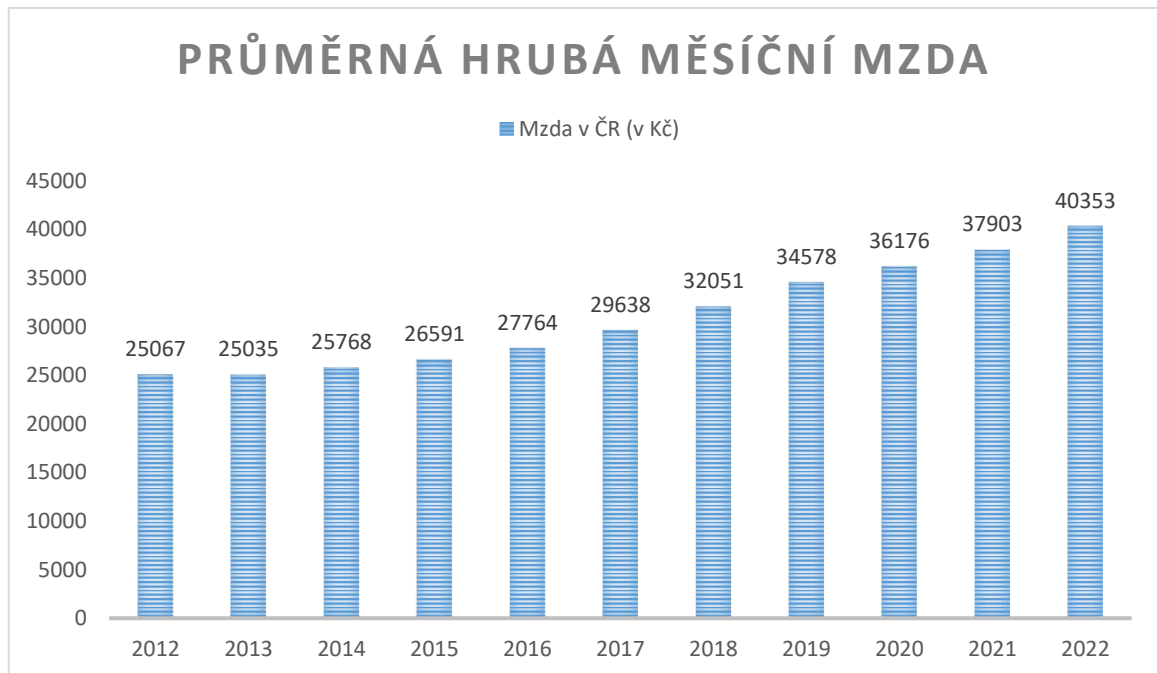
Poměrně mladý systém skladování a logistiky „dropshipping“ nabízí zajímavé možnosti pro majitele internetových obchodů a proto bude částečně nahlédnuto i na trh s tímto modelem.

5.1 SLEPT analýza

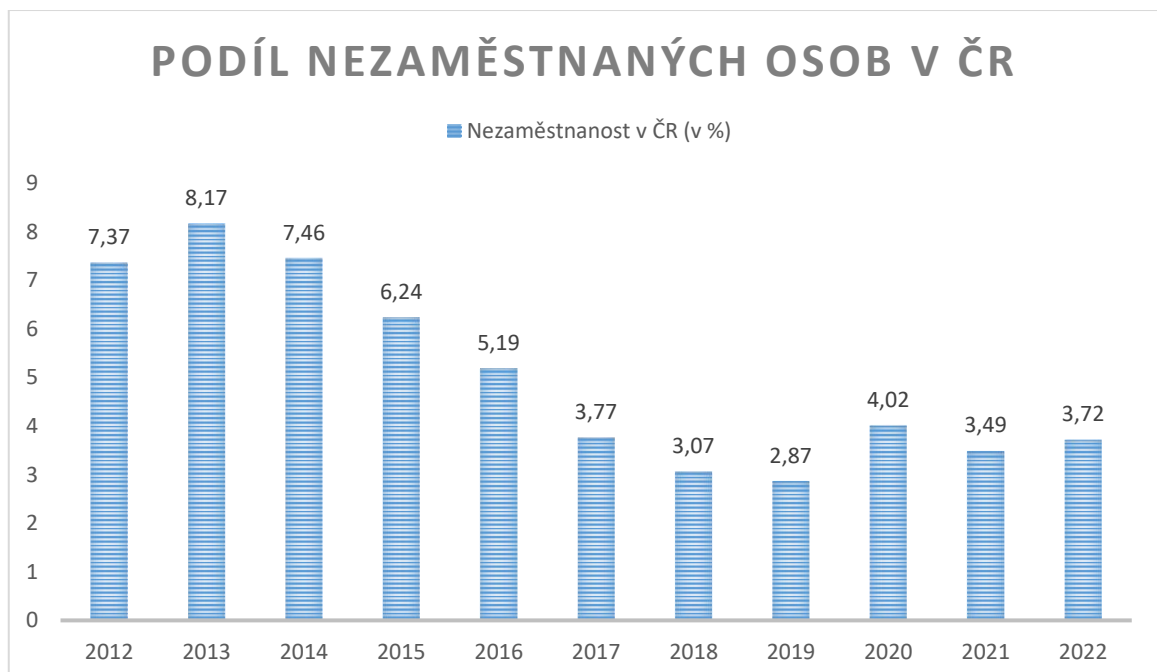
Tato kapitola bude věnována SLEPT analýze trhu, která poskytne komplexní pohled na vnější faktory, které mohou ovlivnit projekt. Tato analýza zahrnuje socio-kulturní, legislativní, ekonomické, politické a technologické faktory a pomůže lépe porozumět trhu, na kterém se projekt pohybuje.

5.1.1 Sociální faktory

- Zvýšený zájem o domácí zvířata jako součást rodiny, což zvyšuje poptávku po produktech pro domácí mazlíčky.
- Zvyšující se trend většího zapojení zvířat do našich životů, včetně cestování s nimi, což zvyšuje poptávku po doplňcích pro cestování.
- Změny v sociálním prostředí trhu jako průměrná mzda a nezaměstnanost.



Graf 1 Průměrná hrubá měsíční mzda v ČR (ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023b)
Z grafu je možné vyčíst, že průměrná hrubá mzda v České republice se v posledních 10 letech zvyšovala. Jedinou výjimkou je mírný pokles mezi roky 2012 a 2013 z 25 067 Kč na 25 035 Kč, který již následuje neustálým vzrůstem.



Graf 2 Vývoj nezaměstnanosti v ČR (ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023a)
V tomto grafu je možné vidět, že na rozdíl od průměrné mzdy má nezaměstnanost v České republice v posledních 10 letech klesající tendenci.

Obecně lze konstatovat, že Tyto faktory tedy vytváří příznivé prostředí pro podnikání v oblasti prodeje zboží pro domácí mazlíčky.

5.1.2 Legislativní faktory

- Změny zákonů týkajících se elektronických obchodů.
- Daňové a účetní předpisy, které se týkají podnikání.

Změny v zákonech týkajících se elektronických obchodů a daňových předpisů mohou výrazně ovlivnit podnikání a práci e-shopu. Proto je důležité být vždy informován o aktuálních změnách a zajistit, aby byly všechny zákonné požadavky splněny. To může zabránit potenciálním právním problémům a pokutám, které by mohly ohrozit existenci e-shopu.

Každý majitel e-shopu měl brát v potaz aktuální právní náležitosti e-shopů. Podle Matějčeka (2023) je při provozování e-shopu nezbytné dodržovat českou legislativu, která stanoví práva a povinnosti prodejců a kupujících. V minulosti se objevovali nepoctiví prodejci, kteří se snažili využít nevědomosti a důvěry zákazníků. Nicméně, situace se postupně zlepšuje a zvyšuje se míra právní regulace. Při provozování e-shopu je nutné dodržovat řadu právních norem, které jsou pro mnohé právníky velice komplexní a zahrnují nejen základní kupní smlouvu, ale i živnostenský zákon, ochranu spotřebitele, nekalou soutěž, EET a GDPR.

Zákony a nařízení týkající se elektronického obchodování jsou výrazně ovlivněny běžnými právními předpisy, zejména

- Občanský zákoník č. 89/2012 Sb., v němž jsou také obsaženy normy specifické pro elektronické obchodování
- Živnostenský zákon č. 455/1991 Sb.
- Zákon o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb.
- Zákon o evidenci tržeb č. 112/2016 Sb. (EET)
- Zákon o ochraně osobních údajů č. 101/2000 Sb.

Nezbytné povinnosti majitelů elektronických obchodů zahrnují následující body:

- **Informační povinnost** - Ochrana osobních údajů je v současnosti klíčovým tématem pro e-commerce a elektronické obchodování. Nařízení GDPR platí v celé Evropské unii od května 2018 a nahradilo starší zákon o ochraně osobních údajů.

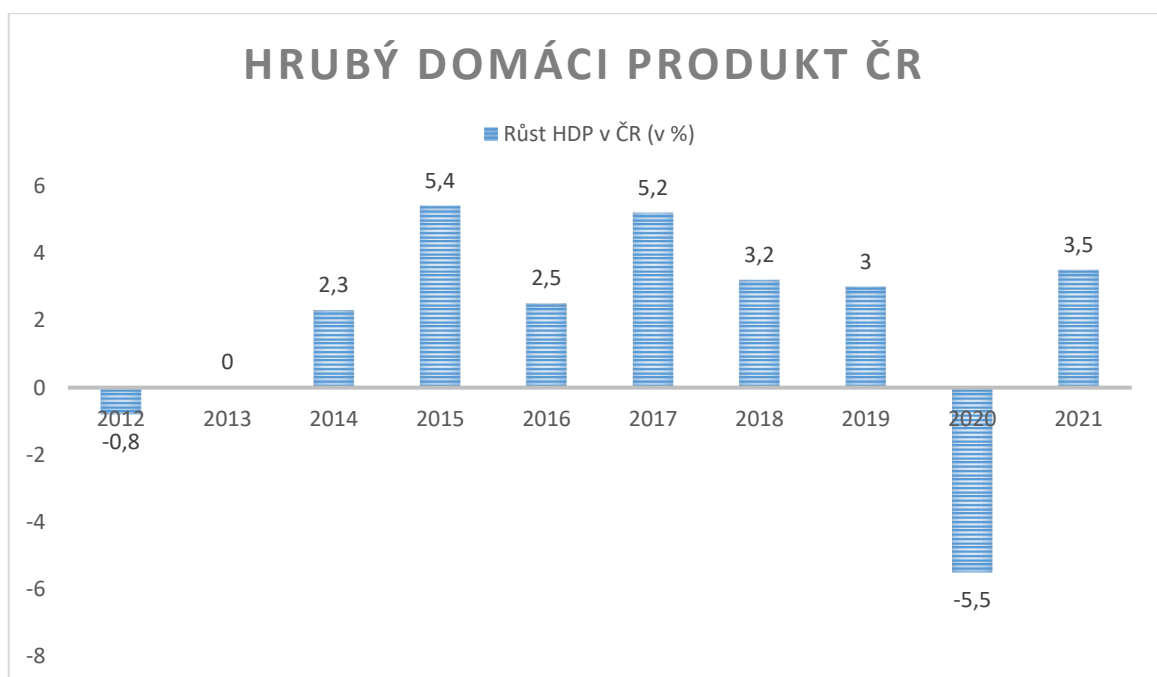
Neuposlechnutí GDPR může být trestáno finančními sankcemi až do výše 20 000 000 eur nebo 4 % celkového ročního obrátu obchodníka. Mezi obecné osobní údaje, se kterými e-shop nejčastěji pracuje, patří jméno, pohlaví, věk, datum narození, IP adresa, osobní fotografie, e-mailová adresa a telefonní číslo. E-shopy musí dodržovat principy GDPR a minimalizovat zpracování osobních údajů zákazníků. K tomu je třeba zavést vnitřní koncepce, procesní změny a opatření, která zajistí soulad s principy GDPR.

- **Ochrana osobních údajů** - Současná legislativa upravující e-commerce se zaměřuje i na ochranu osobních údajů, přičemž od roku 2018 je v platnosti Nařízení Evropského parlamentu a Rady o ochraně osobních údajů (GDPR). Správcům a zpracovatelům údajů je uložena povinnost zavést technická, organizační a procesní opatření za účelem prokázání souladu s GDPR. Důležité je minimalizovat zpracování osobních údajů, pseudonymizovat je, zajišťovat transparentnost a umožňovat přístup zákazníků k jejich údajům.
- **Možnost vrácení zboží** - E-shop musí dodržovat zákony týkající se odstoupení od kupní smlouvy. Zákazník má právo odstoupit od smlouvy do 14 dnů od převzetí zboží, nebo do 1 roku a 14 dnů, pokud nebyl poučen o svých právech. Pokud je na stránkách e-shopu k dispozici formulář pro odstoupení, musí být jeho přijetí potvrzeno. Pokud zákazník odstoupí od smlouvy, musí vrátit zboží a obchodník mu musí vrátit peníze včetně nákladů na dopravu. Obchodník může požadovat pouze náklady stanovené zákonem. Spotřebitel má také právo na vrácení dopravného a právo na vyzkoušení zboží.
- **Reklamační řád** - Reklamační řád je jedním z nezbytných prvků e-shopu, který reguluje postupy v rámci reklamací a zaručuje práva zákazníků. Kromě stanovení záručních podmínek a délky záruky musí reklamační řád určitým způsobem řešit přijímání a řešení reklamací. Je důležité mít jasně definované postupy, jak zákazník reklamaci oznámí, jak doručí reklamované zboží, za jakých podmínek není reklamace možná a jak bude zákazník informován o vyřízení reklamace. Prevence je v tomto případě klíčová, protože čím více informací a jasnější popis výrobku, tím méně reklamací se objeví. Vysokou kvalitou služeb a procesů může e-shop ušetřit nemalé náklady a zachovat si tak dobré jméno a zákaznickou zkušenost. Kromě toho je dobrým tipem zasílat spolu s potvrzením objednávky i předvyplněný reklamační formulář, aby se minimalizovaly případné starosti při řešení reklamace.

5.1.3 Ekonomické faktory

- Konkurence a vysoká cena reklamy mohou ovlivnit ziskovost projektu.
- Hospodářská situace a míra nezaměstnanosti mohou ovlivnit kupní sílu zákazníků.

Ekonomické faktory jako konkurence a vysoká cena reklamy mohou mít negativní vliv na ziskovost projektu. Hospodářská situace a míra nezaměstnanosti pak mohou ovlivnit kupní sílu zákazníků. Tyto faktory ukazují na to, že by se měla věnovat pozornost konkurenčnímu prostředí a účinnosti marketingových kampaní. Zároveň je důležité monitorovat hospodářský vývoj a reagovat na změny v kupní síle zákazníků.



Graf 3 Hrubý domácí produkt ČR (ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023c)

Z grafu ukazujícího vývoj hrubého domácího produktu České republiky od roku 2012 do roku 2021 je možné vyčíst, že jej doprovází velké výkyvy. Dokonce se pohybuje mezi zápornými a kladnými čísly v podobně vysokých hodnotách (od -5,5 % do 5,4 %). Celkový průměr za uvedené roky je však kladný (1,88 %), což naznačuje i kladný předpoklad pro úspěšnost elektronického obchodu. Celkově je však nutné brát zřetel na možné výkyvy způsobené různými faktory.

5.1.4 Politické faktory

- Změny v legislativě týkající se online obchodů.
- Politické nestability mohou mít vliv na stabilitu obchodního prostředí.

Politické faktory mohou mít vliv na online obchody. Například změny v legislativě mohou vyžadovat dodatečné náklady na přizpůsobení se novým požadavkům, což může mít vliv na ziskovost projektu. Také politické nestability mohou ovlivnit obchodní prostředí a v důsledku toho i obchodní výkonnost. Proto je důležité sledovat politické změny a připravit se na případné dopady na projekt.

5.1.5 Technologické faktory

- Vývoj mobilních zařízení a trend nákupů přes mobilní aplikace.
- Nové technologie v oblasti chovatelských potřeb, které nahradí současně využívané produkty.

Vývoj mobilních zařízení a trend nákupů přes mobilní aplikace ovlivňují nákupní chování zákazníků a je důležité, aby byl e-shop přizpůsoben pro mobilní zařízení a měl optimalizovanou mobilní verzi. Nové technologie v oblasti chovatelských potřeb mohou přinést inovativní produkty, které mohou nahradit stávající, a proto je důležité být v oblasti novinek vždy dobře informován a přizpůsobovat sortiment dle aktuálního trhu.

SLEPT analýza umožnila získat podrobný pohled na vnější faktory, které ovlivňují tento projekt. Na základě analýzy bylo identifikováno několik klíčových trendů a výzev, které možná bude třeba v následujících obdobích řešit a je třeba na ně brát zřetel. Například je nevyhnutelné přizpůsobovat se rychlému technologickému vývoji v oblasti e-commerce a zároveň sledovat legislativní změny v oblasti ochrany osobních údajů. Dále je třeba být citlivý na sociokulturní změny a preference zákazníků, což může vyžadovat úpravy nabídky produktů a způsobu komunikace se zákazníky. Je však třeba brát v potaz omezení, která způsobuje dropshippingový model spolupráce s limitovanou mírou schopnosti ovlivnit produkty a dodavatele.

Celkově nám SLEPT analýza poskytla cenné informace a východiska pro strategické plánování a rozvoj projektu.

5.2 SWOT analýza

SWOT analýza je nástroj, který pomáhá identifikovat interní a externí faktory ovlivňující úspěšnost projektu. Tato analýza se skládá z identifikace silných stránek, slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Cílem této kapitoly je provedení SWOT analýzy pro projekt, která má pomoci lépe porozumět jeho současnému stavu a možnostem budoucího rozvoje.

5.2.1 Silné stránky

- Specializace na zboží pro psy a kočky umožňuje zaměřit se na konkrétní cílovou skupinu a poskytnout vysoce kvalitní produkty pro tuto specifickou skupinu zákazníků.
- Využívání dropshippingu umožňuje minimalizovat náklady na skladování a skladování zboží, což může vést ke zvýšení zisku.
- Důraz na SEO optimalizaci webu může pomoci zvýšit viditelnost projektu na internetu a tím i přilákat více zákazníků bez vynaložení nákladů na reklamu.

Projekt má několik silných stránek, které představují konkurenční výhodu na trhu s produkty pro domácí mazlíčky. Jednou z největších výhod je specializace na zboží pro psy a kočky, což umožňuje zaměřit se na konkrétní cílovou skupinu a nabídnout jim širokou škálu produktů. Další výhodou je využívání dropshippingu, což minimalizuje náklady na skladování a skladování zboží a tím může vést ke zvýšení zisku. Důraz na SEO optimalizaci webu zase může pomoci přilákat zákazníky bez dodatečných nákladů. Celkově nízkonákladovost projektu podporuje možnost pomalého růstu bez nutnosti jeho selhání.

Díky těmto silným stránkám má projekt potenciál být úspěšným hráčem na trhu s produkty pro domácí mazlíčky.

5.2.2 Slabé stránky

- Omezené možnosti rozšiřování zboží zboží může způsobit, že projekt ztratí zákazníky, kteří hledají více sortimentu.
- Konkurence v oblasti e-commerce pro zvířata je poměrně vysoká a může být obtížné se odlišit od ostatních prodejců.
- Omezení v možnosti změny dodavatelů či produktů.
- Spolupráce s dodavateli může být nevyzpytatelná a může vést k problémům s doručením nebo kvalitou zboží.

Je třeba brát v potaz slabé stránky tohoto projektu. Mezi tyto faktory patří omezené možnosti zvyšování rozmanitosti zboží, což může způsobit ztrátu zákazníků, kteří hledají více sortimentu. Konkurence v oblasti elektronických obchodů s potřebami pro zvířata je poměrně vysoká a to může být pro tento projekt obtížné, protože je důležité se odlišit od ostatních prodejců. Dalším problémem může být omezení v možnosti změny dodavatelů či

produktů, což může negativně ovlivnit nabídku a poptávku zákazníků. Spolupráce s dodavatelem může být nevyzpytatelná, a to může vést k problémům s doručeními nebo kvalitou zboží. Tyto faktory představují riziko pro projekt a je důležité být na ně připraven a snažit se je minimalizovat.

5.2.3 Příležitosti

- Rostoucí počet majitelů domácích zvířat v České republice může zvýšit poptávku po produktech pro zvířata.
- Rozšiřování sortimentu zboží dle nových dodavatelů dropshippingového partnera, včetně produktů pro jiné druhy domácích zvířat, může přilákat nové zákazníky.
- Podpora chovatelských stanic z výdělku projektů může přinést reklamu a pozitivní vnímání e-shopu.

Projekt má řadu příležitostí, které mohou pomoci k jeho úspěchu. Rostoucí počet majitelů domácích zvířat v České republice zvyšuje poptávku po chovatelských potřebách, a to může být pro projekt výhodou. Rozšiřování sortimentu o produkty pro jiné druhy domácích zvířat může zase přilákat nové zákazníky. Další příležitostí je podpora chovatelských stanic z výdělku projektů, což může přinést reklamu a pozitivní vnímání e-shopu. Je tedy důležité využít těchto příležitostí a zlepšit tak výkon projektu.

5.2.4 Hrozby

- Změny v hospodářské situaci mohou vést k poklesu poptávky po produktech pro zvířata.
- Zákaznické recenze a hodnocení mohou mít velký vliv na pověst projektu a neuspokojené zákazníky mohou snížit zákaznickou základnu.
- Změny v oblasti legislativy mohou mít negativní dopad na provozování e-shopu.

Hrozby pro projekt mohou vycházet z vnějšího prostředí, jako jsou změny hospodářské situace, legislativy a zákaznických recenzí. Pokles poptávky po produktech pro zvířata může být důsledkem hospodářské krize nebo konkurence. Zákaznické recenze a hodnocení mohou zase ovlivnit pověst projektu a mohou vést k negativnímu vlivu na zákaznickou základnu. Navíc změny v oblasti legislativy mohou mít negativní dopad na celkový provoz e-shopu. Je třeba být schopen se adaptovat na takovéto hrozby a přijímat opatření, která pomohou zvýšit odolnost projektu vůči nim.

SWOT analýza ukázala silné a slabé stránky projektu, stejně jako příležitosti a hrozby, kterým bude projet pravděpodobně muset čelit. Díky této analýze budeme schopni lépe porozumět současné situaci projektu a lépe se připravit na budoucí výzvy a příležitosti. Je třeba dále pracovat na posilování silných stránek a minimalizování slabých stránek, využívat příležitosti, které se naskytují, a připravit se na rizika a hrozby, které mohou přijít.

5.3 Trend nakupování na internetu

V dnešní době se stále více lidí obrací k nákupu na internetu, což může být způsobeno nejen pandemií, ale také růstem digitálního světa a zlepšením technologií. Podle průzkumu s názvem Evropané nakupující na internetu v roce 2021 (2021) se nakupování na internetu v České republice stává běžným způsobem nákupu, což dokazuje skutečnost, že 89 % Čechů nakupuje na internetu alespoň jednou za čtvrtletí.

Z tohoto průzkumu také vyplývá, že největší podíl nákupů na internetu připadá na oblečení a obuv (51 %), dále potraviny a nápoje (46 %), spotřební elektroniku (42 %), zdraví a krásu (40 %) a hračky (34 %). Více než polovina lidí, kteří nakupují na internetu, preferuje domácí doručení, zatímco 37 % lidí upřednostňuje doručení do výdejního místa.

Výzkum také ukázal, že lidé stále více využívají mobilní zařízení pro nákup na internetu. K významnému růstu mobilního nákupu došlo v posledních letech a tento trend by mohl pokračovat i v budoucnosti. Ačkoli se mobilní nákup stává čím dál tím běžnějším, stále existuje skupina lidí, kteří tuto možnost nevyužívají. Mezi hlavní důvody, proč lidé nechtějí nakupovat na mobilu, patří obavy z bezpečnosti a přehlednosti výběru zboží.

Když už se ale rozhodnou nakupovat na internetu, lidé očekávají rychlou a spolehlivou doručovací službu. Tento fakt zvyšuje důležitost logistiky a doručování zboží pro úspěch e-shopů. Více než polovina lidí očekává doručení do 2-3 dnů od objednání, zatímco téměř čtvrtina lidí očekává doručení do 24 hodin. Zároveň lidé stále častěji využívají sledování svých zásilek a většina z nich preferuje notifikace a upozornění na doručení.

Podle výše zmíněného průzkumu se v České republice stále zvyšuje počet lidí, kteří nakupují na internetu. V roce 2021 se jednalo již o 74 % respondentů. Mezi nejčastěji nakupovanými kategoriemi zboží patří oblečení a obuv, elektronika, domácí spotřebiče, knihy a hračky.

Zajímavým trendem je také růst popularity nákupů přes mobilní zařízení. V roce 2021 nakupovalo přes mobilní telefon 44 % respondentů, což je o 7 % více než v roce 2020. V tomto ohledu se také projevuje rostoucí důležitost mobilních aplikací obchodníků.

Kromě toho si zákazníci v poslední době více cení rychlosti doručení. Až 64 % respondentů uvedlo, že si vybírá obchod na základě rychlosti dodání. Velký důraz je také kladen na flexibilitu doručení a možnost sledovat stav zásilky.

Dalším zajímavým trendem je zvýšená důvěra zákazníků v nákup na internetu. V roce 2021 se 42 % respondentů vyslovilo pro tuto možnost, což je o 7 % více než v roce 2020. Kromě toho si zákazníci více cení personalizace nabídek a služeb, například doporučení produktů nebo personalizovaných slev.

Všechny tyto trendy mají pro obchodníky, kteří prodávají na internetu, významný vliv na jejich strategii a nabídku. Větší důraz by měl být kladen na rychlost dodání, flexibilitu a personalizaci nabídek a služeb. Zákazníci si také více cení ekologického chování, což může být pro obchodníky výzvou k hledání šetrnějších a efektivnějších způsobů doručování. Výhodou pro tento projekt je, že díky využití dropshippingu a vstupu e-hopu od svého počátku do funkčního modelu se vyhne případným chybám a nedokonalostem v logistice, které mohou vést ke zhoršení poskytovaných služeb, na jejichž kvalitu jsou zákazníci elektronických obchodů zvyklí.

Z analýzy trendů se dá také usuzovat, že další výhodou tohoto projektu je fakt, že bude využit model kombinace dropshippingu a e-shopové platformy, který již nabízí zaběhnuté způsoby dopravy.

5.3.1 Nakupování na internetu a COVID 19

Nakupování na internetu bylo v posledních letech stále více oblíbeným způsobem nakupování. S nástupem pandemie COVID-19 se však tento trend ještě zrychlil. Zpráva Konference OSN pro obchod a rozvoj s názvem E-Commerce and the Digital Economy in LDCs: At Breaking Point in COVID-19 Times (2022) ukazuje, že pandemie výrazně ovlivnila způsob, jakým lidé nakupují zboží a služby.

Vzhledem k tomu, že se více lidí snaží omezit svůj kontakt s ostatními, stále více spotřebitelů se obrací na nákup zboží a služeb na internetu. To znamená, že se zvýšila poptávka po internetových nákupních platformách a mnoho obchodníků začalo posilovat svou online přítomnost.

Zpráva E-Commerce and the Digital Economy in LDCs: At Breaking Point in COVID-19 Times (2022) také ukazuje, že pandemie měla vliv na obchodníky v rozvojových zemích, kteří čelí výzvám v oblasti online prodeje a zákaznické podpory. Tyto výzvy zahrnují

nedostatek přístupu k internetu, omezenou dostupnost finančních služeb a nedostatek kapacity pro online marketing.

Podle průzkumu provedeného společnostmi Shoptet (2023d) se během pandemie výrazně zvýšil počet online nákupů v důsledku uzavření kamenných obchodů a souvisejících opatření. Češi si na tyto nákupy zvykli natolik, že čtyři z deseti z nich (38,1 %) budou i nadále nakupovat hlavně v e-shopech. Zatímco pouze 26,1 % Čechů plánuje využívat kamenné obchody. Většina respondentů (81,3 %) má pocit, že internetové obchody nabízejí vše, co potřebují, a pokud něco chybí, jedná se především o možnost vyzkoušet si zboží osobně, zejména oblečení. Elektronika a vybavení do domácnosti jsou nejoblíbenějšími kategoriemi zboží, které si lidé nejraději nakupují online.

Celkově lze říci, že pandemie COVID-19 zásadně ovlivnila způsob, jakým lidé nakupují zboží a služby, a přinesla nové výzvy jak pro spotřebitele, tak pro obchodníky.

5.4 Analýza trhu s produkty pro zvířata v České republice

Trh s produkty pro zvířata v České republice se neustále rozvíjí a nabízí množství zajímavých obchodních příležitostí. S nárůstem zájmu o domácí mazlíčky se rozrůstá i poptávka po kvalitních produktech pro zvířata. Tato kapitola se zaměří na analýzu trhu s produkty pro zvířata v České republice. Bude analyzován současný stav trhu, jeho velikost a trendy. Dále bude nahlédnuto na největší hráče na trhu a identifikována konkurence. Touto analýzou se získají nezbytné informace pro projekt a pomohou vytvořit strategii pro úspěšné založení a provoz internetového obchodu se zaměřením na chovatelské potřeby.

5.4.1 Popis trhu s produkty pro zvířata v České republice

Trh s produkty pro zvířata v České republice ukazuje, že počet domácích zvířat v českých domácnostech mírně roste. Podle průzkumu Focus Agency (2018), téměř 58 % české populace žije v domácnosti s nějakým domácím zvířetem. Psi a kočky jsou nejčastějšími domácími mazlíčky, následovány rybičkami, papoušky, kanárce, králíčky a malými hlodavci. Hlavním důvodem pro pořízení domácích zvířat je přání mít společníka a kamaráda. Průměrná měsíční náklady na péči o domácí zvíře jsou 783 Kč. Majitelé psů nejčastěji nakupují granule a suché krmivo a v průměru vydávají na krmivo 956 Kč měsíčně. Většina majitelů má jen jednoho psa. Podle typu bydlení jsou vlastníci mazlíčků v rodinných domech výrazně častější než v bytech. Lidé s vyššími příjmy, žijící v trojgeneračních domácnostech a v menších obcích mají o něco více tendence pořizovat si domácí zvířata.

5.4.2 Trendy na trhu v České republice

V posledních letech je možné pozorovat růst zájmu o zvířata, a to nejenom mezi lidmi, ale i mezi podnikateli, kteří se zaměřují na prodej produktů pro zvířata. To se projevuje růstem poptávky po těchto produktech na trhu. V České republice se v posledních letech výrazně zvyšuje zájem o domácí zvířata, což se odráží i v nárůstu prodeje produktů ně. Kromě tradičních produktů jako jsou krmiva, hračky a doplňky pro péči o zvířata, se na trhu objevují nové trendy.

Podle Madam Business (2023) uvádí jednatel Super zoo, Luboš Rejchrt, tržby společnosti meziročně vzrostly o téměř 16 %. Nejvyhledávanějšími produkty zůstávají krmiva pro psy a kočky, kočkolity a steliva pro hlodavce.

Majitelé domácích mazlíčků kupují stále stejné krmivo jako doposud nebo investují do krmiv s lepším složením. V rámci úspor pak majitelé nakupují menší věci, jako jsou obojky, vodítka, pelíšky a hračky. Nově se ale pozoruje nárůst popularity mezi majiteli koček, kteří hledají méně náročné zvíře než psi. Super zoo tak pozoruje nárůst meziročně o 23 % v segmentu výrobků pro kočky. Předpokládá se, že tento trend bude pokračovat i v budoucnosti.

Pro příklad Super zoo má pro své zákazníky věrnostní program s různými slevovými akcemi. Od začátku roku také nabízí novou mobilní aplikaci pro své věrné zákazníky, kteří mohou využít speciální slevové kódy a ušetřit tak na svých nákupech ještě více peněz. Svému podnikatelskému růstu řetězec přizpůsobuje rychlému vývoji v obchodním světě.

Jedním z těchto trendů je rostoucí zájem o kvalitní, přírodní a bezpečné produkty pro zvířata. Mnoho majitelů zvířat se zajímá o krmiva a doplňky stravy, které neobsahují umělá barviva, konzervanty a chemické látky, které mohou mít negativní vliv na zdraví zvířat. Tento trend se odráží v nabídce internetových obchodů zaměřených na produkty pro zvířata, kde se objevují nové značky a výrobky s důrazem na přírodní složení.

V neposlední řadě je významným trendem rozvoj internetového obchodování s produkty pro zvířata. S nárůstem počtu majitelů zvířat, kteří hledají kvalitní produkty pro své mazlíčky, roste i zájem o nákup z pohodlí domova. Díky moderním technologiím a online platbám se nákup zboží přes internet stává stále populárnější alternativou k tradičnímu nákupu v kamenných prodejnách.

Trendy na trhu s produkty pro zvířata se neustále vyvíjejí a mění v závislosti na poptávce zákazníků a inovacích v oblasti výroby produktů pro zvířata. Je důležité sledovat tyto trendy a přizpůsobit se jim, aby byl internetový obchod úspěšný a konkurenceschopný na trhu.

Podle webu Mam (2017) je na českém trhu se zvířecími potřebami patrný trend rostoucího zájmu o kvalitu krmiv a výrobků pro domácí mazlíčky. V oblasti krmiv pro psy nakupuje čtyři domácnosti z deseti, krmivo pro kočky nakupuje méně než jedna třetina domácností a pro ostatní domácí mazlíčky nakupují dvě domácnosti z deseti. Internetové prodejny se stávají stále populárnějšími, což potvrzuje rostoucí zájem zákazníků o produkty vyšší kvality, které jsou k retailovému prodeji v kamenných prodejnách často zdrženliví.

Celkově se dá říci, že trh a jeho rostoucí tendence k nakupování na internetu nabízí stále zlepšující se podmínky pro internetový obchod s chovatelskými potřebami, což podporuje i rostoucí zájem o domácí mazlíčky, hlavně pak psy a kočky.

5.4.3 Velikost trhu v České republice

Trh s chovatelskými potřebami a krmivy pro domácí mazlíčky v České republice je stále významný a rostoucí. Zvyšující se zájem o kvalitu potravin a služeb pro domácí mazlíčky se projevuje v růstu prodeje těchto produktů. Statistiky ukazují, že Češi jsou nadšení chovatelé a vysoké výdaje spojené se zvířaty dokazují, že zvířata jsou pro mnoho lidí důležitou součástí rodiny. Podle výzkumu GfK nakupovaly v sledovaném období červen 2016 až květen 2017 krmivo pro psy čtyři z deseti domácností, pro kočky jedna třetina a pro ostatní domácí mazlíčky dvě z deseti domácností. Podle společnosti Nielsen bylo od loňského července do letošního června utraceno skoro pět miliard korun za potravu pro zvířata v obchodech s potravinami a smíšeným zbožím a řetězcových drogeriích. Kreativita v reklamě na krmiva se nicméně zdá být omezena, přestože rostoucí zájem cílové skupiny o kvalitnější výrobky nabízí prostor pro zdokonalení komunikace (Mam, 2017).

5.5 Analýza konkurence v České republice

V současné době je konkurence na trhu s chovatelskými potřebami v České republice velmi vysoká. Existuje mnoho malých, středních a velkých internetových obchodů, které nabízejí chovatelské potřeby, a to jak od renomovaných značek, tak od menších dodavatelů. V nabídce produktů se nejčastěji objevují krmiva, hračky, pelíšky, oblečky, vodítka a košíky.

Největší konkurencí pro nový internetový obchod zaměřený na produkty pro zvířata jsou především etablovaní hráči na trhu, kteří mají velkou zákaznickou základnu a dlouholetou

zkušenost s prodejem tohoto druhu zboží. Mezi nejznámější internetové obchody s chovatelskými potřebami v České republice patří Zoohit, Superzoo, Petcenter, Spokojenypes a dalších několik desítek podobných či menších obchodů.

Významnou roli při výběru konkrétního internetového obchodu hraje mimo jiné cena a kvalita nabízeného zboží, rychlost a spolehlivost dodání, možnosti platby, dopravy a zákaznického servisu. Zákazníci v dnešní době očekávají také moderní a uživatelsky přívětivé webové stránky a intuitivní nákupní proces.

Tito velcí hráči mají také často své kamenné obchody, které nabízí nejen jiný přístup ke zboží, ale také možnost vyzvednutí objednávek z internetových obchodů.

5.5.1 Seznam a charakteristika internetových obchodů zaměřených na chovatelské potřeby v České republice

V České republice existuje řada internetových obchodů, které se zaměřují na prodej chovatelských potřeb. Níže jsou uvedeny ty nejvýznamnější z nich. Jako hodnota pro určení pozice obchodu v žebříčku je brána míra návštěvnosti. K získání této informace byl použit nástroj Similarweb (www.similarweb.com), který ve své verzi zdarma nabízí tuto možnost zobrazení aktuálních hodnot o webových stránkách a jejich hledanosti a také žebříčky webů dle kategorií jejich zařazení.

V tabulce je tedy uvedeno 10 nejnavštěvovanějších internetových obchodů s hodnotou jejich návštěvnosti v době sestavování tohoto žebříčku.

Tabulka 1 Internetové obchody s chovatelskými potřebami v ČR dle návštěvnosti (vlastní zpracování)

Internetových obchod	Návštěvnost (v tisících za měsíc)
Zoohit.cz	428,4
Superzoo.cz	371,3
Spokojenypes.cz	278,8
Bitiba.cz	155,9
Vaschovatel.cz	94,6
Petdiscont.cz	85,9
Petcenter.cz	83,4
Fera24.cz	72,8
Pethome.cz	62,3

Akinu.cz	59,5
----------	------

Z tabulky je možné vyčíst, že existuje několik hlavních hráčů na trhu s chovatelskými potřebami a od první pozice k desáté se jejich návštěvnost poměrně exponenciálně snižuje. V následující části bude tedy zhodnoceno 5 prvních z těchto internetových obchodů. S těmi bude nadále pracováno při hodnocení využívaných platforem.

5.5.2 Zoohit.cz

Zoohit.cz je jedním z největších online obchodů pro domácí mazlíčky v České republice a na Slovensku. Podle dostupných informací a recenzí se jedná o kvalitní a spolehlivý e-shop, který nabízí širokou škálu zboží pro psy, kočky, hlodavce, ptáky a ryby.

Výhodou Zoohit.cz je široký výběr zboží, přehledné rozdělení sortimentu a možnost výběru z více než 8000 produktů. Zákazníci si mohou vybírat z produktů více než 300 značek, které jsou k dispozici v různých cenových kategoriích. E-shop také nabízí možnost rychlého a pohodlného nákupu pomocí mobilní aplikace.

Další výhodou je, že se snaží nabízet konkurenční ceny a často pořádá slevové akce a speciální nabídky pro své zákazníky. E-shop také poskytuje různé způsoby platby a doručení, včetně možnosti osobního vyzvednutí zboží v kamenných prodejnách.

Co se týče negativních recenzí, někteří zákazníci se stěžují na nedostatečnou komunikaci ze strany zákaznické podpory a zpoždění doručení zboží. Nicméně, takovéto problémy mohou nastat u jakéhokoli e-shopu a Zoohit.cz se snaží řešit stížnosti co nejrychleji a efektivněji.

Obchod patří mezi kvalitní a spolehlivé online obchody pro domácí mazlíčky v České republice a na Slovensku. Nabízí široký výběr zboží, konkurenční ceny a pohodlné způsoby platby a doručení.

Web Zoohit.cz působí velmi profesionálně a moderně. Hlavní stránka je dobře strukturovaná a přehledná, přičemž hlavní nabídka s kategoriemi zboží je umístěna na horní liště a zákazníci mohou snadno vyhledávat produkty dle kategorií, značek a dalších kritérií. Design webu je příjemný a barevně laděný do zelených a modrých odstínů, což evokuje spojení s přírodou a zvířaty. Všechny informace o jednotlivých produktech jsou prezentovány velmi detailně, zákazníci mohou zobrazit fotografie zboží a informace o vlastnostech produktů, stejně jako recenze od jiných zákazníků. Zoohit.cz také poskytuje různé nástroje pro

usnadnění nakupování, například filtraci produktů podle cenového rozpětí, značky, velikosti a dalších vlastností.

Celkově lze tedy říci, že web Zoohit.cz je velmi dobře navržený a nabízí zákazníkům snadné a přehledné nakupování, přičemž kladení důrazu na detaily a užitečné informace zvyšuje důvěru zákazníků v tuto společnost.

5.5.3 Superzoo.cz

Superzoo.cz je internetový obchod specializující se na prodej zvířecích potřeb a krmiv. Obchod nabízí široký sortiment produktů pro psy, kočky, hlodavce, ptáky, ryby a další domácí mazlíčky. V porovnání s konkurenčním obchodem Zoohit.cz se Superzoo.cz zaměřuje více na české zákazníky a nabízí širší sortiment produktů od českých výrobců.

Snaží se zákazníkům nabídnout vysokou kvalitu produktů za příznivé ceny a často pořádá akce a slevy na vybrané zboží. Nabízí také možnost věrnostního programu, díky kterému si zákazníci mohou vydělat body za nákupy a ty následně směnit za další slevy. V oblasti služeb nabízí Superzoo.cz rychlé doručení a možnost osobního vyzvednutí zboží na pobočce. Zákazníci také mohou využít možnosti platby při osobním odběru, což je výhodné pro ty, kteří si přejí ušetřit na dopravě. Superzoo.cz se snaží být v konkurenci úspěšným hráčem díky vysoké kvalitě produktů, příznivým cenám a dobrému zákaznickému servisu. Jejich zaměření na české zákazníky a nabídka produktů od českých výrobců jim umožňuje vytvořit si věrnou zákaznickou základnu.

Webové stránky obchodu jsou moderní, přehledné a jednoduše navigovatelné. Hlavní stránka obsahuje nabídku aktuálních akcí a slev, nejprodávanější produkty a novinky.

V levém sloupci je menu, které umožňuje snadný přístup ke všem kategoriím zboží a vyhledávání konkrétních produktů. Výhodou webu je také možnost filtrování výsledků hledání podle konkrétních parametrů, jako jsou cena, značka, velikost a další.

Každý produkt má vlastní stránku, na které jsou podrobné informace o produktu, včetně obrázků, popisu a technických specifikací. Web obsahuje také recenze zákazníků, což může být užitečné pro potenciální zákazníky při výběru produktu.

Výraznou pozitivní stránkou webu je rychlost a plynulost načítání stránek, což je důležité pro uživatelský zážitek. V případě problémů nebo dotazů je k dispozici kontaktní formulář a telefonická podpora.

Celkově lze tedy říci, že web superzoo.cz je dobře navržen a snadno použitelný, což může být důležité pro zákazníky, kteří hledají pohodlný a spolehlivý způsob nákupu pro své mazlíčky.

5.5.4 Spokojenypes.cz

Spokojenypes.cz je internetový obchod specializující se na prodej krmiv, doplňků a příslušenství pro domácí mazlíčky. Již na první pohled je patrné, že design webu je velmi moderní a přehledný, což usnadňuje nákup zákazníkům. Při procházení sortimentu je možné využít filtrů podle druhu zvířete, značky nebo dalších parametrů, což usnadňuje vyhledávání a výběr produktů.

Co se týče nabízených produktů, Spokojenypes.cz má velmi široký sortiment, který zahrnuje krmiva, vitamíny, oblečení, hračky, příslušenství a další produkty pro psy, kočky, hlodavce, ryby, ptáky a další zvířata. Nabídka je velmi pestrá a zákazníci zde určitě najdou vše, co potřebují pro své mazlíčky.

Další výhodou obchodu je možnost výběru z různých způsobů doručení a platby, včetně osobního odběru, platby kartou, bankovním převodem, dobírkou a platebními bránami. Zákazníci si tak mohou vybrat to, co jim nejvíce vyhovuje. Obchod také nabízí program věrnostních bodů, který umožňuje získat slevy na další nákup.

Obchod Spokojenypes.cz je velmi kvalitní a konkurenceschopný obchod, který si získává pozornost především svým moderním designem, širokým sortimentem a programem věrnostních bodů.

Webové stránky spokojenypes.cz působí velmi moderním a přívětivým dojmem. Hlavní strana obsahuje velké fotografie produktů a graficky působí velmi přehledně. Pro zákazníky je k dispozici snadné a intuitivní navigační menu, které umožňuje snadno vyhledat požadované produkty. Kromě toho, na hlavní stránce jsou zobrazeny aktuální akce a slevy, což může být pro zákazníky velmi lákavé.

Kategorie produktů jsou rozděleny do přehledných sekcí, což usnadňuje zákazníkům orientaci a hledání produktů. Pro každý produkt jsou k dispozici detailní informace, včetně fotografií, popisu, cen a recenzí od zákazníků, což může pomoci při výběru produktu.

Celkově jsou webové stránky spokojenypes.cz velmi dobře navrženy, přehledné a snadno použitelné.

5.5.5 Bitiba.cz

Bitiba.cz je online obchod specializující se na prodej zboží pro domácí zvířata. Na první pohled je vidět, že jejich web je velmi uživatelsky přívětivý a snadno použitelný. Design stránky je moderní a atraktivní, což pomáhá vytvořit dobrý dojem u zákazníků a zvyšuje pravděpodobnost, že budou na stránce zůstat déle a nakoupí zde.

Jednou z největších výhod obchodu Bitiba.cz je jejich rozsáhlá nabídka zboží pro domácí zvířata, která obsahuje téměř vše, co majitelé domácích mazlíčků potřebují - od krmiv až po doplňky stravy, oblečení, hračky a další vybavení pro zvířata. Nabídka produktů je široká a kvalitní, a zákazníci si mohou vybírat z mnoha značek a variant.

Další výhodou Bitiba.cz je, že nabízí velmi konkurenceschopné ceny na všechny své produkty. To znamená, že zákazníci mohou ušetřit při nákupu a získat více za své peníze.

Při prohlížení webu Bitiba.cz je snadné najít informace o produktech, včetně jejich popisu, fotografií a cen. Všechny produkty jsou uspořádány do kategorií, což umožňuje snadné procházení a vyhledávání. Na stránce je také k dispozici detailní návod na použití webu a mnoho informací o nákupu, platbách a doručení.

Je evidentní, že se snaží být velmi dobrým online obchodem pro nákup zboží pro domácí zvířata. Nabízí širokou škálu kvalitních produktů za velmi konkurenceschopné ceny, a jeho uživatelsky přívětivý web pomáhá zákazníkům snadno najít a nakoupit potřebné zboží.

Na stránce je také snadno dostupné vyhledávací pole, což umožňuje zákazníkům rychlé a přesné hledání požadovaného zboží. Další pozitivní vlastností webu je, že nabízí možnost registrace zákazníků, což umožňuje vytvoření osobního účtu a snadné sledování objednávek, úpravu údajů a další výhody.

V oblasti produktových stránek webu je možné najít podrobné informace o jednotlivých produktech, včetně popisu, fotografií, velikostí a dalších důležitých specifikací. Všechny tyto informace jsou prezentovány srozumitelným a přehledným způsobem, což zákazníkům usnadňuje výběr a nákup požadovaného zboží.

Web Bitiba.cz se prezentuje jako moderní a přehledný e-shop, který nabízí široký výběr zboží pro domácí zvířata a snadno použitelnou platformu pro nákup. Všechny tyto faktory mohou být klíčové pro přilákání a udržení zákazníků.

5.5.6 Vaschovatel.cz

Vaschovatel.cz je online obchod specializující se na prodej zboží pro chovatele zvířat, včetně psů, koček, hlodavců, ptáků a koní, ale nabízí i široký sortiment produktů pro lidi, jako jsou oříšky nebo zdravotní doplňky. Jejich web působí moderně a přehledně, s jednoduchým rozvržením kategorií produktů. Uživatelské rozhraní je intuitivní a snadno ovladatelné, což umožňuje rychlý a efektivní nákup zboží.

Nabídka produktů na Vaschovatel.cz je rozmanitá a zahrnuje široké spektrum potřeb pro chovatele zvířat, včetně krmiv, doplňků stravy, kosmetiky, oblečení a dalšího vybavení. Nabídka produktů pro lidi, jako jsou oříšky nebo zdravotní doplňky, je zajímavým prvkem, který zákazníkům nabízí více možností pro nákup na jednom místě.

Kromě toho, web Vaschovatel.cz nabízí velmi přínosné funkce, jako jsou slevy na výrobky, speciální nabídky a akce pro registrované zákazníky. Jejich zákaznická podpora je také dobře zvládnutá, s možností chatování a e-mailové podpory.

Celkově vzato, Vaschovatel.cz je moderní a funkční online obchod s širokou nabídkou produktů pro chovatele zvířat i pro lidi. Jejich přívětivé uživatelské rozhraní a přínosné funkce poskytují zákazníkům příjemný nákupní zážitek a spolehlivé služby.

Web vaschovatel.cz je přehledně a srozumitelně strukturovaný, což umožňuje snadné a rychlé vyhledávání zboží. Hlavní kategorie jsou rozděleny podle typu zvířete, pro které je zboží určeno. Každá kategorie má podkategorie, které dále specifikují druh zboží.

Jednotlivé produkty jsou prezentovány s obrázkem, názvem, cenou a krátkým popisem. K dispozici jsou také recenze zákazníků, což může být užitečné při výběru produktu. Pro některé kategorie je k dispozici filtr, který umožňuje přesnější vyhledávání.

Na webu je také dostupná sekce s články o chovu zvířat, které mohou být pro zákazníky zajímavé a užitečné. V nabídce jsou také produkty pro lidi, což může být zajímavé pro majitele zvířat, kteří hledají například zdravotní doplňky nebo pamlsky pro sebe.

Celkově je web vaschovatel.cz přehledný a nabízí široký sortiment zboží pro různé druhy zvířat. Může být vhodnou volbou pro majitele domácích mazlíčků, kteří hledají kvalitní produkty za přijatelnou cenu.

5.5.7 Srovnání využívaných platforem

Zoohit.cz využívá vlastní e-shopovou platformu. Tato platforma umožňuje snadné a intuitivní procházení produktů, rychlý nákup a jednoduché vyhledávání produktů podle různých kritérií. Webové stránky jsou rychlé a dobře optimalizované pro různé zařízení. Zákazníci mají také přístup k informacím o svých objednávkách a mohou si zkontrolovat stav svých balíčků.

Superzoo.cz používá platformu Magento, která je velmi populární mezi e-shopovými platformami. Tato platforma poskytuje uživatelům mnoho různých funkcí a možností. Uživatelé mohou snadno procházet produkty, filtrovat je podle různých kritérií a rychle je vyhledat pomocí intuitivního vyhledávacího pole. Web stránky jsou dobře optimalizované a zákazníci mají přístup k informacím o svých objednávkách.

Spokojenypes.cz využívá platformu PrestaShop, která je další populární volbou mezi e-shopovými platformami. Tato platforma umožňuje snadné procházení produktů, filtrování a vyhledávání. Uživatelské rozhraní je čisté a jednoduché, což zvyšuje uživatelskou přívětivost. Web stránky jsou dobře optimalizované pro mobilní zařízení a zákazníci mají přístup k informacím o svých objednávkách.

Bitiba.cz používá e-shopovou platformu Shopware. Tato platforma nabízí uživatelům mnoho různých funkcí, včetně možnosti snadno procházet produkty, filtrovat je a vyhledávat. Uživatelé mohou také snadno zkontrolovat stav svých objednávek a sledovat stav svých balíčků. Webové stránky jsou dobře optimalizované pro mobilní zařízení.

Vaschovatel.cz používá platformu OpenCart, což je snadno použitelná e-shopová platforma, která umožňuje snadné procházení produktů, filtrování a vyhledávání. Uživatelé mají také přístup k informacím o svých objednávkách a mohou si zkontrolovat stav svých balíčků. Webové stránky jsou

Petdiscont.cz využívá e-shopovou platformu Shoptet, což je česká platforma, která se specializuje na maloobchodní e-shopy. Shoptet je poměrně rozšířenou a oblíbenou platformou mezi českými e-shopy, které se zaměřují na prodej různého zboží, včetně zvířecího krmiva a potřeb pro mazlíčky.

Petcenter.cz také využívá e-shopovou platformu Shoptet, což je v této oblasti velmi častá volba. Tato platforma nabízí poměrně rozsáhlé možnosti nastavení e-shopu, včetně SEO optimalizace a různých platebních a dopravních metod.

Fera24.cz využívá vlastní e-shopovou platformu, která je speciálně navržena pro prodej zvířecího krmiva a potřeb. Tato platforma umožňuje snadné vyhledávání a nákup zboží dle zvířecí kategorie a značky.

Pethome.cz využívá e-shopovou platformu Magento, což je velmi rozšířená platforma pro e-shopy. Tato platforma umožňuje velkou míru flexibility a personalizace, což je velmi užitečné pro e-shopy s velkým sortimentem a mnoha různými kategoriemi zboží.

Akinu.cz také využívá e-shopovou platformu Magento, což je v této oblasti velmi rozšířená a kvalitní volba. Tato platforma nabízí možnost vytvořit velmi komplexní e-shop s mnoha různými funkcemi a možnostmi nastavení.

5.5.8 Srovnání obchodů využívajících Dropshipping v České republice

Obchod, který na českém trhu využívá dropshipping (a dokonce partnera dropshipping.cz) je Dudlu.cz.

Přestože je tento obchod zmiňován zde, v kapitole o potenciální konkurenci, obchod Dudlu.cz se nezaměřuje na chovatelské potřeby, je to internetový obchod specializující se na prodej dětských hraček, oblečení, doplňků a potřeb pro děti. Na webu mohou zákazníci najít širokou škálu produktů pro děti různého věku, od kojeneckých věcí až po hračky pro starší děti. Sortiment zahrnuje například hračky pro rozvoj motoriky a kreativity, plyšové hračky, stavebnice, puzzle, hry, autíčka, ale také dětské oblečení, boty, zavinovací deky, kočárky, autosedačky a další důležité věci pro rodiče a jejich děti.

Tento obchod uvádím hlavně proto, že stojí na stejném modelu jako je zamýšlen zakládáný internetový obchod, tedy modelu využití dropshippingu a zaměření marketingu na SEO. Jako takový byl pro tento projekt inspirací.

6 VYTVOŘENÍ PROJEKTU ZALOŽENÍ INTERNETOVÉHO OBCHODU SE ZAMĚŘENÍM NA DROPSHIPPING

V této kapitole se budeme zabývat tvorbou projektu pro založení internetového obchodu zaměřeného na dropshipping. Proces založení internetového obchodu může být náročný a vyžaduje pečlivou přípravu a plánování. Tento projekt bude zahrnovat výběr vhodné platformy pro internetový obchod, výběr partnera pro dropshipping, výběr konkrétních dodavatelů zboží a samotnou tvorbu obchodu včetně grafického zpracování a právních náležitostí. Celkově se tato kapitola bude zabývat praktickými aspekty vytvoření úspěšného internetového obchodu s potřebami pro zvířata zaměřeného na dropshipping.

Celkově bude projekt smýšlený jako nízkonákladový. Tomu by mělo napomoci využití SEO jako marketingového nástroje, který je bez dílčích vynaložených nákladů, který by představovaly ostatní reklamní nástroje. Jako takový by se mělo předejít potenciálnímu selhání projektu z důvodu nízkých brzkých zisků.

6.1 Volba názvu a domény

Při vstupu do online prostředí je výběr vhodného názvu domény klíčovým krokem, neboť může být rozhodující pro první dojem uživatelů webu a může zvýšit návštěvnost webu. Doporučuje se použít krátký název s odpovídajícími klíčovými slovy, které napoví uživatelům, co na daném webu najdou. Pokud jsou zákazníci z určité oblasti, může být vhodné zahrnout název této oblasti přímo do názvu domény. Koncovka domény může také přispět k individuální image webu (Google Support, 2023).

Při výběru názvu a domény bylo zohledněno několik kritérií, jako například snadná zapamatovatelnost, originalita, spojitost s tematikou obchodu a také dostupnost domény. Jako koncovka jednoznačně dává smysl použít českou (tedy .cz). Pro ověření dostupnosti byl použit nástroj www.volnedomeny.cz. Pro vytvoření listu návrhů bylo potřeba zamýšlení nad spojitostí mezi názvem a záměrem projektu s využitím dávky kreativity.

Bylo vybíráno z následujících možností, které byly v době výběru k dispozici:

- animu.cz
- caipei.cz
- canisto.cz
- degous.cz

- littlequeen.cz
- mianel.cz
- pacnato.cz
- packyvteple.cz
- petsathome.cz
- plnepacky.cz
- poopy.cz
- turbopes.cz
- wolfpet.cz
- zoo.to
- zoopelisek.cz
- zvirecikoutek.cz

Nakonec byla vybrána doména Wolfpet.cz. Tento název byl vybrán z důvodu jeho snadné zapamatovatelnosti a originality.

Název byl také konzultován s marketingovým specialistou, který viděl tuto slovní hříčku jako v hodnou z důvodu spojitosti mezi psím mazlíčkem a „dravcem“ v každém domácím zvířeti, která by mohla vzbuzovat zájem.

Doména byla ověřena jako volná pomocí služby volnedomeny.cz a následně zaregistrována u poskytovatele webhostingu Wedos.cz za 175.45 Kč s DPH.

6.2 Design internetového obchodu

Design internetového obchodu hraje klíčovou roli při budování značky a vytváření prvního dojmu na zákazníky. Pro internetový obchod Wolfpet.cz bylo důležité zvolit design, který bude moderní, jednoduchý, a především bude odpovídat jménu a smyslu brandu.

Při výběru barev bylo bráno v úvahu, že barva má velký vliv na zákazníky a jejich vnímání značky. Proto byla vybrána barva 2ECCD7, která reprezentuje energii, dynamiku a odvahu. Tato barva, přestože je spíše protikladem přírody a přirozenosti, koresponduje se smyslem názvu „Wolfpet“, který odkazuje na divokého vlka, který je symbolem síly a nebojácnosti.

Pro vytvoření grafiky internetového obchodu byla externě zadána poptávka s na platformě freelance.cz, kde se setkávají freelanceři a kreativci s poptávajícími, grafikovi, který zpracoval celkový požadavek za 1300 Kč. Grafika obsahovala bannery s motivy domácích mazlíčků v pozadí s vlkem, ikony a strukturu toho, jak by mohl web vypadat, a hlavně logo obsahující vlka reprezentujícího brand Wolfpet.cz.



Obrázek 4 Logo Wolfpet.cz

Obrázek 5 Úvodní banner
Obrázek 6 Logo
Wolfpet.cz

Při tvorbě grafiky bylo klíčové, aby byla jednoduchá, srozumitelná a zároveň vystihla smysl brandu. Logo s vlkem je velmi výrazné a snadno zapamatovatelné, což jsou důležité faktory pro budování značky a její rozpoznatelnost. Celkově grafika byla navržena tak, aby přitahovala zákazníky a zároveň reflektovala smysl a poslání obchodu.

Vzhled internetového obchodu Wolfpet.cz je klíčovým prvkem při vytváření dobrého prvního dojmu na zákazníky a budování značky. Při tvorbě grafiky bylo pečlivě zvažováno, aby odpovídala názvu a smyslu značky a zároveň byla moderní a atraktivní pro zákazníky.



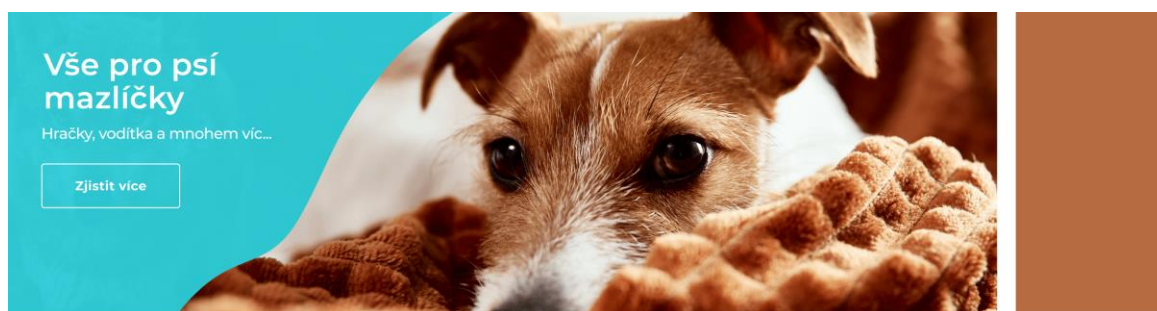
Obrázek 7 Úvodní banner

Obrázek 8 Banner Vše pro psy
Obrázek 9 Úvodní banner

Jako úvodní banner, který by se měl zobrazit ihned po vstupu na web, byl vytvořen takový, který vyobrazuje kontrast roztomilých domácích mazlíčků s náznakem dravého pohledu vlka (v pozadí modré oblasti s textem), jakožto dravce, kterého můžeme vnímat ve svém domácím zvířeti každý z nás.

Tento rozpor má být určitou předností brandu Wolfpet.cz, proto je vhodné jej prezentovat hned na první pohled.

Zároveň je však důležité, aby tento banner nebyl pouze dekorativní prvek, ale aby plnil funkci identifikace brandu a vystihl jeho poselství. Proto je vhodné, aby obsahoval i konkrétní informace o produktech či službách, které Wolfpet.cz nabízí. Výrazný a dobře navržený banner může být velkou výhodou pro tuto značku, protože může zaujmout a bude pro návštěvníka dobře zapamatovatelný.



Obrázek 10 Banner Vše pro psy

Obrázek 11 Banner Vše pro kočky

Obrázek 12 Banner Vše pro psy
Druhým bannerem, který by se měl zobrazit je „Vše pro psí mazlíčky“, který vybízí k návštěvě produktů určených právě pro psy.



Obrázek 13 Banner Vše pro kočky

Obrázek 14 Shoptet ceník (Shoptet, 2023a)

Obrázek 15 Banner Vše pro kočky

Třetím bannerem je „Vše pro kočičí mazlíčky“. Stylisticky, stejně jako předešlý banner, prolíná barvu e-shopu s barvami vystihující podstatu obrázku. Tím je poutavý a zároveň vystihuje podstatu této značky.

6.3 Výběr vhodného dropshippingového partnera a platformy

Tato kapitola bude zaměřena na výběr dropshippingového partnera na základě určených kritérií a výběr platformy pro stavbu e-shopu. Jak bude patrné, tyto 2 otázky jsou velmi úzce propojeny.

6.3.1 Výběr dropshippingového partnera

Při výběru vhodného dropshippingového partnera je třeba brát v úvahu řadu kritérií, která zajistí, že spolupráce bude pro obchod výhodná a bude splňovat potřeby zákazníků. Nejprve bylo rozhodnuto, že se bude vybírat z českých dodavatelů, kteří dokážou poskytnout rychlou dopravu na území České republiky. Je totiž známo, že čeští zákazníci jsou zvyklí na rychlou doručovací službu a čekání několik dní na zboží by mohlo mít negativní dopad na reputaci obchodu.

V současné době v České republice existuje jen několik málo platforem pro dropshipping. Tyto platformy jsou obvykle samostatné e-shopy s vlastním skladem, které nabízejí tuto službu pouze pro své vlastní zboží.

Výjimkou je dropshipping.cz, což je jediná dropshippingová platforma v České republice, která sdružuje více smluvních dodavatelů a napojuje je na různé prodejce. Tato platforma funguje na principu provizního systému a nabízí i službu fulfillment centra.

Dodavatelé v této platformě stanovují velkoobchodní cenu pro prodejce a také doporučenou maloobchodní cenu pro zákazníky. Systém vypočítává marži pro prodejce na základě doporučené maloobchodní ceny. Každý dodavatel v systému stanovuje maximální možnou odchylku od doporučené maloobchodní ceny. Prodejci musí dodržovat tuto odchylku a její výši stanovenou dodavatelem. Prodejci internetový obchod musí podporovat API, aby byl přímo napojený na platformu a bylo možné automatizovat objednávky. Manuální zadávání objednávek není možné. Po uhrazení objednávky a platbě zákazníka je v systému dropshippingové platformy po 14 dnech na účet prodejce připsána částka v hodnotě marže, ponížená o velkoobchodní cenu zboží. Toto zpoždění je kvůli případným vratkám. Veškeré prostředky na dropshippingovém účtu si poté může prodejce převést na svůj běžný účet.

Po pečlivém zvažování bylo zjištěno, že v České republice existuje pouze jeden dropshippingový partner, který splňuje výše zmíněné požadavky, a to dropshipping.cz. Tato společnost má vytvořené napojení na spoustu e-shopových řešení, čímž usnadňuje stavbu takového e-shopu.

Existují také možnosti dropshippingu s napojením na Amazon, Ebay či Alibaba, avšak tyto platformy nabízejí dodání zboží ze zahraničních skladů, což by mohlo znamenat výrazné zpoždění doručení zboží. To by způsobilo zhoršení zkušenosti zákazníků s obchodem a mohlo by vést ke ztrátě zákazníků.

Po zvážení možností a posouzení zmíněných důvodů bylo rozhodnuto spolupracovat s dropshipping.cz, jelikož nabízí rychlé dodání zboží na území České republiky a má již hotové napojení na e-shopová řešení.

Krom toho se podařilo ověřit, že dropshipping.cz spolupracuje s dodavateli, kteří nabízejí jako své produkty chovatelské potřeby a je tedy vhodným partnerem pro tento projekt.

6.3.2 Výběr platformy pro stavbu e-shopu

Výběr vhodné platformy pro stavbu e-shopu byl klíčovým rozhodnutím při tvorbě internetového obchodu Wolfpet.cz. Prvním a hlavním kritériem při výběru platformy bylo, zda má vytvořené napojení dropshipping.cz. Krom toho byly brány v úvahu další kritéria, mezi které patřila cena, možnosti úprav a designu, rychlost načítání stránky a další.

Složba Dropshipping.cz měla v době zakládání e-shopu vytvořená napojení na tyto e-shopové řešení:

- Eshop-studio.cz
- Exitshop.cz
- Jzshop.cz
- modul pro Prestashop
- modul pro Woocommerce
- Shoptet.cz
- Shopify.com
- Webareal.cz (Dropareal.cz)
- Weby24.cz

Dalším z hlavních kritérií byla cena. Při uvážení množství produktů, které se v obchodě plánuje nabízet (stovky až tisíce), byla cena za provoz e-shopu klíčovým faktorem. Například u Shoptetu by byl pro takové množství produktů potřeba plán PROFI za 2505 Kč/měsíc s DPH (21 %), což je relativně vysoká cena.

BASIC	BUSINESS	NEJOBLIBENĚJŠÍ PROFI	ENTERPRISE	FREE ZDARMA
340 Kč / měsíc	1 370 Kč / měsíc	2 070 Kč / měsíc	3 970 Kč / měsíc	Pro 10 produktů, 1 email a 1 uživatele.
až 100 produktů ? 31 doplňků v ceně ? Připraveno na GDPR a EET ? Platební brána zdarma ? Pokladní systém ? emailů: 3 ? uživatelé: 3 ?	až 1 000 produktů ? 44 doplňků v ceně ? Připraveno na GDPR a EET ? Platební brána zdarma ? Pokladní systém ? emailů: 5 ? uživatelé: 5 ?	až 5 000 produktů ? 57 doplňků v ceně ? Připraveno na GDPR a EET ? Platební brána zdarma ? Pokladní systém ? emailů: 10 ? uživatelé: neomezeně ?	až 50 000 produktů ? 67 doplňků v ceně ? Připraveno na GDPR a EET ? Platební brána zdarma ? Pokladní systém ? emailů: 15 ? uživatelé: neomezeně ?	Připraveno na GDPR a EET ? Platební brána zdarma ? Součástí je 21 doplňků. ?
OBJEDNAT	OBJEDNAT	OBJEDNAT	OBJEDNAT	OBJEDNAT
				POTŘEBUJETE POMOC? Nevíte si rady s výběrem vhodného tarifu? Napište nám nebo nám zavolejte na +420 604 600 444.

Všechny ceny jsou uvedeny bez DPH 21%.

Obrázek 16 Shoptet ceník (Shoptet, 2023a)

Obrázek 17 Webareal ceník (Webareal, 2023b) Obrázek 18 Shoptet ceník (Shoptet, 2023a)

Na druhé straně u Webareal.cz by byl plán PROFI s neomezeným množstvím produktů za 569 Kč/měsíc s DPH, což je mnohem přijatelnější cena. Navíc Weabreal poskytuje v tomto plánu množství šablon, ze kterých lze vybírat, a tak si lze snadno vybrat ten nejvhodnější design pro Wolfpet.cz.

	START 180 Kč / měsíc	STANDARD 248 Kč / měsíc	PROFI 569 Kč / měsíc	EXCLUSIVE 463 Kč / měsíc
	Platba za 5 let 10790 Kč	Platba za 5 let 14890 Kč	Měsíční platba 569 Kč	Platba za 5 let 27790 Kč
Šablony Start	✓	✓	✓	✓
Šablony Standard	✗	✓	✓	✓
Šablony Profi	✗	✗	✓	✓
Počet produktů	Do 100 produktů	Neomezeně produktů *	Neomezeně produktů *	Neomezeně produktů *
Počet emailových adres	5	5	Neomezeně	Neomezeně
Prostor na disku	5GB	5GB	Neomezeně	Neomezeně

Obrázek 19 Webareal ceník (Webareal, 2023b)

Obrázek 20 Šablona Titanium (Webareal, 2023c) Obrázek 21 Webareal ceník (Webareal, 2023b)

Dalším kritériem byla flexibilita a možnost úprav a designu e-shopu. Pro Wolfpet.cz bylo důležité, aby se výsledný design co nejvíce přiblížil vizuálnímu stylu značky a reprezentoval ji co nejlépe. Proto byla preferována platforma, která umožňuje jednoduché úpravy designu a poskytuje dostatečnou flexibilitu. Z tohoto hlediska byly velmi vhodné platformy jako Webareal.cz, Exitshop.cz či Eshop-studio.cz.

Rychlost načítání stránky byla dalším kritériem, které bylo bráno v úvahu. V dnešní době je pro zákazníky důležité, aby se stránky načítaly co nejrychleji, aby neztráceli trpělivost a neodešli k jinému prodejci. V tomto ohledu se ukázaly jako velmi rychlé platformy jako Shopify.com, Jzshop.cz či Webareal.cz (Dropareal.cz).

Jako platforma pro projekt Wolf Pet byl vybrán webareal.cz. Výběr vhodné platformy pro stavbu e-shopu byl tedy velmi důležitým rozhodnutím, které ovlivnilo celkový vzhled a funkčnost internetového obchodu Wolfpet.cz. Bylo nutné brát v úvahu nejen napojení na dropshippingového partnera, ale i celou řadu dalších faktorů, které mají vliv na výsledný produkt.

6.4 Stavba e-shopu Wolfpet.cz

Tato kapitola se věnuje detailnímu popisu procesu vývoje internetového obchodu Wolfpet.cz, který je založen na webové platformě Webareal.cz. Volbou této platformy byla zajištěna spolehlivost a bezpečnost propojení s dropshippingovým partnerem, což umožňuje nabízet zákazníkům širokou škálu produktů pro domácí zvířata. Po výběru vhodné šablony a dosazení grafiky a bannerů budou následovat další kroky, jako například vytvoření produktových kategorií a nahrání produktů z dropshipping.cz, testování a ladění e-shopu.

Tato kapitola se zaměří na vysvětlení nezbytných kroků pro úspěšnou výstavbu e-shopu, a zároveň ukáže, jak je zajištěna jeho funkčnost a uživatelská přívětivost. Bude také

prezentováno, jak byly navrženy a implementovány prvky, které přispívají k vizuální atraktivitě a snadnému orientování se pro potenciální zákazníky. V této kapitole budou tedy popsány nejen technické aspekty, ale také vývojový proces a designová koncepce, která stojí za vznikem e-shopu Wolfpet.cz.

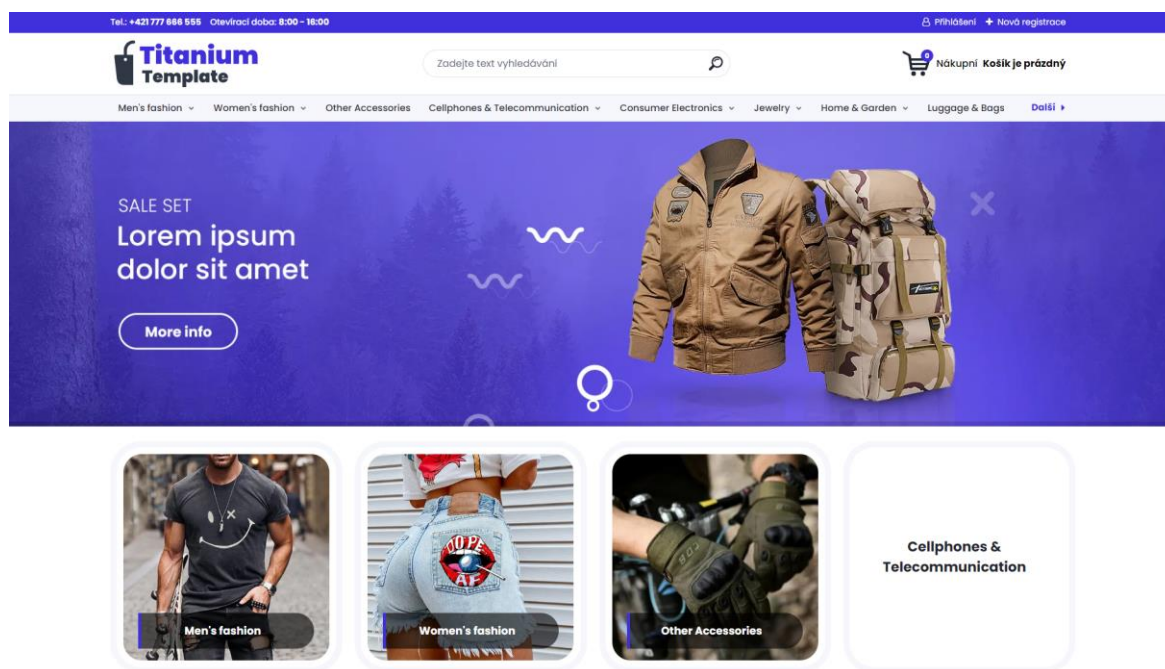
Stavba e-shopu sestává z následujících kroků:

- Výběr vhodné šablony
- Dosazení grafiky a bannerů
- Založení účtu u dropshipping.cz
- Vytvoření napojení a výběr vhodných dodavatelů
- Nastavení platebních a dopravních metod v rámci e-shopu
- Vytvoření produktových kategorií a nahrání produktů z dropshipping.cz
- Testování a ladění e-shopu
- Nastavení obchodních podmínek
- Vytvoření firemní emailové adresy

V následujících částech budou popsány tyto jednotlivé kroky pro založení funkčního e-shopu.

6.4.1 Výběr vhodné šablony

Výběr vhodné šablony je klíčovým krokem při stavbě e-shopu. Bylo třeba najít takovou šablonu, která by reprezentovala obchod co nejvíce. Při výběru vhodné šablony byla brána v úvahu zvolená barva, vytvořená grafika a smysl obchodu (chovatelské potřeby). Zvolena byla šablona s názvem "Titanium", která je dostupná pro zvolený plán „Profi“ a zdála se být nejvhodnější pro e-shop Wolfpet.cz.



Obrázek 22 Šablona Titanium (Webareal, 2023c)

Tato šablona má moderní design, který se skvěle hodí pro prodej zvířecích potřeb. Prostředí této šablony je příjemné a neutrální, což umožní snadnou kombinaci s naší vlastní barvou. Kromě toho obsahuje prostor pro úvodní bannery, které již máme vytvořené. Zvolená šablona umožnila rychle a efektivně vytvořit vzhled e-shopu a soustředit se na další důležité kroky, jako je například napojení na dropshipping a nahrání produktů.

Důležitou součástí zvolené šablony je také prostor pro blog, který by měl být neodmyslitelnou součástí každého moderního e-shopu z pohledu SEO a vytváření uceleného konceptu obchodu. Celkově lze tedy říci, že výběr vhodné šablony je klíčovým faktorem pro vytvoření úspěšného a profesionálního e-shopu Wolfpet.cz.

6.4.2 Dosazení grafiky a bannerů

Po výběru vhodné šablony je třeba dosazení grafiky a bannerů. Spolupráce s grafikem umožnila získat kompletní grafické prvky, včetně bannerů, loga a ikon, které byly následně vloženy do šablony.

Jak David Feinlebb (2017, s. 27) uvádí: „Dnešní spotřebitelé stále méně komunikují s fyzickými produkty předtím, než se rozhodnou pro nákup. V důsledku toho je mnohem důležitější přesvědčivý obsah. Obrázek nebo video na stránce zboží na Amazon.com, Jet.com

nebo Walmart.com může být jediným vizuálním prvkem, na který se spotřebitel před rozhodnutím o nákupu podívá.“, což vypovídá p důležitosti této části projektu.

Dosazením grafiky bylo docíleno toho, že se e-shop stal plně funkčním a reprezentativním pro značku Wolfpet. Kromě grafických prvků je třeba zohlednit také zvolenou barvu 2ECCD7, která doplňuje celkový vizuál e-shopu a vhodně ji do struktury obchodu zařadit. Tímto způsobem byla vytvořena vizuálně přitažlivá prezentace značky Wolfpet.

6.4.3 Založení účtu u dropshipping.cz

Po úspěšné registraci na platformě dropshipping.cz je nutné založit obchod s názvem Wolfpet v administraci. Tento krok je velmi důležitý, protože při jeho správném provedení jsou nastaveny veškeré údaje o obchodu, které jsou potřebné pro správnou a efektivní práci s platformou.

Při založení obchodu je nutné vyplnit veškeré potřebné informace, jako například jméno obchodu, kontaktní údaje a účetní údaje o provozovateli. Je důležité věnovat zvláštní pozornost účetním údajům, jako je například IČO, které jsou klíčové pro fakturaci ze strany dodavatele.

Po úspěšném založení obchodu lze začít s nahráváním produktů a nastavováním dalších důležitých funkcí e-shopu. Správné nastavení obchodu a včasná aktualizace údajů jsou klíčové pro úspěšný prodej zboží na platformě dropshipping.cz.

6.4.4 Vytvoření napojení a výběr vhodných dodavatelů

Po úspěšném založení obchodu je možné přistoupit k napojení obchodu na platformu e-shopu ve Webareal.cz. Díky napojení je možné snadno importovat produkty z dropshipping.cz do prostředí e-shopu Wolfpet.cz. Napojení se provádí přes administrační prostředí e-shopu ve Webareal.cz a je velmi jednoduché.

V administraci prostředí dropshipping.cz je možné vybírat ze škály dodavatelů. V době zakládání e-shopu Wolfpet.cz jsou k dispozici 3 dodavatelé, kteří nabízejí chovatelské potřeby. Konkrétně se jedná o tyto:

- Chovatelské potřeby (Petproducts.cz)
- Chovatelské potřeby a krmiva (Reedog.cz)
- Krmiva pro psy a kočky (Českomoravská spol. chovatelů a.s)

Z možných jsou pro tento projekt zvoleny všechny tři dodavatele, kteří obsáhnou poměrně rozmanitou škálu kategorií zboží – od hraček, přes potřeby pro výcvik až po krmivo. Celkem se na e-shop napojilo množství větší, než 2000 produktů. Vcelku se však tito dodavatelé zaměřují pouze na produkty pro psy a kočky, což zeslabuje šíři záběru chovatelských potřeb, z analýzy však vyplývá, že toto jsou hlavní kategorie, na které je vhodné se zaměřit, a proto je možné užší specializaci e-shopu vnímat jako výhodu mezi široce zaměřenou konkurencí.

6.4.5 Vytvoření produktových kategorií a nahrání produktů z dropshipping.cz

Po úspěšném nastavení napojení na dropshipping.cz a výběru vhodných dodavatelů je třeba zaměřit se na vytvoření produktových kategorií a nahrání produktů z dropshipping.cz. Celkem tedy bylo napojeno do e-shopu 2241 produktů od 3 dodavatelů. Každý z produktů má svůj popis, obrázky i nastavenou cenu. Jedná se o hotový seznam produktů, a protože pro tento projekt není důležité stanovené ceny měnit, zůstanou takové, které byly definovány dodavateli.

Produkty jsou ale zařazeny do různých kategorií a celkově prostředí působilo velmi zmateně. Protože je důležité pro zákazníky umožnit snadné a přehledné vyhledávání produktů, vhodné je tedy produkty rozdělit do dvou hlavních kategorií - "Psi" a "Kočky", ke kterým již máme vytvořené bannery, a dále vytvořit kategorie "Výcvik" a "Ostatní", kde budou zbylé produkty. Dále také kategorii „Novinky“, do které se budou automaticky řadit produkty, které dodavatelé nově zveřejní a na e-shopu Wolfpet.cz zatím nejsou zařazené do vhodné kategorie.

Každá z těchto kategorií je dále rozdělena do konkrétních podkategorií, které jsou přehlednější pro zákazníka a umožňují snadné vyhledávání konkrétních produktů. Kategorie spadající pod ty hlavní s názvem „Psi“ a „Kočky“ zahrnují "Cestování", "Dávkovače krmiva", "Hračky", "Kosmetika", "Krmivo", "Misky a fontány", "Ostatní", "Pelíšky a matrace", "Přepravní tašky", "Vodítka a obojky" a "Záchody".

Proces vytvoření produktových kategorií a nahrání produktů z dropshipping.cz byl poměrně náročný, a proto je vhodné najmout odborníka z podpory Webareal.cz. Práce byla ceněna na 3500 Kč. Díky tomu je nyní e-shop přehledně rozdělen na kategorie a umožňuje snadné vyhledávání konkrétních produktů.

6.4.6 Testování a ladění e-shopu

Po dokončení tvorby a nastavování produktových kategorií a nahrání produktů z dropshipping.cz je nezbytné provést do testování e-shopu. Během testování byla zjištěna chyba. V prohlížeči Google Chrome se nezobrazovala ikona zámku vedle adresy URL, což znamenalo, že SSL certifikát pro ochranu přenosu dat nefungoval správně. Místo https se zobrazovalo pouze http a Chrome tuto situaci označil jako nedostatek, což krom potenciálního nebezpečí úniku dat nepůsobí důvěryhodně jak pro návštěvníky webu tak pro vyhledávače.

Tato chyba byla oznámena podpoře Webareal.cz, která okamžitě pomohla vyřešit problém a certifikát byl správně nainstalován. Díky tomuto kroku se e-shop zobrazuje v bezpečném režimu, a tudíž se uživatelé nemusí obávat o bezpečnost svých dat při nákupu. Po opravě této chyby byla důkladně prostudována struktura e-shopu, pro ujištění, že vše funguje správně a bez problémů. Po několika testech lze potvrdit, že e-shop funguje a je připraven k uvedení do provozu.

6.4.7 Vytvoření obchodních podmínek

Vytvoření obchodních podmínek pro e-shop je jednou z důležitých záležitostí, neboť tvoří základní smluvní vztah mezi prodejcem a zákazníkem a určují jejich práva a povinnosti. Je důležité, aby se měli možností zákazníci s podmínkami seznámit se a aby byly dostupně zveřejněny na webových stránkách.

V našem případě bylo nejen možné, ale i nutné, použít předpřipravené obchodní podmínky od dropshippingového partnera dropshipping.cz. Tyto podmínky jsou standardní pro všechny prodejce na této platformě a jsou v souladu s platnými zákony a nařízeními.

Je třeba dbát na to, aby všechny informace v obchodních podmínkách byly přesné a aktuální. Důležité je také upozornit, že oficiálním prodejcem zboží je společnost Gadgets House s.r.o., která provozuje platformu dropshipping.cz.

Zveřejnění obchodních podmínek před spuštěním e-shopu je nezbytné a slouží jako ochrana jak pro zákazníky, tak pro prodejce.

6.5 Vytvoření firemní emailové adresy

Po dokončení tvorby e-shopu Wolfpet.cz je nutné zajistit možnost komunikace se zákazníky. Pro tento účel byla zvolena firemní emailová adresa, která je pro provoz e-shopu zcela nezbytná. Jako vhodná adresa pro e-shop Wolfpet.cz byla zvolena info@wolfpet.cz.

Pro poskytování emailových služeb byl zvolen Firemní email od Seznamu, který je zdarma a nabízí široké možnosti pro správu emailů. Registrace proběhla rychle a jednoduše. Nicméně, pro úspěšné napojení na doménu je nutné upravit DNS záznamy u poskytovatele domény Wedos.cz. Tento krok byl snadno proveden dle podrobného návodu, který Seznam poskytuje, a proběhl bez jakýchkoli potíží. Po dokončení registrace bylo možné ihned začít používat firemní emailovou adresu.

6.6 Napojení e-shopu na doménu a jeho spuštění

Tato kapitola představuje klíčový krok - napojení e-shopu na doménu Wolfpet.cz a jeho spuštění. Tento krok je nezbytný pro to, aby byl e-shop viditelný pro zákazníky a vyhledávače. Bez správného propojení by hrozilo, že zákazníci nebudou schopni najít e-shop a vyhledávače ho nebudou zařadit do svých výsledků.

Pro napojení e-shopu na doménu je nutná změna DNS záznamů u poskytovatele domény Wedos.cz, který doménu již dříve registroval. Celý proces je velmi jednoduchý a rychlý, díky podrobnému návodu poskytnutému na stránkách Webareal.cz. Poskytovatel domény byl velmi ochotný a vždy rychle odpověděl na dotazy.

Po úspěšném napojení domény na e-shop je možné provést finální testy, aby bylo zajištěno, že e-shop neobsahuje žádné nedostatky. Poté byl e-shop připraven pro první návštěvníky. Je rovněž důležité ověřit, že všechny platební a dopravní metody fungují bez problémů.

Nakonec je možné e-shop spustit na adrese www.wolfpet.cz.

6.7 Integrace sociálních sítí

V dnešní době jsou sociální sítě důležitou součástí marketingu a komunikace se zákazníky a jako takové tvoří nezbytnou součást při zakládání internetového obchodu. Pro tento projekt byla zvolena sociální síť Facebook jakožto nejvíce využívaná z těchto platforem a pro tento typ podnikání vhodná.

Sociální sítě poskytují několik výhod. Především umožňují snadné a rychlé šíření informací o produktech a službách, dále umožňují komunikaci se zákazníky a získání zpětné vazby.

Zákazníci se mohou na sociálních sítích ptát na produkty, vyjadřovat své názory a připomínky, což mi umožňuje zlepšovat mé služby a poskytovat zákazníkům co nejlepší zážitek.

Další výhodou využívání sociálních sítí je zvýšení viditelnosti brandu. Díky správnému využívání a pravidelnému publikování zajímavého obsahu je možné získat sledující a tím pomoci s rozšířením povědomí o obchodu.

Založení účtů na Facebooku nevyžaduje dílčí finanční náklady. Stačí se zaregistrovat na dané sociální síti a následně vytvořit profil pro svou značku. Profil by měl obsahovat relevantní informace o e-shopu a zajímavý obsah pro případné sledující.

Po založení profilu internetového obchodu na Facebooku je vhodné věnovat pozornost pravidelnému sdílení relevantních informací, produktů, akcí a zajímavých článků s pro cílovou skupinu. Tento typ aktivit umožní získat větší pozornost, zvýšit povědomí o značce a vytvořit silnější vztah se zákazníky. Obsah by měl být poutavý, relevantní a interaktivní, a měl by se zaměřit na potřeby a zájmy cílové skupiny, tedy vlastníků domácích zvířat.

Pravidelné sdílení zajímavých příspěvků také pomůže udržet publikum zapojené a motivované pro návštěvu internetového obchodu a nákup produktů.

7 IMPLEMENTACE SEO DO PROJEKTU

7.1 SEO Analýza

SEO analýza je nezbytnou součástí optimalizace webových stránek pro vyhledávače. Aby byly stránky co nejvíce viditelné a přitažlivé pro uživatele i vyhledávače, je důležité provést důkladnou analýzu všech aspektů, které na to mají vliv. Tu by měl vytvářet profesionál v tomto oboru pro to, aby nesla co nejrelevantnější informace a měla tak efekt pro SEO obchodu. Pro tento projekt byla zadána její tvorba etablovanému SEO specialistovi, který analýzu (Příloha P I: SEO Analýza) pro tento projekt vypracoval.

Po konzultaci byla stanovena cena 5000 Kč za analýzu prostředí chovatelských potřeb. SEO specialistovi byly předány kompletní informace o webových stránkách Wolfpet.cz.

SEO analýza je zaměřena na různé aspekty, které ovlivňují viditelnost a návštěvnost webových stránek ve vyhledávačích. Mezi tyto aspekty patří například výzkum klíčových slov, analýza obsahu, on-page faktory, off-page faktory a technická SEO analýza.

Výsledkem této analýzy je spousta cenných informací, které pomohou zlepšit stránky tak, aby byly co nejvíce viditelné a přitažlivé pro uživatele i vyhledávače. V analýze je možné najít informace o tom, jaké klíčové fráze jsou pro webové stránky důležité a jak je možné jich využít pro optimalizaci obsahu. Dále také doporučení na změny na stránkách, jako například úpravy titulků a popisků, optimalizaci klíčových slov na stránkách a zlepšení technických faktorů.

V rámci SEO analýzy bylo zjištěno, že klíčová slova a témata článků mohou výrazně pomoci s optimalizací vašeho webu. Proto bude dále využito těchto klíčových slov pro texty webu a témata pro tvorbu blogových článků, které budou nejen relevantní pro případné publikum, ale také optimalizované pro vyhledávače. Tímto způsobem je možné získat kvalitní návštěvnost a zlepšit viditelnost webu ve výsledcích vyhledávání.

7.2 Práce copywritera

Při psaní textů pro internetový obchod je důležité, aby copywriter pracoval na bázi klíčových slov. Tato klíčová slova jsou výrazy, které nejčastěji lidé zadávají do internetových vyhledávačů, když hledají určitý produkt nebo službu. Copywriter musí umět tato klíčová slova zapracovat do textů tak, aby byly přirozené a příjemné pro čtenáře, ale zároveň dostatečně viditelné pro vyhledávače.

Popisy kategorií a produktů musí být výstižné a obsahovat informace o vlastnostech produktů, jejich využití a přínosu pro zákazníka. Tyto texty také musí být psány s ohledem na zákaznickou cílovou skupinu, aby byly pro ni přitažlivé a zaujaly ji.

Texty pro webové stránky a blogové články slouží k poskytnutí informací o společnosti a produktech a zároveň mají za úkol zvýšit návštěvnost stránek a zlepšit SEO. Copywriter musí být schopen psát relevantní a poutavé texty, které zaujmou čtenáře a přimějí je k návštěvě a nákupu.

Celkově lze říci, že práce copywritera je nezbytná pro úspěch internetového obchodu. Kvalitní texty pomáhají zlepšit SEO, zvyšovat návštěvnost a zlepšovat konverze, což všechno vede k vyššímu zisku pro společnost.

Zadání práce copywriterovi a vypracování textů pro e-shop je tématem této kapitoly.

Stanovená cena copywriterem za vypracování textů pro tento projekt je 3500 Kč a jejich implementaci do obchodu, což považuji za adekvátní cenu za kvalitní a relevantní obsah.

Copywriterovi byl poskytnut přístup do administrace webu kvůli zjednodušení implementace textů, jako jsou meta tagy, u kterých bylo usouzeno, že nemusí procházet kontrolou a není třeba je dále upravovat, proto bylo lepší, aby byly rovnou doplňovány do prostředí stránek.

7.3 Implementace textů do webu

Implementace kvalitních textů do internetového obchodu je klíčová pro jeho úspěšnost a SEO. Vyhledávače, jako je Google, věnují pozornost nejen kvalitě zboží a designu e-shopu, ale také kvalitě textů. Správně napsané a relevantní texty mohou pomoci získat vyšší pozici v internetových vyhledávačích a přilákat více zákazníků. Díky kvalitním textům může být také snazší přesvědčit návštěvníky k nákupu a vytvořit pozitivní zákaznickou zkušenost. Proto by měla být implementace textů do internetového obchodu prioritou pro každého majitele e-shopu, který si chce udržet konkurenční výhodu a zvýšit prodeje.

Texty vytvořené copywriterem obsahují klíčová slova a jsou zaměřené na potenciální zákazníky.

Implementace textů do e-shopu velmi důležitá pro jeho SEO a úspěšnost. Díky kvalitním textům by se mělo podařit získat lepší pozici v internetových vyhledávačích a zvýšit tak návštěvnost a prodeje e-shopu.

Jako základ pro SEO strategii tohoto projektu je jeho blog, který by měl být plněn kvalitním obsahem v průběhu času, a tak zajistit obsáhlost důležitých a aktuálních klíčových slov a témat, která jsou v dané době pro potenciální zákazníky zajímavá.

7.3.1 Popisy kategorií

Popisy kategorií jsou důležitou součástí textů na e-shopu. Jejich úkolem je především popsat a zdůraznit vlastnosti a výhody produktů, které se nacházejí v dané kategorii. Copywriter by měl vytvořit kvalitní popis, který nejen informuje zákazníka o produktech, ale také ho zaujme a přesvědčí k nákupu. Popis kategorie by měl být stručný, ale výstižný, obsahovat důležité informace, které zákazník potřebuje k rozhodnutí, zda má zájem o prohlížení produktů v této kategorii. Správně napsaný popis může zvýšit prodejnost kategorie a přitáhnout více zákazníků na e-shop.

Každá kategorie byla popsána krátkým textem, který obsahuje relevantní klíčová slova. Tímto způsobem by mělo být dosaženo lepšího postavení v internetových vyhledávacích, protože klíčová slova jsou jedním z hlavních faktorů, které vyhledávače přiřazují kategorie a stránkám.

7.3.2 Texty webu

Texty na webových stránkách mají velký vliv na to, jak si návštěvníci stránky budou obchod a nabízené produkty pamatovat. Proto je velmi důležité, aby byly tyto texty psány s ohledem na cílovou skupinu, aby byly přesvědčivé a poutavé a aby se v nich vyskytovaly klíčová slova, která jsou důležitá pro SEO.

7.3.3 Články do „Blogu pro majitele zvířat“

V neposlední řadě byly texty využity i pro tvorbu článků, které jsou umístěny na blogu e-shopu, který byl nazván „Blog pro majitele zvířat“. Tyto články jsou zaměřené na tematiku zvířat a jsou psány s ohledem na SEO a klíčová slova. V době psaní této práce je blog rozdělen do 3 rubrik, které byly identifikovány jako ideální na základě témat doporučených v SEO analýze a konzultace s copywriterem:

- Psí plemena
- Témata o psích kamarádech
- Témata o kočičích kamarádech

7.3.4 Meta titulky a meta popisky

Copywriterem byly aplikovány meta tagy, které obsahují klíčová slova a popis stránek. Tyto meta tagy jsou důležité pro SEO, protože se zobrazují v výsledcích vyhledávání a mohou ovlivnit to, zda si potenciální zákazník naši stránku vybere z výsledků. Meta data se zobrazují výhradně pro vyhledávače a slouží k rychlé orientaci a popisu obsahu na stránce.

Tato data byla implementována přímo v administračním prostředí webu k relevantním stránkám.

7.4 Napojení na měřící nástroje

Dalším důležitým krokem je napojení e-shopu Wolfpet.cz na měřící nástroje Google Analytics a Google Search Console, které nám pomohou sledovat a analyzovat návštěvnost našeho webu a jeho zaindexování.

Prvním krokem bylo vytvoření účtu na Google Analytics a Google Search Console. Tyto nástroje jsou zdarma a umožňují nám získat důležité informace o návštěvnosti našeho webu, jako například počet návštěv, průměrnou dobu strávenou na webu, počet zobrazených stránek a další.

7.4.1 Google Analytics

Napojení e-shopu na Google Analytics je důležitý krok, který umožňuje sledovat chování návštěvníků na stránkách a získat tak cenné informace pro optimalizaci e-shopu.

Pro napojení na Google Analytics je potřeba vytvořit si účet na Google Analytics a získat sledovací kód, který se následně vloží do kódu stránek e-shopu. V případě Webareal.cz lze kód vložit pomocí integrace Google Analytics přímo v administraci e-shopu.

Po úspěšném napojení je možné sledovat návštěvnost e-shopu v reálném čase, zjistit nejnavštěvovanější stránky, dobu strávenou na stránkách, míru opuštění stránek a mnoho dalších důležitých informací. Tyto informace jsou nezbytné pro úspěšnou optimalizaci e-shopu a zvýšení konverzního poměru.

Sledování chování návštěvníků na stránkách e-shopu je důležité pro to, aby se mohly vyhodnocovat výsledky marketingových kampaní a upravovat strategie na základě reálných dat. Sledování pomocí Google Analytics také umožňuje detekovat problémy na stránkách a odhalit, kde dochází k největšímu odlivu zákazníků.

7.4.2 Google Search Console

Napojení e-shopu na Google Search Console je rovněž důležitým krokem v optimalizaci webových stránek pro vyhledávače. Pomocí tohoto nástroje můžeme sledovat, jak se naše stránky zobrazují ve výsledcích vyhledávání Google a zjistit, jaká klíčová slova se na ně odkazují.

Pro napojení na Google Search Console byl vytvořen účet a přidána doména Wolfpet.cz. Následně byl nainstalován kód pro ověření domény na stránky a ověřilo se tak tak, že máme kontrolu nad webem.

Po úspěšném napojení na Google Search Console jsem využil jeho funkce pro požádání o zaindexování webu. Tento proces je důležitý pro to, aby se web objevil výsledcích vyhledávání Google a aby byl viditelný pro potenciální zákazníky.

Prvním krokem je zadání odkazu na sitemapu webu, která je zobrazitelná pod odkazem www.wolfpet.cz/sitemap.xml. Požádání o zaindexování bylo provedeno v sekci "Indexace".

Požádání o indexaci může trvat několik dní nebo dokonce týdnů, v závislosti na velikosti webu a frekvenci změn.

8 NÁKLADOVÁ A RIZIKOVÁ ANALÝZA

Tato kapitola se zaměřuje na vytvoření rizikové analýzy projektu vytvoření e-shopu Wolfpet.cz. Vzhledem k vynaloženému úsilí a finančním prostředkům je důležité zhodnotit, zda byly investice efektivní a zda náklady na projekt odpovídaly očekáváním.

Následující kroky se zaměří na identifikaci rizik, která by se mohla v průběhu projektu objevit, a budou hledat efektivní způsoby, jak s nimi pracovat. Celkovým cílem této analýzy je poskytnout přehled o nákladech na projekt, identifikovat rizika a navrhnout opatření, která by mohla minimalizovat negativní dopad těchto rizik.

8.1 Nákladová analýza

Tabulka 2 Nákladová analýza projektu Wolfpet.cz (vlastní zpracování)

Položka	Náklad (Kč)
Nákup domény (roční platba)	175,45
Práce grafika (jednorázová platba)	1 300
Webareal.cz plán PROFI (měsíční platba)	569
Webareal vytvoření kategorií (jednorázová platba)	3 500
SEO Analýza (jednorázová platba)	5 000
Copywriting (jednorázová platba)	3 500
Celkem (jednorázově)	14 044,45

Nákladová analýza ukazuje, že byly jednorázově vynaloženy celkové náklady ve výši 14 044,45 Kč. Tyto náklady zahrnují nákup domény, práci grafika, pronájem plánu PROFI na Webareal.cz, vytvoření kategorií, SEO analýzu a copywriting. Celková částka je součtem jak jednorázově vynaložených plateb, tak i prvotní měsíční a roční platby za služby.

Jednorázově vynaložené náklady: 13 300 Kč

Opakující-se platby: $(12 * 569 \text{ Kč}) + 175,45 \text{ Kč} = 7003,45 \text{ Kč/rok}$

Z tohoto pohledu je nutné posoudit, zda jsou náklady na projekt adekvátní a zda jsou v souladu s potenciálními výsledky a výhodami, které by projekt mohl přinést. A dále zhodnotit, zda by projekt mohl být schopný generovat prodej a zisk, který by mohl převýšit vynaložené náklady.

8.1.1 Odhad vývoje e-shopu Wolfpet.cz

Pro odhad vývoje e-shopu Wolfpet.cz využiji kombinaci dvou faktorů:

- Expertní pohled založený na zkušenostech
- Porovnání s vývojem srovnatelného projektu

E-shop Dudlu.cz funguje na stejném modelu jako Wolfpet.cz. Využívá stejného dropshippingového partnera a celkově byl pro tento projekt inspirací. Jako platformu využívá Shoptet a jeho záměrem bylo zaměřovat se na produkty pro děti, nyní však nabízí širokou škálu zboží i pro dospělé a do domácnosti a spolupracuje s množstvím dodavatelů. Jako marketingovou strategii využívá rovněž SEO. E-shop zveřejňuje informace a hodnoty vývoje obchodu na blogu, je možné tedy sledovat vývoj návštěvnosti, nákupů a výdělků srovnání.

Jelikož se jedná o projekt se stejnou strategií, ale odlišným sortimentem zboží s rozdílným množstvím produktů, rozhodl jsem se srovnat vývoj tohoto e-shopu s potenciálním vývojem toho našeho poměrově podle množství produktů.

V prvním roce měl e-shop Dudlu.cz 2134 kusů objednávek, tržby 1 794 000 Kč a zisk 243 000 Kč. V druhém roce pak 7298 objednávek a 5 343 000 Kč tržby a 869 000 Kč zisk, což činí meziroční nárůst objednávek o 241 % a meziroční nárůst tržeb o 198 % a zisku o 258 % (Zahálka, 2023).

Na základě analýzy současného stavu trhu a konkurence v oblasti internetových obchodů zaměřených na produkty pro zvířata, předpokládám, že projekt má potenciál uspět a postupně se rozvíjet.

Expertní odhad vývoje e-shopu Wolfpet je tedy proveden s ohledem na vlastní zkušenosti v oblasti podnikání a současný trend nákupů na internetu a přihlédnutím k vývoji e-shopu Dudlu.cz. Předpokládáme, že v prvním roce provozu e-shopu dosáhneme obratu ve výši 500 000 Kč a zisku ve výši 70 000 Kč. Tyto odhady jsou založeny na realistických cílech a kritériích, jako je například zvolený sortiment zboží, konkurenční prostředí a marketingová strategie.

V druhém roce provozu e-shopu očekáváme růst obratu o 100 % na 1 000 000 Kč a zisku o 120 % na 154 000 Kč. V dalších letech pak předpokládáme postupný růst obratu a zisku, který bude závislý na dalším rozvoji e-shopu, zvyšování kvality a sortimentu nabízeného zboží a dalších marketingových aktivit.

Je nutné brát v úvahu, že odhady vývoje e-shopu jsou pouze předpoklady a v praxi může dojít k odchylkám, zejména v prvních měsících provozu, kdy se ještě budeme učit a získávat zkušenosti. Nicméně, díky pečlivému plánování a přípravě projektu, věřím, že má projekt dobré šance na úspěch a dosažení stanovených cílů.

8.2 Riziková analýza

V této kapitole se zaměříme na rizikovou analýzu projektu Wolfpet.cz, která má za úkol identifikovat a zhodnotit případná rizika, která se mohou vyskytnout během realizace projektu. Pro úspěšnou realizaci je důležité včas identifikovat rizika a připravit se na ně. Vzhledem k tomu, že se projekt Wolfpet.cz soustředí na dropshipping a SEO, jsou rizika specifická a vyžadují zvláštní pozornost. V této kapitole se budeme věnovat největším rizikům spojeným s projektem a navrhneme opatření, která by mohla minimalizovat jejich dopad na úspěšnost projektu.

- Neúspěšná SEO strategie - neefektivní SEO strategie by mohla vést k nedostatečné viditelnosti stránek ve vyhledávačích a tím ke snížení návštěvnosti a prodeju.
- Konkurence - silná konkurence v této oblasti může být výzvou při získávání a udržení pozice na trhu.
- Kvalita zboží od dodavatele - nespolehliví dodavatelé a nízká kvalita zboží by mohly negativně ovlivnit reputaci projektu a zákaznické zkušenosti.
- Problémy se zásobováním zboží - nedostatek zboží nebo zpoždění doručování by mohly způsobit ztrátu potenciálních zákazníků.
- Technické problémy s webovou stránkou - pády stránek nebo zpoždění načítání by mohly vést ke ztrátě zákazníků a reputace.
- Změny v pravidlech dodavatele - změny v cenách nebo podmínkách dodávek by mohly mít negativní dopad na ziskovost projektu.

8.2.1 Opatření pro minimalizaci rizik

Určitá rizika v projektu se nedají úplně eliminovat, ale existuje několik opatření, která mohou minimalizovat jejich dopad.

- Důkladné plánování a řízení projektu - včasná identifikace potenciálních rizik a zavádění opatření pro minimalizaci jejich dopadu.
- Pravidelné sledování a aktualizace SEO strategie - může pomoci minimalizovat dopad změn v algoritmech vyhledávačů a udržet pozice ve vyhledávání.
- Sledování dodavatelů a případné rozšiřování spolupráce - pomůže minimalizovat dopad rizika spojeného s výpadkem jednoho dodavatele a mít více zdrojů pro zboží.
- Sledování konkurence - využití nástrojů pro sledování konkurence, jejich SEO, rozmanitost zboží a celkově jejich strategie.
- Pravidelná zálohování dat - může pomoci minimalizovat rizika spojená s výpadkem webu nebo ztrátou dat v důsledku technických problémů.
- Vytvoření „loyalty programu“ – vytvoření věrnostního programu ve formě bodového systému nebo slevových kuponů by mohlo pomoci dosáhnout toho, aby se zákazníci vraceli.

Je důležité identifikovat tato rizika včas a připravit se na ně, aby bylo možné minimalizovat jejich dopad na projekt. Tyto kroky by mohly pomoci minimalizovat dopad rizik a zvýšit pravděpodobnost úspěšného dokončení projektu.

ZÁVĚR

V této diplomové práci byl vytvořen projekt založení internetového obchodu na vybraný produkt se zaměřením na dropshipping. Nejprve byly definovány teoretické podklady, kde byly definovány klíčové pojmy a popsán podrobný popis fungování dropshippingu. Dále byly popsány dostupné platformy pro internetové obchody, kritéria výběru a výhody a nevýhody jednotlivých řešení. V rámci práce byly také popsány klíčové faktory pro úspěšný marketing a využití SEO v internetovém obchodě.

V další části byl provedena analýza současného stavu prostředí internetových obchodů zaměřených na produkty pro zvířata v České republice a konkurence v této oblasti. Byly také zahrnuty trendy nakupování na internetu a jeho vliv na trh s produkty pro zvířata.

V průběhu výzkumu bylo zjištěno, že trend nakupování chovatelských potřeb a produktů pro zvířata na internetu stále stoupá a zákazníci očekávají rychlé a spolehlivé dodání zboží přímo k nim domů. Tyto faktory přispívají potenciální schopnosti projektu uspět.

Na základě této analýzy byl vytvořen konkrétní projekt založení internetového obchodu se zaměřením na chovatelské potřeby a produkty pro zvířata. Byla vybrána vhodná platforma pro stavbu e-shopu, dodavatelé zboží pro dropshippingový model a definovány ostatní aspekty související se stavbou e-shopu. Dále byla provedena implementace SEO dle analýzy.

V závěrečné části byla provedena nákladová a riziková analýza projektu a navržena opatření pro minimalizaci rizik.

Díky provedené nákladové a rizikové analýze projektu a navrženým opatřením je zajištěno předejití případným důvodům pro selhání projektu a tím podpořena pravděpodobnost pro úspěch a efektivní fungování internetového obchodu.

Výsledkem této diplomové práce je konkrétní projekt založení internetového obchodu s využitím dropshippingu pro prodej chovatelských potřeb. Byly popsány klíčové faktory pro úspěšný marketing a využití SEO v internetovém obchodě. Práce může sloužit jako praktický návod pro podnikatele, kteří chtějí založit svůj vlastní internetový obchod s využitím dropshippingu a maximalizovat tak svůj zisk.

Celkově hodnotím tento projekt vytvoření internetového obchodu s využitím dropshippingu pro prodej chovatelských potřeb a produktů pro zvířata jako proveditelný a jako takový má potenciál na úspěch. Zvolený model dropshippingu umožňuje minimalizovat náklady na zásoby, skladování a logistiku, což přispívá ke snížení celkových nákladů na podnikání.

Zaměření na SEO marketing a sociální sítě umožňuje zvýšit viditelnost internetového obchodu na internetu a získat nové zákazníky bez vysokých nákladů na reklamu. Tento přístup umožňuje zákazníkům najít internetový obchod při hledání produktů, které potřebují.

Celkově projekt využívá moderního přístupu k podnikání na internetu, díky nízkým nákladům na jeho zahájení i provoz je dlouhodobě udržitelný. Díky tomu má potenciál na úspěch.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ADOBE. Adobe.com [online]. Magento Commerce [cit. 12.1.2023]. Dostupné z: <https://business.adobe.com/products/magento/magento-commerce.html>

ADOBE. 2020. Dropshipping: What It Is, How It Works, and the Pros and Cons of This Retail Model [online]. [13.3.2023]. Dostupné z: <https://business.adobe.com/blog/basics/dropshipping>

BIGCOMMERCE. eCommerce for a New Era [online]. [1.3.2023a]. Dostupné z: <https://www.bigcommerce.com/>

BIGCOMMERCE. Open Source eCommerce vs. SaaS eCommerce. [online]. [13.2.2023b]. Dostupné z: <https://www.bigcommerce.com/articles/ecommerce/open-source-ecommerce-vs-saas-ecommerce/>

BITO. Co je dropshipping? [online]. [1.3.2023]. Dostupné z: <https://www.bitocommerce.com/cs-cz/odbornost/artikel/co-je-dropshipping/>

BUREŠOVÁ, Jitka. Online marketing: Od webových stránek k sociálním sítím. 1. vydání. Praha: Grada, 2022, 288 s. ISBN 978-80-271-4927-8.

BUSINESSINFO.CZ. 2018. Elektronický obchod – PPBI [online]. [cit. 8.3.2023]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/elektronicky-obchod-ppbi/#Pojem>

COLLABIM. Collabim.cz [online]. SEO & Digital Marketing Tools [9.3.2023]. Dostupné z: <https://www.collabim.cz/>

COMMERCETOOLS. Commercetools.com [online]. Composable Commerce [Accessed on 9.3.2023]. Available from: <https://commercetools.com/composable-commerce>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Czso.cz [online]. Podíl nezaměstnaných v ČR od roku 1989 [cit. 12.1.2023a]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/cr_od_roku_1989_podil_nezamestnanych

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. csu.cz [online]. Průměrná hrubá měsíční mzda [7.4.2023b]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/prumerna-hruba-mesicni-mzda-graf>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. csu.cz [online]. Vývoj hrubého domácího produktu v ČR v pevných cenách [5.1.2023c]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/vyvoj-hrubeho-domaciho-produktu-v-cr-ve-stalych-cenach>

ČAJKOVÁ, Hanka, Štefan POLGÁRI a kol. 55 tipů a návodů pro úspěšný e-shop. 1. vydání. Praha: Grada, 2022, 168 s. ISBN 978-80-271-0701-1.

DAVIS, J. E-commerce for Dummies. Ilustrované vydání. John Wiley & Sons, 2017. Počet stran: 401. ISBN 0764508474, 9780764508479.

Doporučení Rady o ochraně spotřebitele v° oblasti elektronického obchodu [online]. OECD, 2017 [cit. 2023-04-01]. Ke stažení dostupné z: <https://legalinstruments.oecd.org/api/download/?uri=/public/2afaa655-b65d-4e9d-b2f7-c16dcad7dcf9.pdf>

E-Commerce and the Digital Economy in LDCs: At Breaking Point in COVID-19 Times [online]. United Nations Conference on Trade and Development, 2022 [cit. 2023-04-01]. Available from: https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstict2022d1_en.pdf

ESHOP-RYCHLE. Eshop-rychle.com [online]. [cit. 21.2.2023]. Dostupné z: <https://www.eshop-rychle.com>

Evropané nakupující na internetu v roce 2021 [online]. DPD CZ, 2021 [cit. 2023-03-18]. Ke stažení dostupné z: https://www.dpd.com/wp-content/uploads/sites/226/2022/05/E-shopper-Barometer-2021_DPD_CZ.pdf

FEINLEIB, David. Bricks to clicks: why some brands will thrive in e-commerce and others won't. 1. vyd. New York: Apress, 2017, 170 s. ISBN 9781484228050.

FOCUS AGENCY. Focus-agency.cz [online]. Podíl domácích mazlíčků v českých domácnostech mírně roste [cit. 16.2.2022]. Dostupné z: <https://www.focus-agency.cz/z-nasich-vyzkumu/podil-domacich-mazlicku-v-ceskych-domacnostech-mirne-roste>

GALLAUGHER, J. Information Systems: A Manager's Guide to Harnessing Technology. Flat World Knowledge, 2018, 558 s. ISBN 9781453395649.

GOOGLE ANALYTICS. analytics.google.com [online]. [cit. 11.3.2023]. Dostupné z: <https://analytics.google.com>

GOOGLE SEARCH CONSOLE. search.google.com [online]. About Search Console [cit. 11.3.2023]. Dostupné z: <https://search.google.com/search-console/about>

GOOGLE SUPPORT. support.google.com [online]. Verify your domain with Google [cit. 11.3.2023]. Dostupné z: <https://support.google.com/domains/answer/6388481?hl=cs>

HOFFMAN, Donna L. a Thomas P. NOVAK. Marketing na digitálních médiích: strategie a aplikace. Praha: Grada Publishing, 2016, 288 s. ISBN 978-80-271-0238-7.

CHAFFEY, Dave a Fiona ELLIS-CHADWICK. Digital marketing: strategy, implementation and practice. Pearson, 2019, 736 s. ISBN 9781292259531.

JANOUC, Viktor. Internetový marketing: prosad'te se na webu a sociálních sítích. Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2795-7.

KAPLAN, Andreas M. If you love something, let it go mobile: Mobile marketing and mobile social media 4x4. Business Horizons [online]. 2016, roč. 59, č. 4, s. 431-440 [cit. 28.1.2023]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.03.003>. ISSN 0007-6813.

KINSTA. Kinsta.com [online]. Open Source eCommerce Platforms in 2021: Which One Should You Choose? [10.11.2022]. Dostupné z: <https://kinsta.com/blog/open-source-e-commerce>

KOTLER, Philip, Gary ARMSTRONG a kol. Principles of marketing. Pearson, 2017, 736 s. ISBN 9781292157122.

KOTLER, Philip a kol. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Hoboken, New Jersey: Wiley, 2017. ISBN 978-1119341208.

KOSOVÁ, K. Analýza efektivity SEO kampaní. Brno, 2020. Diplomová práce. Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská.

KURNIAWAN, T., KURNIAWAN, F., IRIANI, R. a RACHMAWATI, L. E-commerce system development with agile methodology. In: 2019 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech). Piscataway: IEEE, 2019, s. 87-92. ISBN 978-1-7281-3202-2.

LITEXTENSION. LitExtension.com. 2023. Open-Source vs. Hosted E-commerce Platform Comparison [1.4.2023]. Dostupné z: <https://litextension.com/blog/open-source-vs-hosted-e-commerce-platform>

MADAM BUSINESS. MadamBusiness.cz. 2023. Segmentu chovatelských potřeb se daří [10.4.2023]. Dostupné z: <https://www.madambusiness.cz/novinky/5503-segmentu-chovatelskych-potreb-se-dari>

MAM. Mam.cz. 2017. V chovatelských potřebách se točí miliardy [12.12.2022]. Dostupné z: <https://mam.cz/zpravy/marketing/2017-09/v-chovatelskych-potrebach-se-toci-miliardy>

MARKETING MINER. Marketing Miner [online]. [cit. 13.3.2023]. Dostupné z: <https://www.marketingminer.com>

MATĚJÍČEK, Jan. Právní náležitosti e-shopu [online]. [cit. 17. 1. 2023]. Dostupné z: <https://www.muoprvnieshop.cz/pravni-nalezitosti-eshopu/>

MICROSOFT DYNAMICS. Microsoft.com [online]. Microsoft Dynamics 365 Commerce Overview [accessed on 13.1.2023]. Available from: <https://dynamics.microsoft.com/en-us/commerce/overview>

MIKULÁŠKOVÁ, Petra a Mirek SEDLÁK. Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod. 1. vydání. Brno: Computer Press, 2015, 408 s. ISBN 978-80-251-4383-4.

MLADÝPODNIKATEL.cz. Mladypodnikatel.cz [online]. Co to je dropshipping? [10.11.2022]. Dostupné z: <https://mladypodnikatel.cz/co-to-je-dropshipping-t3223>

OSBERLO. Oberlo.com [online]. Fulfill your dropshipping dreams. [21.11.2022]. Dostupné z: <https://www.oberlo.com/dropshipping>

SALESFORCE. Salesforce.com [online]. Commerce Cloud Overview [cit. 16.3.2023]. Dostupné z: <https://www.salesforce.com/eu/products/commerce-cloud/overview>

SCIENCESOFT. Scnsoft.com [online]. SaaS eCommerce Solutions [cit. 9.2.2023]. Dostupné z: <https://www.scnsoft.com/ecommerce/saas>

SEMRUSH. Semrush.com. 2022. Ecommerce SEO: The Complete Guide [26.1.2023]. Dostupné z: <https://www.semrush.com/blog/ecommerce-seo>

SHOPIFY. Shopify.com [online]. Dropshipping with Shopify [7.4.2023a]. Dostupné z: <https://www.shopify.com/ppc/dropshipping/d>

SHOPIFY. Shopify.com [online]. Shopify Plus. [cit. 6.4.2023b]. Dostupné z: <https://www.shopify.com/plus>

SHOPTET. Shoptet.cz [online]. Ceník [cit. 12.1.2023a]. Dostupné z: <https://www.shoptet.cz/cenik>

SHOPTET. Shoptet.cz [online]. Co umíme? [cit. 11.4.2023b]. Dostupné z: <https://www.shoptet.cz/co-umime>

SHOPTET. Shoptet.cz [online]. Slovník pojmů: Dropshipping [4.4.2023c]. Dostupné z: <https://www.shoptet.cz/slovník-pojmu/dropshipping>

SHOPTET. Shoptet.cz [online]. Tiskové zprávy: Češi si v pandemii zvykli na nákupy v e-shopech, čtyři z deseti lidí budou nakupovat převážně online i po návratu k normálu [26.3.2023d]. Dostupné z: <https://www.shoptet.cz/tiskove-zpravy/cesi-si-v-pandemii-zvykli-na-nakupy-v-e-shopech--ctyri-z-deseti-lidi-budou-nakupovat-prevazne-online-i-po-navratu-k-normalu>

SQUARESPACE. Squarespace.com [online]. [cit. 11.1.2023]. Dostupné z: <https://www.squarespace.com>

TECH PRASTISH. Tech-prastish.com [online]. Open Source or SaaS – What’s Best for Your Business? [10.11.2022]. Dostupné z: <https://www.tech-prastish.com/blog/open-source-or-saas-whats-best-for-your-business>

TOPSLUZBA.CZ. Topsluzba.cz [online]. Nejlepší e-shop platformy [23.1.2023]. Dostupné z: <https://www.topsluzba.cz/nejlepsi-eshop-platformy>

TURBAN, Efraim a Jonathon WHITESIDE. Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce. Fourth edition. New York: Springer, 2017. ISBN 978-3319500917.

UPGATES. upgates.cz [online]. Co je to UPGATES? [9.4.2023]. Dostupné z: <https://www.upgates.cz>

WEBAREAL. Webareal.cz [online]. [cit. 26.3.2023a]. Dostupné z: <https://www.webareal.cz>

WEBAREAL. Webareal.cz [online]. Ceník [cit. 11.2.2023b]. Dostupné z: <https://www.webareal.cz/cenik.html>

WEBAREAL. Webareal.cz [online]. Titanium [cit. 9.4.2023c]. Dostupné z: <https://www.webareal.cz/titanium>

WIX. Wix.com [online]. [12.3.2023]. Dostupné z: <https://www.wix.com>

WOOCOMMERCE. Woocommerce.com [online]. [12.2.2023]. Dostupné z: <https://woocommerce.com>

ZAHÁLKA, Tomáš. Tomaszahalka.cz [online]. Hodnocení e-shopů [3.4.2023]. Dostupné z: <https://tomaszahalka.cz/hodnoceni-eshopu>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

API Application Programming Interface

SEO Search Engine Optimization

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Dropshippingový model (MladýPodnikatel.cz, 2022)	18
Obrázek 2 Logo Wolfpet.cz.....	62
Obrázek 3 Úvodní banner	62
Obrázek 4 Banner Vše pro psy	63
Obrázek 5 Banner Vše pro kočky	63
Obrázek 6 Shoptet ceník (Shoptet, 2023a)	66
Obrázek 7 Webareal ceník (Webareal, 2023b).....	67
Obrázek 8 Šablona Titanium (Webareal, 2023c).....	69

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Internetové obchody s chovatelskými potřebami v ČR dle návštěvnosti (vlastní zpracování).....	52
Tabulka 2 Nákladová analýza projektu Wolfpet.cz (vlastní zpracování).....	80

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Průměrná hrubá měsíční mzda v ČR (ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023b)	40
Graf 2 Vývoj nezaměstnanosti v ČR (ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023a).....	40
Graf 3 Hrubý domácí produkt ČR (ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2023c).....	43

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: SEO Analýza

PŘÍLOHA P I: SEO ANALÝZA

SEO Analýza pro WolfPet.cz

Analýza obsahuje:

- Analýzu klíčových slov
- Analýzu konkurence:
- Témata článků
- Technické SEO
- Analýza UX

Analýza klíčových slov

Klíčová slova s vysokým objemem vyhledávání:

krmivo pro psy
krmivo pro kočky
hračky pro psy
hračky pro kočky
pelíšky pro psy
pelíšky pro kočky
oblečky pro psy
obojky pro psy
vodítka pro psy
kočkolit
škrabadla pro kočky

Klíčová slova s nižším objemem vyhledávání, ale vyšší konverzní hodnotou (dlouhý ocas):

zdravé krmivo pro psy bez obilovin
hypoalergenní krmivo pro kočky
interaktivní hračky pro psy
automatický podavač krmiva pro kočky
luxusní pelíšky pro psy
škrabadlo pro kočky s lůžkem
GPS obojek pro psy
voděodolný obleček pro psy
designová miska pro kočky
biologicky rozložitelný kočkolit

Klíčová slova související s péčí o zvířata:

jak vybrat krmivo pro psy
jak vybrat krmivo pro kočky
jak naučit štěně chodit na vodítku
jak připravit domácnost pro kočku
jak zabránit psům a kočkám škrábat nábytek
jak se starat o staršího psa
jak se starat o starší kočku
jak pomoci psu překonat úzkost z odloučení
jak vybrat nejlepší hračku pro kočku

Využití těchto klíčových slov v obsahu vašeho internetového obchodu a optimalizace stránek pro ně pomůže zvýšit návštěvnost a dosáhnout lepších pozic ve výsledcích vyhledávání.

Analýza konkurence

MazlicekShop.cz

Klíčová slova: krmivo pro psy, krmivo pro kočky, pelíšky, obojky, vodítka, kočkolit

Obsah: Kvalitní obsah s dobrým počtem článků, ale menším použitím multimediálního obsahu

Backlinky: Střední kvalita a kvantita backlinků

Technické faktory: Rychlost stránky je průměrná, struktura URL je dobrá, kvalita kódu je dobrá

Sociální média: Aktivní na Facebooku a Instagramu, ale menší interakce s publikem

Lokální SEO: Dobré umístění v lokálních výsledcích vyhledávání

Zpětná vazba uživatelů: Pozitivní recenze, ale málo recenzí

Silné stránky: Kvalitní obsah, dobrá struktura URL, lokální SEO

Slabé stránky: Menší použití multimediálního obsahu, menší interakce s publikem na sociálních médiích, málo recenzí

Zoohit.cz

Klíčová slova: krmivo pro psy, krmivo pro kočky, hračky pro psy, hračky pro kočky, pelíšky, obojky, vodítka, kočkolit, škrabadla pro kočky

Obsah: Vynikající obsah s velkým množstvím článků, obrázků, videí a dalšího multimediálního obsahu

Backlinky: Vysoká kvalita a kvantita backlinků

Technické faktory: Rychlost stránky je vysoká, struktura URL je výborná, kvalita kódu je vysoká

Sociální média: Velmi aktivní na Facebooku, Instagramu a Twitteru, s vysokou interakcí s publikem

Lokální SEO: Vynikající umístění v lokálních výsledcích vyhledávání

Zpětná vazba uživatelů: Velmi pozitivní recenze a hodnocení na různých platformách

Silné stránky: Vynikající obsah, vysoká kvalita backlinků, vysoká rychlost stránky, velmi aktivní na sociálních médiích, vynikající lokální SEO, velmi pozitivní recenze

Slabé stránky: Téměř žádné

SpokojenyPes.cz

Klíčová slova: krmivo pro psy, hračky pro psy, pelíšky pro psy, obojky pro psy, vodítka pro psy, oblečky pro psy

Obsah: Průměrný obsah s nižším počtem článků, obrázků a videí

Backlinky: Nižší kvalita a kvantita backlinků

Technické faktory: Rychlost stránky je průměrná, struktura URL je dobrá, kvalita kódu je průměrná

Sociální média: Mírně aktivní na Facebooku, malá interakce s publikem

Lokální SEO: Průměrné umístění v lokálních výsledcích vyhledávání

Zpětná vazba uživatelů: Smíšené recenze, některé pozitivní a některé negativní

Silné stránky: Dobrá struktura URL

Slabé stránky: Nižší kvalita obsahu, nižší kvalita backlinků, průměrná rychlost stránky, malá interakce s publikem na sociálních médiích, smíšené recenze

PetHome.cz

Klíčová slova: krmivo pro psy, krmivo pro kočky, hračky pro psy, hračky pro kočky, pelíšky, obojky, vodítka, kočkolit, škrabadla pro kočky

Obsah: Dobrý obsah s dostatkem článků, obrázků a videí

Backlinky: Střední kvalita a kvantita backlinků

Technické faktory: Rychlost stránky je vysoká, struktura URL je výborná, kvalita kódu je vysoká

Sociální média: Aktivní na Facebooku a Instagramu, průměrná interakce s publikem

Lokální SEO: Dobré umístění v lokálních výsledcích vyhledávání

Zpětná vazba uživatelů: Většinou pozitivní recenze, některé neutrální

Silné stránky: Dobrý obsah, vysoká rychlost stránky, výborná struktura URL, dobré lokální SEO

Slabé stránky: Střední kvalita backlinků, průměrná interakce s publikem na sociálních médiích

PetCenter.cz

Klíčová slova: krmivo pro psy, krmivo pro kočky, hračky pro psy, hračky pro kočky, pelíšky, obojky, vodítka, kočkolit, škrabadla pro kočky, potřeby pro hlodavce

Obsah: Velmi dobrý obsah s velkým množstvím článků, obrázků a videí

Backlinky: Vysoká kvalita a kvantita backlinků

Technické faktory: Rychlost stránky je vysoká, struktura URL je výborná, kvalita kódu je vysoká

Sociální média: Aktivní na Facebooku, Instagramu a Twitteru, s vysokou interakcí s publikem

Lokální SEO: Vynikající umístění v lokálních výsledcích vyhledávání

Zpětná vazba uživatelů: Velmi pozitivní recenze a hodnocení na různých platformách

Silné stránky: Velmi dobrý obsah, vysoká kvalita backlinků, vysoká rychlost stránky, velmi aktivní na sociálních médiích, vynikající lokální SEO, velmi pozitivní recenze

Slabé stránky: Téměř žádné

Dogest.cz

Klíčová slova: krmivo pro psy, hračky pro psy, pelíšky pro psy, obojky pro psy, vodítka pro psy, oblečky pro psy, potřeby pro výcvik psů

Obsah: Průměrný obsah s nižším počtem článků a obrázků

Backlinky: Nižší kvalita a kvantita backlinků

Technické faktory: Rychlost stránky je průměrná, struktura URL je dobrá, kvalita kódu je průměrná

Sociální média: Mírně aktivní na Facebooku, malá interakce s publikem

Lokální SEO: Průměrné umístění v lokálních výsledcích vyhledávání

Zpětná vazba uživatelů: Smíšené recenze, některé pozitivní a některé negativní

Silné stránky: Dobrá struktura URL

Slabé stránky: Nižší kvalita obsahu, nižší kvalita backlinků, průměrná rychlost stránky, malá interakce s publikem na sociálních médiích, smíšené recenze

Témata článků

- Jak vybrat správné krmivo pro vašeho psa či kočku: rozdíly mezi značkami a druhy krmiva
- Nejlepší hračky pro psy a kočky: jak vybrat hračky podle věku, velikosti a potřeb zvířete
- Výcvik psů: základní metody, tipy a triky pro úspěšný výcvik
- Zdravotní péče o psy a kočky: prevence a léčba nejběžnějších onemocnění
- Jak zabezpečit svůj domov pro nového kočičího člena rodiny: tipy pro bezpečné a pohodlné prostředí
- Výběr a péče o pelíšek pro psy a kočky: materiály, rozměry a údržba
- Jak zvolit správný obojek a vodítko pro vašeho psa: materiály, velikosti a bezpečnostní prvky
- Kočkolit a škrabadla pro kočky: význam, výběr a umístění v domácnosti
- Cestování s domácím mazlíčkem: tipy pro bezpečné a pohodlné cesty s vaším psem nebo kočkou
- Potřeby pro hlodavce: jak vybavit klec a zajistit správnou péči o morčata, králíky a další hlodavce
- Stres u zvířat: příčiny, příznaky a jak pomoci svému mazlíčkovi
- Sociální začlenění nového zvířecího člena do domácnosti: jak představit nového mazlíčka ostatním zvířatům
- Význam preventivních veterinárních prohlídek pro psy a kočky
- Jak čistit zuby svému psovi nebo kočce: tipy a návody pro účinnou a bezpečnou péči o zuby
- Jak zvládnout alergie na zvířecí srst a překonat problémy s alergiemi v domácnosti

Témata článků doporučuji umístit do sekce blog na webu. Články je ideální pravidelně publikovat a v dlouhodobém horizontu přidávat další dle aktuálních témat. To pomůže zlepšit SEO a zvýšit

organický dosah webu. Články je vhodné dělit do logických částí a používat nadpisy (H1, H2, H3), které budou obsahovat klíčová slova. To usnadní čtenářům orientaci v textu a zároveň pomůže vyhledávačům lépe indexovat váš obsah. Přidávejte kvalitní obrázky, infografiky a videa k článkům, které zlepšují uživatelský zážitek a pomohou udržet čtenáře na vašem webu déle.

Technické SEO

Rychlost načítání stránek:

Rychlost načítání stránek je průměrná. Doporučujeme optimalizovat obrázky, minimalizovat použití JavaScriptu a zvážit použití nástroje pro zrychlení stránek, jako je například Content Delivery Network (CDN).

Responzivní design:

Web Wolfpet.cz má responzivní design, což zajišťuje správné zobrazení a funkčnost stránek na různých zařízeních (mobilní telefony, tablety, stolní počítače).

Struktura URL:

Struktura URL je čistá a jednoduchá, což usnadňuje indexaci stránek vyhledávači a zlepšuje SEO.

SSL certifikát:

Web Wolfpet.cz používá SSL certifikát, což zajišťuje bezpečné spojení mezi uživatelem a webem. To je důležité pro zajištění důvěry uživatelů a zlepšení SEO.

Sitemap a robots.txt:

Web má správně nastavenou sitemapu a robots.txt soubor, což usnadňuje indexaci stránek vyhledávačem.

Řešení chyb 404:

Na webu nebyly nalezeny žádné nefunkční odkazy

Optimalizace meta tagů:

Některé stránky na webu mají chybějící nebo neoptimalizované meta tagy (title, description, H1 atd.). Je důležité mít jedinečné a přesvědčivé meta tagy pro každou stránku, které obsahují relevantní klíčová slova a popisují obsah stránky.

Optimalizace interních odkazů:

Doporučuji vytvoření smysluplných interních odkazů (na články, na produkty,...)

Duplictní obsah:

Na webu byl nalezen některý duplictní obsah. Je důležité zajistit, aby každá stránka měla unikátní obsah, který poskytuje hodnotu uživatelům a zlepšuje SEO. Přezkoumejte obsah webu a odstraňte nebo upravte duplictní části.

Optimalizace obrázků:

Některé obrázky na webu nemají vyplněné alt tagy nebo jsou příliš velké, což zpomaluje načítání stránek. Doporučujeme přidat popisné alt tagy ke všem obrázkům a komprimovat velké obrázky pro zlepšení rychlosti načítání stránek a SEO.

Navigace a struktura webu:

Struktura webu je přehledná a intuitivní, což usnadňuje uživatelům orientaci na webu. Přesto doporučujeme pravidelně přezkoumávat navigaci a strukturu webu, aby byly aktuální a zohledňovaly potřeby vašeho publika.

Indexace stránek:

Web prozatím není indexovaný.

Mobilní optimalizace:

Web je optimalizován pro mobilní zařízení, což zajišťuje dobrý uživatelský zážitek na různých typech zařízení. Je důležité pravidelně sledovat výkon webu na mobilních zařízeních a zajistit, že web splňuje aktuální standardy pro mobilní přístup.

Přístupnost a kontrast barev:

Přístupnost webu je důležitá pro uživatele se zrakovými nebo jinými omezeními. Zkontrolujte, zda jsou na webu dostatečné kontrasty barev a zda je web přístupný pro uživatele s různými omezeními.

Závěr:

Web Wolfpet.cz má několik oblastí, které je možné zlepšit z hlediska technického SEO. Pravidelným sledováním a optimalizací těchto aspektů můžete zlepšit viditelnost webu ve výsledcích vyhledávání a poskytnout lepší uživatelský zážitek vašim návštěvníkům.

Analýza UX

Přehlednost a struktura webu:

Web má celkově přehlednou a intuitivní strukturu, která usnadňuje uživatelům navigaci a nalezení požadovaných informací. Je důležité udržovat aktuální a uživatelsky přívětivou strukturu webu.

Design a vizuální prvky:

Design webu je esteticky příjemný a moderní. Vizuální prvky, jako jsou obrázky a ilustrace, jsou vhodně použity a podporují celkový dojem z webu. Přesto doporučuji pravidelně aktualizovat vizuální prvky, aby byly v souladu s aktuálními trendy a zájmy vašeho publika.

Intuitivní navigace:

Navigace na webu je intuitivní a snadno pochopitelná. Ujistěte se, že navigační prvky jsou konzistentní napříč celým webem a jsou jasně viditelné, aby uživatelé mohli snadno najít, co hledají.

Čitelnost a kontrast textu:

Web má dobrou čitelnost textu a kontrast barev, což zajišťuje, že obsah je snadno čitelný pro všechny uživatele. Je důležité zajistit, aby byly tyto aspekty pravidelně kontrolovány a udržovány v souladu s nejlepšími postupy přístupnosti.

Interakce a konverzní prvky:

Konverzní prvky, jako jsou tlačítka pro nákup, nebo kontaktní informace, jsou snadno viditelné a intuitivní. Ujistěte se, že tyto prvky jsou pravidelně testovány a optimalizovány pro maximální účinnost a zvyšování konverzí.

Využití multimediálního obsahu:

Web využívá multimediální obsah, jako jsou obrázky, videa a infografiky, což zvyšuje atraktivitu a srozumitelnost obsahu. Ujistěte se, že multimediální obsah je pravidelně aktualizován a optimalizován pro různá zařízení a rychlosti připojení.

Zpětná vazba a komunikace s uživateli:

Zvažte pravidelné zlepšování těchto komunikačních kanálů a sledování zpětné vazby uživatelů, aby bylo možné dále zlepšovat uživatelský zážitek.

Závěr:

Web Wolfpet.cz má celkově kvalitní uživatelský zážitek, ale je zde prostor pro další zlepšení. Pravidelným sledováním a optimalizací těchto aspektů můžete zajistit, že váš web bude nadále poskytovat příjemný a efektivní uživatelský zážitek, který podporuje vaše obchodní cíle.

Shrnutí

Po důkladném prozkoumání různých aspektů SEO a UX na vašem webu jsem identifikoval několik oblastí, které by mohly být zlepšeny, aby se dosáhlo lepšího umístění ve výsledcích vyhledávání a poskytlo se příjemnější uživatelský zážitek.

Analýza klíčových slov ukázala, že existuje potenciál pro rozšíření vašeho seznamu klíčových slov a zaměření na dlouhoocasé fráze, které by mohly přinést kvalitní návštěvnost na váš web.

Analýza konkurence poskytla cenné informace o silných a slabých stránkách vašich konkurentů, což vám umožní identifikovat oblasti, na kterých byste se měli zaměřit, abyste dosáhli konkurenční výhody.

Návrhy na témata článků mohou pomoci vytvořit plán pro obsah, který bude zajímavý a užitečný pro vaše publikum, a zároveň podporovat SEO.

Technická SEO analýza odhalila několik oblastí, které by mohly být zlepšeny, jako je rychlost načítání stránek, optimalizace obrázků a odstranění duplicitního obsahu.

Analýza UX naznačila, že web poskytuje celkově příjemný uživatelský zážitek, ale existuje prostor pro další zlepšení, zejména v oblasti rychlosti načítání stránek a personalizace.

Doporučujeme pravidelně sledovat a optimalizovat tyto aspekty, aby byl váš web připraven reagovat na měnící se trendy ve vyhledávání a zájmy vašeho publika. Spoluprací na těchto oblastech můžete zlepšit viditelnost vašeho webu ve výsledcích vyhledávání, zvýšit návštěvnost a konverze a poskytnout uživatelům kvalitní zážitek, který je přiměje vrátit se.