

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra informačních technologií

Návrh a implementace internetového obchodu pro malé podnikatele

Diplomová práce

Autor: Bc. Markéta Čadková

Studijní obor: Aplikovaná informatika (AI2-K)

Vedoucí práce: Mgr. Lukáš Vacek

Hradec Králové

duben 2017

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 27. 4. 2017

.....
Markéta Čadková

Poděkování

Chtěla bych moc poděkovat mému vedoucímu práce, panu Mgr. Lukáši Vackovi, který mi dával cenné rady a připomínky a díky tomu přispěl k vypracování této diplomové práce.

Anotace

Cílem diplomové práce je výběr a následná implementace internetového obchodu pro malé podnikatele. Diplomová práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část se zabývá problematikou internetových obchodů, nástroji internetového podnikání, výběrem e-shopového řešení, převážného zaměření na open source řešení a nakonec výběrem hostingu a domény. V praktické části je založen hosting i s doménou, nainstalován open source PrestaShop, popis a analýza jeho nastavení důležitých částí, nástrojů a instalace modulů, import dat a dodavatelů, následné otestování e-shopu a na co by si měl podnikatel dát pozor.

Klíčová slova

Internet, e-shop, internetový obchod, elektronické obchodování, e-commerce, internetový marketing

Annotation

The purpose of the thesis is the evaluation based selection and subsequent implementation of online store, which represents the most suitable solution for small-sized enterprises. The thesis is divided into two parts. The theoretical overview concerns the issues of online stores, internet business tools, selecting of e-shop solution, major focus on open source solutions and in the conclusion it deals with choosing hosting and domain. The application- and implementation-oriented part of the thesis contains of these steps: starting hosting and domain; installing PrestaShop open source; the description and the analysis of its important components and tools and installing modules; the import of data and suppliers; final testing of e-shop and the IT risk management advice, what the entrepreneur should be careful about.

Keywords

Internet, e-shop, online shop, e-commerce, internet marketing

OBSAH

ÚVOD	1
I. TEORETICKÁ ČÁST.....	2
1 ÚVOD DO PROBLEMATIKY	2
1.1. INTERNET	2
1.1.1. Historie Internetu	2
1.1.2. Základní služby Internetu	3
1.1.3. Obchodování na Internetu.....	4
1.2. INTERNETOVÝ OBCHOD.....	4
1.2.1. Základní pojmy.....	5
1.2.2. Historie Internetových obchodů	7
1.2.3. Internetový obchod versus kamenný obchod.....	8
1.2.3.1. Výhody internetového obchodu	8
1.2.3.2. Nevýhody Internetového obchodu	9
1.2.4. Podnikatelský plán pro tvorbu e-shopu	9
1.2.5. Realizace internetového obchodu	11
1.2.5.1. Objednání e-shopu na zakázku.....	11
1.2.5.2. Pronájem e-shopu.....	11
1.2.5.3. Volně dostupné e-shopy	12
1.2.5.4. Open source.....	12
1.2.6. Funkce e-shopu.....	13
1.2.6.1. Funkce požadované provozovatelem	13
1.2.6.2. Funkce požadované zákazníkem	14
1.2.7. Plán tvorby WWW stránek.....	16
1.2.7.1. E-shop na zakázku.....	16
1.2.7.2. Pronájem e-shopu.....	16
1.2.7.3. Volně dostupné e-shopy	17
1.2.7.4. Open source.....	17
1.2.8. Právní náležitosti e-shopu.....	18
2 NÁSTROJE INTERNETOVÉHO PODNIKÁNÍ	19
2.1. INTERNETOVÝ MARKETING	19
2.1.1. Využití Internetu v marketingu.....	20
2.1.1.1. SERP	21
2.1.1.2. Reklama na Internetu	22
2.1.1.3. SEO (Optimalizace pro vyhledávače)	23
2.1.1.4. SEM (Search Engine Marketing)	25
2.1.1.5. Vyhledávače zboží (Cenové porovnávače zboží).....	25
2.1.1.6. PPC (Placené kliknutí)	26
2.1.1.7. Sociální sítě.....	26

2.1.1.8.	E-mailing.....	26
2.1.1.9.	Affiliate systém	27
2.1.2.	Nástroje marketingu na Internetu	28
2.1.2.1.	Marketingový mix	28
2.1.2.2.	Výrobek.....	29
2.1.2.3.	Cena	30
2.1.2.4.	Distribuce.....	30
2.1.2.5.	Komunikace	30
2.1.2.6.	Public relations (PR)	31
2.2.	E-COMMERCE.....	31
2.2.1.	Typy e-commerce	31
2.2.2.	Obchodní modely e-commerce.....	32
2.2.3.	Struktura typického e-commerce serveru	33
2.2.3.1.	Katalog produktů a služeb	34
2.2.3.2.	Reakce spotřebitelů	35
2.2.3.3.	Průvodce objednávkou	36
2.2.3.4.	Nákupní košík	37
2.2.3.5.	Průvodce nákupem produktu.....	38
2.2.3.6.	Klientský účet	45
3	OPEN SOURCE SOFTWARE.....	46
3.1.	CO BY MĚL UMĚT ADMINISTRAČNÍ SYSTÉM.....	46
3.2.	PRESTASHOP	47
3.3.	VIRTUEMART.....	48
3.4.	UBERCART PRO DRUPAL 7	48
3.5.	OPENCART	48
3.6.	MAGENTO	49
3.7.	QUICK.CART	49
3.8.	ZEN CART	50
3.9.	OSCOMMERCE	50
3.10.	OXID E-SHOP.....	50
3.11.	STATISTIKY VYUŽÍVÁNÍ OPEN SOURCE SOFTWARE	50
4	HOSTING A DOMÉNA.....	52
4.1.	VÝBĚR VHODNÉHO HOSTINGU.....	52
4.2.	VÝBĚR DOMÉNY	53
II.	PRAKTICKÁ ČÁST	56
5	INSTALACE A NASTAVENÍ INTERNETOVÉHO OBCHODU POMOCÍ SOFTWARE	
PRESTASHOP		57
5.1.	HOSTING A DOMÉNA PRO PRESTASHOP	57
5.2.	INSTALACE PRESTASHOP	58
5.3.	PŘEDSTAVENÍ PRESTASHOP	62
5.3.1.	Představení úvodní stránky.....	64

5.3.2.	Představení administrace obchodu.....	65
5.4.	NASTAVENÍ PRESTASHOP	70
5.4.1.	Údržba obchodu.....	70
5.4.2.	Smazání testovacích dat.....	71
5.4.3.	Nastavení základní funkcí.....	72
5.4.4.	Doporučená aktivace základních modulů a služeb	78
5.4.5.	Doporučená instalace doplňkových modulů.....	80
5.5.	IMPORTOVÁNÍ DAT OD DODAVATELŮ.....	81
5.5.1.	Ruční import pomocí souboru XML	82
5.5.2.	Automatický import.....	85
6	TESTOVÁNÍ FUNKČNOSTI INTERNETOVÉHO OBCHODU	87
6.1.	TESTOVÁNÍ Z POHLEDU RŮZNÝCH UŽIVATELŮ	87
6.1.1.	Testování z pohledu správce.....	87
6.1.2.	Testování z pohledu zákazníka.....	88
6.2.	UKÁZKA OTESTOVÁNÍ PROCESU OBJEDNÁVKY	89
	ZÁVĚR.....	98
	LITERATURA A ZDROJE	99
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	102
	SEZNAM TABULEK	104

ÚVOD

V dnešní době moderních informačních technologií se stává nakupování na internetu stále oblíbenější a roste důvěra zákazníků nakupovat přes internetové obchody. Je také více nezkušených malých podnikatelů, kteří mají malý rozpočet a nemají know-how, ale i přesto chtějí svůj byznys rozjet právě díky obchodování přes internetový obchod.

Teoretická část je zaměřena na problematiku internetových obchodů, jejich výhod a možnosti jejich realizace. Popíše nástroje internetového podnikání, druhy realizace internetových obchodů, jaké mají výhody i nevýhody. Hlavně se zaměřím na open source software pro e-shopy, co by měl umět administrační systém nebo jak by měl vypadat plán pro tvorbu internetového obchodu. Na konci teoretické části popíšu i způsob, jak vybrat hostingový program a doménu.

Díky nashromážděným informacím získaných z teoretické části mohu vybrat vhodný hosting i doménu pro open source e-shop PrestaShop. Dále mohu doporučit způsob nastavení základních funkcí, instalaci doplňkových modulů a pomoci s importem dat od dodavatelů. Na konci kapitoly doporučím, na co by podnikatel neměl zapomenout, ještě než se e-shop spustí do ostrého provozu, tedy testování funkčnosti internetového obchodu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ÚVOD DO PROBLEMATIKY

1.1. INTERNET

Internet je prostředí pro poskytování služeb a sdílení informací mezi uživateli, které je vybudováno jako celosvětová síť vzájemně propojených počítačů. Mezi jeho základní služby patří hlavně webové stránky a webové aplikace, ale také e-mailové služby, komunikační software pro zasílání zpráv (ICQ, Skype), přenos souborů (FTP) či jejich sdílení. [3]

Koncoví uživatelé dnes přistupují k Internetu z různých zařízení, nejčastěji z osobních počítačů, přenosných notebooků, tabletů a mobilních telefonů.

1.1.1. HISTORIE INTERNETU

Původní název Internetu byl ARPANet. Vznikl v roce 1969 s cílem vytvořit nezávislou síť, která umožní vzájemné propojení všem uživatelům počítačů na univerzitách a zprostředkuje jim možnost vzájemné výměny informací.

I když počátky Internetu ve světě sahají do 60. let dvacátého století, historie Internetu v ČR se začíná psát až o více než 20 let později. Za oficiální datum prvního připojení ČR k Internetu se považuje datum 13. února 1992. Postupně byla vybudována první celorepubliková páteřní síť pod názvem CESNET (Czech Educational and Scientific NETwork), která propojovala především univerzitní a akademická pracoviště.

Jako první byly pevnou linkou propojeny centrální body v Praze a v Brně, později se připojila další „akademická“ města jako České Budějovice, Liberec, Plzeň i Hradec Králové. V tehdejší době bylo připojení k Internetu spíše ojedinělou a cenově poměrně nákladnou záležitostí, za měsíční pronájem pevné linky a připojení k síti CESNET s přenosovou rychlostí 64 kb/s se platilo 56.385 Kč bez DPH (neziskové organizace jako školy a univerzity platily cca o 1/3 méně). [4]

1.1.2. ZÁKLADNÍ SLUŽBY INTERNETU

V rámci Internetu je možné využívat mnoho služeb, které jsou zajišťovány počítačovými programy a navzájem spolu komunikují pomocí předepsaných pravidel (tzv. protokolů).[3]

Nejvíce využívanou službou Internetu je WWW (World Wide Web neboli web). Slovo Internet se stal synonymem pro službu WWW, mnoho lidí si neuvědomuje, že www služby jsou jen jednou z mnoha částí rozsáhlého prostředí Internetu.

Cokoli potřebujeme zjistit, jakékoli informace, je nyní skoro vždy možné najít na webu. Téměř všem uživatelům byl umožněn svobodný přístup k informacím a dal vzniknout celému novému odvětví ekonomiky. Vznikla velká jména jako Google, Amazon, Facebook nebo Yahoo, u nás v ČR např. Seznam, Centrum, Alza a spousta dalších. [4]

Mezi další základní služby Internetu patří:

- **Elektronická pošta (e-mail):** způsob přijímání a odesílání zpráv přes elektronické komunikační systémy, např. Gmail.com, Seznam.cz, Centrum.cz.
- **Komunikace mezi uživateli (Instant messaging):** internetová služba, která umožňuje registrovaným uživatelům sledovat, kteří přátelé jsou právě online připojení. Je možné přijímání a odesílání zpráv v reálném čase i odesílání různých souborů. Např. ICQ, QIP, Miranda, Trillian.
- **Telefonování pomocí Internetu (VoIP):** digitalizovaný hlas v podobě datových paketů přenášen prostřednictvím Internetu mezi jednotlivými zařízeními. Např. IP telefony, VoIP adaptéry, služby Skype.
- **Přenos souborů (FTP):** protokol pro přenos souborů (hudba, video, obrázky, ...) mezi počítači pomocí počítačové sítě. Např. FileZilla.
- **Domény (DNS):** tento systém umožňuje přiřadit k číselné IP adrese (má ji každý počítač) doménové jméno pomocí DNS serverů. Uživatelé si snadněji zapamatují název nežli dlouhé číslo. Příklad: pod doménovým názvem www.domena.cz se skrývá IP adresa 2A01:430:217::2.
- **Připojení ke vzdálenému počítači:** uživatel na svém počítači využívá klienta pro zobrazení grafického uživatelského prostředí, které je spuštěno na vzdáleném počítači. Je možné přes svůj počítač vzdáleně ovládat jiný počítač. Např. TeamViewer, RealVNC, ShowMyPc.

- **Sociální síť:** služba na Internetu, která registrovaným uživatelům umožňuje vytvářet osobní profil, komunikovat mezi přáteli, sdílet informace, fotografie či videa. Např. Facebook, Google+, Twitter, Socl, Lidé.cz, LinkedIn, MySpace, Reddit, Instagram.
- a další služby a protokoly. [3]

1.1.3. OBCHODOVÁNÍ NA INTERNETU

E-business nebo také elektronické podnikání, představuje souhrnný název pro oblast využití Internetu v obchodě a službách, jakými jsou např. e-commerce (elektronické obchodování), e-services (elektronické služby), e-banking (elektronické bankovníctví), a další.

Mezi hlavní výhody e-businessu patří snižování nákladů, zvyšování efektivity, zjednodušování rozhodovacích procesů, zkracování doby přepravy, rychlejší uspokojení poptávky a větší kontrola nad průběhem celého procesu. [8]

Firmy, obchody (včetně kamenných prodejen) a obchodníci dostali díky Internetu možnost oslovit prostřednictvím informací a internetové reklamy mnohem větší počet cílových zákazníků a nabídnout jim své služby a produkty. Je mnohem jednodušší, rychlejší a levnější upravit a zveřejnit aktualizovanou nabídku produktů a služeb zákazníkům na Internetu, než vytisknout například nový katalog.

Ještě, než se začal Internet využívat, nikdo neměl představu jaké nepřeborné množství produktů, ať už v různých barvách, provedeních či s různými doplňujícími funkcemi, je vůbec na trhu. Až s příchodem Internetu se zákazníkům rozšířily možnosti při prohledávání existující nabídky zboží a služeb, nemusí také nakupovat jen ve svém regionu, ale mohou využít nabídku i z druhé strany republiky či v úplně jiné zemi.

1.2. INTERNETOVÝ OBCHOD

Označení *internetový obchod* nebo také *elektronický obchod*, *e-obchod* či *e-shop* se používá pro nabízení produktů a služeb po Internetu.

E-shop může existovat v různých formách, viz Kapitola 2.2.1. Typy e-commerce. Slouží hlavně k nabídce, vyhledání a možnosti nákupu zboží či služeb ze strany zákazníka. Poskytuje informace o výrobcích, službách, objednávkách či řešeních reklamací, nabízí zákaznickou podporu, zprostředkovává a eviduje platby.

Internetové obchody jsou v dnešní době čím dál častěji využívány z důvodu vysokých cen v kamenných prodejnách, kde jsou někdy až mnohonásobně dražší produkty. Na Internetu samozřejmě také dochází ke konkurenčnímu boji prodejců, každý se snaží mít co nejširší nabídku a nejnižší ceny, aby nalákal zákazníka na svůj e-shop a ten u něho nakoupil.

E-shopy mají oproti kamenným prodejnám výhodu možnosti poskytnutí více informací o nabízených produktech, zákazník si po Internetu může jednoduše jednotlivé produkty porovnat a vybrat si ten, který je pro něho nejvhodnější.

U kamenných prodejen je výhoda jen ve fyzickém prohlédnutí produktu, přes Internet není možné si produkt osahat či vyzkoušet. Existují však e-shopy, které umožňují vyzkoušení při vyzvednutí objednaného zboží, zákazník se pak může rozhodnout, zda zboží zaplatí či vrátí. Důležité u e-shopu je dbát na informace o produktu, jaké má rozměry, vlastnosti, kolik váží, je-li produkt skladem a za jak dlouho je možné jej doručit zákazníkovi. [3]

1.2.1. ZÁKLADNÍ POJMY

- **Doména.** Neboli doménové jméno je adresa internetových stránek. Jestli je doména volná, lze zjistit např. přes Internetové stránky nic.cz, tato stránka ověří, zdali je doména volná a může ji prodejce buď zakoupit samostatně nebo i s hostingovým programem. Tvar doménového jména je pevně daný (www.nazev-domeny.cz). [18]
- **IP adresa.** Je zkratkou pro Internet Protocol a slouží k rozlišení síťových rozhraní (síťová karta Wifi či Ethernet, IrDA port či virtuální zařízení), které jsou připojené k počítačové síti. Pomocí protokolu mohou všechna zařízení v Internetu spolu komunikat. Každý počítač má jedinečnou IP adresu a jeden počítač může mít i více adres, pokud bude mít více síťových adaptérů.
- **Webhosting.** Prostor na poskytovatelském serveru v datovém centru, na který je možné nahrát webové stránky. Je doporučeno pro ně mít také zakoupenou doménu, jinak budou stránky dostupné na adrese nabízené poskytovatelem hostingu, která je

pro uživatele dlouhá, obtížně zapamatovatelná nebo jinak nevhodná. Ceny za webhosting se pohybují různě podle dostupných funkcí či technické podpory.

- **Cloud.** Poskytuje služby či aplikace zákazníkům (v tomto případě z řad provozovatelů e-shopů) pomocí serverů umístěných ve velkých datových centrech, které jsou dostupné z Internetu. Poskytované služby i aplikace lze dynamicky škálovat podle počtu přistupujících koncových uživatelů nebo nutných licencí, a zákazník (podnikatel) tak může ušetřit na nákladech, kdy platí jen to, co skutečně potřebuje a pro svůj business využívá.
- **Webová analytika.** Je sledování, sběr a vyhodnocování internetových dat za účelem porozumění a optimalizace webu. Zdrojem dat mohou být například služby Google, Seznam, Bing nebo Facebook.
- **Datový traffic.** Označuje množství přijatých a odeslaných dat za určité časové období. Pro potřeby webové analytiky se pojem používá pro označení návštěvníků, tedy pokud má webová stránka vysoký traffic, znamená to, že má vysokou návštěvnost. [3]
- **Web aliasy.** Přesměrování několika domén (nebo konkrétních webových adres) na jednu společnou webovou stránku (adresu). Je to takové pojištění proti odcizení podobného doménového jména např. www.kuchynskepotreby.cz, www.kuchynskepotreby.cz. Je možné také zaregistrovat více národních domén a směřovat je na centrální doménu, např. www.kuchynskepotreby.cz a www.kuchynskepotreby.eu. [28]
- **E-mail.** E-mail slouží k posílání elektronických textových zpráv adresátům s e-mailovou adresou, ke kterým je možné k textu (v případě HTML formátu e-mailu i do textu) připojit přílohy ve formě souborů, obrázků či dokumentů. K odeslání a přijmutí e-mailu se používá internetový prohlížeč na URL adrese dané e-mailové služby nebo e-mailový klient.
- **FTP.** File Transfer Protocol je protokol pro přenos souborů mezi počítači pomocí počítačové sítě. Může se používat pomocí webových prohlížečů nebo specializovaných programů, tzv. FTP klientů.
- **PHP.** Skriptovací programovací jazyk, který je určen k programování dynamických internetových stránek či webových prezentací ve formátu HTML a XHTML. Je nejrozšířenějším skriptovacím jazykem pro web v současnosti.

- **Databáze.** Místo, kde se ukládají organizované a strukturované údaje. Jsou tvořeny jednou nebo více tabulkami, které jsou navzájem propojeny. Záznamy jsou řádky tabulky s hodnotami atributů (vlastností např. číslo, tex, datum, ...) pro jednu entitu. V databázi je možné vyhledávat, jednotlivě či hromadně upravovat záznamy nebo je možné data smazat.
- **MySQL.** Velmi populární databázový systém s volně dostupnou licencí používaný pro ukládání dat (nejen) webových aplikací, který pracuje s jazykem SQL (určeným pro vytváření dotazů nad uloženými daty).
- **Multistore.** Správa několika obchodů pod jednou administrací. [3]
- **Newsletter.** Je označení pro elektronický leták. Jedná se o formu internetového marketingu, která informuje příjemce o novinkách, akcích či jiných událostech. Newsletter se rozesílá pomocí specializovaného systému pro hromadné odesílání e-mailových zpráv. [29]
- **Webový prohlížeč.** Počítačový program, který slouží pro prohlížení navštívených webových stránek na počítači (mobilním telefonu, tabletu) uživatele. [3]
- **XML feed.** Datový soubor informací o produktech (název, cena, popis, skladová dostupnost a jiné), který je ve formátu XML.

1.2.2. HISTORIE INTERNETOVÝCH OBCHODŮ

První nákupy na Internetu se uskutečnily v USA v roce 1992, počáteční prodejní komoditou byly nejčastěji hudební nahrávky na CD, dále se prodej rozšířil na dárkové předměty a knihy. Až po těchto komoditách přišel na řadu prodej elektroniky, hraček a nábytku.

Evropa vůči USA byla v té době pozadu, Evropané byli nedůvěřiví k online transakcím a měli obavy z placení kartou po Internetu. Američané se nebáli platit kreditní kartou, a tak zboží zaplatili předem, nechali si jej dovézt až ke svým dveřím, kde si jej převzali.

Česká republika si dodnes drží oblibu v dobírce, ještě dnes platí 60 % zákazníků objednané zboží hotově při převzetí. V USA naopak formu dobírky v českém provedení vůbec neznají. [6]

1.2.3. INTERNETOVÝ OBCHOD VERSUS KAMENNÝ OBCHOD

Kamenný obchod je forma maloobchodního prodeje, která využívá prostory, jako jsou budovy či pronajaté místnosti k tomu, aby nabízený sortiment mohli zákazníci vidět a nakoupit si jej. Kdežto internetový obchod je webová aplikace umístěná na Internetu, kde je možné vzdáleně procházet katalog zboží a služeb z pohodlí domova. [3]

V současné době mnoho lidí nakupuje přes Internet, a tak může být výhodné pro kamenný obchod zřídit webovou podobu – e-shop, ve kterém budete informovat zákazníky o tom, jaký sortiment zboží či služeb nabízíte a umožníte jim jeho zakoupení.

Pokud vlastníte internetový obchod, může být v některých případech vhodné si pořídit provozovnu, kde budete zákazníkům umožňovat vyzkoušení zboží a jeho osobní odběr, nebo rovnou prodejnu. [30]

1.2.3.1. VÝHODY INTERNETOVÉHO OBCHODU

Mezi hlavní výhody internetových obchodů oproti těm kamenným patří působnost a neomezená otevírací doba. Kamenná prodejna může prodávat jen v místě, kde se provozuje a zákazník se do ní musí dopravit sám. Internetový obchod může prodávat v mnohem větším regionu, zboží zasílá přepravními společnostmi nebo umožňuje osobní odběry na různých výdejnách či prodejnách.

Provozovatel e-shopu může aktivně přes Internet oslovovat a komunikovat se stálými i potencionálními zákazníky prostřednictvím reklam či newsletterů.

Zákazník může na stránkách e-shopu strávit vybíráním produktů výrazně více času (a to i opakovaně), kdežto kamennou prodejnu nejspíš nenavštíví několikrát za den. Internetový obchod je také obvykle dostupný 24 hodin denně, zatímco kamenná prodejna jen v určitou otevírací dobu.

Kamenná prodejna většinou nebude nabízet více produktů než e-shop, protože prodejní plocha obchodů je omezená. Zákazník se na e-shopu může dozvědět o dost více informací o produktu či službě, v klidu domova si zboží vybere, nakoupí a nechá si jej doručit na svou adresu. E-shop má oproti kamenné prodejně nižší finanční náklady, nemusí platit za pronajatý prodejní prostor a prodavače.

1.2.3.2. NEVÝHODY INTERNETOVÉHO OBCHODU

Pro řadu zákazníků je negativem chybějící osobní kontakt s prodávacem. Většina prodejců je přímo vyškolená pro komunikaci s návštěvníkem obchodu tak, aby produkt zakoupil, a dokáže velmi dobře těžit z osobního kontaktu, např. využitím jeho emocí. Zkušenosti prodejci často zákazníka přesvědčí i ke koupi jiného produktu, než pro který si původně přišel.

Při nákupu přes e-shop a zvolení přepravy až k zákazníkovi, není možné si zboží předem vyzkoušet ani prohlédnout, a zákazník je tak často v nejistotě až do chvíle, kdy mu zboží dorazí. Při vrácení zboží to hraje velkou roli, hlavně při výběru určité velikosti oblečení nebo obuvi. Pokud se zákazníkovi produkt nebude zamlouvat, může ho kdykoli do 14 dnů vrátit. [19]

1.2.4. PODNIKATELSKÝ PLÁN PRO TVORBU E-SHOPU

Jakmile se rozhodnete začít podnikat, je důležité promyslet vhodnou formu podnikání, v jakém oboru budete podnikat, jaké vyberete technologické zázemí. Dále budete potřebovat aplikaci a vhodný webový hosting. Měli byste si vše předem důkladně naplánovat a vytvořit podnikatelský plán. Je dobré si sestavit možné scénáře rozvoje vašeho podnikání, abyste se v budoucnu vyhnuli případným komplikacím.

- **Oblast podnikání.** Základem je orientace na zákazníka, jen na něm totiž záleží, jestli u vás nakoupí či půjde jinam. Na začátku podnikání je dobré si ujasnit, v jakém oboru budete podnikat, a udělat si zákaznický průzkum, např. prostou analýzou klíčových slov. Jaké zboží vaši zákazníci vyhledávají, co zákazníkům nejvíce vadí při objednávání z e-shopu, např. skladová nedostupnost, doba dodání či špatná komunikace se zákaznickým oddělením.
Zákazníky můžete na svůj e-shop přilákat mnoha způsoby, např. širokým výběrem produktů, exkluzivní značkou, diskontními cenami, vlastní výrobou produktů či bonusem, jakým je např. dárek zdarma k objednávce. Najděte to, po čem zákazník touží a co konkurence nenabízí.
- **Vytvoření SWOT analýzy.** SWOT analýza je metoda, díky níž lze identifikovat silné a slabé stránky podniku.

- **Finanční plán.** Je odhadem toho, jak by se mohly vyvíjet vaše finance. Do úvahy musíte brát náklady i výnosy, které jsou spojené s provozem e-shopu za měsíc. Sestavte si plán pozitivní i negativní, je totiž důležité mít i ve špatných měsících dostatečné rezervy. Do finančního plánu nezapomeňte zahrnout náklady na:
 - pronájem či realizaci e-shopu;
 - hosting, doménu a aktualizace systému;
 - nákup zboží;
 - uskladnění zboží;
 - zaměstnance;
 - logistiku a balné;
 - vrácené zboží, reklamace apod.;
 - různé partnery: copywritery, konzultanty atd.;
 - marketing: PPC kampaně, newslettery, PR kampaně, cenové porovnávače zboží apod.. [32]
- **Založení živnostenského listu,** pokud ho ještě nemáte. Jestli budete podnikat s minimálními počátečními náklady, pak vám do začátku postačí živnostenský list (oprávnění na živnost „Maloobchodní prodej“, jde o volnou živost, tedy není potřeba dokládat žádná osvědčení o odbornosti či něco podobného), který je možné si nechat vystavit na živnostenském úřadu. Je dobré si pro svou živnost založit samostatný účet, který bude sloužit jen pro účely podnikání. [33]
- **Vyhledání dodavatele.** Nalezení vhodného dodavatele pro e-shop zabývající se dětským zbožím, není vůbec žádný problém, můžete např. zkusit do vyhledávače google.cz zadat pojem „velkoobchod dětského zboží“ a hned se vám zobrazí několik nabídek. Je také možnost se podívat na Firmy.cz, kde vyberete záložku velkoobchody, dále velkoobchody zabývající se dětským sortimentem, a zobrazí se Vám několik firem.
 Jednotlivé odkazy na dodavatele si otevřete v prohlížeči, prozkoumáte obchodní podmínky velkoobchodu a pro další informace je neváhejte kontaktovat na zákaznické číslo. Po dohodě vám budou od jednotlivých velkoobchodů zaslány ceníky a vy už si jen vyberete, který dodavatel je pro vás ten pravý.
- **Výběr software pro internetový obchod.** Viz. Kapitola 1.2.5 Realizace internetového obchodu.
- **Výběr hostingu a domény.** Viz. Kapitola 4. Hosting a doména.

- **Instalace, testování a spuštění e-shopu do ostrého provozu.** Viz Kapitola 5 a 6.
- **Ochrana spotřebitele, logistika, faktura, balení, přeprava, platba.**

1.2.5. REALIZACE INTERNETOVÉHO OBCHODU

Způsobů realizace e-shopů je na výběr hned několik, podstatné je si ujasnit, jaké má prodejce finanční prostředky, jak rychle potřebuje e-shop spustit a jaké potřebuje funkce pro svůj e-shop.

1.2.5.1. OBJEDNÁNÍ E-SHOPU NA ZAKÁZKU

Tato varianta je nejčastějším způsobem vytvoření e-shopu pro velké firmy, e-shop je vytvořen na míru prodejcovým potřebám, často tato varianta zahrnuje i zajištění komplexních marketingových nástrojů a konzultací.

Termín, cena i kvalita dodaného e-shopu je velmi závislá na odborných znalostech a zkušenostech dodavatele. Zavedené firmy s řadou projektových referencí obvykle dodají řešení v lepší kvalitě než například nějaký student, ten je ale většinou výrazně levnější.

Výhodou řešení na zakázku je e-shop přesně odpovídající potřebám prodejce, zkušenosti tvůrců této varianty jsou zárukou kvality, při budoucích změnách je možné kontaktovat tvůrce e-shopu a technické záležitosti je možné řešit přímo s dodavatelem. Cena je u této varianty vyšší a většinou je tento projekt i časově náročnější než již hotové řešení v ostatních variantách.

Kdo požaduje kvalitní e-shop a předpokládá budoucí rozvoj svého podnikání na Internetu, je pro něj určitě tato varianta vhodnou volbou. Potřeby prodejce je možné konzultovat s tvůrcem e-shopu a je možné upravit e-shop téměř jakkoli.

Tuto variantu nabízí např. Jedničky, ShopCentric, PeckaDesign a ostatní. [17]

1.2.5.2. PRONÁJEM E-SHOPU

Tuto variantu často používají drobní podnikatelé. Výhodou je nižší cena než při vytvoření e-shopu na míru a pro většinu menších podnikatelů plánujících vytvoření e-shopu je to dostačující řešení.

Cena za pronájem se často odvíjí od toho, jaké konkrétní řešení si podnikatel požaduje. Je také možné si jednorázově e-shop zakoupit či pronajmout.

Nevýhodou stále zůstává, že pronajatý e-shop nemusí umět všechny požadované funkce prodejce, úpravy funkčnosti skriptů na míru často nejsou možné a většinou je omezen i počet grafických šablon. Grafiku lze nicméně na zakázku obvykle přikoupit.

Tuto variantu e-shopu nabízí např. FastCentrik.cz, Webnode.cz, Shoptet.cz a jiné.

1.2.5.3. VOLNĚ DOSTUPNÉ E-SHOPY

Existují služby, díky kterým lze e-shop provozovat zdarma a spouštění e-shopu zabere jen pár minut. Stačí si ho takzvaně naklikat. Výhodou takového řešení je pořízení základní funkcionality e-shopu zdarma a spuštění vytvořeného obchodu za krátkou dobu.

Nevýhod je však více: e-shop nemusí umět všechny prodejcem vyžadované funkce, může chybět úprava grafického vzhledu, časté je také omezení maximálním počtem nabízených produktů, kategorií či objednávek a technická podpora je většinou k dispozici jen v nějaké základní podobě.

Tuto variantu zvolí spíše podnikatelé, kteří si prodej přes Internet chtějí jen vyzkoušet a nevědí, jestli o jejich produkty bude zájem. Jakmile je tento malý e-shop zaběhnutý, většina podnikatelů se poohlédne po lepší variantě možnosti e-shopu. Tuto variantu e-shopu nabízí např. E-shop-zdarma.cz, Webnode.cz, Zdarma-eshop.com.

1.2.5.4. OPEN SOURCE

Zdrojové kódy e-shopu je možné si stáhnout na Internetu obvykle na stránkách jeho tvůrce a poté si jej můžete nainstalovat na svůj (hostovaný) server a zpřístupnit pod svou vlastní doménou. Automaticky podnikatel získá licenci k užívání kódu či dalšímu šíření. Zdrojové kódy je možné volně upravovat, ať už vlastními silami či s pomocí programátorů, a začít prodávat na e-shopu je možné v průběhu několika dní. Pomocí doplňků (či pluginů) je možné e-shop rozšířit o další funkce.

Většina open source řešení je primárně vytvořena pro zahraniční podnikatele, není tak možné počítat s funkcí DPH, občas se může vyskytnout i problém s fakturami. Dodatečně

je nutné nastavit či úplně zrušit některé funkce, které v e-shopu nebudou potřeba; některá řešení open source jsou také velmi náročná na výkon serveru, a je tak nutné hledat vhodný hostingový program. [12]

Open source řešení volně dostupných ke stažení je na Internetu hned několik, např. PrestaShop, VirtueMart, OpenCart, Magento, Quick.Cart, Ubercart, ZenCart, OsCommerce, OXID e-shop a další.

1.2.6. FUNKCE E-SHOPU

Umožňují zákazníkům zjednodušit výběr zboží a celý nákupní proces. Provozovatelům usnadňují evidovat objednávky, stavy zboží, reklamaci či správu různých produktů a kategorií. Funkcí je velké množství a každý e-shop nabízí různé, můžeme je rozdělit na základní a nadstandardní, ty základní už by měl mít každý e-shop.

1.2.6.1. FUNKCE POŽADOVANÉ PROVOZOVATELEM

- **Evidence objednávek.** Tato funkce je hlavně pro provozovatele e-shopu, je důležité mít přehled o objednávkách a jejich stavu vyřízení. E-shop by měl mít zavedenou funkci upozorňování na novou objednávku, aby se v případě dostupného zboží mohla objednávka rovnou expedovat k zákazníkovi.
- **Množství záznamů.** Funkce pro provozovatele, který se snaží dát na svůj e-shop více a více produktů, aby měl větší odbyt, a proto by množství záznamů nemělo být nijak omezováno databází či jinak.
- **Fakturační systém.** Vytvoření faktury probíhá automaticky při expedici objednávky či jejím doručení, odpadá tak starost ručního zadávání fakturačních údajů do formuláře.
- **Skladové hospodářství.** Usnadnění vedení evidence stavu zásob zboží. Již je možné se setkat s propojením účetního softwaru a skladového hospodářství, což velmi usnadňuje s tím související práci evidence.

1.2.6.2. FUNKCE POŽADOVANÉ ZÁKAZNÍKEM

- **Vyhledávání na stránkách.** Zákazníkům umožňuje snadnější vyhledávání zboží na e-shopu, než aby se sám proklikával různými kategoriemi a poté hledal zamýšlený produkt.
- **Filtry zboží.** Filtry umožňuje seřadit zboží dle zvolených možností, například dle výrobce, ceny, značky, případně dle množství na skladě.
- **Atributy zboží.** Zrychluje vyhledávání produktů na e-shopu. Je to specifická vlastnost zboží, např. velikost, barva, materiál, množství apod. U každého druhu zboží je možné nastavit jiné atributy.
- **Nejprodávanější zboží.** Upozornění pro zákazníky, které zboží je na e-shopu to nejžádanější.
- **Související zboží.** U hledaného zboží se zobrazí další související zboží či doplňky ke zboží.
- **Výběr způsobu platby.** Základní možností výběru platby bývá hotovostní a bezhotovostní. U hotovostní platby zákazník platí při osobním odběru zboží či při dobírce. U bezhotovostní platby platí zákazník převodem předem přes bankovní účet nebo při zvolené platbě na Internetu.
- **On-line platby.** Čím dál tím více zákazníků upřednostňuje platby na Internetu, jsou snadné, pohodlné a rychlé a provozovatel e-shopu vidí zaplacení objednávky téměř okamžitě. Negativem však je, že platební brána si bere určité procento provize z provedeného nákupu.
- **Podpora měn.** E-shop může umožnit zobrazení cen nejen v korunách, ale i v jiných měnách. Se vstupem do Evropské unie se můžeme například setkat s měnou Euro.
- **Podpora jazykových mutací.** Na e-shopu je možné se přepnout do různých jazyků, nejčastěji to bývá do angličtiny či němčiny.
- **Výběr způsobu dopravy.** Každý e-shop nabízí různé přepravní společnosti, jejich kvalita se nedá moc porovnat, proto je dobré zákazníkovi dát na výběr z více než jednoho druhu dopravy.
- **XML zdroje.** Služba umožňuje zobrazování produktů ve vyhledávacích zboží, např. na serverech heureka.cz či zboží.cz. Funkce je velice důležitá, mnoho zákazníků ji v dnešní době využívá a hlavně na těchto serverech mohou najít i hodnocení produktu nebo celého e-shopu.

- **Registrace zákazníků.** Funkce je vhodná pro zapamatování údajů o zákazníkovi (například jméno a příjmení, adresa, telefon či e-mail), ale také u některých e-shopů je bonus za registraci buď v určité finanční odměně či v procentech, což je pro zákazníka velice výhodné.
- **Napojení na sociální síť.** Neboli odkaz na sociální síť. Je možné přes tento odkaz propagovat svoje zboží například i přes Facebook.
- **EET.** Elektronická evidence tržeb je povinnou funkcí pro e-shopy od 1. 3. 2017. Měla by být zpracovaná v souladu s požadavky vyplývajícími ze Zákona č.112/2016 Sb., o evidenci tržeb. Každý podnikatel, který je plátcem daně z příjmu fyzických nebo právnických osob, pokud eviduje tržby (ať už v hotovosti, platební kartou, šekem nebo směnkou; platby převodem z účtu na účet, inkasem nebo ve formě barteru nejsou evidovanými tržbami), musí vystavit fakturu se zákonnými náležitostmi EET. Každá finanční transakce musí být prostřednictvím datové zprávy zaslána finanční správě a ta ji během okamžiku potvrdí unikátním číselným kódem, který se pak objeví na účtence zákazníka.
- **On-line sledování stavu objednávky.** Převážně společnosti umožňují dle zadání čísla balíku sledovat online stav zásilky, kde se zrovna nachází, a tak e-shopy tuto funkci integrovaly i do svého systému. Své zákazníky také obvykle informují pomocí e-mailu či SMS zprávy.
- **Diskuze o produktu a dotaz k produktu.** Každý zákazník může ohodnotit zakoupený produkt, jeho vlastnosti, cenu i kvalitu, a naopak každý zájemce může položit otázku k tomuto produktu, poté mu odpoví buď sám e-shop nebo jiný zákazník, který již se zbožím má zkušenosti.
- **Věrnostní systémy.** Díky registraci nebo při zadání speciálního kódu je možné uplatnit různé bonusy či slevy, které se zadají a započítají v procesu objednávky.
- **SMS zprávy.** Slouží k informování zákazníků o stavu zásilky. Převážně společnosti informují formou SMS zprávy číslo, cenu, datum i čas, kdy zásilku přivezou. [12]

1.2.7. PLÁN TVORBY WWW STRÁNEK

Pro co nejvyšší kvalitu webových stránek je vhodné se dobře připravit a vytvořit si plán, jak se budou stránky postupně vytvářet. Každý typ e-shopu bude mít jinak zpracovaný plán pro tvorbu WWW stránek.

1.2.7.1. E-SHOP NA ZAKÁZKU

- Ujasnění potřebných funkcí e-shopu a jeho předpokládaného vzhledu, počtu prodávaných produktů, počtu předpokládaných návštěvníků.
- Zaslání poptávky několika dodavatelům.
- Výběr konkrétního dodavatele.
- Zpracování vašeho e-shopu dodavatelem v následujících etapách projektu:
 - Analýza (včetně upřesnění zadání se zadavatelem),
 - návrh,
 - implementace,
 - testování,
 - nasazení řešení.
- Vytvoření kategorií a založení produktů s popisem, cenou, obrázkem a dalšími parametry.
- Nastavení platby a dopravy.
- Schválení finální verze a její umístění na Internet.

1.2.7.2. PRONÁJEM E-SHOPU

- Analýza požadavků na e-shop.
- Výběr volně dostupného e-shopu s ohledem na přechodí analýzu.
- Výběr domény (výběr hostingu odpadá, bude zajištěn u volně dostupného e-shopu).
- Výběr grafické šablony.
- Nastavení základních informací (název e-shopu, kontaktní telefon a e-mail, nákupní a reklamační řád).
- Vytvoření kategorií a založení produktů s popisem, cenou, obrázkem a dalšími parametry.
- Nastavení platby a dopravy.

- Schválení finální verze a její umístění na Internet.

1.2.7.3. VOLNĚ DOSTUPNÉ E-SHOPY

- Analýza požadavků na e-shop.
- Výběr volně dostupného e-shopu s ohledem na předchozí analýzu.
- Výběr domény (výběr hostingu odpadá, bude zajištěn u volně dostupného e-shopu).
- Výběr grafické šablony.
- Nastavení základních informací (název e-shopu, kontaktní telefon a e-mail, nákupní a reklamační řád).
- Vytvoření kategorií a založení produktů s popisem, cenou, obrázkem a dalšími parametry.
- Nastavení platby a dopravy.
- Schválení finální verze a její umístění na Internet.

1.2.7.4. OPEN SOURCE

- Analýza požadavků na e-shop.
- Výběr software pro e-shop s ohledem na předchozí analýzu.
- Výběr domény a hostingu.
- Instalace e-shopu ze zdrojových kódů na server.
- Ujasnění struktury a obsahu.
- Zpracování grafických návrhů.
- Nastavení základních informací (název e-shopu, kontaktní telefon a e-mail, nákupní a reklamační řád).
- Vytvoření kategorií a založení produktů s popisem, cenou, obrázkem a dalšími parametry.
- Nastavení platby a dopravy.
- Schválení finální verze a její umístění na Internet.

1.2.8. PRÁVNÍ NÁLEŽITOSTI E-SHOPU

Provoz e-shopu vyžaduje určitou znalost právního rámce, daného českou legislativou, který vymezuje práva a povinnosti prodávajícího a kupujícího. Čerpat informace můžete v občanském zákoníku č. 40/1964 Sb., v zákoně o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb. a v zákoně o ochraně osobních údajů č. 101/2000 Sb.

Obchodní podmínky se vytvářejí po konzultaci s právními poradci a jsou zpracovány na míru daného e-shopu. Obchodníkovi vzniká vůči zákazníkovi informační povinnost o obchodních podmínkách, např. název firmy nebo jméno podnikatele, IČ, způsoby platby, náklady na dodání, poučení o právu na odstoupení od kupní smlouvy a reklamační podmínky.

Prodávající je povinen zveřejnit prohlášení o ochraně osobních údajů (které jsou nezbytně pro dodání zboží). Zákazníkovi zaručujete důvěrné použití těchto informací, pouze k uskutečnění smlouvy a nesmíte je poskytovat třetím stranám.

Na odstoupení od kupní smlouvy má zákazník právo, bez uvedení důvodů a bez jakékoliv sankce, do čtrnácti dnů od převzetí zboží. Vzhledem k nákupu přes e-shop se určuje jako moment vrácení zboží, příchod e-mailu od zákazníka s touto informací. Zákazník má navíc právo na vrácení dopravného. Obchodník má lhůtu třiceti dnů na vrácení peněz zákazníkovi.

Další důležitou informační náležitostí je Reklamační řád, upravuje délku záruky, která je standardně stanovena na čtyřicet měsíců od převzetí zboží. Je důležité informovat zákazníka o postupu reklamace, např. jakým způsobem má reklamaci oznámit, na jakou adresu má reklamované zboží zaslat, za jakých okolností nebude reklamace uznána (nevhodné zacházení s produktem) a jak budete zákazníka informovat o vyřízení reklamace (obchodník má právo na vyřízení třicet dnů). [32]

2 NÁSTROJE INTERNETOVÉHO PODNIKÁNÍ

Používání nástrojů je velkým přínosem a důležitou součástí podnikání nejen na Internetu. V dnešní době je důležité prosadit se a být viděn, klíčem k tomu je internetový marketing a e-commerce. [31]

2.1. INTERNETOVÝ MARKETING

„Marketing je proces řízení, jehož výsledkem je poznání, předvídání, ovlivňování a v konečné fázi uspokojení potřeb a přání zákazníka efektivním a výhodným způsobem zajišťujícím splnění cílů organizace.“ [Jaroslav Světlík]

První reklama na Internetu existovala od poloviny devadesátých let minulého století, už tehdy se zjistil velký potenciál Internetu. V průběhu dalších let se s rychle rostoucím počtem aktivních uživatelů začala situace ještě dále zlepšovat a firmy čím dál více využívaly možnost prezentovat svoji činnost a své produkty pomocí webových stránek. Webové prezentace postupně nahrazovaly firemní tištěné brožury či katalogy.

Dále se rozvíjely newslettery, bannerová reklama a multimédia. Firmy začaly zjišťovat zákaznické požadavky, připomínky k produktům, a tak se zrodil internetový marketing. [2]

Internetový marketing lze zařadit do kategorie elektronického marketingu, kam spadá také mobilní marketing (mobilní telefony, PDA¹), poziční marketing (GPS² navigace) či online televize. [3]

Díky Internetu je možné dělat stejně věci, ale daleko levněji, rychleji a účinněji. Internet má velký vliv na efektivitu firemních obchodů a působí v oblasti prodeje, marketingu. Uspadňuje podnikovou komunikaci pomocí webových stránek a e-mailu. [5]

¹ PDA – malý kapesní počítač ovládaný dotykovou obrazovkou a perem

² GPS – český Globální polohový systém – s jehož pomocí je možno určit geografickou polohu přijímače

2.1.1. VYUŽITÍ INTERNETU V MARKETINGU

Uplatnění Internetu v marketingu je velmi rozsáhlé, slouží nejen k přímé komunikaci se zákazníky či k reklamě. Většina firem navíc využívá jen omezenou množinu využitelných možností Internetu.

Při použití Internetu je možné při nižších nákladech dosáhnout lepších výsledků, než jakých je dosahováno tradičními metodami. Mezi společnostmi, pro které je Internet nedílnou součástí v jejich podnikání, patří banky, telekomunikační operátoři, kurýrní služby, internetové obchody a spousta dalších.

Nejčastější možnosti využití internetového marketingu jsou:

- **Účinná prezentace firmy a jejich výrobků.** Informace o firmě, jejích produktech i jejích službách prostřednictvím webových stránek. Díky Internetu je možné pořádat nejrůznější marketingové kampaně.
- **Zákaznická podpora.** Stránky mohou být obohaceny dostupnými návody na použití jednotlivých výrobků či nepřetržitou technickou podporou.
- **Informační zdroj.** Internet nabízí možnost vyhledávání nových informací, pro vyhledávání nových dodavatelů či odběratelů. Je možné si vyhledat základní informace o zákaznících, konkurentech, o vývoji trhu a odvětví, o výrobcích a službách.
- **Lepší řízení vztahů k zákazníkům.** Díky Internetu je možné snadno a efektivně komunikovat se zákazníky, a zjišťovat tak zpětnou vazbu. Tato práce pomáhá k přesné identifikaci zákazníka a zjištění jejich chování, přináší lepší práci s již existující zákaznickou bází, ale také umožní lépe oslovit zákazníky nové.
- **Efektivní a nový obchodní kanál.** Pro rychlejší, levnější a bezpečnější realizaci obchodních transakcí se nabízejí platformy a aplikace elektronického obchodování. Jde o to, jak sladit on-line prodej a prodej v kamenných prodejnách, jak nastavit ceny, aby se navzájem podporovaly, a další aspekty.
- **Spolehlivé řízení logistického řetězce, nový distribuční kanál.** Umožňuje implementaci nových elektronických aplikací a integraci všech již existujících modulů řídicích jednotlivé fáze toku informací a zboží od dodavatele k zákazníkovi.

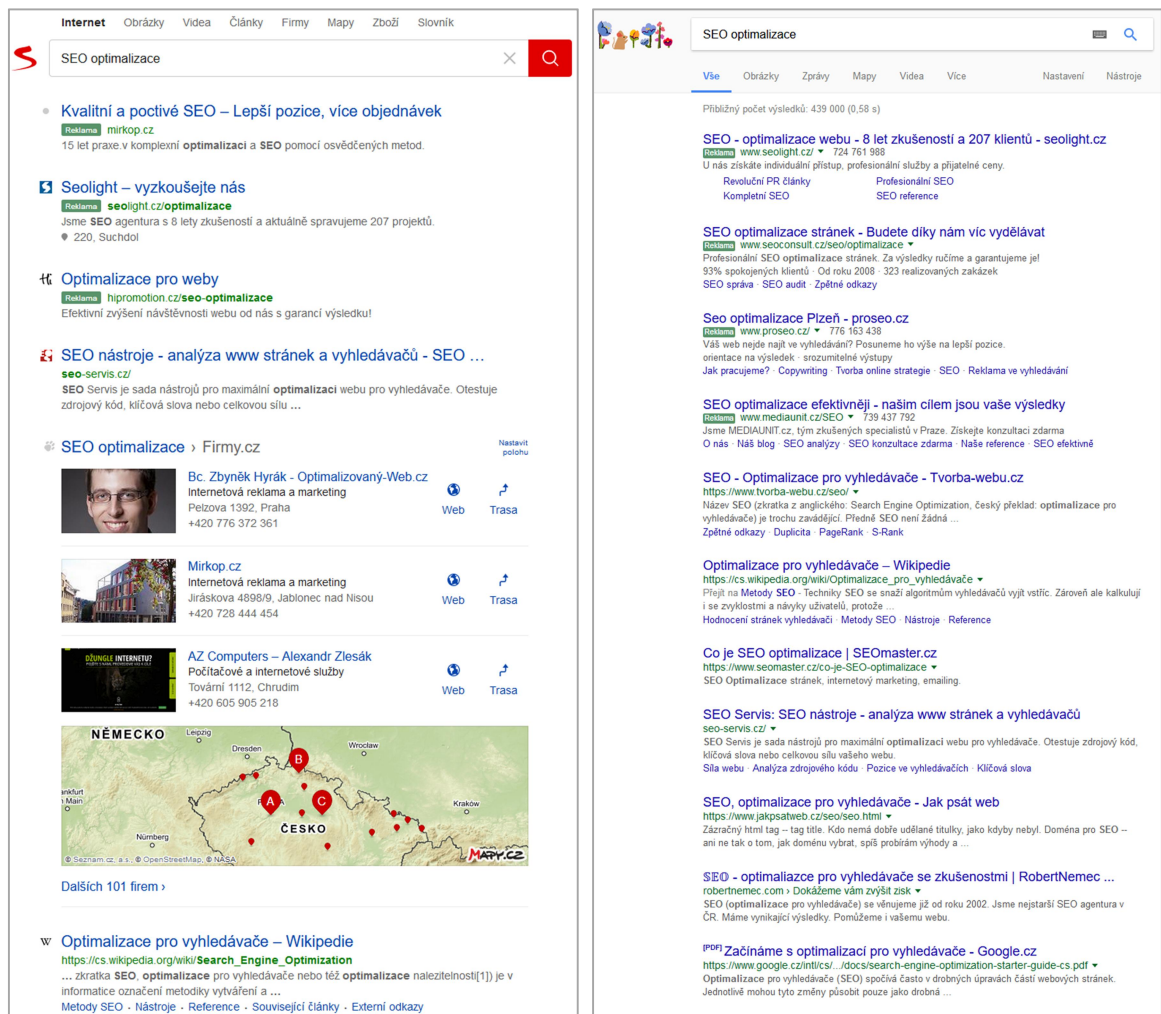
- **Řízení interních procesů firmy.** Snížení nákladů za telefonní hovory, distribuce či tiskové služby, díky lepšímu řízení interních systémů, procesů a jejich elektronizace. K úsporám dochází také díky napojení na dodavatelsko-odběratelského řetězce. [8]

2.1.1.1. SERP

Z anglické fráze Search engine results page (dále jen SERP) je stránka vyhledávací služby, kde se zobrazí výsledky vyhledávání zadaného dotazu. Každý vyhledávací server má tuto stránku jinou, ale údaje, které se zobrazí, mají obdobný charakter.

SERP se skládá z několika částí, první část tvoří dotaz, který jsme zadali do vyhledávače, poté následuje blok PPC (viz Kapitola 2.1.1.6. PPC) a další část tvoří vlastní výsledky vyhledávání. Např. vyhledávací server Seznam.cz zařazuje mezi výsledky vyhledávání také odkazy na Zboží.cz i zápisy z Firmy.cz.

Bohužel není možné si pozici, kde by se odkaz zobrazil mezi prvními vyhledanými, zaplatit. Většina uživatelů zaměňuje pojem PPC reklama a výsledky vyhledávání, rozdíl je vidět v podbarvení pozadí, nebo v některých případech se u výsledku vyhledávání zobrazí popisek Reklama.



Obrázek č. 1 Výsledek vyhledávače Seznam.cz a Google.cz [Zdroj: Internet]

2.1.1.2. REKLAMA NA INTERNETU

Jednou z nejčastěji používaných forem reklamy na Internetu je bannerová reklama. Na webové stránky se vkládá v různých velikostech, většinou ve tvaru obdélníku či čtverce, ve kterém je nějaká textová informace či fráze, navíc je obvykle doplněná tematickým obrázkem.

Pokud návrh reklamního banneru zadáte profesionálnímu grafikovi, což je doporučený postup, nemusí to být zrovna levná záležitost. Dále se platí za umístění bannerů na nějakém hostitelském webu, může se platit dle počtu zobrazení či podle času zobrazení, případně další varianty.

Čím více se objevují reklamy na Internetu, tím méně je návštěvníci vnímají.

Cena se dále odvíjí od velikosti banneru (velké bannery jsou dražší než menší) a místa umístění (horní pozice stránky jsou dražší než nižší).

„Běžná konverze³ bannerů je v řádu několika promile, při vhodném zacílení může být konverze kolem jednoho procenta. Vhodné zacílení znamená:

- umístění banneru na viditelném místě;
- zajímavý obsah banneru, poutavý text;
- umístění na tematický web s dobrou návštěvností;
- bannery vkládejte nejlépe za texty, s nimiž mají souvislost.“ [12]

Pro kontrolu, zda se umístěný banner vyplácí, je možné si ho pomocí URL Builderu (díky tomuto nástroji je měřitelná placená a neplacená forma reklamy) označit a díky Google Analytics potom sledovat jeho návštěvnost, konverzi a hlavně tržby.



Obrázek č. 2 Reklamy na Internetu [Zdroj: Internet]

2.1.1.3. SEO (OPTIMALIZACE PRO VYHLEDÁVAČE)

Úkolem SEO je zlepšit pozici e-shopu při vyhledávání na vyhledávacích serverech. SEO má hlavně pomoci k získání zákazníků, kteří e-shop navštíví a následně i nakoupí. Není důležité, abychom ve vyhledávání byli na první pozici, ale aby k nám zákazník přišel díky slovu, které zadal do vyhledávacího serveru, našel náš e-shop a následně u nás uskutečnil objednávku. SEO není jen práce pro programátory, ale hlavně pro oblast marketingu

³ Pojem konverze se užívá pro označení situace, kdy se z návštěvníka webu stane zákazník (při objednání zboží). Můžeme také sledovat konverze u registrací k odběru newsletterů (při vyplnění odtazníků). Konverze je měřítko úspěšnosti e-shopu, jak je daná webová stránka výnosná.

a propagace. I když už zákazníka SEO přiláká na e-shop, určitě ho bude zajímat také cena, služby a zákaznická podpora e-shopu, to způsobuje, že se z náhodných zákazníků stávají trvalí.

Na Internetu je spousta společností, které nabízejí služby v oblasti SEO, ale výběr už není tak jednoduchý. Je velmi důležité vědět, co která firma nabízí a velmi vhodné je poslouchat a hlavně porozumět pojmům služeb, které vám firma bude nabízet.

Nebudu zde detailně popisovat konkrétní optimalizace, ale pokusím se nastínit jejich využití.

- **Dlouhodobé kroky.** Oproti krátkodobým krokům zaberou více času, ale o to vyšší mají návštěvnost. [12]
 - Zpracování kvalitních textů.
 - Uveřejňování článků na cizích tematických webech s odkazy na e-shop.
- **Krátkodobé kroky.** Mohou trvat řádově měsíce a většinou jsou za vyšší cenu a podpoří e-shop jen dočasně, jsou to např. linkfarmy, SEO lišta, odkazy z netematických stránek a další.
 - **Link farmy.** Jsou speciální weby, které jsou složeny z mnoha stránek a jsou vzájemně propojeny odkazy. Takový typ webu se velmi dobře umísťuje na předních místech ve výsledcích vyhledávání. [37]
 - **SEO lišta.** Metoda pro vytváření zpětných odkazů. Tato lišta je umístěna na konci každé stránky webové prezentace a obsahuje odkazy na další webové prezentace stejného majitele. Čím více zpětných odkazů, tím lépe jsou vyhledávači hodnoceny a důsledkem je lepší pozice ve výsledcích vyhledávání. [38]
 - **Odkazy z netematických stránek.**

Analýza klíčových slov je důležitá část SEO, odvíjí se od nich, na jaká slova bude web zobrazován ve vyhledávacích a jaký typ zákazníka bude tato slova vyhledávat. Pro výběr textu, který se umístí na web, je dobré použít vhodná klíčová slova, která zákazníci nejčastěji vyhledávají, s tím mohou pomoci různé internetové nástroje, které na tato vhodná slova upozorní. Mezi takové nástroje patří například Keywords Tool, který spadá pod Google Adwords, dalším nástrojem je Collabim (v základní verzi je bezplatný, ale pro plné využívání je nutné si jej zaplatit, který krom návrhu klíčových slov umí i jiní funkce).

2.1.1.4. SEM (SEARCH ENGINE MARKETING)

Do SEO se zahrnují různé úpravy samotného webu a mohou i nemusí být placené, kdežto SEM je forma placeného marketingu a patří sem například PPC kampaně. Při provozu e-shopu dochází k činnostem z oblasti SEO a SEM většinou současně.

Do SEM patří všechny formy placené propagace, které přinášejí vyšší návštěvnost:

- Sklik, Google Adwords a další typy PPC reklam,
- Bannery,
- nákupy odkazů,
- placené vyhledávače zboží,
- reklamy na Facebooku.

2.1.1.5. VYHLEDÁVAČE ZBOŽÍ (CENOVÉ POROVNÁVAČE ZBOŽÍ)

Vyhledávače zboží jsou velmi oblíbeným nástrojem zákazníků, umožňují např.:

- Rychlé dohledání produktu u více prodejců,
- nalezení uživatelských recenzí, fungují jako nákupní rádci,
- řadit výsledky dotazu pomocí filtrů, např. podle ceny,
- výběr z široké škály produktů.

Každý prodejní server se snaží na své služby a produkty upozornit. Vhodným řešením je registrace e-shopu u specializovaného vyhledávače zboží, mezi které v ČR patří například Heureka.cz a Zbozi.cz. Nejvíce využívaný vyhledávač je Heureka.cz, funguje jako nákupní rádce, poskytuje tipy pro nákupy, umí porovnat ceny mnoha e-shopů a také uděluje e-shopům certifikát *Ověřeno zákazníky*.

Heureka.cz spolupracuje i s dalšími podobně zaměřenými službami, jako jsou např. srovnanicen.cz, nejlepsiceny.cz a seznamzbozi.cz. Jakmile se e-shop zaregistruje do Heureka, tak má automaticky přístup i k těmto spolupracujícím webům.

Vyhledávač Zbozi.cz provozuje Seznam.cz. Tento vyhledávač vyhledá název produktu, který zákazník zadá, navíc nabízí možnost filtrovat výsledek hledání podle dostupnosti v jednotlivých krajích ČR, podle shody (jak moc se zadaná fráze shoduje s výsledkem) či

podle ceny (od nejlevnějšího či od nejdražšího). Zobrazují se nejen produkty nové, ale i bazarové. [12]

2.1.1.6. PPC (PLACENÉ KLIKNUTÍ)

Pay Per Click (PPC) znamená platbu za kliknutí. Jedná se o obchodní model, kde podnikatel platí za každé prokliknutí reklamy, která bude umístěna na stránkách provozovatele PPC systému. Reklama se zobrazuje zdarma, platí se až za kliknutí, na základě kterého návštěvník přichází na WWW prezentaci podnikatele. V České republice se využívají PPC systémy jako Google AdWords, Sklik od Seznamu či Facebook. [3]

2.1.1.7. SOCIÁLNÍ SÍŤE

Sociální (nebo také komunitní) síť je služba, která registrovaným uživatelům umožňuje vytvořit si osobní profil a komunikovat s dalšími registrovanými uživateli, sdílet informace, fotografie či videa. Komunikace mezi uživateli může probíhat soukromě či hromadně. V současné době nejznámější sociální sítí je Facebook, který má podle vlastních statistik ⁴přes 1,86 miliardy aktivních uživatelů. [21]

Pokud se chce firma udržet takzvaně online, je potřeba se Facebooku (ale i dalším sociálním sítím, např. Twitteru) dostatečně věnovat a vymýšlet stále nové aktivity. Například informovat o aktuálním dění na e-shopu, upozorňovat uživatele na probíhající slevové akce nebo rychle odpovídat na dotazy návštěvníků.

Facebook nabízí zveřejňování krátkých inzerátů, je tak možné si reklamu přímo na sociální síti vytvořit. Reklama bude odkazovat na facebookový profil podnikatele či firmy, a dokonce může odkazovat na externí webovou adresu e-shopu.

2.1.1.8. E-MAILING

Je označením pro e-mail marketing a zároveň je také označením pro kampaně. Jedná se hlavně o prodej, poradenství a péči o zákazníka po e-mailu. E-mailing je hromadné

⁴ Tento údaj je nadhodnocený díky marketingové snaze FB o lepší prodej reklamního prostoru inzerentům, reálný počet používaných účtů je menší i z toho důvodu, že řada uživatelů (zvláště dětí) má na FB běžně několik identit, např. kvůli hraní her.

odesílání e-mailů (obchodních sdělení) a je to jedna z možností, jak je možné propagovat e-shop.

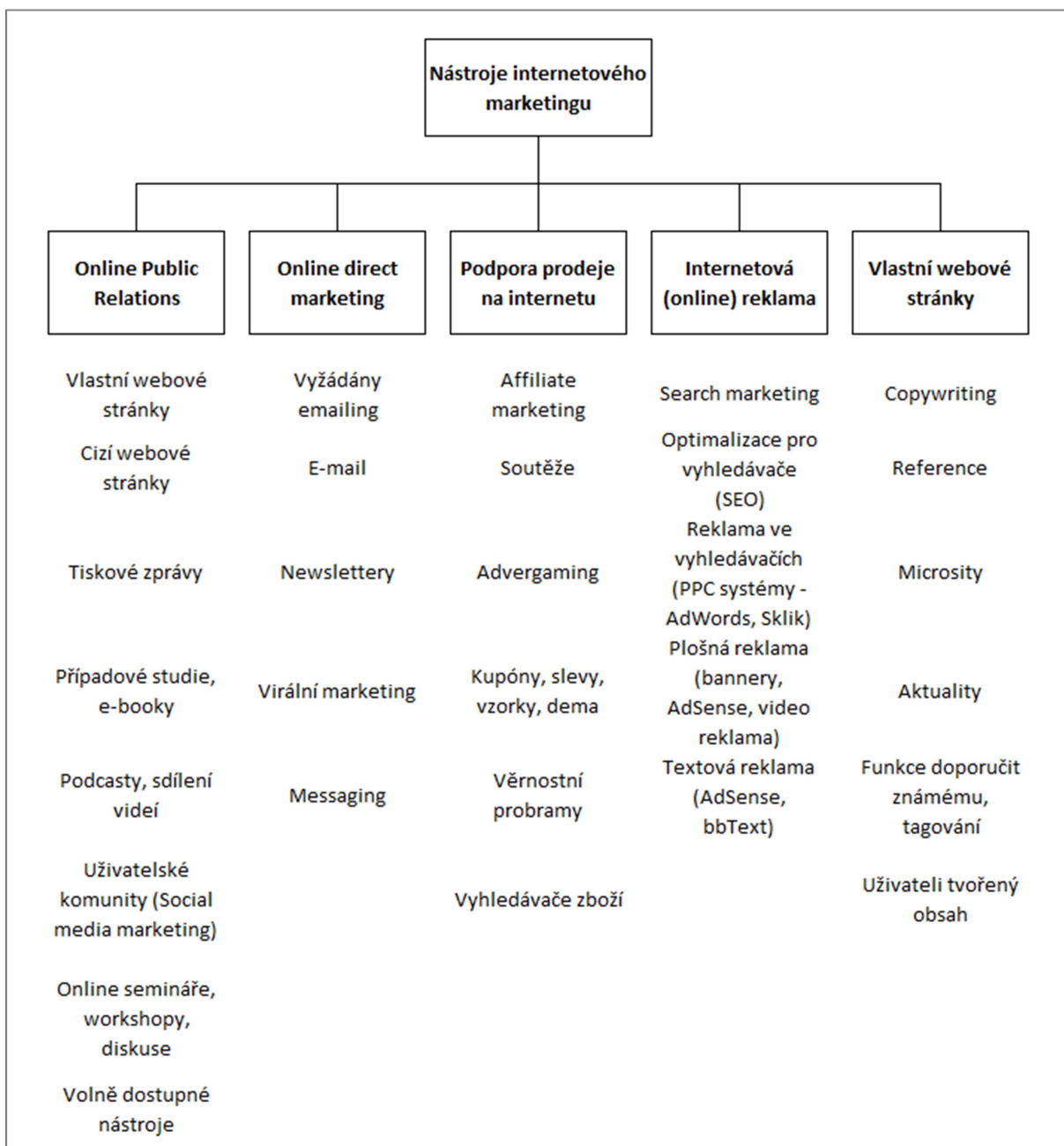
Aby se zasláný e-mail nezařadil do spamové složky, je nutné získat od zákazníka souhlas k tomu, že e-shop může zasílat své e-maily.

Každý e-mail musí obsahovat informaci, že se jedná o obchodní sdělení. Zákazník má právo se odhlásit od přijímání obchodních sdělení dle zákona o službách informační společnosti č. 480/2004 podle §7 odst. 4 c). Dále musí každý newsletter obsahovat platnou adresu, na kterou lze odpovědět nebo je možné umístit přímý odkaz na odhlášení newsletteru.

2.1.1.9. AFFILIATE SYSTÉM

Affiliate systém je provizní či partnerský program, který je založen na odměňování partnerského prodejce, který pomáhá společnosti přivést nové zákazníky a tím pádem i k vytvoření nových objednávek. Jakmile společnost získá objednávku a ta je zaplacená, vyplatí se provize partnerskému prodejci. E-shop může mít i více partnerů, kteří budou přivádět nové zákazníky. [12]

2.1.2. NÁSTROJE MARKETINGU NA INTERNETU



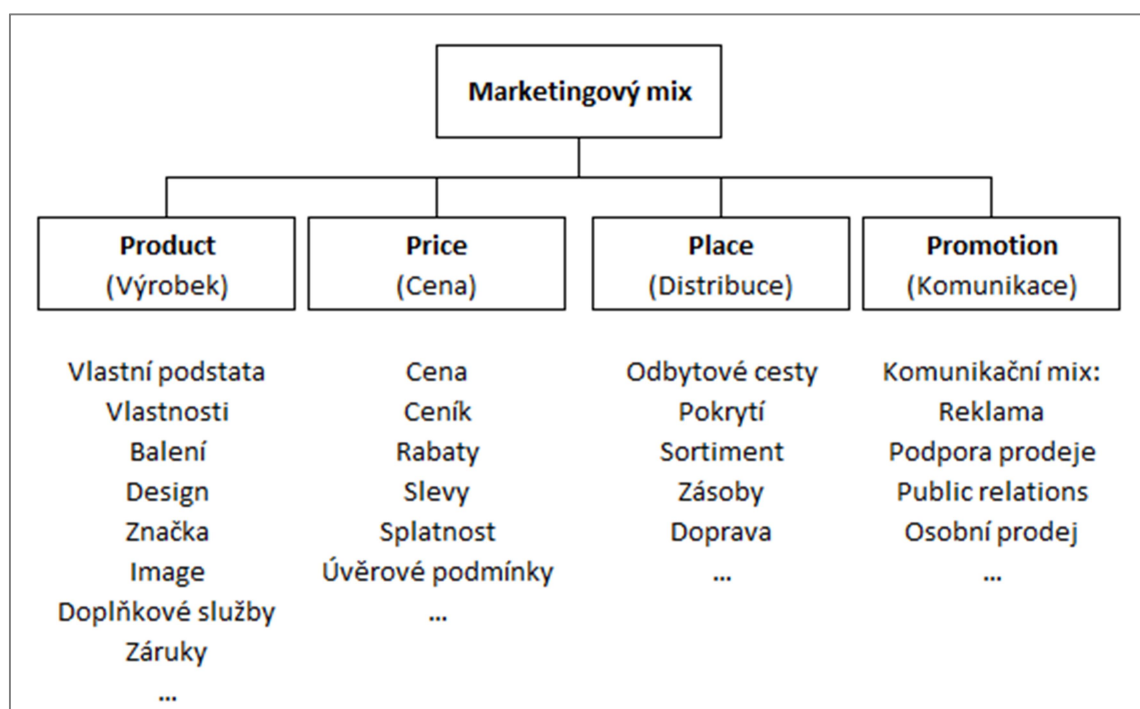
Obrázek č. 3 Nástroje internetového marketingu [3]

2.1.2.1. MARKETINGOVÝ MIX

„Marketingový mix je soubor marketingových nástrojů, které firma používá k tomu, aby dosáhla svých marketingových cílů na cílovém trhu.“ [Philip Kotler]

Existuje mnoho marketingových nástrojů, populární je klasifikace, také známá pod zkratkou 4P. „Čtyři P“ reprezentuje strategickou pozici produktu na trhu pomocí 4 parametrů: Product (Výrobek), Price (Cena), Promotion (Propagace) a Place (Místo).[11]

Marketingový mix představuje a konkretizuje všechny kroky, které organizace dělá, aby vzbudila poptávku po produktu. [3]

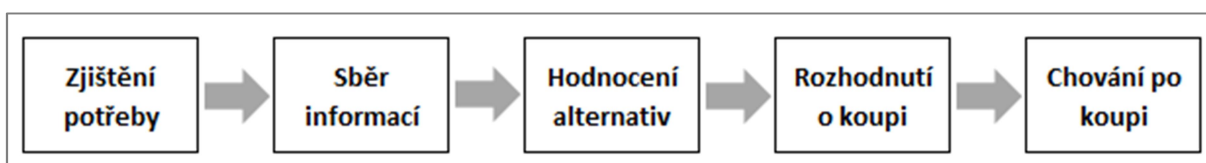


Obrázek č. 4 Marketingový mix [11]

2.1.2.2. VÝROBEK

Představuje nejen hmotné výrobky, ale i služby, duševní vlastnictví, organizace, populární osoby či obsah poskytovaný na webových stránkách. Výrobkem je tedy cokoli, co dokáže uspokojit nějakou potřebu zákazníka. Na zákazníka působí několik faktorů, např. značka, image, design, záruka, doplňkové služby, servis apod. Je tedy možné složky výrobku podporovat a posilovat prostřednictvím komunikace se zákazníkem.

Kupní proces se může znázornit následovně:



Obrázek č. 5 Kupní proces [11]

Zákazníkovi vzniká potřeba („**Zjištění potřeby**“) nějakého produktu, např. má zájem o nějaký automobil, a začíná zjišťovat, jaké má možnosti, tedy kolik co stojí, jak to vypadá a co to umí – „**Sbírá informace**“. Začínají se zákazníkovi nabízet různé možnosti a zákazník pak začne porovnávat produkty a „**Hodnotit**“, který z nich je pro něj nevhodnější. Po dlouhém porovnávání následuje „**Rozhodnutí o koupi**“, a tím zakoupí některý z vozů.

Stimulem, kterým si zákazník uvědomí nějakou potřebu, bývá reklama či jiná komunikační aktivita, obvykle public relations (viz. Kapitola 2.1.3.6. Public relations (PR)).

2.1.2.3. CENA

Cílem ceny, je přilákat zákazníka, ten se však rozhoduje nejen podle přívětivé ceny, ale podle dalších výhod (pohodlnost, dostupnost, reklamace, rychlost nákupu, doručení, apod.). Ne každý internetový obchod se zdá být zákazníkovi důvěryhodný, a tak se většinou zákazník rozhoduje podle doporučení kamarádů a známých, nebo pomocí recenzí obchodu, které najde na Internetu.

2.1.2.4. DISTRIBUCE

Prostřednictvím Internetu je distribuce omezena jen na nehmotné zboží. Fyzickou distribuci nákupu provádějí ve většině případů třetí subjekty a díky velkým objemům zásilek dosahují významných úspor z rozsahu.

Mezi velké bonusy u distribuce patří možnost zaslání zboží na jinou adresu (fakturační adresa je jiná než dodací adresa), dárková služba (kdy plátce je odlišný od příjemce zboží) a včasnost dodávky (co nejrychlejší doručení zásilky k zákazníkovi).

2.1.2.5. KOMUNIKACE

Tento nástroj je nejviditelnějším projevem marketingu na Internetu. Každého webmastera určitě jako první problém napadne, jak dát o nových webových stránkách vědět. Marketing rozlišuje čtyři základní nástroje marketingové komunikace (komunikační mix), a to: reklamu (placená forma neosobní komunikace – proužková reklama), osobní prodej (interakce naživo, z očí do očí), public relations (neplacená forma komunikace –

sponzoring, neziskové aktivity) a podpora prodeje (stimulace prodeje prostřednictvím krátkodobého zvýšení hodnoty nákupu – dárky, odměny, soutěže, reklamní předměty).

2.1.2.6. PUBLIC RELATIONS (PR)

Významný nástroj moderního marketingu, rozeznáváme čtyři hlavní činnosti v rámci podnikových PR, které přinášejí firmě užitek.

- Vztahy s tiskem. Vhodné umístění zprávy pro vyvolání pozornosti k podniku či jednotlivému výrobku.
- Firemní komunikace. Navázání a udržení dobrých vztahů s odbornou i laickou veřejností.
- Budování firemní identity.
- Ovlivňování za účelem podpory či zmírnění legislativních a regulačních překážek.[11]

2.2. E-COMMERCE

Pojem e-commerce je forma obchodního styku, kde se celý proces odehrává prostřednictvím Internetu ať už při nákupu či prodeji zboží (přijetí objednávky, přijetí platby, zpracování zákaznických informací, zpracování objednávky, objednání zboží, objednání přepravy k zákazníkovi, vyřízení objednávky a další).

Aby mohl obchodník obchodovat na Internetu, je nutné, aby vytvořil internetový obchod, kde bude nabízet své zboží a služby, např. knihy, CD, software, hardware, elektroniku či nábytek. Dodavatelský řetězec tvoří: dodavatel – výrobce – distributor – prodejce – zákazník. [8]

2.2.1. TYPY E-COMMERCE

Mezi nejčastější typy e-commerce patří B2B, B2C, ale dále existují další modely, viz níže.

- **B2B (Business to Business)**: Obchodování mezi firmami, výrobcí či obchodníky.

- **B2C (Business to Consumer):** Prodej zboží či služeb (od distributorů či prodejních řetězců) koncovým zákazníkům. V ČR zatím nejrozšířenější typ internetového obchodu.
- **B2E (Business to Employee):** Souhrn služeb založených na internetových standardech a protokolech; je zaměřen na zaměstnance podniku a zvyšuje jejich informovanost, motivaci, znalosti a produktivitu práce.
- **B2G (Business to Government):** Vztah mezi podnikem a veřejným sektorem.
- **B2R (Business to Reseller):** Prodej přes článek distribučního řetězce, který nakoupí zboží za účelem dalšího prodeje.
- **C2B (Consumer to Business):** Konečný zákazník si zadá podmínky, např. nabídne cenu, za kterou je ochoten produkt koupit, a organizace se rozhodne, zda nabídku akceptuje, využití je např. při prodeji letenek.
- **C2C (Consumer to Consumer):** Prodej výrobků spotřebitelem jinému spotřebiteli, např. aukce, inzerce, kdy Internet je prostředníkem. Je zde možno prodávat i nakupovat za smluvní ceny.
- **C2G (Consumer to Government):** Vztah mezi spotřebitelem a státní i veřejnou správou.
- **G2B (Government to Business), G2C (Government to Consumer):** Vztah mezi veřejným sektorem a podnikem nebo spotřebitelem.

Jednotlivé typy e-commerce je ještě třeba dále rozlišovat na konkrétní obchodní modely.

2.2.2. OBCHODNÍ MODELY E-COMMERCE

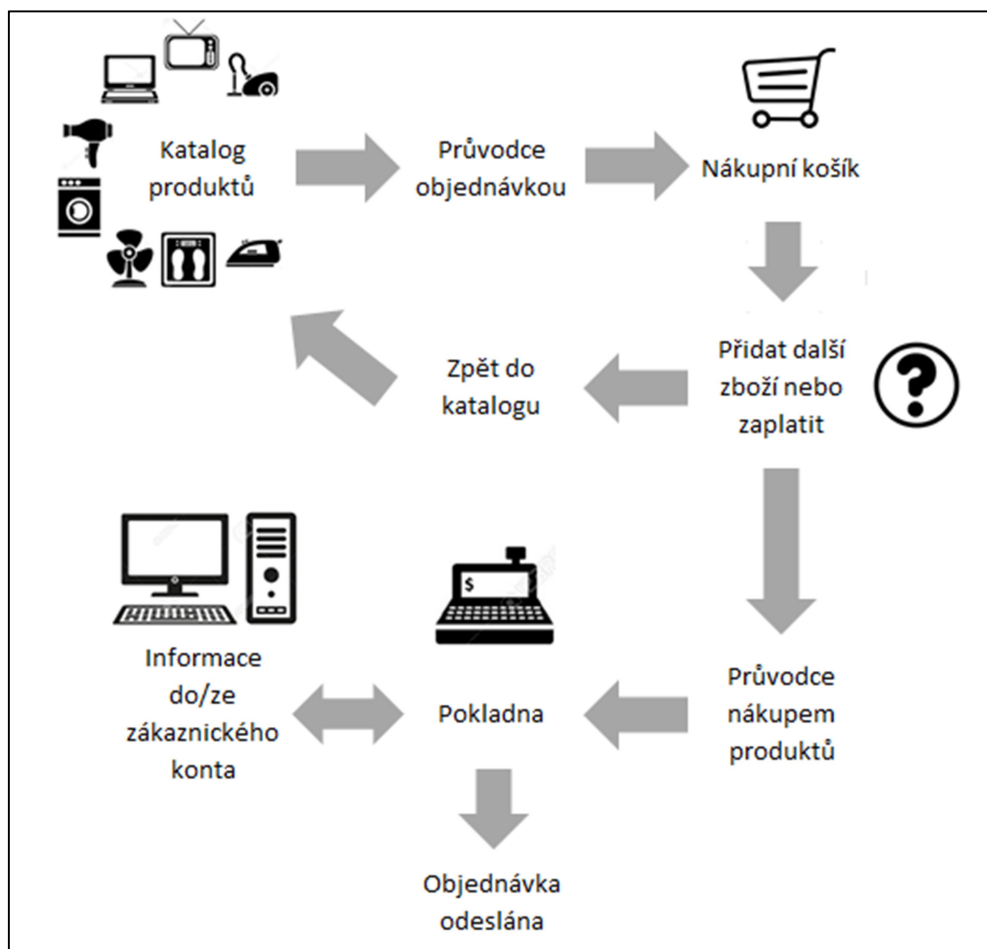
Neexistuje jednotný obchodní model, který by byl vhodný pro každého

- **Elektronické obchody (e-shops).** Webová prezentace firmy s nabídkou produktů a služeb.
- **Elektronická obchodní centra (e-malls).** Několik e-obchodů pohromadě pod jednou značkou na jedné webové stránce.
- **Elektronické aukce (e-auctions).** Aukce v rámci B2C či B2B.
- **Elektronické nabídky (e-procurement).** Výzvy či nabídky k výběrovým řízením za účelem hledání dodavatelů. Účelem je snížení transakčních nákladů při objektivizaci ceny a kvality dodavatelských podmínek.

- **Virtuální společenství (virtual communities).** Spojení několika firem se společným zájmem, vzájemně si vyměňují informace a zkušenosti.
- **Tržiště třetí strany (third party market places, TPM).** Provozovatel tržiště nabízí katalogy několika dodavatelů online a je možné si z katalogu vybrat, učinit objednávku a zaplatit ji v bezpečném prostředí provozovatele. Někdy TPM může zajišťovat logistiku, řízení rizika, daně, pojištění a další. Tržiště usnadňuje cestu dodavatelům a kupujícím být online.
- **Kooperativní prostředí (collaboration platforms).** „Představují širší pojem e-commerce ve smyslu obchodovat elektronicky. Příkladem může být společný design či výroba, společné virtuální konzultace, společný exportní marketing a další. Je zapotřebí technologie podporující spolupráci, jako např. společné databáze, projektové řízení a další. Model je založen na členských příspěvcích.“[11]

2.2.3. STRUKTURA TYPICKÉHO E-COMMERCE SERVERU

Prodejní servery se liší od klasických WWW serverů ve způsobu financování. Většina WWW serverů financuje svůj provoz z reklamních ploch na WWW stránkách, kdežto prodejní servery financují svůj provoz z prodeje zboží prostřednictvím svého serveru. Prodejní servery neobsahují reklamní proužky na ostatní servery, které k vlastním nepatří, většinou jsou reklamy spojené s prodejem zboží na vlastním serveru.



Obrázek č. 6 Schéma struktury prodejního serveru [11]

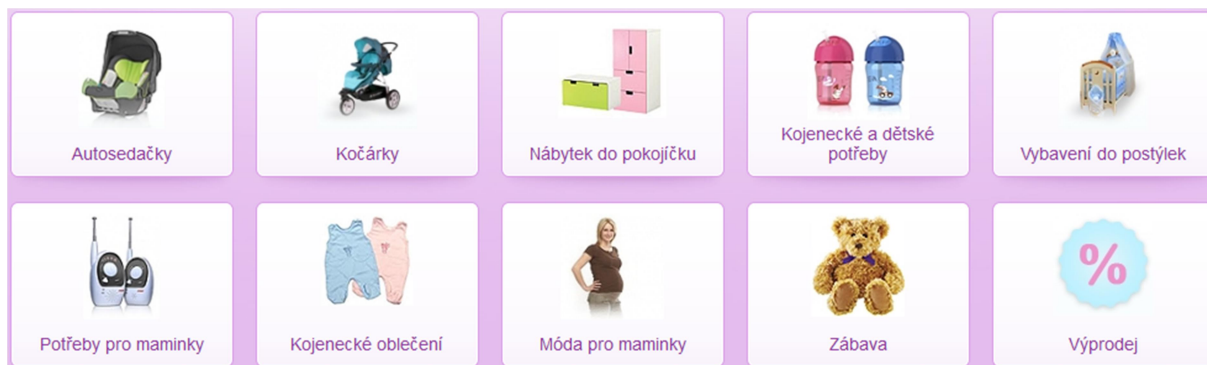
Prodejní server má několik základních kamenů, mezi ně patří následující:

2.2.3.1. KATALOG PRODUKTŮ A SLUŽEB

„Přehled nabízených produktů je nejzákladnější komponentou prodejního serveru.“[11]
Každý prodejní server má jiný sortiment a jiné množství nabízených produktů. Aby bylo možné zboží snadno vyhledávat, je dobré ho nejprve zařadit do správné kategorie. Vyhledávat zboží je možné také přes fulltextové vyhledávání podle klíčových slov.

Pro ještě lepší orientování mezi kategoriemi se k názvu kategorií doplňují vhodné obrázky. Obrázky a reálné fotografie jsou vždy přínosem, a když jsou navíc kvalitní, zákazník má možnost si produkt prohlédnout takřka zblízka, což většinou rozhoduje o tom, zda si zobrazené zboží zakoupí.

Přehledné, intuitivní a použitelné uživatelské rozhraní e-shopu je jednou ze základních podmínek úspěchu. Řada prodejních serverů neuspěla kvůli příliš komplikované a nepřehledné nabídce produktů, kvůli které návštěvníci webu obtížně hledali požadovaný výrobek, a v řadě případů jej vůbec nenašli.



Obrázek č. 7 Katalog produktů a služeb prodejního serveru www.nellys.cz

2.2.3.2. REAKCE SPOTŘEBITELŮ


Dalším faktorem je rozhodování spotřebitelů o koupi, důležitou roli hrají i názory ostatních spotřebitelů na daný produkt. Dobrý prodejní server má u každého produktu podrobný popis, obrázek a na většině z nich je i k dispozici „Hodnocení produktu“, který již zákazníci zakoupili a popsali s ním své zkušenosti, jeho klady a zápory.






Každý ze spotřebitelů má tak možnost napsat o produktu svůj názor a ohodnotit jej podle bodové stupnice. Často se tak nechají spotřebitelé ovlivnit spíše názory ostatních zákazníků než marketingovými slogany, které propagují daný výrobek či službu.

S názory ostatních spotřebitelů lze manipulovat v zájmu provozovatele prodejního serveru. Pokud bude mít zájem na prodej většího množství konkrétního produktu, může v hodnoceních zařazovat pouze ta hodnocení, jež vyznívají spíše kladně a všechny záporné odstranit. Takový prodejní server však riskuje ztrátu důvěry, pokud návštěvníci zjistí, že tuto strategii využívá, půjdou nakoupit raději jinač.


Recenze Philips Avent Elektronická chůva DECT SCD580/00


Statistika hodnocení produktu

95%  průměr z 154 hodnocení

	89 % (137)
	8 % (13)
	3 % (4)
	0 % (0)
	0 % (0)


Doporučení od zákazníků

 75 zákazníků doporučuje tento produkt

 2 zákazníků nedoporučuje tento produkt


Ověřené recenze Philips Avent Elektronická chůva DECT SCD580/00

Zobrazit: [Ověřené \(68\)](#) | [Pozitivní \(67\)](#) | [Negativní \(1\)](#) | [Odborné \(0\)](#) | [Video \(0\)](#) | [Všechny \(82\)](#)










Jana

Přidáno: 7. prosince 2016
Zakoupeno v [Pílulka.cz](#)

100% 



Doporučuje produkt

-  Ukazatel teploty a vlhkosti v místě, kde spí miminko
-  Možnost ovládání hudby a projekce z rodičovské vysílačky, nemusíte chodit do pokojíčku a rušit tím např. spící miminko
-  Dá se na dítě mluvit přes rodičovskou vysílačku
-  Ztišení zvuku a zobrazení barevnými diodami nebo vibracemi na rodičovské vysílače, pokud dítě pláče
-  Signál všude výborný, čistý zvuk
-  Projektor dítě zabaví a hezky uspí (nemáme kolotoč a tohle mi přijde lepší, nehrozí zranění dítěte, které na sebe může kolotoč strhnout)
-  Možnost poslechu vlastní hudby přes USB port


- Absolutně nic

Dražší, ale velmi šikovná chůvička, kterou bych neměnila, vzhledem k výborným funkcím, které my osobně využíváme každý den. Dítě usíná samo při poslechu hudby a pozorování světýlek z projektoru.

Dosah signálu:	Výborný - signál je i za několika zdmi
Výdrž baterií:	Dobrá - několik dní

Je tato recenze užitečná?  Ano  Ne

Obrázek č. 8 Recenze produktu Avent SCD580 ze serveru Heureka.cz [2017-03-22]

Vladimír Hanák, 2015-12-13 11:12:19	Zatím vyzkoušena "na nečisto" ale vše funguje, ukolébavka příjemná a promítání pěkné. Citlivost výborná.	
--	--	---

Obrázek č. 9 Recenze produktu Avent SCD580 ze serveru Pílulka.cz [2017-03-22]

2.2.3.3. PRŮVODCE OBJEDNÁVKOU

U některých produktů má zákazník možnost zaškrtnout či doplnit další parametry (zvolení barvy či velikosti apod.), např. u reklamního předmětu takovým údajem může být text (název firmy, logo, jméno, nějaké blahopřání) či jeho barva a typ písma, dále se může u produktu zvolit jeho barevné provedení, materiál či velikost.

„Průvodce objednávkou je velmi důležitou součástí celého nákupního procesu.“[11] Každý prodejní server má průvodce uspořádaného jinak, některé ho mají zpracovaný co nejvíce jednoduše ovladatelný, uživatelům tak nabízí maximální komfort a rychlost jeho vyplnění.

Příklad: Zákazník si chce objednat ZIPPO benzinový zapalovač a chce na něm nechat zhotovit rytinu. Při objednávce si zvolí, zda chce rytinu na jedné straně nebo oboustranně, jaký text na stranách bude, jak bude zarovnán a dále má možnost zvolit font rytí.

● diamantové rytí/gravírování: Rytí textu oboustranné (+ 500 Kč) ▾

Font rytí: Allura ▾

text rytí do vrchní strany

Zarovnat vlevo ▾

text rytí do spodní strany

Zarovnat vlevo ▾

UPOZORNĚNÍ:
Rytina bude zhotovena přesně tak, jak si sami navhnete!
Prosíme, vpisujte přesné znění textu, který si přejete vyřít.
Rozlišujte malá a velká písmena a diakritiku.
Chcete-li vyřít symbol ♥ uveďte slovně "srdce" (nebo jiný symbol).
Příklad: Jan "srdce" Lucie
Zvolte si zarovnání textu!

Obrázek č. 10 Specifikace produktu ZIPPO zapalovač ze serveru Sperky4u.eu [ze dne: 2017-03-22]

2.2.3.4. NÁKUPNÍ KOŠÍK

Elektronické prodejní servery se snaží napodobit chování spotřebitelů v klasických kamenných obchodech. Zákazník si vybírá zboží tím, že jej vkládá do virtuální nákupního košíku. Podobně jako v běžném kamenném obchodu, tak i na Internetu může zboží vrátit zpět nebo zboží do košíku stále přidávat, případně si může zjišťovat o konkrétním produktu více informací.

Na rozdíl od klasického kamenného obchodu může u elektronického prodejního serveru sledovat průběžnou kalkulaci celkové sumy za vybrané produkty, neregistrovaný a přihlášený zákazník často může zvolit i možnost *Uložit zboží pro pozdější nákup*.

Někdy se stává, že zákazník musí rychle opustit vybraný prodejní server a zavře okno prohlížeče WWW stránek, čímž ztratí obsah nákupního košíku. Tomuto jevu se začalo říkat *Opuštěné nákupní košíky*.

„Provozovatelé prodejních serverů zjistili, že procento opuštěných nákupních košíků je poměrně vysoké, a proto vyvinuli několik metod, jak tento pro ně nežádoucí jev omezit.“[11]

Jedna metoda již byla zmíněna, tou je *Uložit zboží pro pozdější nákup*. Další je možnost dočasného uložení svého nákupního košíku díky registraci na e-shopu.

Nyní už u většiny prodejních serverů existuje možnost, kde si nákupní košík pamatuje svého uživatele podle počítače, který do košíku zboží vkládal, a tak už není nutné se registrovat a nákupní košík pak většinou zůstává dostupný po několik následujících dní, poté se informace o košíku na prodejním serveru automaticky smažou.

The screenshot shows the shopping cart interface for Pilulka.cz. At the top, there is a search bar and a shopping cart icon indicating 1 item for 349 Kč. Below this is a navigation menu with categories like 'Trápí mě', 'Volně prodejné léky', 'Chřipka a nachlazení', etc. The main content area features a progress bar with three steps: '1. Košík' (highlighted), '2. Doprava a platba', and '3. Informace o Vás'. Under 'Obsah košíku', there is a table with columns for 'Produkt', 'Kusů', 'Dostupnost', 'Cena za kus', and 'Cena celkem'. The table lists one item: 'PAMPERS Premium Care Junior 11-18kg dětské pleny dětské pleny 44ks' with a quantity of 1 and a price of 349 Kč. A 'Přepočítat' button is located below the table. To the right, the total price is shown as 'Celková cena s DPH: 349 Kč' and a note: 'Nakupte zboží ještě za 650 Kč a dopravu máte zdarma!'. At the bottom, there are buttons for 'Zpět do obchodu' and 'Pokračovat'.

Obrázek č. 11 Nákupní košík ze serveru Pilulka.cz [ze dne: 2017-03-22]

2.2.3.5. PRŮVODCE NÁKUPEM PRODUKTU

Po dokončení výběru produktů zákazníkem nastává nejdůležitější fáze, tou je proces nákupu zboží, ve kterém dochází k upřesnění dodacích podmínek, zaplacení objednaného zboží, zkontrolování a dokončení celé objednávky.

Proces nákupu zboží a služeb lze rozdělit do několika dílčích kroků: výběr typu platby; upřesnění data a místa dodání; dodatečné upřesnění objednávky (dárkové balení, apod.); zobrazení podrobné objednávky a následně její dokončení. [11]

Obrázek č. 12 Klasický proces objednávky

- **Platební metody.** Platit za objednávku se dá několika způsoby:

- Hotově při osobním převzetí. Zákazník si zboží objedná na e-shopu a pokud to e-shop umožňuje, je možné si zboží po dohodě vyzvednout na některé z jeho kamenných prodejen či výdejen a zboží zaplatit hotově při převzetí. Je to nejstarší způsob placení, v dnešní době se čím dál více využívá placení platebními kartami.

Pro obchodníka to však není nejvýhodnější způsob dodání zboží, zboží musí nejprve přepravit na svou prodejnu, čímž mu vznikají náklady navíc. Pokud má obchodník sklad v budově zároveň s prodejnou, je to jednodušší, ale stále musí obchodník zaplatit za pracovní sílu, která objednávku zákazníkovi zpracuje a předá.

- Kartou při osobním převzetí. Podmínkou platby kartou při osobním odběru je, že obchodník musí tuto možnost platby nabízet, musí mít terminál, na kterém se platba kartou uskuteční, tím se peníze strhnou zákazníkovi z bankovního účtu a připíší se na účet obchodníka.

Zákazník za tuto službu zaplatí zhruba do třiceti korun za transakci, někdy jsou dokonce náklady placené obchodníkem a zákazník pak platí pouze cenu za objednávku.

Bezpečnost této metody pro zákazníka je velmi vysoká, platí se přímo při převzetí zboží. Jediné riziko je odcizení nebo ztráta platební karty, ale kartu lze u banky zablokovat přes telefonní kontakt nebo internetové bankovníctví.

- Dobírka. V ČR je zatím stále nejčastěji používanou platební metodou platba na dobírku. Pro obchodníka tento způsob není zrovna nejvýhodnější, může se stát, že vzniknou dodatečné náklady na zbytečnou dopravu kvůli nepřevzatému balíčku, který se mu vrátí zpět.

U dobírky také dlouho trvá, než peníze za prodané zboží dorazí na účet obchodníka. Stále však platí, že tato služba je zatím u nás nejvyužívanější, pro nový e-shop a pro zákazníky, kteří jej neznají, je dobrou volbou,

zákazníci se nemusí obávat, že přijdou o peníze, které by předem odeslali na účet pro ně neznámému obchodníkovi.



Obrázek č. 13 Platební metoda: Dobírka [13]

- Online bankovní převod. Je to rychlý, bezpečný a pohodlný způsob, jak přijímat platby na e-shopu pro obchodníka. Zákazník si jen zvolí tlačítko se svojí bankou a z e-shopu je rovnou přesměrován do internetového bankovníctví, kde se uživatel ke svému účtu přihlásí, potvrdí zadané údaje, částku, zadá ověřovací kód banky, zasláný obvykle přes SMS, a odešle předvyplněný bankovní příkaz.

Informaci o provedené platbě získá e-shop prakticky okamžitě, a tak je možné předat rovnou zboží k doručení zákazníkovi. Aby e-shop nemusel integrovat na své www stránky tlačítka od každé banky zvlášť, může obchodník využít služeb některého z poskytovatelů tzv. platebních bran, např.: GoPay, PayU, ComGate, ThePay, ČSOB, Fio, České spořitelny, Komerční banky, UniCredit Bank, Raiffeisenbank, GP webpay, Pays, W-platba.



Obrázek č. 14 Platební metoda: Online bankovní převod [13]

- Online platba kartou. Tato platební metoda je velice jednoduchá, stačí mít jen u sebe platební kartu a mobilní telefon. Ve světě patří mezi nejpoužívanější a nejoblíbenější platební metody na Internetu, její obliba roste i v České republice a to především mezi mladými lidmi.

Při placení za objednávku je nutné správně opsat šestnáctimístné číslo platební karty, datum vypršení platnosti karty a třímístný kód umístěný na rubu karty. Některé platební brány jsou schopny si zadané údaje z karet zapamatovat a automaticky je zákazníkovi předvyplnit při příštím použití brány, což je pro něho výrazně pohodlnější.

Informaci o provedené platbě zákazníkem získá e-shop téměř okamžitě a je možné zboží rychleji odeslat k zákazníkovi.

Z pohledu bezpečnosti dnes většina bank vydává platební karty, na kterých je možné nastavit limity pro platby na Internetu. Karty jsou navíc v rámci technologie 3D Secure⁵ spárovány s telefonním číslem jejich majitele, jenž platbu potvrdí jednorázovým kódem, který mu přijde formou SMS při placení, takže nehrozí riziko zneužití karty v případě její ztráty nebo odcizení. Limit pro platbu kartou je možné změnit i telefonickým kontaktem se zákaznickovou bankou a také je možné při odcizení karty ji úplně zablokovat, aby se s ní nedalo platit.

Obchodníka většinou vlastní nasazení možnosti platby kartou přes platební brány nic stát nebude, avšak jsou účtovány poplatky za jednotlivé transakce, které mají brány nastaveny obvykle podle objemu plateb, které se na kartách realizují. Navíc si také účtují fixní poplatek v řádku jednotek korun za provedenou transakci.

⁵ Bezpečná platba na internetu. Protokol 3D Secure chrání zákazníky pro případ zneužití údajů platební karty. Při každé internetové platbě u obchodníka zabezpečeným tímto protokolem Vám je zaslána SMS s kódem a platba proběhne až po jeho zadání.



Obrázek č. 15 Platební metoda: Online platba kartou [13]

- Bankovní příkaz. Tato metoda určitě patří mezi nejznámější a také to byla jako první možnost ze všech, kterou prodejní servery začaly nabízet.

U této metody stačí zákazníkovi po dokončení objednávky poslat e-mail s informacemi, kam platbu za zboží zaslat. Mezi informace, které se zákazníkovi zasílají, patří číslo účtu obchodníka, částka za objednávku, variabilní symbol (často bývá číslo objednávky) a zákazník také může napsat do poznámky své jméno či jinou identifikaci (většinou nepotřebný údaj pro obchodníka).

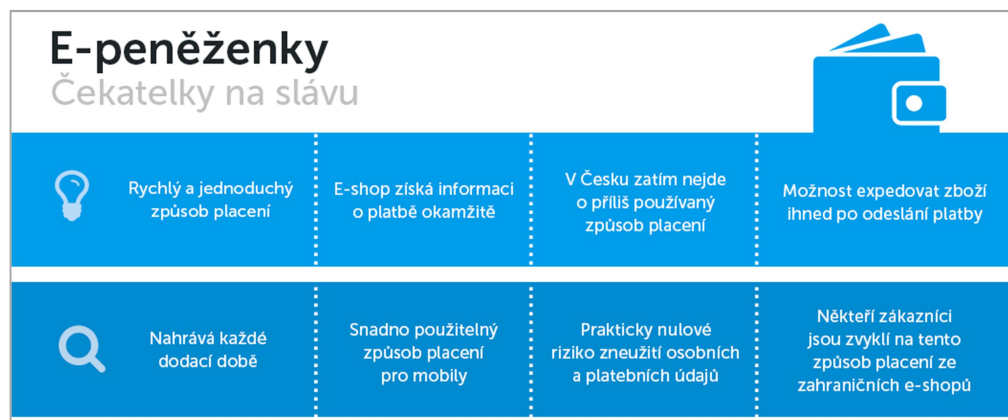
Pro obchodníka tato metoda není moc příznivá, zákazník má totiž dlouhou dobu na odstoupení od objednávky, než bankovní příkaz vytvoří. U této metody se dá počítat s vyšším podílem nezaplacených objednávek.

Pro zákazníka je tato metoda zdlouhavá, obchodník musí čekat na to, až mu částka za objednávku od zákazníka bude připsána na bankovní účet, což celý proces objednávky prodlouží o několik dní, a tím se protáhne i doručení zásilky k zákazníkovi.



Obrázek č. 16 Platební metoda: Bankovní příkaz [13]

- Elektronická peněženka. Zákazník si pošle peníze na účet ve své e-peněženke a potom z ní může platit na e-shopech, kde zvolenou e-peněženku přijímají. Platba probíhá okamžitě, zákazník se nemusí přihlašovat do bankovníctví, ani vyplňovat platební údaje, stačí jen platbu potvrdit ověřovacím kódem přes sms, která přijde na mobil zákazníka. E-peněženky se u nás i přes své výhody využívají velmi málo, jak u zákazníků, tak u e-shopů. Mezi elektronické peněženky patří PayPal, PaySec, GoPay nebo Skrill.[13]



Obrázek č. 17 Platební metoda: E-peněženky [13]

- Platba na splátky. Služba na splátky je využívána ve většině případů jen u dražšího zboží, kde se cena pohybuje v řádu tisíců a výše. Výhodou platby na splátky je, že zákazník nemusí mít celý obnos k dispozici a částku za zboží může splácet po menších částech. Někdy je také možné splátku odložit, záleží na podmínkách jejího poskytovatele. Nevýhodou je, že zákazník musí čekat, aby mu poskytovatel úvěr schválil, navíc poskytuje i své osobní údaje. Mezi poskytovatele patří Cofidis, Cetelem apod.
- Odložená platba. Zatím nejméně rozšířená možnost platby. Zákazník objedná zboží u obchodníka a po zvolení této platební metody obchodník zboží odešle k zákazníkovi. U této služby je lhůta 14 dnů na vyzkoušení zboží a zákazník zaplatí až po této lhůtě. Tuto metodu může využít jen ověřený zákazník a za vyzkoušení se platí poplatek. Mezi tuto službu patří např. FerBuy, Twisto. [14]

- **Dodací podmínky.** Zákazníci se poměrně často rozhodují i podle dopravních možností prodejního serveru, někteří zákazníci preferují spíše osobní odběr, jiní přepravní společnosti a někteří si raději zásilku vyzvednou osobně na poště. Každý zákazník je jiný a má jiné požadavky, proto je vhodné na prodejním serveru nabídnout výběr z několika možností dopravy objednávky k zákazníkovi.
 - Česká pošta. Pro obchodníky se nabízejí nejčastější služby jako **Balík na poštu** (Balík do hmotnosti 30kg doručí na kteroukoli z pošt v České republice podle výběru zákazníka. Tato služba je vhodná pro zákazníky, kteří nejsou doma, a balíček si tak mohou kdykoli podle svého času vyzvednout na poště.) a **Balík do ruky** (Balík o hmotnosti až do 50kg předají na adresu zákazníka až přímo k jeho rukám.). [15]
 - Přepravní společnosti. Doručení zásilky bývá na území ČR možné zpravidla druhý den od odeslání balíčku prodejním serverem (ze zahraničí o několik dní později), navíc je většinou zákazník informován o dni a času doručení balíčku formou SMS. Nejčastěji využívané přepravní společnosti jsou **PPL, DPD, Geis Parcel, GLS, TopTrans, InTime** či **DHL**.
 - Kurýrní služby. Je to nejrychlejší způsob doručování zboží, ale tato služba bývá dražší než běžné druhy přepravy. Mezi nejčastější služby patří **Messenger, Airway, Mesík**.
 - Osobní odběry na prodejně. V případě, že prodejní server má i kamennou prodejnu, může svým zákazníkům nabídnout i možnost osobního odběru. Při této službě většinou zákazník neplatí za osobní odběr a má možnost si vyzvednout zboží, kdy mu to bude vyhovovat, samozřejmě také dle otevírací doby kamenné prodejny. Provoz prodejny má nemalé náklady, proto si ho většinou nemohou dovolit začínající prodejní servery.
 - Osobní odběry na cizích výdejních místech. Pokud prodejní server provozovnu nemá, či z nějakých důvodů osobní odběr nenabízí, je možné využít výdejních míst, například **Uloženska, Zásilkovna, Kouzelná Almara**.
 - Poštomaty. Zákazník má na výběr ze 100 poštomatů, které jsou rozmístěné po celé České republice. Když zákazník zvolí jako dopravu Poštomat (musí být brán ohled na rozměr balíčku, maximálně však 38x41x64cm a do hmotnosti 30kg), vybere si ten, který má nejbližší nebo mu nejvíce

vyhovuje, a pak už jen stačí čekat na SMS, která ho upozorní na balíček, který už je v poštomatě k dispozici k vyzvednutí. [16]

- **Osobní údaje.** Aby mohl obchodník odeslat zboží zákazníkovi, potřebuje o něm vědět základní informace: jméno a příjmení, adresu dodací a fakturační, telefonní číslo (pro případný kontakt se zákazníkem v případě nějakých nejasností či upřesnění objednávky), dále zadání e-mailové adresy, na kterou bude zákazníkovi zasláno potvrzení o objednávce a informace o průběhu objednávky.
- **Dokončení objednávky.** V této fázi procesu objednávky se zobrazí souhrn objednávky, kde budou údaje o zakoupených produktech, osobní údaje zákazníka, zvolené platební a dodací metody a celková částka za objednávku. Po zkontrolování souhrnu objednávky zákazník následně potvrdí její odeslání, tím se objednávka odešle do systému prodejního serveru a zákazníkovi se automaticky odešle e-mail o potvrzení objednávky. Nyní budou pracovníci prodejního serveru zpracovávat objednávku a o jejím průběhu bude zákazník informován e-mailem či telefonickým kontaktem.

2.2.3.6. KLIENSKÝ ÚČET

Každý prodejní server má evidenci zákazníků, kde eviduje přehled jejich objednávek a základních osobních údajů. Ještě než zákazník učiní svou první objednávku na konkrétním prodejním serveru, musí se většinou zaregistrovat. Uvádí své základní údaje, jako je jméno a příjmení, adresa, telefonní kontakt, e-mail a zadá své přihlašovací údaje, jako je uživatelské jméno a heslo.

Díky přihlašovacím údajům má zákazník možnost se podívat do svého účtu, prohlížet své uskutečněné objednávky, některé prodejní servery umožňují například nahlédnutí do zásilatelství díky číslu zásilky, kde se balíček zrovna nachází, dále je možné tisknutí faktur, online reklamace, apod.

Uživatelský účet je mocným marketingovým nástrojem, údaje o klientech a jejich objednávkách jsou ukládány do databáze, takže je možné například analyzovat produkty, které nejčastěji nakupují zákazníci určité věkové skupiny, případně jaké produkty nakupují zákazníci dle geografických oblastí. K uživatelskému účtu je většinou evidováno i ID počítače, ze kterého byla objednávka vytvořena, a tak se mu při další návštěvě prodejního serveru nabízejí produkty podobné těm, o které zákazník v minulosti projevil zájem.

Dalšími nepovinnými údaji mohou být i zájmy zákazníka, datum narození (pro zasílání slevových akcí v den narození).

3 OPEN SOURCE SOFTWARE

Jak už lze z názvu odvodit, open source je software s otevřeným zdrojovým kódem a je přístupný všem uživatelům, kteří o něj projeví zájem. Kdokoli může tento software nainstalovat, využívat, použít určitou část nebo celek a přizpůsobit si jej pro své vlastní účely. Podmínkou jeho využívání je zachování autorství a licence při dalším šíření ať už originální či vlastní upravené verze. [22]

3.1. CO BY MĚL UMĚT ADMINISTRAČNÍ SYSTÉM

V první řadě by měl být intuitivní a snadno ovladatelný, aby jej mohl spravovat správce bez znalostí programování a nebyl odkázán jen na technickou podporu.

Funkce, které jsou vhodné pro administrační systém:

- editace základního nastavení e-shopu (sazby DPH, počet produktů na jedné stránce, formát čísla faktury, název a logo obchodu, název a adresa podnikatele, základní kontaktní údaje a číslo firemního účtu podnikatele atd.);
- nastavení způsobů a cen dopravy a platby (např. doprava zdarma od určité výše objednávky; každý přepravce má jiný ceník za své služby, dle počtu nebo hmotnosti balíků);
- propojení s ekonomickým software (např. Altus Vario, Pohoda);
- import produktového feedu od dodavatele;
- vedení skladového hospodářství;
- generování XML feedů pro porovnávače zboží (Heureka.cz, Zbozi.cz), každý ze srovnávačů má odlišný formát feedu, proto je důležité generovat pro každý srovnávač správný feed;
- propojení skladové dostupnosti s dopravci;
- export odeslaných zásilek zákazníkům, pro jednotlivé dopravce;
- možnost editace textu automatických e-mailů, pro stavy objednávek zákazníkům;

- zobrazení statistik (sledování návštěvnosti či chování zákazníků; klíčová slova, která přivedla zákazníky do e-shopu);
- napojení na služby sklik, Google Analytics, Google AdWords, Google Search Console, Google Tag Manager;
- označení akčního zboží (novinka, sleva, tip, výprodej);
- zobrazení počtu kusů a dostupnosti zboží;
- funkce pro podporu SEO (zdrojem návštěvníků jsou především vyhledávače Google.cz a Seznam.cz; pro podporu SEO je vhodné minimálně nastavit title a URL stránky, meta popis stránky, nastavení ALTu u obrázků).[8][35]

3.2. PRESTASHOP

Je zdarma dostupný software, je možné jej použít i pro komerční nasazení a patří mezi nejpoužívanější aplikace pro elektronické obchodování. Nabízí moderní funkce pro obchodování online, instalaci zásuvných modulů i rozsáhlou podporu vývojáři. Podporuje různé měny, platby, dopravce i vícejazyčný obsah a *multistore* (což je správa více obchodů pomocí jedné administrace). Defaultní šablona zajišťuje optimalizované zobrazení na různých zařízeních (mobily, notebooky, netbooky, tablety atd.) a prostředí aplikace je dostupné i v českém jazyce.

Díky velké oblibě u uživatelů internetových obchodů je k dispozici velké množství modulů zdarma od programátorů a také jsou k dispozici fóra, na kterých se řeší kdejaký problém či modul a jak tento problém vyřešit. Je tedy velice pravděpodobné, že moduly zdarma na Internetu seženete, může vám je někdo pomoci doprogramovat za určitý finanční obnos, Poslední možností je si modul zakoupit u ověřeného programátora.

Nejnovější verze PrestaShop dostupná v češtině je v1.7.0.6 a vyšla dne 6.3.2017. E-shop i administrace vypadá oproti ostatním platformám moderně. Intuitivně a rychle je možné najít vše, co potřebujete, a když si náhodou nevíte rady, je možné dohledat problém na Internetu nebo si nechat poradit v diskuzních fórech.

3.3. VIRTUEMART

Je Open Source rozšíření pro redakční systém Joomla⁶ 3, nabízí doplňkové moduly, např. fotogalerii a diskuzní fórum. Podporuje vícejazyčný obsah, neomezené množství produktů a kategorií, výběr z různých typů měn, volbu platby a dopravy, funkce pro SEO optimalizace, navíc je kompletně v českém jazyce.

3.4. UBERCART PRO DRUPAL 7

Elektronický obchod pro redakční systém Drupal 7⁷ je dostupný zdarma pod licencí GNU GPL⁸. Umožňuje vytvářet produkty, jejich atributy a následně je zařadit do kategorií. Má jednostránkový proces objednávek, k dispozici jsou různé způsoby plateb a obsahuje import a export produktů, atributů, objednávek a zákazníků. Pro Ubercart jsou dostupné i další rozšíření i vzhledy a většina částí obchodu je v českém jazyce. Bude-li nějaký text chybět, lze jej jednoduše přeložit pomocí administrace aplikace.

3.5. OPENCART

Jednoduchý internetový obchod, který je volně šiřitelný pod licencí GNU LGPL⁹. Umožňuje vložení neomezeného počtu produktů, kategorií a výrobců. Je možné si vybrat z několika druhů měn, platebních způsobů a dopravců. Aplikace má přehledné administrační rozhraní a podporuje správu více obchodů pomocí jedné instalace. Prostředí aplikace je ve výchozím nastavení v angličtině, ale je možné doinstalovat český překlad.

OpenCart ver. 2.2.0.0, která je v češtině, má pěkné uspořádání v administraci a také velmi reprezentující vzhled webových stránek. Menu v administraci, funkce a moduly připomínají PrestaShop či Magentu. Jediné co odrazuje - po zakoupení některých doplňků

⁶ www.joomla.org, www.joomlaportal.cz.

⁷ www.drupal.org, www.drupal.cz.

⁸ Označení licence pro svobodný software. Je možné ho volně používat, upravovat a dále bezplatně šířit. Nevztahuje se na něj žádná záruka a licence je schválená sdružením OSI a plně odpovídá Debian Free Software Guidelines.

⁹ Licence kompatibilní s licencí GPL.

k verzi OpenCart při její aktualizaci najednou přestane modul pracovat a je nutné buď čekat na novější verzi od poskytovatele nebo si zaplatit služby programátora, aby doplněk upravil.

3.6. MAGENTO

Internetový obchod s množstvím inovačních funkcí, umožňuje správu více obchodů (tzv. multi-store) pomocí jedné instalace. Další rozšíření je možné jednoduše nainstalovat pomocí rozhraní Magento Connect Manager. Po stažení a doinstalování jazykového balíčku je aplikace kompletně v češtině.

Jedna z nejrobustnějších platforem pro internetový obchod, využívá se spíše pro velký internetový obchod s velkým množstvím produktů. Má mnoho zabudovaných funkcionalit, dodatečné moduly zdarma nejsou k sehnání, samozřejmě je možné si moduly nechat na zakázku doprogramovat či zakoupit.

Magento ver.1.9.3.1, která je sice v češtině, ale menu a úprava funkcí není zatím moc přívětivá. Magento ver.2.0.7 již má přehledné nabídky v administraci, podobné jako v PrestaShop ver.1.6.1.x, ale tato verze je v angličtině a český překlad zatím není dostupný.

3.7. QUICK.CART

Volně šiřitelný internetový obchod, jsou k dispozici i placené verze Quick.Cart.Pro a Quick.Cart.Ext, které nabízejí další rozšíření. Je naprogramován v jazyce PHP a veškerá data ukládá do souborů na serveru. Má jednoduchou instalaci, podporuje zobrazení v mobilních zařízeních a je v češtině.

Jednoduchá funkční platforma, která je vhodná pro e-shopy, které potřebují opravdu jen základní nastavení, jako je založení produktu, nastavení ceny, zobrazení objednávky, nastavení dopravy či platební metody. Je sice neuvěřitelně rychlý a předčí tím i PrestaShop, OpenCart či Magentu, ale chybějící funkce a možnosti nastavení snižují zájem o tuto platformu. Není tu možnost propojování produktů, vlastnosti či atributy produktů, nastavování skladových zásob, marketingové akce pro košík či katalog, propojování dopravců s možností různých plateb a spoustu dalších důležitých funkcí.

Quick.Cart má aktuální verzi v6.7, která vyšla 30. 3. 2016 a je možné doinstalovat češtinu. Menu a hlavně funkce jsou velmi strohé a vzhled webových stránek této platformy budí dojem staršího vydání. Tato platforma není moc vhodná pro reprezentativní vzhled webových stránek.

3.8. ZEN CART

Internetový obchod na profesionální úrovni, který je šiřitelný zdarma, obsahuje spoustu funkcí a lze dále rozšířit pomocí pluginů. Vytvořený pomocí PHP a využívá MySQL databázi. Výhodou je podpora více měn a jazyků. Bohužel česká lokalizace je jen pro front-end obchodu. Nejnovější verze Zen Cart je v1.5.5e, která byla vydána dne 8.3.2017.

3.9. OSCommerce

Open source systém pro internetový obchod, který je možné stáhnout a nainstalovat zdarma. Je vytvořen v PHP a využívá databázi MySQL. Obsahuje mnoho funkcí a je možné jej dále rozšiřovat pomocí modulů.

Po vzhledové stránce spíše zaostává za ostatními open source a administrační rozhraní není moc přehledné, ale i přesto ho stále podnikatelé využívají.

3.10. OXID E-SHOP

Kvalitní open source, který je volně šiřitelný pod licencí GNU GPL. Instalace je velice snadná, má optimalizované uživatelské rozhraní a nabízí široký výběr funkcí, které si uživatel přizpůsobí vlastním potřebám. Česká lokalizace e-shopu i administrace je samozřejmostí.

3.11. STATISTIKY VYUŽÍVÁNÍ OPEN SOURCE SOFTWARE

Údaje, které jsou popsány v tabulce, viz níže, poskytují přehled o popularitě webových aplikací, které jsou umístěné na doménách hostingu WebhostingC4. Nedá se ale bohužel souhrnně říci, kolik instalací jednotlivých open source aplikací je celkem na Internetu.

Kromě absolutních počtů, zahrnujících počet instalací jednotlivých systémů, jsou k dispozici i relativní počty, které jsou udávány relativně k počtu 10.000 domén s hostingovým tarifem C4 Hosting. Pokud daná doména obsahuje více instalací aplikace, je do statistiky započtena pouze jednou. [20]

Pořadí	Aplikace	Absolutní počet domén s instalací	Relativní počet k 10.000 domén
1.	PrestaShop	918	1188
2.	VirtueMart	215	278
3.	OpenCart	82	106
4.	Magento	58	75
5.	Quick.Cart	56	72
6.	Ubercart	45	58
7.	Zen Cart	24	31
8.	OsCommerce	13	17
9.	OXID e-shop	9	12

Tabulka č. 1 Počet aplikací kategorie Elektronické obchody ke dni 26. 4. 2017 [20]

4 HOSTING A DOMÉNA

Při výběru hostingového programu je možné rovnou zaregistrovat i doménu. Tedy při zakládání hostingů můžete být rovnou vyzváni k napsání názvu vaší domény, tím odpadá práce navíc se samostatným založením domény a jejího přidružení k hostingů.

4.1. VÝBĚR VHODNÉHO HOSTINGU

Hosting je služba poskytnutí diskového prostoru nebo výpočetního výkonu serveru poskytovatelem zákazníkovi. Díky hostingů je možné umístit webové stránky na internet, bez nutnosti vlastnit server. Součástí je zálohování, údržba serveru, zabezpečení proti počítačovým hrozbám, monitoring výkonnosti a provozu serveru. [24]

Existuje několik základních typů hostingů:

- **Freehosting.** Je vhodný pro jednoduché webové prezentace, testovací stránky a pro ty, co od hostingů moc neočekávají. Výhodou je hlavně cena, za tento typ hostingů se nic neplatí. Záporů je však více, např. omezený datový přenos, omezená technická podpora, občasné výpadky hostingů, riziko ztráty dat, automatické vkládání reklam či odkazů na vaše webové stránky. Pro ostrý provoz e-shopu se nehodí.
- **Webhosting.** Patří mezi nejrozšířenější typ hostingů. Využívá se v případě, kdy se subjekt (oprávněná osoba webových stránek) nechce starat o vlastní IT infrastrukturu, která je k tomu zapotřebí, a přenesse tuto odpovědnost na poskytovatele webhostingu. Odpovědnost se vyjadřuje pomocí smlouvy o poskytovaných službách (SLA – Service Level Agreement). Součástí webhostingu bývá nainstalovaný webový server, velikost diskového prostoru, rychlost připojení, množství přenesených dat, dostupnost serveru, technická podpora, databáze.
- **Server housing.** Výhodné řešení pro ty, kteří vlastní fyzické servery, umí je spravovat, ale již se jim nevyplatí zřizovat vlastní datacentra s odpovídající konektivitou (datovou linkou) do Internetu. Platíte pouze za pronájem místa a připojení, a do svého datacentra pak získáte neomezený přístup 24 hodin denně.

- **Dedikovaný server.** Hodí se pro rozsáhlejší projekty, např. e-shopy, které mají velké množství položek a aktivních zákazníků. V datacentru si zaplatíte pronájem fyzického serveru, poskytovatel se vám bude starat o fyzickou stránku serveru (navýšení diskového prostoru či paměti), ale vy sami si budete server spravovat po softwarové stránce. Hlavní výhodou je vysoký výkon a stabilita serveru, nevýhodou je nutnost mít vyškolenou osobu, která bude server spravovat, a nutnost platit za pronájem serveru poskytovateli i v případě, že není plně (nebo dokonce vůbec) využíván (například mimo zákaznickou špičku v nočních hodinách).
- **Managed server.** Vhodný pro náročné projekty, obdobně u dedikovaných serverů. Ale u této varianty si pronajímáte nejen správu fyzické stránky serveru, ale také správu softwaru. Nemusíte se tak vůbec o nic starat a poskytovatel za vás zajišťuje bezproblémový chod včetně pravidelné údržby (update software, zálohování dat, instalace aktualizací antivirů a firewallů či správa databáze).[26]
- **Virtuální server.** Neboli také VPS hosting je moderním řešením hostingu, který postupně nahrazuje klasické fyzické hostingy. Jedná se o virtuální prostor na fyzickém serveru, výhodou je škálovatelnost a je možné snadno rozšířit či změnit parametry hostingu dle vašich potřeb. Můžete si zaplatit virtuální server se správcem (o vše bude postaráno) nebo je možné mít správu virtuálního serveru ve své režii (doporučuje se jen pro šikovného webmastera).[27]
- **Cloud hosting.** Je nejnovější technologie, kde si zaplatíte pronájem konkrétního serveru, ale jen za to, co opravdu spotřebujete (výpočetní výkon, přenos dat, využitý prostor) – používají se pro to různá marketingová označení, např. *Pay as you go*. Cloudová datová centra využívají virtualizaci serverů a datových úložišť, ta nejnovější virtualizují i svoji síťovou infrastrukturu. [26]

V dnešní době je trendem Cloud-computing.

4.2. VÝBĚR DOMÉNY

Doména neboli doménové jméno je adresa webových stránek (např. www.domena.cz). Je tvořena několika částmi oddělenými tečkami, říkáme jim řády.

- www – doména třetího řádu. Takzvaná subdoména, kromě hlavní subdomény www umožňuje rozšířit doménový název o další úroveň, např. www.e-shop.domena.cz.

Používání subdomény je nyní na ústupu a obvykle se řeší přesměrováním na doménu druhého řádu (např. přesměrování z www.stara.domena.cz na www.domena.cz).

- domena – doména druhého řádu. Název domény se nejčastěji volí dle názvu firmy nebo dle oboru podnikání.
- cz – doména prvního řádu udává, z jaké země stránky pocházejí (často i v jakém jsou jazyku), není to ale pravidlem, existují i tzv. generické domény např. *.com nebo *.net.

Zda je doména volná, je možné zjistit na webových stránkách nic.cz nebo who.is. Doménu si můžete objednat od různých poskytovatelů. [25]

Výběr domény je o dost náročnější než výběr hostingu. Pokud vám hosting po čase nebude vyhovovat nebo najdete nabídku s lepšími parametry, je možné ho změnit, ale jakmile si nějaký název domény vyberete a zaplatíte, už ho nezměníte, můžete si jedině založit nový název domény.

Název domény se volí na dlouhé období. Je sice možné se po nějaké době rozhodnout, že ho změníte, ale musíte počítat s tím, že již zaběhnutý název domény si zákazníci budou pamatovat a budou si těžko zvykat na nový název. Abyste předešli ztrátě zákazníků jen kvůli přechodu na nový název domény, je možné starou doménu přesměrovat na novou. Zákazník si může, ale také nemusí všimnout, že byl přesměrován na jinou doménu, většinou ho upozorní název e-shopu na hlavní straně domény. Doména by měla být snadno zapamatovatelná, výstižná a měla by především charakterizovat předmět činnosti webu, který je na ní provozován.

V názvu domény je možné využít pomlčky, která bude úhledně oddělovat jednotlivá slova domény, např. www.kuchynske-potreby.cz.

Velký pozor si dávejte na použití názvů v doméně, které jsou registrovány jako slovní ochranná známka (trademark). [12] Registrací domény zasahujete do práv třetích osob, které se proti vám mohou právně bránit. Konflikt může vzniknout u doménového jména s ochrannou známkou:

- doména.cz a ochranná známka platná v České republice;
- doména.eu, .com, .net atd. a ochranná známka platná kdekoliv.

Na webových stránkách www.uvp.cz provozovaných Úřadem průmyslového vlastnictví je možné si v databázi ochranných známek online ověřit registraci slovního spojení a předejít tak možnému budoucímu sporu. [21]

II. PRAKTICKÁ ČÁST

K tématu mé diplomové práce mne dovedla mateřská dovolená, při které jsem měla spoustu volného času. Díky předchozím zkušenostem jsem měla možnost poznat internetový obchod již zaběhnutý, ale také teprve se rozvíjející.

Práce v internetových obchodech se mi líbila. Měla jsem možnost spravovat různá e-shopová řešení, zajišťovat jejich provoz a zlepšovat jejich výkon. Získala jsem tím cenné zkušenosti, které jsem chtěla dále rozvíjet a dozvědět se o více variantách e-shopových řešeních. Náklady na provoz e-shopu na zakázku, které firmy používaly, byly velmi vysoké a zajímalo mne, zda je možné vytvořit e-shop i při nižších nákladech, a přesto funkční.

Zaměřila jsem se proto hlavně na open source software a otestovala jeho funkčnost. Ze všech open source řešení se mi po designové stránce nejvíce líbil PrestaShop. Nejen že má spoustu modulů zdarma a nabízí velké množství nastavení funkcí e-shopu, ale také má intuitivní prostředí administrace.

Po zkušenostech z různých projektů a aplikací jsem zvolila pro tento projekt hosting Webhosting C4. Pro potřeby PrestaShop se zdá být dostatečný a oproti některým hostingům neomezuje množství přenesených dat a limit CPU. Dále nabízí možnost podpory v instalaci a správě několika internetových řešení, mezi které patří i PrestaShop.

U Webhosting C4 se neobjevily žádné problémy s testováním e-shopu a zatím nebylo ani nutné kontaktovat technickou podporu. Pro úplné otestování by bylo vhodné nahrát do e-shopu více jak třicet tisíc položek a zatížit e-shop návštěvníky.

5 INSTALACE A NASTAVENÍ INTERNETOVÉHO OBCHODU POMOCÍ SOFTWARE PRESTASHOP

5.1. HOSTING A DOMÉNA PRO PRESTASHOP

Problematika hostingu a domény je již teoreticky popsána v kapitole 4. Hosting a doména.

Před výběrem vhodné hostingové služby je třeba analyzovat následující požadavky:

- Je možné založení domény 3 řádu? (Pro potřeby e-shopu jsou vhodné dvě: testovací a záložní).
- Kolik je možné vytvořit databází? (Potřebujeme min. tři: aktuálně využívaná, testovací a záložní).
- Jaké je množství přenesených dat (traffic)? (Je vhodné mít povolen dostatečně velký objem dat, ideálně neomezený).
- Poskytuje hosting podporu pro automatizované spouštění příkazů, např. program CRON? (Např. Aktualizace skladové dostupnosti od dodavatele po 1 hodině).
- Jaký je CPU limit? (Je vhodné mít neomezený).
- Jaká je zákaznická podpora? (Nonstop nebo v určitém časovém rozpětí)?
- Má doména SSL certifikát? (Slouží k zabezpečení – zašifrování přenášených dat po síti Internet).

Software PrestaShop není nijak náročný na výběr hostingu, ale raději pro upřesnění napíšeme, co by takový server připravený pro PrestaShop měl umět:

- Apache web server 1.3 nebo novější
- PHP 5 nebo novější
- MySQL 5 nebo novější
- Operační systém Linux, Unix nebo Windows

Informace o tom, zda váš hostingový program tyto technické požadavky splňuje, je možné zjistit na stránkách provozovatele hostingu nebo popřípadě je možné se dotázat technického oddělení.

Webhosting C4 tyto požadavky splňuje, je možné založit doménu (pokud název domény bude volný a nikdo ho zatím vlastnit nebude), vyplnit kontaktní údaje podnikatele a odsouhlasit smluvní podmínky. Po registraci webhostingu nám budou na e-mail zaslány informace o přihlášení do administračního rozhraní hostingu.

V administraci je možné spravovat kontaktní údaje, e-mailové schránky a jejich přesměrování, správu domén, web aliasy, MySQL databáze, přístupy k zálohám a pomocí kontaktního formuláře na technickou podporu je možné si zažádat o aktivaci různých knihoven a doplňků.

Doména i webhosting jsou již založené a můžeme přejít k samotné instalaci PrestaShop.

5.2. INSTALACE PRESTASHOP

Čistou instalaci PrestaShop můžeme provést několika způsoby:

- automatický upload balíčku: zadáme jen několik parametrů o doméně a o vše se postará konfigurátor sám;
- stažení upraveného balíčku: stažení upraveného balíčku dle webhostingu C4 → následné ruční nakopírování souborů přes FTP manažer;
- ruční stažení: stažení instalačních souborů z oficiálních stránek PrestaShop → doporučená úprava dle webhostingu C4 → ruční nakopírování souborů na doménu přes FTP manažer.

Zvolte si způsob instalace

Automatický upload balíčku (verze 1.6.1.10) **Doporučujeme**
Automatické nahrání souborů na váš web.

Stažení upraveného balíčku (verze 1.6.1.10)
Stažení námi připraveného balíčku, jeho rozbalení a ruční nakopírování souborů přes FTP.

Ruční instalace
Stažení instalačních souborů z oficiálních stránek, jejich úprava dle našeho návodu a ruční nakopírování přes FTP.

Podle výběru typu instalace se návod automaticky přizpůsobí.

Zadejte přístupové údaje k FTP


Adresa webu:

FTP jméno:


FTP heslo:

FTP adresář:

Obrázek č. 18 Zvolení způsobu instalace a zadání přístupových údajů k FTP


Průběh kopírování balíčku	Stav kopírování archivu
<p>Čekejte, prosím. Probíhá kopírování podpůrných skriptů. Aktivován rychlý upload mód FTP-TAR. Probíhá upload archivu na server. Čekejte, prosím. Probíhá rozbalení uploadovaného archivu. Čekejte prosím, rozbalení archivu může trvat několik minut. Rozbalení souborů v módu FTP-TAR OK. Archiv a podpůrné skripty byly odstraněny. Celkem přeneseno souborů: 7336. Celkem vytvořeno adresářů: 1269. Celková velikost aplikace: 74272 KB. Aplikace byla úspěšně nakopírována na d.dudanek.cz.</p>	<p>Celkem: 17273 KB Přeneseno: 17273 KB</p> <p> 100%</p>

Proces nahrávání

 **Soubory byly úspěšně nahrány do webového prostoru.**
 Nyní prosím postupujte podle návodu uvedeného níže.

[Zavřít okno](#)

Obrázek č. 19 Proces nahrávání souborů na FTP

Fórum | Podpora | Dokumentace | Blog


Instalační asistent

- **Vyberte svůj jazyk**
- Licenční podmínky
- Systémová kompatibilita
- Informace o obchodu
- Systémová konfigurace
- Instalace obchodu

Vítejte v instalaci PrestaShop 1.6.1.10

Instalace PrestaShopu je rychlá a jednoduchá. Během chvilky se stanete součástí komunity čítající více než 250 000 prodejců. Jste na cestě k vytvoření vlastního eshopu, který můžete jednoduše spravovat každý den.

Pokud potřebujete poradit [podívejte se na tento tutoriál](#), nebo do [dokumentace](#).

Pokračovat v instalaci v:

Čeština (Czech)

Výběr jazyka výše slouží pouze pro Instalačního Asistentu. Jakmile bude váš obchod nainstalován, můžete si vybrat váš jazyk z více než 60 překladů, zdarma!

[Další](#)

Pokud potřebujete poradit [podívejte se zde](#). [Dokumentace](#).


Oficiální forum | PrestaShop.com | Podpora | Dokumentace | Napište nám | © 2007-2017

Obrázek č. 20 Výběr jazyka v Instalačním asistentu PrestaShop

PrestaShop Fórum Podpora Dokumentace Blog

Instalační asistent

Vyberte svůj jazyk
 Licenční podmínky
 Systémová kompatibilita
 Informace o obchodu
 Systémová konfigurace
 Instalace obchodu

 **Need help?**
Sign up for a support plan

Licenční podmínky

Pro využití mnoho funkcí, které jsou nabízeny zdarma PrestaShopem, prosíme, přečtěte si licenční podmínky níže. Jádro PrestaShopu je pod licenci OSL 3.0, zatímco moduly a šablony jsou pod licenci AFL 3.0.

Core: Open Software License ("OSL") v. 3.0

This Open Software License (the "License") applies to any original work of authorship (the "Original Work") whose owner (the "Licensor") has placed the following licensing notice adjacent to the copyright notice for the Original Work:

Licensed under the Open Software License version 3.0

1. **Grant of Copyright License.** Licensor grants You a worldwide, royalty-free, non-exclusive, sublicensable license, for the duration of the copyright, to do the following:

Souhlasím s podmínky výše.

Pokud potřebujete poradit [podívejte se zde](#). [Dokumentace](#).


Oficiální forum | PrestaShop.com | Podpora | Dokumentace | Napište nám | © 2007-2017

Obrázek č. 21 Odsouhlasení Licenčních podmínek

PrestaShop Fórum Podpora Dokumentace Blog

Instalační asistent

Vyberte svůj jazyk
 Licenční podmínky
 Systémová kompatibilita
 Informace o obchodu
 Systémová konfigurace
 Instalace obchodu

 **Need help?**
Sign up for a support plan

Informace o Vašem eshopu

Název obchodu: -

Hlavní aktivita: - Pomozte nám co nejvíce pochopit váš obchod a my vám poté nabídneme optimální funkce pro váš byznys!

Země: -

Váš účet

Jméno: -

Příjmení: -

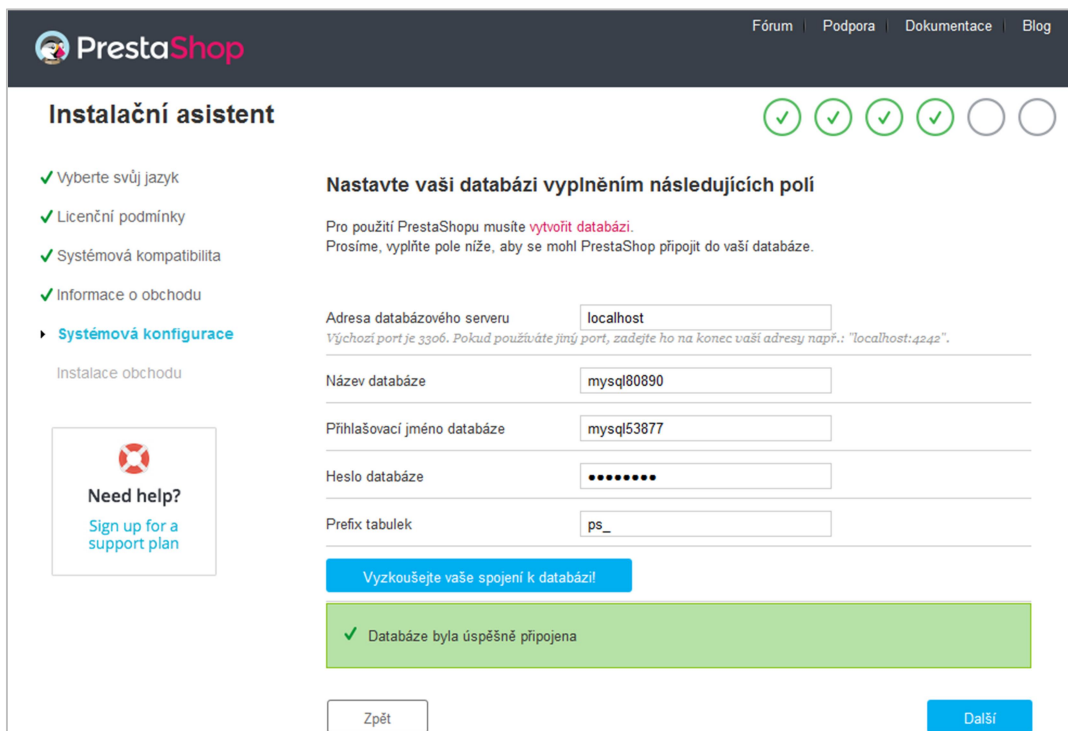
E-mailová adresa: - Tento email bude také vaše přihlašovací jméno do back office vašeho obchodu.

Heslo: - Zvolte nejméně 8 znaků

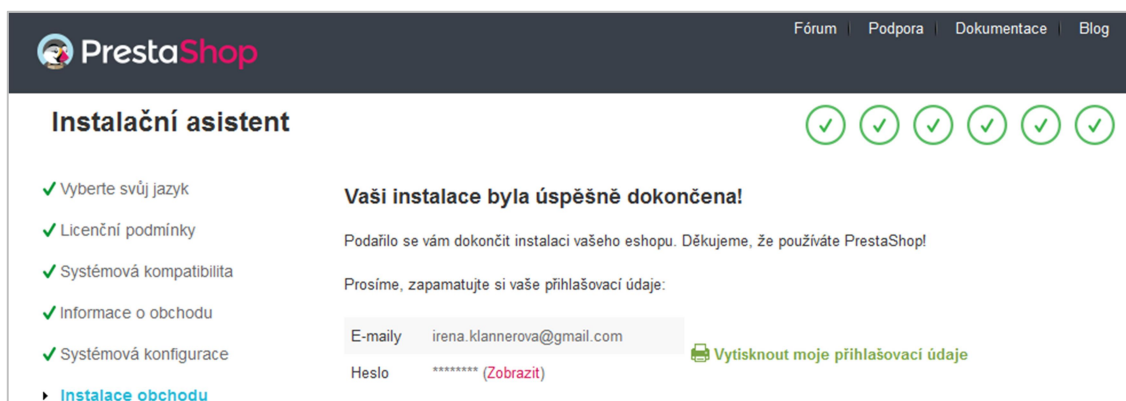
Zopakujte heslo pro potvrzení: -

All information you give us is collected by us and is subject to data processing and statistics, it is necessary for the members of the PrestaShop company in order to respond to your requests. Your personal data may be communicated to service providers and partners as part of partner relationships. Under the current "Act on Data Processing, Data Files and Individual Liberties" you have the right to access, rectify and oppose to the processing of your personal data through [this link](#).

Obrázek č. 22 Zadání základních informací o e-shopu



Obrázek č. 23 Vyplnění údajů o databázi



Obrázek č. 24 Dokončení instalace PrestaShop

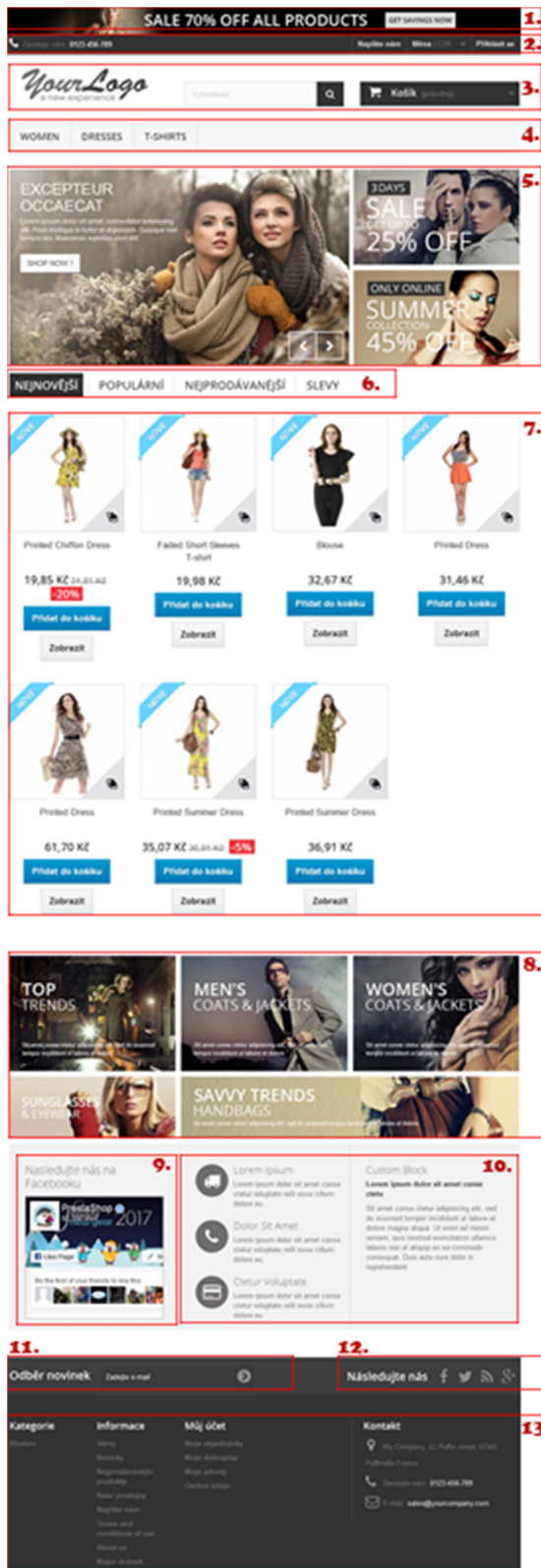
Jak je již z obrázku výše zřejmé, instalace PrestaShop proběhla v pořádku. Ještě než se přihlásíme do administrace e-shopu, je nutné smazat podle bezpečnostních pokynů z FTP složku s názvem „install“.

Dále je potřeba přejmenovat adresář admin, ve kterém se nachází přístup do administrátorského rozhraní obchodu. Na FTP serveru tedy přejmenujeme tuto složku například na *admin9050*. Tento název si ale musíte zapamatovat, podle toho pak bude URL adresa do administrátorského rozhraní vypadat (např.

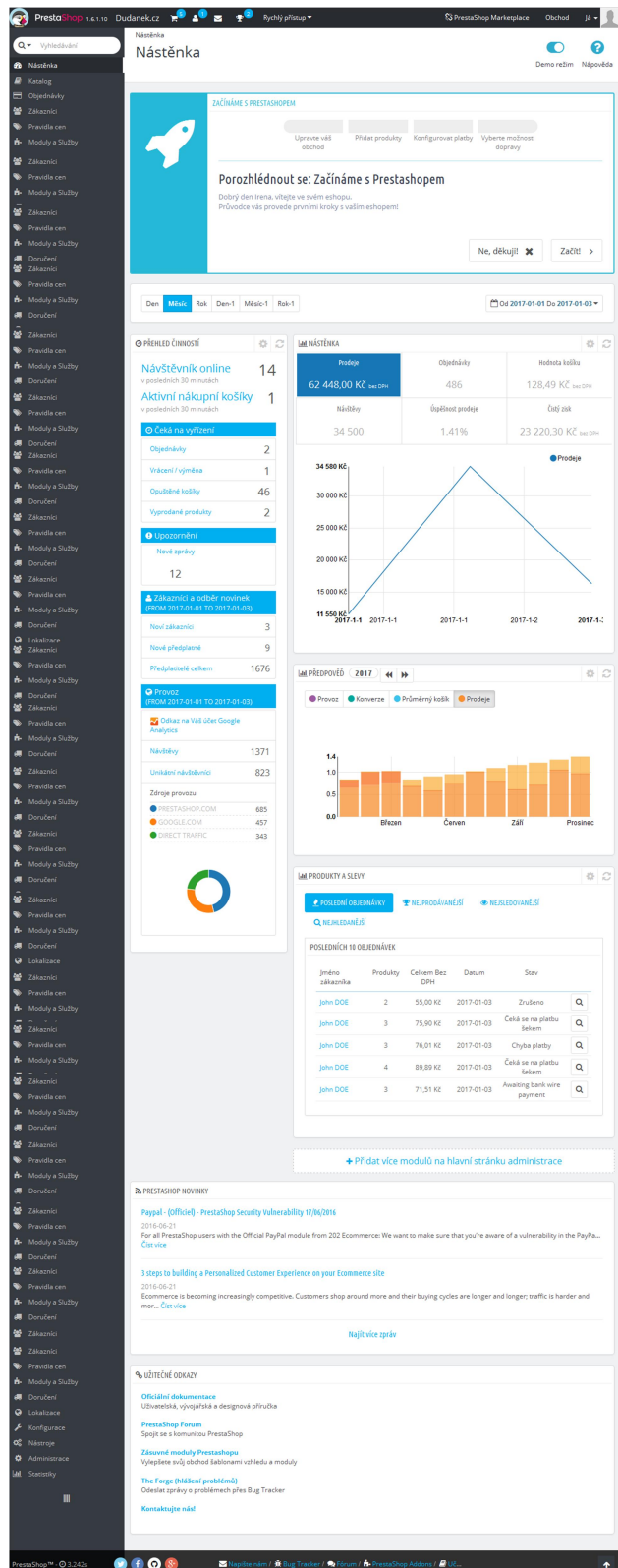
<http://nazevasidomeny.cz/admin9050>). Na této adrese se nyní bude možné přihlásit jako administrátor či běžný uživatel.

5.3. PŘEDSTAVENÍ PRESTASHOP

Když bychom si nyní otevřeli internetový odkaz *dudanek.cz*, zobrazila by se nám úvodní obrazovka e-shopu, kterou by viděli zákazníci (viz. Obrázek níže na levé straně). Po otevření administrace, která se nachází na adrese <http://jmenovasidomeny.cz/admin9050> se nám zobrazí administrace e-shopu, která je určena pro správce e-shopu (viz. Obrázek níže na pravé straně).



Obrázek č. 25 Úvodní stránka e-shopu PrestaShop



Obrázek č. 26 Administrace e-shopu PrestaShop

5.3.1. PŘEDSTAVENÍ ÚVODNÍ STRÁNKY

V defaultním nastavení je úvodní stránka rozvržena do několika částí:

- **Blok Banner** [blockbanner] (1.) – v záhlaví stránky e-shopu může být úzký proužek, který bude informovat o nějaké akci na e-shopu, dopravě zdarma apod. (tento pruh je možné zakázat).
- **Pruh informační** (2.) – zobrazuje se zde telefonní kontakt na e-shop; odkaz na kontaktní formulář, kde je možné napsat svůj dotaz zákaznickému centru e-shopu; měna, ve které se zobrazují ceny, a dále odkaz na přihlášení uživatele, pokud je již zaregistrován.
- **Pruh loga společnosti, vyhledávací lišta a košík** (3.) – zobrazí se počet produktů v košíku a po najetí na košík se zobrazí vložené zboží do košíku).
- **Panel kategorií – Horní hlavní nabídka** [blocktopmenu] (4.) – zde jsou umístěny kategorie produktů a služeb, které se vytvářejí v administračním rozhraní. Po najetí na název kategorie se zobrazí jejich podkategorie.
- **Posuvník s obrázky pro hlavní stránku** [homeslider] a **Konfigurator šablony** [themeconfigurator] (5.) – zde jsou bannery, které informují o akci na e-shopu, dopravě zdarma či o výprodeji.
- **Filtr zobrazení produktů** (6.) – zobrazení produktů v rámci zvoleného filtru (Nejnovější, Populární, Nejprodávanější)
- **Doporučené produkty na úvodní stránce** [homefeatured] (7.) – produkty mohou být zobrazené náhodně, nebo je můžeme nadefinovat. Zobrazují se produkty z kategorií doporučené, populární, nejprodávanější a slevy.
- **Další bannery – Konfigurator šablony** [themeconfigurator] (8.) – mohou zde být umístěné různé slevové akce na zboží či služby nebo upoutávky na kategorie produktů.
- **Blok Facebook like** [blockfacebook] (9.) - (zobrazuje se facebookový profil e-shopu a počet lidí, kterým se tento e-shop líbí).
- **Vlastní CMS informační blok** [blockcmsinfo] (10.) – blok může zobrazovat důležité informace pro zákazníky nebo informace o dopravě a platbě. Záleží jen na prodejci, jaké informace bude v tomto bloku zákazníkům poskytovat.

- **Blok Odběr novinek** [blocknewsletter] (11.) – slouží k rozesílání newsletterů zákazníkům. Po zadání e-mailové adresy zákazníka, mu přijde e-mail s potvrzení odběru novinek e-shopu.
- **Blok Sociální sítě** [blocksocial] a [socialsharing] (12.) – pokud má e-shop různé profily na Facebook, Twitter, Google+ či blog, je možné tyto internetové odkazy sem umístit.
- **Zápatí** (13.)
 - **Kategorie – Blok kategorií** [blockcategories] – zobrazuje seznam kategorií.
 - **Informace** – zobrazuje CMS stránky e-shopu např. slevy, novinky, nejprodávanější produkty, napište nám, obchodní podmínky, doprava a platba, mapa stránek.
 - **Můj účet – Blok s informacemi o účtu** [My Account block on footer] – zobrazuje informace přihlášeného uživatele např. moje objednávky, moje dobropisy, moje adresy, osobní údaje, odhlásit.
 - **Kontakt – Blok kontaktní informace** [blockcontactinfos] – zobrazují se informace o e-shopu např. název společnosti, adresa, telefonní číslo a e-mail.

5.3.2. PŘEDSTAVENÍ ADMINISTRACE OBCHODU

The screenshot shows the PrestaShop administration dashboard. On the left is a dark sidebar menu with options like 'Nástěnka', 'Katalog', 'Objednávky', 'Zákazníci', 'Pravidla cen', 'Moduly a Služby', 'Doručení', 'Lokalizace', 'Konfigurace', 'Nástroje', 'Administrace', and 'Statistiky'. The main area is titled 'Nástěnka' and includes a search bar, a date range selector (set to 'Měsíc' from '2017-04-01' to '2017-04-23'), and a table of statistics. A red box labeled '2.' highlights the sidebar, and another red box labeled '3.' highlights the main content area.

LHM NÁSTĚNKA					
Prodeje	Objednávky	Hodnota košíka	Návěšty	Úspěšnost prodeje	Čistý zisk
0,00 Kč <small>bez DPH</small>	0	0,00 Kč <small>bez DPH</small>	4	0%	0,00 Kč <small>bez DPH</small>

On the right side of the dashboard, there is a 'PRESTASHOP NOVINKY' section with a warning about a security vulnerability: 'Paypal - (Official) - PrestaShop Security Vulnerability 17/06/2016' dated 2016-06-21. A red box labeled '3.' is also present in the bottom right corner of the dashboard area.

Obrázek č. 27 Administrace obchodu

Administrace (ovládací panel) se skládá z následujících částí:

- **Záhlaví (1.)**, ve kterém nalezneme:
 - **název e-shopu** – zobrazí se název, který jste zadali při instalaci PrestaShop;
 - **ikony košíku, uživatele, zprávy a poháru** – které upozorňují na novou objednávku, nového zákazníka, nové zprávy a vývoj webu;
 - **„Rychlý přístup“** díky němuž může uživatel rychle přejít z jakékoli nabídky či podnabídky např. do vytvoření nové kategorie, produktu a podobně;
 - **„Připojit se k účtu PrestaShop Marketplace“**, po registraci v PrestaShop Addons propojíte svůj obchod s tímto účtem a automaticky můžete importovat všechna zakoupená rozšíření;
 - **„Můj obchod“** – po klepnutí na tuto ikonku se otevře nový panel s úvodní stránkou Vašeho obchodu;
 - **„Režim údržby“** – zobrazuje se stav, ve kterém se právě nachází obchod, ze začátku ještě než se obchod spustí, bude tento stav v režimu údržby;
 - **„Uživatel“** – zobrazuje jméno přihlášeného uživatele, po klepnutí na tuto ikonku se zobrazí nabídka „Moje nastavení“ (zde se dají upravit základní informace o uživateli a je možné i změnit heslo ke svému účtu) a „Odhlásit“ (tímto proběhne odhlášení uživatele z administrace obchodu).
- **Nabídkové karty (2.)**, které jsou umístěny v panelu po levé straně
 - **Katalog** – nabízí vše, co je potřebné pro správu produktů a s nimi spojenými možnostmi. Vytvoření produktu a jeho zařazení do kategorie, založení atributů a vlastností produktů, další údaje o produktu, jako jsou založení výrobce či dodavatele a další přílohy k produktu, jako je návod či technická specifikace.
 - **Objednávky** – správa objednávek, faktur, vrácení zboží, dodacích listů, dobropisů, možnost změny stavů objednávek a vratek, zprávy k objednávkám.
 - **Zákazníci** – je zde možné prohlížet a editovat zákazníky, vytvářet jejich skupiny, zobrazit si nákupní košíky (košíky zákazníků, které byly opuštěny či košíky, z kterých byla objednávka dokončena), vyřizovat zákaznický servis (kde se budou zobrazovat zprávy od uživatelů, na které je možné odpovídat), nastavení kontaktů na různá oddělení (zákaznické oddělení,

technické oddělení), možnost změny oslovení zákazníků (v základním nastavení oslovení je Pan a Paní).

- **Pravidla cen** – zde je možné nastavit pravidla pro košík a katalog, kdy zákazník může obdržet slevu, např. když objednávka přesáhne částku 500 Kč nebo si zákazník objedná více kusů produktů, nebo se nastaví akce, která bude trvat v určitém období, a zákazník v tomto období může nakupovat se slevou, kterou mu nastavíme (buď procentuální, nebo formou snížené částky).
- **Moduly a Služby** – je to katalog modulů a služeb, které už máme nainstalované nebo si je teprve můžeme vybrat k instalaci. Pozici modulů, které se nám budou defaultně zobrazovat v určité části stránky, můžeme upravit jen u nainstalovaných modulů.
- **Doručení** – tato karta spravuje všechny námi vytvořené dopravce, máme možnost u každého dopravce nastavit hmotnost a cenu za zásilku, manipulační poplatky a nastavení dopravy zdarma nad určitou částku.
- **Lokalizace** – zde se nastavuje výchozí jazyk e-shopu, výchozí měna, časové pásmo či lokální jednotky, výše DPH a je možné díky podnabídce Překlady upravit jednotlivé překlady textů na e-shopu.
- **Konfigurace**
 - **Hlavní:** nastavení způsobu a typu zaokrouhlování; nastavení zobrazení panelů nejprodávanější, dodavatele a výrobce; je možné povolit i multistore a čím se obchod zabývá (jakým sortimentem, například Pro děti, Potraviny, Květiny, a další).
 - **Objednávky:** zvolení typu objednacího procesu (standardních 5 kroků nebo zobrazení objednacího procesu na jedné stránce); je možné povolit nakupování bez registrace či zakázat opětovné objednání; můžeme požadovat minimální cenu objednávky, kterou zákazník učiní; dále je možné rozhodnout, zda zobrazíme smluvní podmínky služby v objednávce a případně jaká stránka z CMS bude sloužit pro obchodní podmínky.
 - **Produkty:** nastavení produktů obecně či různého stránkování (kolik produktů bude na stránce, jak se budou řadit, jestli vzestupně či sestupně); jestli budeme zobrazovat dostupné množství na

produktové stránce zákazníkovi či jestli budeme chtít pokročilé řízení zásob.

- **Zákazníci:** jaké položky v registraci budou povinné, jestli bude možné zobrazit uložený košík po přihlášení či odeslat e-mail po registraci. Zda je možné povolit dobrovolné přihlášení či registraci k odběru novinek.
- **Šablony:** defaultní šablona je již v PrestaShop k dispozici, je možné si tuto šablonu upravit dle svých potřeb nebo si nějakou stáhnout z Internetu, či si zakoupit již vytvořenou šablonu (pozor jen dávejte na verzi šablony pro PrestaShop, verzí je totiž několik).
- **SEO a URLs:** karta, která nastavuje adresy URL, SEO a generování souboru robots.txt (každý robot, který přijde prohlédnout váš obchod, se nejdříve podívá do tohoto souboru, zda nemá zakázáný vstup. Je možné nastavit, aby vyhledávače na e-shop nechodily nebo aby chodily jenom některé.).
- **CMS:** je to systém pro správu obsahu webových stránek. Je zde možnost vytvoření stránek jako Obchodní podmínky, Platba a Doprava, Právní ustanovení či stránka Kontakt.
- **Obrázky:** v této kartě se nastavuje velikost či formát jednotlivých obrázků, které se vkládají na e-shop.
- **Kontakty na prodejny:** na této kartě se nastavují kontaktní informace e-shopu, kde se nachází adresa, telefonický kontakt či e-mail, a je možné vytvořit seznam kontaktů na několik prodejen.
- **Vyhledávání:** zadávají se zde výrazy, které zákazníci zadávají do vyhledávání špatně, například zákazník chce vyhledat slovo baterka, ale omylem napíše batrka, normálně by se mu slovo vůbec nevyhledalo, ale jakmile tento přehmat zadáme do databáze vyhledávání, zákazníkovi se zobrazí baterka.
- **Údržba obchodu:** důležitá funkce obchodu, aktivuje či deaktivuje obchod podle toho, zda je teprve v testovací fázi nebo už je v ostrém provozu. Pokud bude obchod deaktivován, znamená to, že se zákazníkovi vůbec stránky e-shopu nezobrazí. Je možné nastavit IP pro údržbu, většinou to bývají zaměstnanci e-shopu, kteří se o něj starají.

- **Geolokace:** můžeme povolit přístup na náš e-shop jen určitým zemím a je také možné ručně zakázat IP adresy (např. IP Google botů).
- **Nástroje** – tuto kartu spravují jen administrátoři a není dobré do této karty povolit přístup neoprávněným zaměstnancům.
 - **Informace o konfiguraci:** zobrazí se informace o konfiguraci serveru a databáze, seznam změněných souborů či různé chyby v nastavení.
 - **Výkon:** nastavení Smarty, režimu ladění, CCC (kombinace, komprese a cache), šifrování, cachování a další volitelné funkce. Tyto funkce upravuje jen administrátor při testování, ne však při běžném provozu e-shopu.
 - **E-maily:** nastavují se zde e-maily například pro zákaznické centrum či technické oddělení.
 - **Import:** importovat je možné kategorie, produkty, kombinace, zákazníky, adresy, výrobce a dodavatele. Každý CSV soubor pro každou entitu by měl mít určitou strukturu. Více informací jak importovat CSV, se dozvíte na této kartě „Import“ v administrativním rozhraní.
 - **Záloha DB:** můžeme zálohovat databázi přes tuto administraci, ale spíše se doporučuje zálohovat databázi přímo z MySQL serveru a zvlášť také zálohovat webové stránky.
 - **SQL manažer:** je správce SQL dotazů. Je možné si vytvořit například dotaz, který nám bude aktivovat produkty, které se právě naskladnili a jsou volné k prodeji.
 - **Logy:** zobrazí nám informace o tom, kdy se jaký zaměstnanec do administrace přihlásil.
- **Administrace**
 - **Konfigurace:** možnost nastavení automatických aktualizací modulů, limitů pro nahrávání souboru nebo různých upozornění na nové objednávky, zákazníky a zprávy.
 - **Rychlý přístup:** tato karta se zobrazuje v záhlaví administrace a je možné si sem vložit zástupce funkce či služby, kterou uživatel nejvíce využívá, nemusí se tak proklikávat jednotlivými kartami.

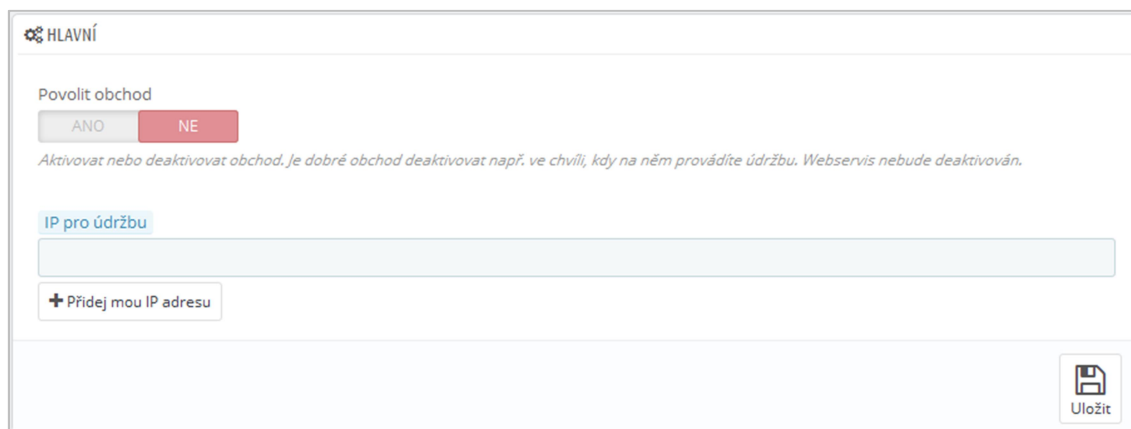
- **Zaměstnanci:** zde se vytvářejí uživatelské profily do administračního rozhraní. Každému uživateli se přidělí profil práv, kam všude bude mít přístup a co může upravovat (profily práv můžeme vytvářet v podnabídce Profily, viz karta níže).
 - **Profily:** profil práv slouží k vytváření profilů skupin uživatelů, jejich detailní nastavení lze naklikat až na kartě Oprávnění přístupu.
 - **Oprávnění přístupu:** na této kartě je možné detailní nastavení oprávnění skupin uživatelů (jejich profilů), aby se zamezilo nechtěnému editování a smazání nastavení nebo souborů.
 - **Menus:** upravení zobrazení nabídky karet, které se nacházejí v administračním rozhraní na levé straně.
- **Statistiky**
 - **Statistiky:** detailní statistiky o produktech, objednávkách, dostupného množství, o návštěvnících, o přihlášených zákaznících a spoustu dalších statistik. Jednotlivé statistiky se dají deaktivovat v katalogu modulů a služeb.
 - **Vyhledávače:** seznam vyhledávacích serverů (vyhledávačů), je možná editace a přidávání dalších vyhledávačů (na kterých zákazníci vyhledali produkty či služby).
 - **Odkud přišli:** zde se zobrazují informace o návštěvnících e-shopu.
 - **Nástěnka (3.)** – zobrazí se statistiky ve zvoleném období (je možné zvolit období: den, měsíc, rok). Například kolik návštěvníků je online, kolik je aktivních nákupních košíků, kolik návštěvníků obchod navštívilo, jaká je hodnota košíku, jaké jsou prodeje či čistý zisk, jaké jsou nejprodávanější produkty, nakonec je možné si přidat další modul na hlavní stránku administrace.

5.4. NASTAVENÍ PRESTASHOP

5.4.1. ÚDRŽBA OBCHODU

Jak je vidět, zatím jsou v e-shopu nahrána testovací data a e-shop je spuštěn v demo režimu. Hned ze začátku je nutné v menu Konfigurace → Údržba obchodu → deaktivovat obchod, aby náhodou zákazníci nezačali nakupovat naše zatím virtuální (demo) produkty.

Následně je ještě nutné klepnout na tlačítko „Přidat mou IP adresu“, nebude tak e-shop dostupný pro zákazníky, ale jen pro administrátora e-shopu.



Obrázek č. 28 Deaktivování zobrazování e-shopu

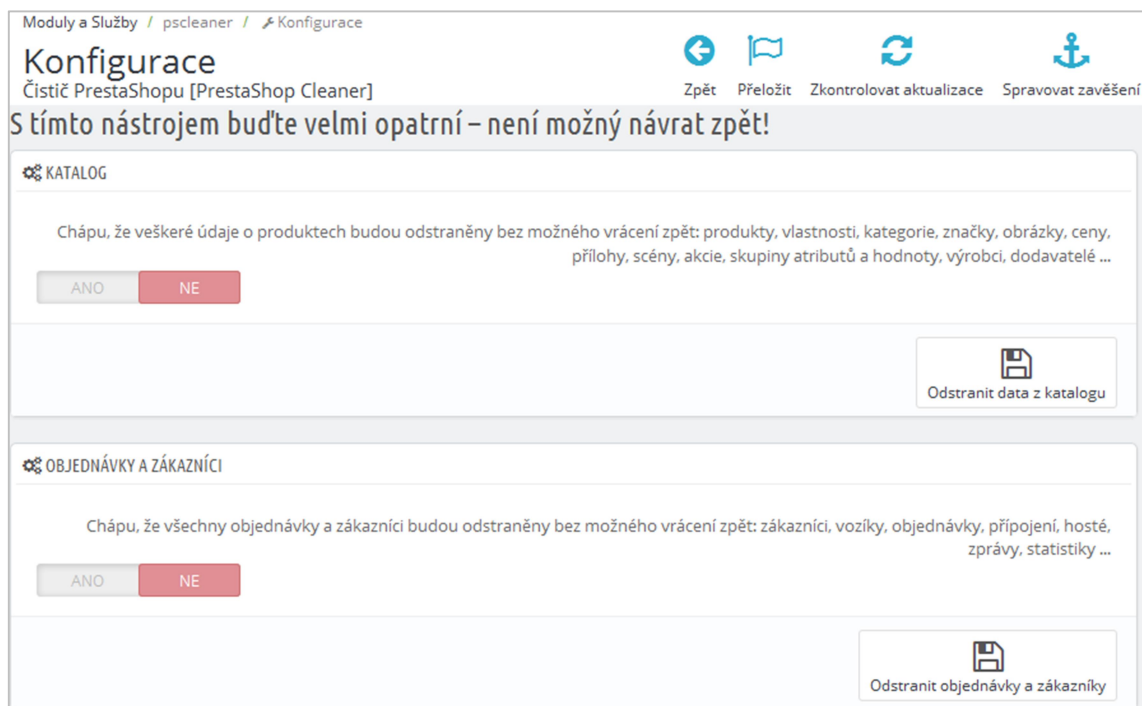
5.4.2. SMAZÁNÍ TESTOVACÍCH DAT

V záložce Nástěnka klepneme na *Demo režim*, abychom již nezobrazovali testovací informace. Důležité je také smazat testovací objednávky, produkty, kategorie a zákazníky, to uděláme jednoduchou instalací modulu přes nabídku Moduly a Služby → Čistič PrestaShop [PrestaShop Cleaner].



Obrázek č. 29 Konfigurace: Čistič PrestaShopu

Po instalaci čističe klepneme na tlačítko *Konfigurace*, z nabízených variant zvolíme *odstranit data z katalogu* a následně klikneme *Odstranit objednávky a zákazníky*.

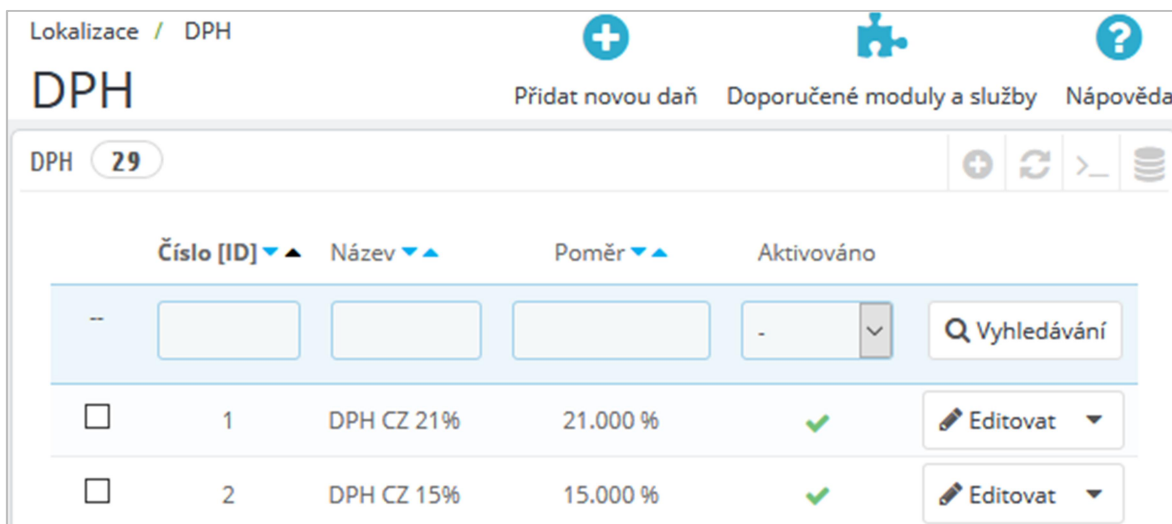


Obrázek č. 30 Odstranění testovacích dat z databáze

5.4.3. NASTAVENÍ ZÁKLADNÍ FUNKCÍ

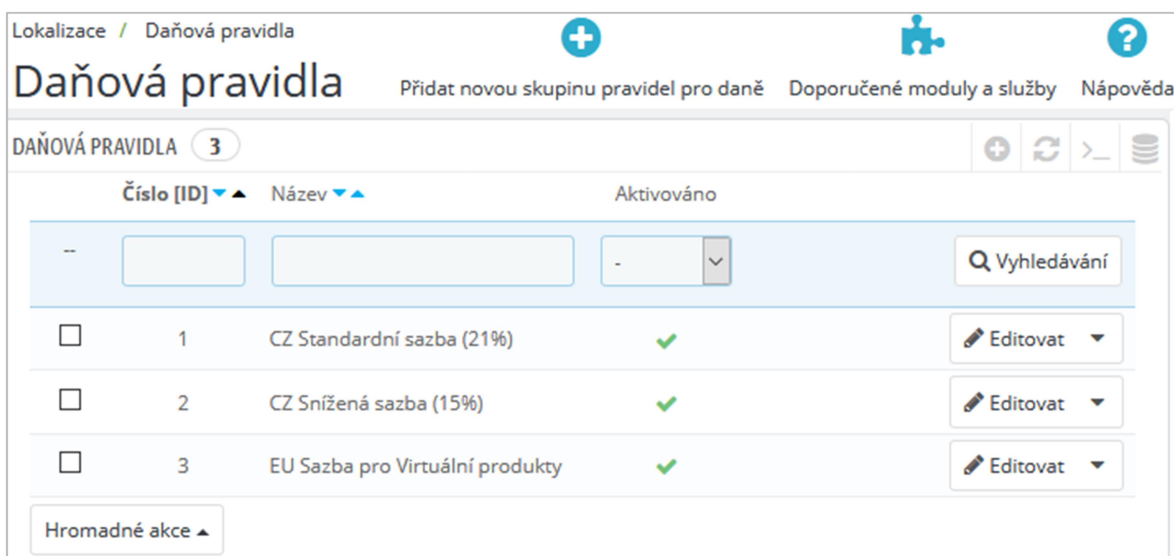
Nastavení základních funkcí je relevantní pro praktický příklad.

- **Sazby DPH** na kartě Lokalizace → záložka DPH. Sazbu DPH je možné povolit či zakázat, záleží na tom, zda jste plátcí DPH nebo ne.



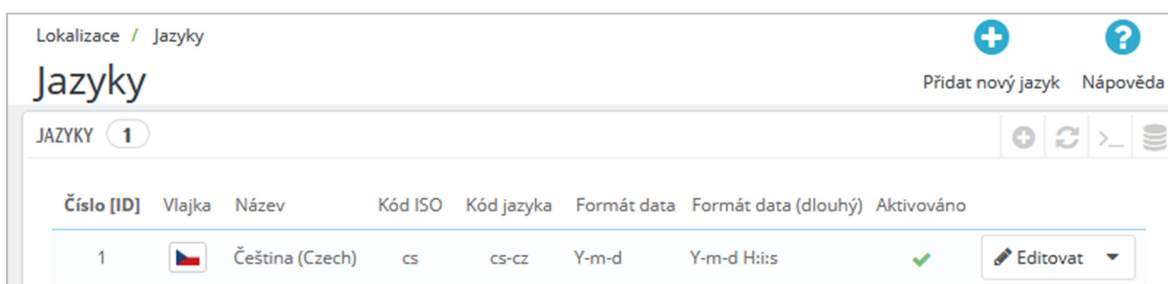
Obrázek č. 31 Nastavení sazby DPH

- Dále se Daňová pravidla nastavují na kartě Lokalizace → záložce Daňová pravidla.



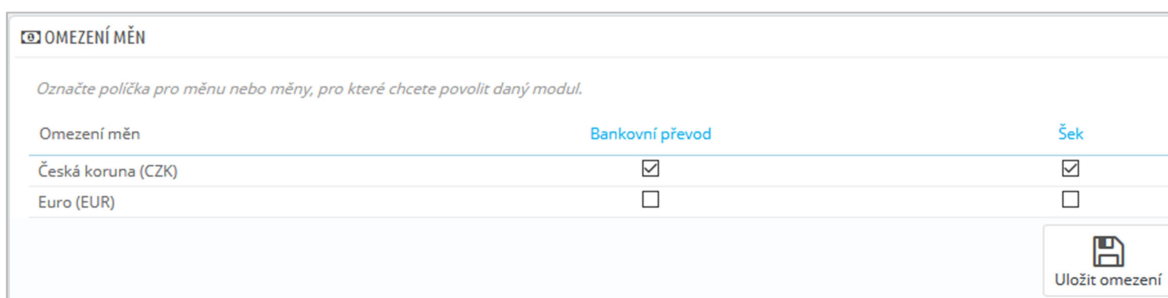
Obrázek č. 32 Nastavení daňových pravidel

- **Zvolení jazykové mutace** na záložce Lokalizace → karta Jazyky.



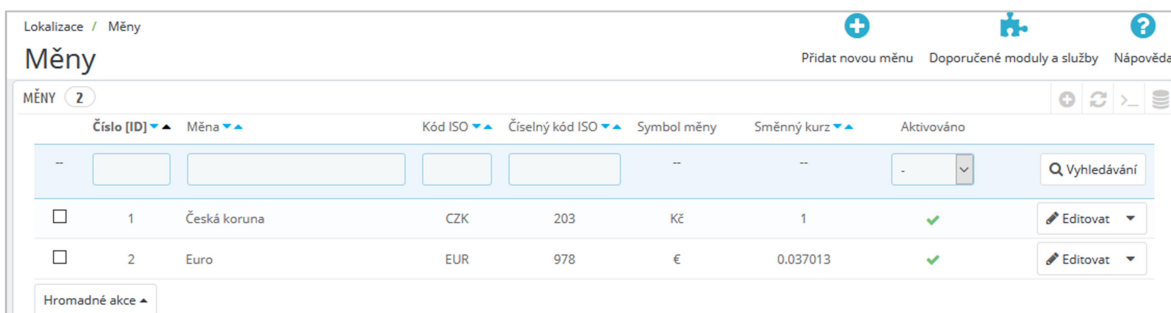
Obrázek č. 33 Nastavení jazykové mutace

- **Nastavení měny** na kartě Moduly a Služby → záložka Platba.



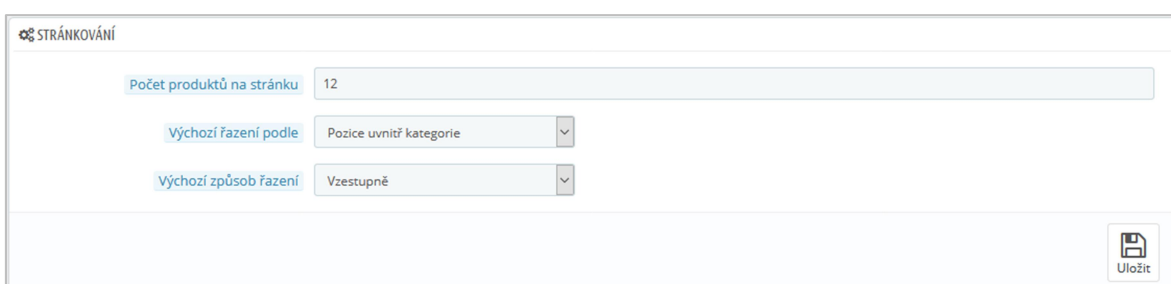
Obrázek č. 34 Zvolení měny e-shopu

- Pokud bychom chtěli přidat další měnu: Lokalizace → Měny.



Obrázek č. 35 Nastavení a přidání měny

- **Počet produktů na stránce.** Konfigurace → Produkty



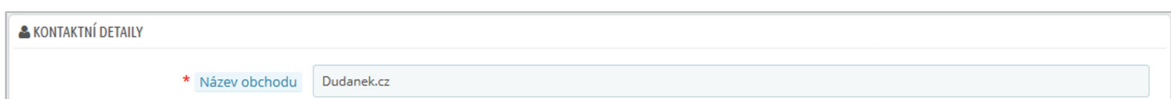
Obrázek č. 36 Nastavení stránkování produktů

- **Logo e-shopu.** Konfigurace → Šablony → Logo e-shopu



Obrázek č. 37 Nastavení loga e-shopu

- **Název e-shopu.** Konfigurace → Kontakty na prodejny → Kontaktní detaily → Název obchodu



Obrázek č. 38 Nastavení názvu e-shopu

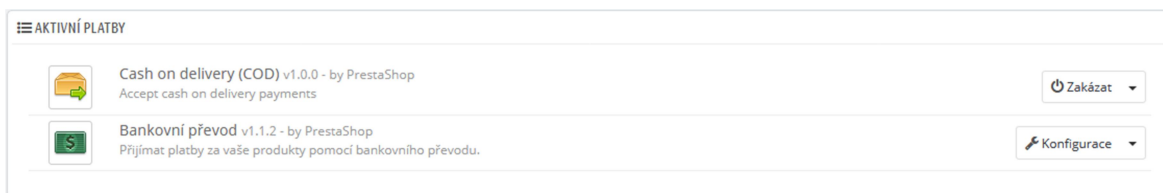
- **Kontaktní údaje společnosti provozující e-shop.** Konfigurace → Kontakty na prodejny → Kontaktní detaily

Obrázek č. 39 Nastavení kontaktních údajů společnosti

- **Údaje o bankovním účtu.** Číslo bankovní účtu, název banky, IBAN, SWIFT. Moduly a Služby → Platba → Bankovní převod → Konfigurace

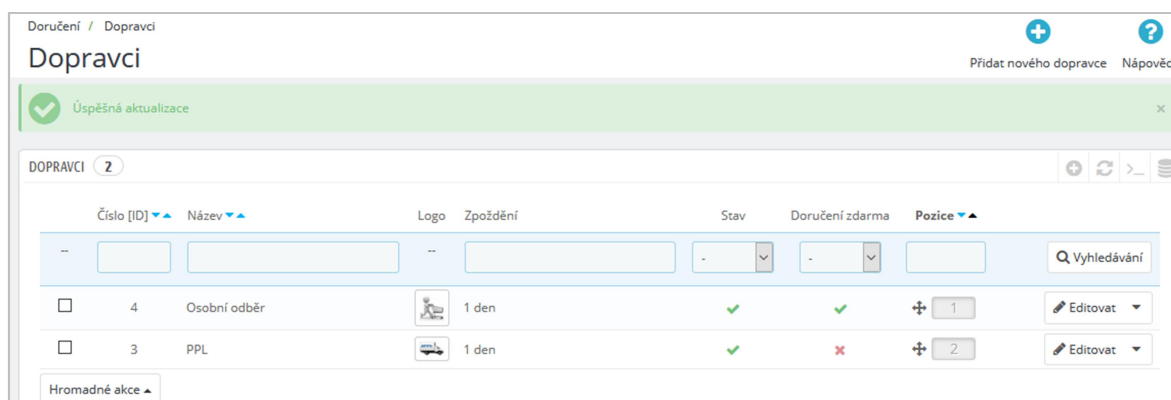
Obrázek č. 40 Zadání údajů o bankovním účtu

- **Nastavení platebních metod a způsobu dopravy.** E-shopy zpravidla zákazníkům nabízejí více možností dopravy a platby, a jakmile zákazník přesáhne určité výše objednávky, může mít i dopravu zdarma, pokud e-shop tuto variantu nabízí.
 - **Platební metody** se nastaví na kartě Moduly a Služby → záložka Platba. Zde je možné aktivovat platební metody, které bude e-shop využívat.



Obrázek č. 41 Nastavení platebních metod

- **Způsob dopravy** nalezneme na kartě Doručení → záložka Dopravci. Nyní už je možné přidat možnosti dopravy, např. osobní odběr na prodejně, přeprava PPL, přeprava DPD, přeprava Českou poštou, služba Zásilkovna¹⁰ a spoustu dalších možností. V detailním nastavení dopravce se zadává název přepravce, doba přepravy, rychlostní stupeň přepravy, logo přepravní společnosti, URL pro sledování zásilky, cena přepravy. Na záložce Konfigurace se dá nastavit manipulační poplatek, poštovné zdarma od určité výše objednávky, atd.



Obrázek č. 42 Nastavení dopravce

- **Slevové poukazy.** Mohou se použít např. když zákazník při registraci zadá datum svého svátku či narozenin, e-shop mu může v ten den zaslat slevový voucher na nákup, nebo se kupóny používají při reklamních kampaních. Zadává se hodnota vouchery, buď v procentech, nebo v Kč; doba splatnosti; minimální výše nákupu; jestli je možné voucher využít vícekrát; atd.
 - Pravidla cen → Pravidla pro košík

¹⁰ Zásilkovna je síť výdejních míst, kde si zákazník svou objednávku může vyzvednout.

PRAVIDLA KOŠÍKU

INFORMACE | **PODMÍNKY** | AKCE

* Název

Popis

Kód Generovat

Upozornění! Pokud ponecháte toto pole prázdné, bude pravidlo automaticky použito pro zvýhodnění zákazníků.

Zvýraznění

Částečné použití

Priorita

Stav

Obrázek č. 43 Vytvoření slevového poukazu – 1. krok

PRAVIDLA KOŠÍKU

INFORMACE | **PODMÍNKY** | AKCE

Omezit na jednoho zákazníka

Platné Od Do

Minimální částka CZK

Celkem k dispozici

Celkem k dispozici pro každého uživatele

Omezení Výběr dopravce
 Volba skupiny zákazníků
 Výběr produktu

Obrázek č. 44 Vytvoření slevového poukazu – 2. krok

PRAVIDLA KOŠÍKU

INFORMACE | **PODMÍNKY** | **AKCE**

Doručení zdarma!

Použít slevu Procenta (%)
 Částka
 Žádné

Zaslat dárek zdarma

Obrázek č. 45 Vytvoření slevového poukazu – 3. krok

- **Funkce pro podporu SEO** (nastavení title, URL stránky kategorie či produktu, nastavení ALTu u obrázků na e-shopu, úpravy meta popisku stránky neboli description a další).

- Katalog → Produkty → Editovat (editace SEO u konkrétního produktu) → SEO → zadání: Meta titulek, Meta popis, Přátelské URL

Obrázek č. 46 Nastavení SEO u konkrétního produktu

- SEO a URLs se dále nastavuje: Konfigurace → SEO a URLs

Číslo [ID]	Stránka	Název stránky	Přátelské URL	
1	pagenotfound	404 error	page-not-found	Editovat
2	best-sales	Nejprodávanejší	Nejprodavanejsi	Editovat
3	contact	Napište nám	napiste-nam	Editovat

Obrázek č. 47 Nastavení SEO a URLs

5.4.4. DOPORUČENÁ AKTIVACE ZÁKLADNÍCH MODULŮ A SLUŽEB

Základní instalace PrestaShop obsahuje velký výběr Modulů a Služeb, ale ne všechny jsou nainstalované a také ne všechny budou pro chod e-shopu potřebné. Je nutné moduly postupně prozkoumat a rozhodnout se, které moduly se využijí a budou pro e-shop prospěšné. Seznam *Modulů a služeb* nalezneme v administračním rozhraní.

V tabulce níže jsou popsány moduly, které je vhodné použít.

Název modulu	krátký název	K čemu modul slouží
Blok horní hlavní nabídka	bloktopmenu	Zobrazení volitelných kategorií produktů, v horním pruhu hlavní nabídky. Můžeme si vybrat zobrazení jen některých kategorií.

Posuvník s obrázky pro hlavní stránku	homeslider	Nastavení obrázků, které se střídají v horní části úvodní strany e-shopu. Na tomto místě mohou být aktuální akce e-shopu, grafické zobrazení slevových kódů nebo bannery s odkazem na kategorie apod.
Doporučené produkty na hlavní stránce	homefeatured	Produkty, které se budou zobrazovat na hlavní stránce. V detailu každého produktu v administraci je záložka Asociace. Pokud zde zařadíte produkt do hlavní kategorie <i>Domů</i> , objeví se na hlavní stránce e-shopu.
Blok výrobců	blockmanufacturer	Pokud chcete zákazníkům umožnit zobrazit produkty dle výrobců, tento modul si aktivujte.
Vlastní CMS informační blok	blockcmsinfo	Blok CMS se zobrazuje nad patičkou, vlastní obsah informačních stránek se zadává v administraci: Moduly a Služby → Vlastní CMS informační blok. Můžete zde zákazníky informovat o slevových akcích, dopravě zdarma či různých aktivitách e-shopu.
Blok Banner	blockbanner	Pruh reklamy. Většinou tento banner informuje o dopravě zdarma.
Blok Sociální sítě	blocksocial	Blok následujte nás. Pokud má e-shop různé profily na Facebook, Twitter, Google+ či blog, je možné tyto internetové odkazy sem umístit.
Blok kontaktní informace	blockcontactinfos	Sloupec v patičce, zobrazuje kontaktní informace o e-shopu např. název společnosti, adresu, telefon a e-mail.
Blok Kontakt	blockcontact	Blok „Zavolejte nám“ (zobrazí se telefonní číslo na zákaznickou linku e-shopu) a "Napište nám“ (odkaz na formulář, kde zákazník může napsat svůj dotaz či požadavek) se zobrazuje v informačním pruhu.
Blok prodejny	blockstore	Náhled a kontakt na prodejny. Pokud vlastníte i kamennou prodejnu, zde uveďte případný kontakt a obrázek. Modul se aktivuje v <i>Moduly a Služby</i> , ale obsah se neupravuje u modulu, ale v záložce <i>Konfigurace - Kontakty na prodejny</i> .
Blok Filtrování zboží dle parametrů	blocklayered	Filtry se zobrazují v seznamu zboží v dané kategorii, aktivují se pro jednotlivé kategorie a nemusí se aktivovat (používat) všechny.
Blok Odběr novinek	blocknewsletter	Slouží k rozesílání newsletterů zákazníkům. Po zadání e-mailové adresy zákazníka, mu přijde e-mail s potvrzením odběru novinek e-shopu.

Konfigurátor šablony	themeconfigurator	Nastavuje hlavní prvky šablony, např. zobrazení sociálních sítí, kontaktních informací e-shopu, sdílení po sociálních sítích, blok Facebook, vlastní CMS informační blok, okno rychlého náhledu banner apod.
Plánovač (Cron tasks manager)	cronjobs	Spravuje automatické úlohy, které budou spuštěny v určitém čase, v určitý den a budou volat definovanou URL PrestaShopu, např. pro spuštění aktualizací nebo automatických úloh.
Čistič PrestaShopu	pscleaner	Odstraňuje demo data (nahraná pro testování) z administrace, kontroluje a opravuje funkční omezení integrity.

Tabulka č. 2 Základní moduly PrestaShop

5.4.5. DOPORUČENÁ INSTALACE DOPLŇKOVÝCH MODULŮ

- **Platba kartou.** Obliba placení kartou roste především mezi mladými lidmi a ve většině e-shopů je tato funkce již k dispozici. Pokud se rozhodnete na svůj e-shop zakoupit modul pro platbu kartou, pak už jen záleží, jaký modul vám bude vyhovovat a splňovat vaše požadavky. Více informací o platbě kartou naleznete v Kapitole 2.2.3.5. *Průvodce nákupem produktu*, v podzáložce *Platební metody*.
- **XML feed pro srovnávače.** Aby bylo možné zobrazovat produkty ve srovnávacích produktů např. Heureka.cz a Zbozi.cz, je nutné se nejprve zaregistrovat. Po registraci a následném přihlášení nastavíte základní informace o e-shopu a zadáte adresu XML feedu se zbožím. Pro vygenerování je zapotřebí nainstalovat doplňkový modul *XML feed pro srovnávače zboží*. Po jeho instalaci vytvoříte na FTP složku, do které se bude vygenerovaný soubor ukládat, a cestu k tomuto souboru zadáte v administraci srovnávačů. Srovnávač si naimportuje produkty s jejich informacemi, a zobrazí ve vyhledávání.

Je to modul pro export zboží do srovnávačů Heureka a Zboží. Umí detailní nastavení dostupnosti, možnost přesného zařazení do kategorií, podporuje multishop, umožňuje exportovat libovolné množství produktů, exportuje i dopravce a optimalizuje tagy PRODUCT a PRODUCTNAME.

- **Modul EET (elektronická evidence tržeb).** Tento modul spolehlivě eviduje tržby a dle zákona č.112/2016 Sb. o evidenci tržeb zasílá datové zprávy pro finanční správu ČR. Provoz modulu je plně automatický a pracuje se skutečně přijatými částkami např. platba v hotovosti či přes platební brány. Pokud zákazník zaplatí bankovním převodem, bude částka zúčtována a zaslána přes EET až tehdy, kdy ji obchodník uvidí na svém bankovním účtu. Požadované údaje o tržbě jsou vytištěny na faktuře nebo zaslány e-mailem zákazníkovi.

5.5. IMPORTOVÁNÍ DAT OD DODAVATELŮ

Propojení e-shopu s informacemi od dodavatelů spočívá v získání informací o produktech v elektronické podobě. Díky XML feedu je možné získat informace o produktech, např. název, popis, cena, skladová dostupnost a fotografie. Dodavatelé se snaží co nejvíce aktualizovat svou skladovou zásobu a aktuální nabídku produktů. Umožňují odběratelům buď online stav jejich databáze, nebo alespoň její denní aktualizaci. Je doporučeno provádět častou synchronizaci XML feedu, budete mít nejaktuálnější informace o nabízeném zboží od dodavatele.

```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<SHOP>
  <SHOPITEM>
    <PRODUCT>7-dílné ložní povlečení 90/120 cm</PRODUCT>
    <ID_PRODUCT>10705</ID_PRODUCT>
    <KOD>NB007-7-120-be-ovecka+drz</KOD>
    <SORTIMENT>Kojenecké Dětský nábytek| Dětské povlečení| Povlečení 7-dílné </SORTIMENT>
    <SKLADEM>Ne</SKLADEM>
    <SKLADOVOST>0</SKLADOVOST>
    <DOD>NONE</DOD>
    <VYROBCE>NEW BABY</VYROBCE>
    <BARVA>Běžová</BARVA>
    <VELIKOST> </VELIKOST>
    <DESCRIPTION>Dětská souprava do postýlky 7-dílná. Obsahuje povlečení+výplň na polštářek
40x60 cm + povlečení+výplň na peřinku 90x120 cm a mantinel, nebesa se šifónem, držák na nebesa.
Materiál 100% bavlna, výplně antialergické vlákno.
Tyto výrobky jsou bezpečné, protože:- přírodní bavlna nezpůsobuje odřeniny a podráždění, jelikož
neobsahuje formaldehydy a další prvky, které kojencům škodí - neztrácí barvu a nezabarvuje oblečení -
nabízené vzory jsou příjemné na pohled a mají uklidňující barvy - zipy používané u povlečení jsou tzv.
"bezpečné zipy" bez volné visící koncovky, kterou by mohlo dítě utrhout a spolknout - nejsou použity
žádné knoflíky ani žádné další plastové nebo ocelové části, které mohou být pro Vaše dítě nebezpečné -
materiál, který je používán pro výplně polštářů a příkrývek, je 100% protialergický, což znamená, že se v
jeho vláknech nešíří žádné mikroorganismy ani plíseň</DESCRIPTION>
    <IMGURL_NO_WATER>http://kojenecke-obleceni.eu/images_zbozi
/big/10705_1.jpg</IMGURL_NO_WATER>
    <CENA_DOPORUCENA>1511</CENA_DOPORUCENA>
    <CENA_DOPORUCENA_EUR>57.56</CENA_DOPORUCENA_EUR>
    <CENA_S_DPH>1159 /DPH 21</CENA_S_DPH>
    <CENA_BEZ_DPH>957.85</CENA_BEZ_DPH>
    <CENA_BEZ_DPH_EU>36.49</CENA_BEZ_DPH_EU>
    <CENA_S_DPH_EU>44.15</CENA_S_DPH_EU>
  </SHOPITEM>

```

Obrázek č. 48 Ukázka XML feedu jednoho produktu od dodavatele

Vzhledem k velikému množství odběratelů od jednotlivých dodavatelů, je nejlepším rozhodnutím na e-shopu vystavovat produkty, které mají větší skladovou dostupnost, nejméně však 2 kusy. Předějete situaci, kdy se může zboží od dodavatele vyprodat dříve, než tuto informaci aktualizujete svým zákazníkům na e-shop.

Import produktů, jejich cen, popisu či parametrů od dodavatelů můžeme provádět ručně nebo je možné si na takový proces pořídit automatický systém.

5.5.1. RUČNÍ IMPORT POMOCÍ SOUBORU XML

Pokud budete ručně importovat údaje o produktech od dodavatele, musíte si nejprve získaný soubor upravit podle možností a potřeb e-shopu. Ne každá informace o produktu, získaná od dodavatele, bude pro zákazníka relevantní. Zákazník určitě nepotřebuje vědět,

v jaké kategorii se produkt zobrazuje u dodavatele a určitě mu není vhodné zobrazovat cenu, za kterou jej od dodavatele nakupujete.

Pro ruční import je důležité zkontrolovat několik bodů:

- Spárovat dodavatelské kategorie s těmi na e-shopu.
- Zkontrolovat správné zobrazení názvu, cen a dostupnosti u produktů.
- Popis u produktu by měl být pozměněn z důvodu znevýhodňování stejných obsahů ze strany vyhledávačů a měl by být co nejoriginálnější.
- Nastavení procentuálního navýšení cen, které se budou zobrazovat na e-shopu (získání ceny velkoobchodní a doporučené).
- Zkontrolování importovaných obrázků.
- Otestování funkčnosti, zda se všechny informace o produktech zobrazují správně.

Po ručním upravení XML feedu od dodavatele je možné využít funkci v PrestaShop *Import* a postupovat dle pokynů, které se zobrazí v průvodci importu. V prvním kroku vybereme typ entity, který chceme importovat, v tomto případě to bude typ Produkty a vybereme upravený (dle námi požadovaných parametrů) dodavatelský soubor.

IMPORTOVAT

? Informace o importu CSV si můžete přečíst na adrese <http://doc.prestashop.com/display/PS16/CSV+Import+Parameters>
Přečtěte si více o formátu CSV na http://en.wikipedia.org/wiki/Comma-separated_values

Jaký typ entity byste chtěli importovat?

!

- Berte na vědomí, že import kategorií nepodporuje dvě (nebo více) kategorií se stejným názvem.
- Upozornění: Můžete mít několik produktů se stejným kódem.

20170421225028-product_2015-09-04_103717.csv

Jazyk souboru:

Je soubor v kódování 'ISO-8859-1'?

Oddělovač polí:
např. 1; Blouse; 129.90; 5

Oddělovač vícenásobných hodnot:
např. Blouse; red.jpg, blue.jpg, green.jpg; 129.90

Odstranit vše produkty před importem

Použít kód zboží jako klíč

Přeskočit přegenerování náhledů

Vynutit všechna ID čísla

DOSTUPNÁ POLE

?

- Číslo [ID]
- Aktivní (0/1)
- Název
- Kategorie (a,b,c,...)
- Cena bez DPH nebo Cena s DPH
- Číslo daňového pravidla
- Velkoobchodní cena
- Výprodej (0/1)
- Sleva v hodnotě
- Sleva v procentech
- Sleva od (RRRR-MM-DD)
- Sleva do (RRRR-MM-DD)
- Kód č.
- Kód dodavatele č.
- Dodavatel
- Výrobce
- EAN13
- UPC
- Ekologická daň
- Šířka
- Výška
- Hloubka
- Hmotnost
- Počet
- Minimální množství
- Viditelnost
- Příplatek k dopravě
- Jednotka pro jednotkovou cenu
- Jedn. cena
- Krátký popis
- Popis
- Tagy (a,b,c,...)
- Meta titulek
- Meta klíčová slova
- Meta popis
- Přepisování URL
- Text, když je na skladě
- Text, když je povolen externí sklad
- K dispozici pro objednávku (0 = Ne, 1 = Ano)
- Datum dostupnosti produktu
- Datum vytvoření produktu
- Zobrazit cenu (0 = Ne, 1 = Ano)
- URL obrázků (a,b,c,...)
- Odstranit stávající obrázky (0 = Ne, 1 = Ano)
- Funkce (Jméno:Hodnota:Poziče:Upravitelné)
- K dispozici pouze online (0 = Ne, 1 = Ano)
- Podmínka
- Upravitelné (0 = Ne, 1 = Ano)
- Soubory k nahrazení (0 = Ne, 1 = Ano)
- Textová pole (0 = Ne, 1 = Ano)
- Akce, když není skladem
- Číslo / název obchodu **i**
- Pokročilé řízení zásob **i**
- Závisí na skladu **i**
- Sklad **i**

*Povinné pole

Obrázek č. 49 Import produktů od dodavatele – 1. krok

V dalším kroku se zobrazí část upraveného souboru a je důležité správně namapovat každý sloupec souboru k cílovým sloupcům e-shopu.

ZOBRAZIT VÁŠE DATA

Prosím namapujte každý sloupec vašeho CSV souboru k cílovým sloupcům.

Uložit konfiguraci mapování dat

Řádky na přeskočení Toto číslo udává, kolik z prvních řádků souboru CSV by měly být přeskočeno při importu dat. Například nastavte 1, hodnotu, obsahuje-li první řádek souboru záhlaví.

Číslo [ID]	URL obrázků (a,b,c,...)	Název	Kód č.	Kategorie (a,b,c,...)	Velkoobchodní cena
Číslo [ID]	Obrázek	Název	Kód	Kategorie	Základní cena
2362	http://dudaneek.cz/img/p/3/4/8/6/3486.jpg	Maska zvířátko, 2 ks v sáčku	ra021600	Zábava	53.000000
2363	http://dudaneek.cz/img/p/3/2/9/9/3299.jpg	Dětský batůžek - Sovička modrá Baby Ono	86916401	Zábava	407.000000
2364	http://dudaneek.cz/img/p/0.jpg	Houpací koník se zvuky Fliček Tm. hnědý	38900100	Zábava	1182.000000
2365	http://dudaneek.cz/img/p/3/0/3/5/3035.jpg	Houpací koník se zvuky Strakáč Sv. hnědý	38900200	Zábava	1182.000000
2366	http://dudaneek.cz/img/p/3/3/6/4/3364.jpg	Houpací koník se zvuky Tm. hnědý	38900500	Zábava	1182.000000
2367	http://dudaneek.cz/img/p/3/2/7/0/3270.jpg	Houpačka 2v1 Milly Mally - Sweet Dreams - blue	36901401	Zábava	2749.000000
2368	http://dudaneek.cz/img/p/2/9/5/4/2954.jpg	Houpačka 2v1 Milly Mally - Sweet Dreams - Medvídek	36901501	Zábava	2749.000000
2369	http://dudaneek.cz/img/p/3/2/5/0/3250.jpg	Houpačka barevná, dřevěná	ra001010	Zábava	498.000000
2370	http://dudaneek.cz/img/p/0.jpg	Houpačka UNI, dřevěná	ra001011	Zábava	435.000000

Obrázek č. 50 Import produktů od dodavatele – 2. krok

Po zkontrolování správně namapovaných sloupců je možné potvrdit tlačítko *Import dat ze souboru .CSV*. V tuto chvíli bude probíhat import ze souboru do e-shopu, při vzniku nějaké nesrovnalosti se zobrazí chybová hláška s daným problémem importu.

Půjde-li vše podle plánu, dopadne import v pořádku a zobrazí se hlášení o úspěšném dokončení načtení dat. Poté je vhodné zkontrolovat nově importované produkty, zda se všechny informace nahrály správně.

5.5.2. AUTOMATICKÝ IMPORT

Provádí se na základě zakoupeného modulu do PrestaShop. Před zakoupením modulu pro import si nezapomeňte zkontrolovat verzi e-shopu PrestaShop, předejdete případným komplikacím s výměnou za jinou verzi.

Tato varianta je o dost snazší a přehlednější než ruční import dat. Modulů, které tuto funkci nabízí, je několik:

- Import dat od neznámých dodavatelů. Např. *XML Import produktů od dodavatelů – Dropshipping PrestaShop*. Tento modul slouží k získání dat od jednoho konkrétního dodavatele, poskytovatel si nejdříve zažádá o poskytnutí XML feedu dodavatele, který následně prozkoumá, teprve poté upraví podle vámi požadovaných parametrů a nastaví jeho specifické napojení na e-shop. U této varianty se předpokládá delší testování funkčnosti napojení na dodavatele, zda vše funguje správně.
- Import dat od známých dodavatelů. Např. *Import dropshipping modul XML/CSV/API (na míru)*. Tento modul již zná několik desítek dodavatelů (výpis dodavatelů je u modulu zobrazen) a po jeho zakoupení poskytovatel upraví modul podle vašich potřeb. Tato varianta již umí s danými dodavateli komunikovat, většinou funguje bez problému a testování funkčnosti je zde minimální.

6 TESTOVÁNÍ FUNKČNOSTI INTERNETOVÉHO OBCHODU

Před oficiálním spuštěním e-shopu je důležité zkontrolovat jeho správné zobrazování a funkčnost podpůrných funkcí. Uvádím zde seznam na otestování různých funkcí, který se bude lišit v závislosti na funkcích e-shopu.

6.1. TESTOVÁNÍ Z POHLEDU RŮZNÝCH UŽIVATELŮ

6.1.1. TESTOVÁNÍ Z POHLEDU SPRÁVCE

- Produkty
 - Zobrazují se správně všechny produkty. Jsou aktivní či z nějakého důvodu jsou deaktivovány.
 - Jsou produkty ve správných kategoriích.
 - Produkty mají správný popis, parametry a atributy.
 - Je u produktů správně nastavená velkoobchodní a maloobchodní cena.
 - Zobrazuje se správná skladová dostupnost na produktových kartách.
 - Správné označení produktů (akce, sleva, výprodej).
 - Funguje hromadné nastavení slev a akcí.
 - Lze importovat nové produkty do administrace.
 - Lze vytvářet, upravovat a mazat produkty v administraci.
 - Jakmile se produkt vyprodá, přestane se automaticky zobrazovat na e-shopu.
 - Deaktivované produkty (nejsou-li skladem, nově vytvořené ještě neupravené produktové karty) se nezobrazují na e-shopu.
 - Kategorie dávají smysl a jsou ve správné stromové struktuře.
- Objednávka
 - Vytvoří-li zákazník objednávku, propíše se do systému.
 - Jsou funkční slevové kódy v objednávce.
- Administrace
 - Napojení na dodavatelský XML feed a zkontrolování jeho správného importu do skladových zásob e-shopu.

- Napojení do účetního systému či zkontrolování správného generování faktur přímo v administraci e-shopu.
- Povolení indexace stránek v souboru robots.txt a vytvoření sitemap.xml.
- Funkčnost XML feedu, zda se produkty správně importují do srovnávačů Heureka.cz a Zbozi.cz.
- Zkontrolování PPC kampaní, zda odkazují na správně stanovené webové stránky.
- Fungují správně statistiky, negenerují se nesmysly.
- Administrace je zabezpečená proti nečekaným návštěvníkům.
- SEO
 - Stránky mají správné titulky, hlavní nadpisy, meta descriptions.
 - Zkontrolování duplicit URL odkazů.
 - Správné odkazy na články, diskuse.
 - Názvy souborů, obrázků, videí, PDF jsou smysluplné.
 - Je vyřešeno správné zobrazení stránek s chybou 404.
- Ostatní
 - Zobrazení správných kontaktních údajů e-shopu.
 - Fungují odkazy ke sdílení na sociální síť.
 - Jsou funkční odkazy k hodnocení na Heureka.cz.
 - Je e-shop chráněn před útokem robotů, spammeru a scraperu.
 - Existuje záloha v předstartovní fázi a zálohuje se web každý den korektně.
 - Je vyřešený SSL certifikát. [36]

6.1.2. TESTOVÁNÍ Z POHLEDU ZÁKAZNÍKA

- E-shop
 - Maximalizace rychlosti načítání stránek e-shopu. Ze statistik vyplývá, že běžný návštěvník je ochoten čekat zhruba dvě sekundy na načtení stránky.
 - Zkontrolování funkčnosti a rychlost vyhledávání v interním fulltextu, zda funguje našeptávač a zobrazují se správně hledané výrazy v relativně krátkém čase.
 - Správné zobrazování e-shopu napříč prohlížeči a zařízeními. Internetových prohlížečů je několik a uživatel může prohlížet e-shop např. přes notebook, mobil či tablet.

- Lze se do e-shopu zaregistrovat a funguje přihlášení uživatele.
- Produkty
 - Produkty se zobrazují správně dle zvolených filtrů.
 - Není u produktů nesmyslná cena, popis či parametr.
 - Jsou produkty správně zařazeny do kategorií.
 - Jsou u produktů zobrazeny správné obrázky. Je u každého produktu obrázek.
- Objednávka
 - Uchování zboží v košíku. Když zákazník vloží zboží do košíku a chce si objednávku ještě přes den promyslet, tak aby zboží v košíku zůstalo až do večera. Tím se však nemyslí rezervování určitého kusu zboží pro zákazníka, který ještě neučinil závaznou objednávku.
 - Lze vkládat zboží do košíku.
 - Proces (zadání zákaznických údajů, registrace, testování všech platebních a přepravních metod) a odeslání objednávky je funkční.
 - Odešle se mail zákazníkovi se souhrnem objednávky po dokončení objednávky na e-shopu.
 - Otestování platebních a dopravních metod a procesu potvrzení objednávky.
- Ostatní
 - Funkčnost XML feedu u porovnávačů zboží. Zda se správně zobrazují produkty a jejich částky za zboží a za dopravu v porovnávačích. [34]

Můžete něco zapomenout zkontrolovat nebo chybně nastavit, ale důležité je hned po zjištění chyby reagovat a napravit ji. I když zákazník chybu odhalí, může se na e-shop ještě vrátit, ale pokud zjistí další chybu, e-shop pro něj ztratí důvěryhodnost a již se nevrátí.

6.2. UKÁZKA OTESTOVÁNÍ PROCESU OBJEDNÁVKY

Při načtení e-shopu *www.dudanek.cz*, zobrazí se úvodní stránka internetového obchodu s dětským sortimentem viz Obrázek níže.

Zavolejte nám: +420 720 564 366 Napište nám [Přihlásit se](#)

Dudánek.cz Košík (prázdný)

[KOJENECKÉ OBLEČENÍ](#) [KOJENECKÉ POTŘEBY](#) [HRAČKY](#) [PRO MAMINKY](#)





DOPRAVA ZDARMA od 599,-

Naše zákaznická linka je Vám k dispozici od pondělí do pátku od 10:00 do 13:00 hod

+420 720 564 366



NEJNOVĚJŠÍ | **POPULÁRNÍ**

NOVÉ



Akuku Kojenecká láhev se širokým hrdlem...

65,00 Kč


NOVÉ



Tega Dětský protiskuzový nočník MEDVÍDEK...

126,00 Kč

NOVÉ



Polodupačky MĚĎA A KRÁLÍČEK BÍLO-RŮŽOVÉ

99,00 Kč

NOVÉ



Kojenecké body dlouhých rukávů SOVIČKA RŮŽOVÉ

139,00 Kč

baby mix



Linteo Baby



Dečky MINKY Baby



Dopravné zdarma
Nakupte nad 599 Kč a dopravné máte zdarma

Potřebujete poradit ?
Jsme tu pro Vás na info@dudanek.cz

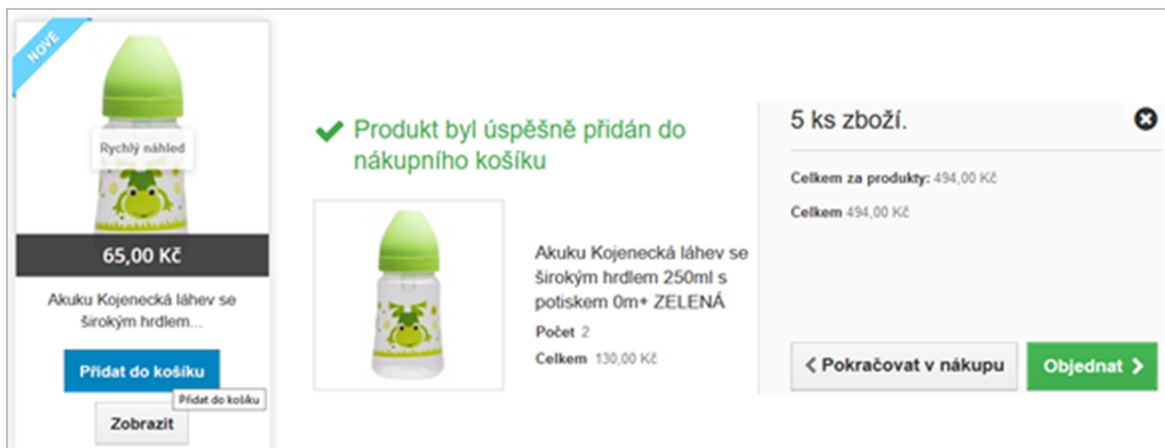
Bankovní převod x Online platební kartou
Bez starostí a hotovostí a pohodlně z domova.

Odběr novinek Následujte nás

<p>Kategorie</p> <ul style="list-style-type: none"> Kojenecké oblečení Kojenecké potřeby Hračky Pro maminky 	<p>Informace</p> <ul style="list-style-type: none"> Slevy Novinky Nejprodávanější produkty Napište nám Obchodní podmínky Doprava a platba Mapa stránek 	<p>Můj účet</p> <ul style="list-style-type: none"> Moje objednávky Moje dobropisy Moje adresy Osobní údaje 	<p>Kontakt</p> <p> Zavolejte nám: +420 720 564 366 (Po-Pá: 10-13hod)</p> <p> E-mail: info@dudanek.cz</p>
--	--	---	--

Obrázek č. 51 Úvodní stránka e-shopu Dudanek.cz

Myší najedeme na některý z produktů, zobrazí se nám *Rychlý náhled* konkrétního zboží, klikneme na tlačítko *Přidat do košíku* a následně vybereme *Objednat* a toto tlačítko nás přesměruje do *Obsahu nákupního košíku*.



Obrázek č. 52 Rychlý náhled produktu

V obsahu nákupního košíku se nám zobrazí produkty, které jsme do košíku přidaly, jejich název, skladová dostupnost, jednotlivé ceny, množství a cena celkem. Po zkontrolování těchto údajů můžeme kliknout na tlačítko *Objednat*.

OBSAH NÁKUPNÍHO KOŠÍKU						Váš nákupní košík obsahuje: 5 ks			
01. Shrnutí		02. Přihlásit se		03. Adresa		04. Doručení		05. Platba	
x	Popis	Dostupnost	Jedn. cena	Množství		Celkem			
	Tega Dětský protiskluzový nočník MEDVÍDEK KARAMELOVÝ Kód : TG440832/KAR	Skladem	126,00 Kč	1		126,00 Kč			
	Polodupačky MĚĎA A KRÁLÍČEK BÍLO-RŮŽOVÉ Kód : PM0155/56/RU	Skladem	99,00 Kč	1		99,00 Kč			
	Kojenecké body dlouhý rukáv SOVIČKA RŮŽOVÉ Kód : PM0133/86/RU	Skladem	139,00 Kč	1		139,00 Kč			
	Akuku Kojenecká láhev se širokým hrdlem 250ml s potiskem 0m+ ZELENÁ Kód : A0319/ZE	Skladem	65,00 Kč	2		130,00 Kč			
						Celkem za zboží (vč. DPH)		494,00 Kč	
						CELKEM		494,00 Kč	

[← Pokračovat v nákupu](#)
[Objednat >](#)

Obrázek č. 53 Obsah nákupního košíku


Pokud již bude zákazník na e-shopu zaregistrován, může se rovnou *Přihlásit*, pokud ne, tak se může *Zaregistrovat* nebo vyplnit *Rychlou objednávku* kde vyplní své doručovací údaje, ale do e-shopu se tímto vyplněním automaticky nezaregistruje.

01. Shrnutí → **02. Přihlásit se** → 03. Adresa → 04. Doručení → 05. Platba

REGISTROVAT

Zadejte svou e-mailovou adresu pro vytvoření nového účtu.

E-mailová adresa


 **Registrovat**

UŽ JSTE ZAREGISTROVÁNÍ?

E-mailová adresa

Heslo

[Zapomněli jste své heslo?](#)

 **Přihlásit se**

RYCHLÁ OBJEDNÁVKA

**Povinný údaj*

E-mailová adresa *

Oslovení Pan Paní

Jméno *

Příjmení *

Datum narození

Přihlásit se k odběru novinek
 Přijímat speciální nabídky od našich partnerů

DODACÍ ADRESA

Společnost

Adresa *

PSČ *

Město / Obec *

Země *

Mobil *

Pro fakturaci použijte jinou adresu

**Povinný údaj*

Objednat >

Obrázek č. 54 Možnost výběru Přihlášení zákazníka

Po registraci a následném přihlášení se dostáváme ke třetímu kroku procesu v nákupním košíku a to k zadání adrese zákazníka. Při registraci je nutné adresu vyplnit, ale pokud budete chtít doručit balíček na jinou adresu, v tomto kroku ji můžete změnit.







Obrázek č. 55 Výběr adresy zákazníka (kam se balíček se zbožím doručí)

V dalším kroku objednávky zvolíme *Dopravce*, kterým chceme balíček doručit. U tohoto příkladu zvolíme možnost *Osobní odběr* (zboží si budeme chtít vyzvednout osobně). Nezapomeňte odsouhlasit obchodní podmínky a můžeme pokračovat na další krok.

Obrázek č. 56 Zvolení dopravce

V další kroku se nám zobrazí souhrn objednávky a možnost výběru platební metody. Zkontrolujte, zda jsou načteny všechny produkty, které jste vložili do košíku a zda souhlasí

i cena. Jestli vše souhlasí, můžeme zvolit konkrétní platbu a budeme přeměrování na shrnutí objednávky.

01. Shrnutí		02. Přihlásit se		03. Adresa		04. Doručení		05. Platba	
x	Popis	Dostupnost	Jedn. cena	Množství	Celkem				
	Tega Dětský protiskluzový nočník MEDVÍDEK KARAMELOVÝ Kód : TG440832/KAR	Skladem	126,00 Kč	1	126,00 Kč				
	Polodupačky MĚDA A KRÁLÍČEK BÍLO-RŮŽOVÉ Kód : PM/0155/56/RU	Skladem	99,00 Kč	1	99,00 Kč				
	Kojenecké body dlouhý rukáv SOVIČKA RŮŽOVÉ Kód : PM/0133/86/RU	Skladem	139,00 Kč	1	139,00 Kč				
	Akuku Kojenecká láhev se širokým hrdlem 250ml s potiskem 0m+ ZELENÁ Kód : A0319/ZE	Skladem	65,00 Kč	2	130,00 Kč				
					Celkem za zboží (vč. DPH)		494,00 Kč		
					Celkem za doručení:		Dodání zdarma!		
					CELKEM		494,00 Kč		
 Zaplatit bankovním převodem (Proces objednávky bude trvat déle) ➤									
 Zaplatit v hotovosti / dobírkou (Zaplatíte až při převzetí vaší zásilky) ➤									
⬅ Pokračovat v nákupu									

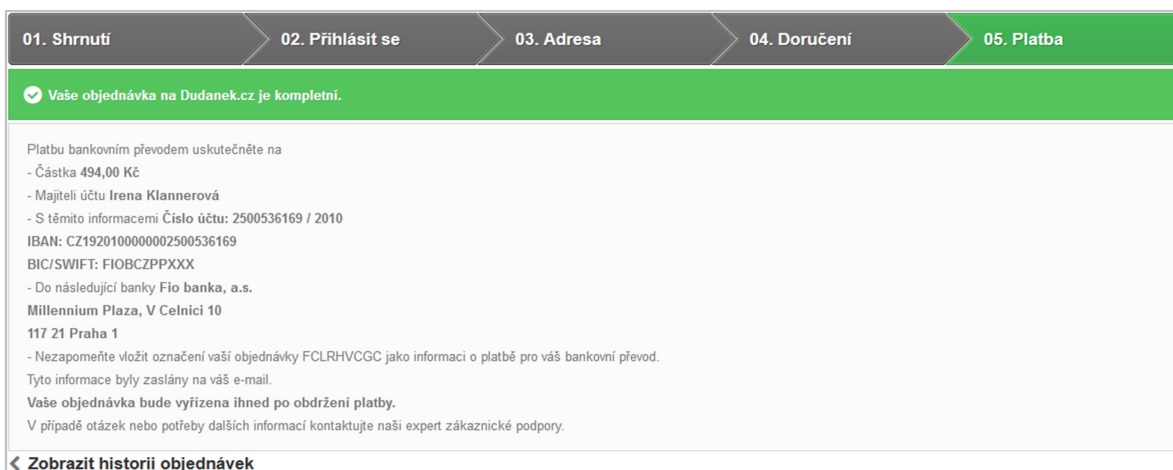
Obrázek č. 57 Souhrn objednávky a výběr platební metody

Zvolila jsem možnost *Zaplatit bankovním převodem* a nyní se zobrazí celková částka objednávky, v jaké bude měně a pro zobrazení informací o bankovním převodu, klikneme na tlačítko *Potvrdit objednávku*.

01. Shrnutí		02. Přihlásit se		03. Adresa		04. Doručení		05. Platba	
PLATBA BANKOVNÍM PŘEVODEM									
Zvolili jste platbu bankovním převodem. Zde je stručná rekapitulace Vaší objednávky:									
<ul style="list-style-type: none"> - Celková cena Vaší objednávky je 494,00 Kč (s DPH) - Při platbě bankovním převodem přijímáme následující měny: Česká koruna - Informace o bankovním spojení budou zobrazeny v dalším kroku. - Potvrďte objednávku kliknutím na tlačítko "Potvrdit objednávku". 									
⬅ Další možnosti platby								Potvrdit objednávku ➤	

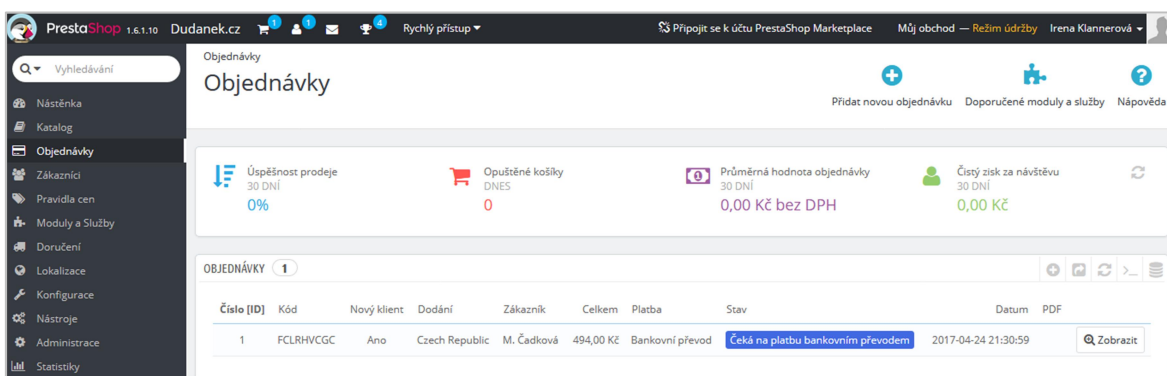
Obrázek č. 58 Potvrzení platební metody

Následuje poslední krok objednávky a tím je dokončení a odeslání objednávky do systému e-shopu. Zobrazí se i údaje o bankovním převodu, kam má zákazník uhradit částku za objednávku.



Obrázek č. 59 Dokončení a odeslání objednávky do systému e-shopu

Nyní je objednávka dokončena a odeslána do administračního systému e-shopu, zkontrolujeme, zda se opravdu do systému propsala správně. Po přihlášení do administrace se nám zobrazí oznámení o nově vytvořené objednávce a o novém zákazníkovi. V administraci zvolíme kartu *Objednávky* a zobrazí se nám naše nově vytvořená objednávka.



Obrázek č. 60 Objednávka přijata do e-shopu

Objednávku si můžeme otevřít a nechat si zobrazit její podrobnosti o objednaném zboží a zákazníkovi.

Objednávky

Objednávka č. FCLRHVCGC vytvořená Markéta Čadková

Doporučené moduly a služby [Nápověda](#)

Datum
2017-04-24

Celkem
494,00 Kč

Zprávy
0

Produkty
4

OBJEDNÁVKA FCLRHVCGC Č.1

[Tisknout objednávku](#) [Bez faktury](#) [Dodací list není k dispozici](#)

STAV 1 **DOKLADY** 0

Čeká na platbu bankovním převodem 2017-04-24 21:30:59 [Znovu odeslat E-mail](#)

Čeká na platbu bankovním převodem [AKTUALIZOVAT STAV](#)

DORUČENÍ 1 **VRÁCENÍ ZBOŽÍ** 0

Datum	Dopravce	Hmotnost	Cena přepravy	Sledovací číslo zásilky
2017-04-24 21:30:59	Osobní odběr	0,000 kg	0,00 Kč	Editovat

[Zabalit do recyklovaného obalu](#) [Zabalit jako dárek](#)

ZÁKAZNÍK PANÍ MARKÉTA ČADKOVÁ Č.1

[Zobrazit podrobnosti...](#)

E-mail
maki_k@centrum.cz

Účet byl zaregistrován
2017-04-24 20:51:41

Úspěšné objednávky
0

Celkem zaplaceno od registrace
0,00 Kč [Uložit](#)

DORUČOVACÍ ADRESA **FAKTURAČNÍ ADRESA**

Moje adresa - Dlouhá 152 26301 Dobříš, Cze [Změnit](#)

Markéta Čadková [Editovat](#)
Dlouhá 152
26301 Dobříš
Czech Republic
721429737

PLATBA 0

Datum Způsob platby Číslo transakce Částka Faktura

Nejsou dostupné žádné způsoby platby

2017-04-24 [Změnit měnu](#) Euro - € [Změnit](#)

Nezapomeňte aktualizovat váš směnný kurz před provedením této změny.

ZPRÁVY 0

Vyberte standardní zprávu [Konfigurovat přednastavené zprávy](#)

Zobrazit zákazníkům? ANO NE

Zpráva

[Zobrazit všechny zprávy](#) [ODESLAT ZPRÁVU](#)

PRODUKTY 4

x		Jedn. cena bez DPH.	Jedn. cena Včetně DPH.	Množství	Dostupné množství	Celkem Včetně DPH.	
	Tega Dětský protiskluzový nočník MEDVÍDEK KARAMELOVÝ Kód zboží TG440832/KAR	126,00 Kč	126,00 Kč	1	9	126,00 Kč	Editovat
	Polodupačky MĚĎA A KRÁLÍČEK BÍLO-RŮŽOVÉ Kód zboží PM/0155/56/RU	99,00 Kč	99,00 Kč	1	9	99,00 Kč	Editovat
	Kojenecké body dlouhý rukáv SOVIČKA RŮŽOVÉ Kód zboží PM/0133/86/RU	139,00 Kč	139,00 Kč	1	9	139,00 Kč	Editovat
	Akuku Kojenecká láhev se širokým hrdlem 250ml s potiskem 0m+ ZELENÁ Kód zboží A0319/ZE	65,00 Kč	65,00 Kč	2	8	130,00 Kč	Editovat

[Přidat produkt](#) [Přidat novou slevu](#)


! Pro tuto skupinu zákazníků jsou ceny zobrazeny jako: Včetně DPH.
Možnost vrácení zboží je deaktivována

Produkty	494,00 Kč
Doručení	0,00 Kč
Celkem	494,00 Kč

Obrázek č. 61 Zobrazení objednávky v administraci

Pokud se objednané zboží propadlo správně do systému i s kontaktními informacemi o zákazníkovi, je vše správně nastaveno a objednávka se do systému založila správně. Proces objednávky funguje správně a můžeme otestovat další možnosti procesu, např. zvolení jiného druhu dopravce nebo platební metody.

Nyní ještě zkontrolujeme, zda zákazníkovi přišel potvrzovací e-mail o přijaté objednávce.


DOBŘÍ DEN MARKÉTA ČADKOVÁ,
DĚKUJEME VÁM ZA NÁKUP V E-SHOPU DUDANEK.CZ!

DETAILY OBJEDNÁVKY
Objednávka: FCLRHVCGC Vytvořená 2017-04-24 21:31:00
Platba: Bankovní převod

Kód	Produkt	Jedn. cena	Počet	Celková cena
			Produkty	494,00 Kč
			Sleva	0,00 Kč
			Dárkové balení	0,00 Kč
			Doručení	0,00 Kč
			Celkem DPH	0,00 Kč
			Celkem zapláceno	494,00 Kč

DORUČENÍ
Dopravce: Osobní odběr
Platba: Bankovní převod

DODACÍ ADRESA
Markéta Čadková
Dlouhá 152
26301 Dobříš
Czech Republic
721429737

FAKTURAČNÍ ADRESA
Markéta Čadková
Dlouhá 152
26301 Dobříš
Czech Republic
721429737

Objednávku a doklad ke stažení naleznete na našich stránkách v sekci "[Historie objednávek](#)", kterou naleznete po přihlášení do Vašeho účtu kliknutím na "[Můj účet](#)".

Pokud máte účet návštěvníka, můžete sledovat své objednávky po kliknutí na odkaz [Sledování pro návštěvníky](#).

Obchod [Dudánek.cz](#) funguje v systému [PrestaShop™](#)

Obrázek č. 62 Potvrzovací e-mail zákazníka o přijaté objednávce

Jak je vidět, tak i potvrzovací e-mail dorazil v pořádku. Otestování procesu objednávky dopadlo v pořádku a vše funguje správně.

ZÁVĚR

Cílem této práce bylo vyhledání vhodného a finančně nenáročného aplikačního řešení pro internetový obchod pro začínajícího malého podnikatele. Základem bylo nutné analyzovat, jak má internetový obchod vypadat a jaké funkce by měl nabízet. Jak by si měl podnikatel rozvrhnout podnikatelský plán pro vytvoření e-shopu, jakým způsobem lze e-shop realizovat a jaké nástroje se využívají pro internetové podnikání. Nainstalovali jsme open source řešení, vyzkoušeli jeho funkce, doplňkové moduly, nainportovali data od dodavatelů a otestovali e-shop.

Teoretická část je zaměřena na problematiku internetového obchodování, jsou zde vysvětleny základní pojmy, historie Internetu, nástroje internetového podnikání jako je internetový marketing a e-commerce, jak vznikaly internetové obchody a jaké jsou v dnešní době jejich výhody a nevýhody. Dále se dočteme o tom, jak by měl vypadat podnikatelský plán, realizace e-shopu a jaké funkce jsou nyní požadovány ze stran provozovatele a zákazníka. Věnovala jsem se hlavně open source řešení pro internetový obchod, jak by měl vypadat administrační systém, co všechno by měl umět a aby bylo možné umístit open source e-shop na internet, je nutné pro něj vybrat hosting a také název domény.

V praktické části jsem založila hosting a doménu, a přešla rovnou k instalaci PrestaShop. Následně jsem představila, jak vypadá úvodní obrazovka a administrace obchodu. Jaké funkce je důležité nastavit a jaké moduly je potřeba doinstalovat. Popsala jsem postup importu zboží od dodavatele a otestovala funkčnosti internetového obchodu PrestaShop.

Věřím, že pro začínajícího podnikatele bude tato příručka přínosem při zavádění internetového obchodu a s ním souvisejících náležitostí.

LITERATURA A ZDROJE

- [1] KUMAR, Nirmalya. Marketing jako strategie vedoucí k úspěchu. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2439-3.
- [2] JANOUCHEK, Viktor. Internetový marketing. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2795-7.
- [3] WIKIPEDIE [online] [cit. 2017-02-11]. Dostupný z WWW: <<https://cs.wikipedia.org/wiki/>>.
- [4] IMIP [online] [cit. 2017-02-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.imip.cz/>>.
- [5] SCULLEY, Arthur B., WOODS William W. A.. B2B Internetová tržiště: revoluce obchodování mezi firmami. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0081-6:256.
- [6] Marketingové noviny [online] [cit. 2017-02-11]. Dostupný z WWW: <http://www.marketingovenoviny.cz/marketing_4391/>.
- [7] DONÁT, Jiří. eBusiness pro manažery. Praha: Grada, 2000. ISBN 80-247-9001-7:99.
- [8] SHOPTET [online] [cit.2017-02-05]. Dostupný z WWW: <<https://www.shoptet.cz/tiskove-zpravy/co-vsechno-musi-umet-dobry-e-shop/>>.
- [9] LUPA [online] [cit. 2017-02-14]. Dostupný z WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky/cesi-a-Internet-v-roce-2014-pripojeni-pres-wifi-rychle-roste-proc-asi/>>.
- [10] HLAVENKA, Jiří. Dělejte byznys na Internetu. Praha: Computer Press, 2000. ISBN 80-7226-371-4.
- [11] STUHLÍK, Petr, DVOŘÁČEK, Martin. Marketing na Internetu. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-7169-957-8.
- [12] SEDLÁK, Mirek, MIKULÁŠKOVÁ, Petra. Jak vytvořit úspěšný a výdělečný Internetový obchod. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3727-7.
- [13] GOPAY [online] [cit. 2017-03-22]. Dostupný z WWW:<<http://blog.gopay.com/platebni-metody-kttere-vylepsi-placeni-na-kazdem-e-shopu/>>.

- [14] IDNES [online] [cit. 2017-03-22]. Dostupný z WWW: <http://finance.idnes.cz/jak-platime-na-Internetu-08t-viteze.aspx?c=A140708_150923_viteze_zuk>.
- [15] ČESKÁPOŠTA [online] [cit. 2017-03-22]. Dostupný z WWW: <<https://www.ceskaposta.cz/sluzby/baliky/cr>>.
- [16] POŠTOMATY [online] [cit. 2017-03-22]. Dostupný z WWW: <<https://postomaty.cz/cz/jak-to-funguje/o-sluzbe>>.
- [17] PODNIKATELSKYWEB [online] [cit. 2017-03-27]. Dostupný z WWW: <<http://www.podnikatelskyweb.cz/zpusoby-realizace-vlastniho-e-shopu/>>.
- [18] BANAN [online] [cit. 2017-03-27]. Dostupný z WWW: <https://www.banan.cz/domeny/informace-o-domenach/co-je-to-domena_>.
- [19] PODNIKATEL [online] [cit. 2017-03-27]. Dostupný z WWW: <<http://www.podnikatel.cz/clanky/prectete-si-hlavni-vyhody-a-nevyhody-e-shopu-jak-je-vidi-jejich-provozovatele/>>.
- [20] NAVODYC4 [online] [cit. 2017-01-28]. Dostupný z WWW: <<https://navody.c4.cz/>>.
- [21] CNEWS [online] [2017-04-11]. Dostupný z WWW: <<https://www.cnews.cz/facebook-je-nezastavitelny-uz-ma-186-miliardy-aktivnich-uzivatelu/>>.
- [22] OPICINOVINY [online] [cit. 2017-04-13]. Dostupný z WWW: <<http://opicinoviny.cz/vyhody-a-nevyhody-open-source>>.
- [23] PRESTAHOST [online] [cit. 2017-01-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.prestahost.cz/napoveda/moduly.php>>.
- [24] MANAG [online] [cit. 2017-04-14]. Dostupný z WWW: <<https://managementmania.com/cs/hosting>>.
- [25] BANAN [online] [cit. 2017-04-14]. Dostupný z WWW: <https://www.banan.cz/domeny/informace-o-domenach/co-je-to-domena_>.
- [26] CASABL [online] [cit. 2017-04-14]. Dostupný z WWW: <<https://blog.casablanca.cz/jednotlive-typy-hostinguhousingu-a-pro-koho-jsou-vhodne/>>.

- [27] HOSTINGY [online] [cit. 2017-04-14]. Dostupný z WWW: <<http://www.hostingy.cz/navody-a-tipy-jake-jsou-druhy-hostingu.html>>.
- [28] STATION [online] [cit. 2017-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://faq.station.cz/aliasy/co-je-alias/>>.
- [29] EASYSHOP [online] [cit. 2017-04-15]. Dostupný z WWW: <<https://www.easy-shop.cz/co-je-to-newsletter>>.
- [30] CHANNELWORLD [online] [cit. 2017-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://channelworld.cz/redakcni-komentare/je-lepsi-mit-kamenny-nebo-internetovy-obchod-11371>>.
- [31] VCELISTE [online] [cit. 2017-04-15]. Dostupný z WWW: <<https://vceliste.cz/seo/jak-zacit-s-internetovym-marketingem-prehled-zakladnich-nastroju-a-dulezitych-informacnich-zdroju/>>.
- [32] MUJPRVNIESHOP [online] [cit. 2017-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.muajprvnieshop.cz/co-nesmim-podcenit-pri-priprave-eshopu/>>.
- [33] RADIRNA [online][cit. 2017-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.radirna.cz/penize/jak-zalozit-internetovy-obchod.html>>.
- [34] ACTIVATE [online] [cit. 2017-04-18]. Dostupný z WWW: <<https://www.activate.cz/checklist-pred-spustenim-eshopu/>>.
- [35] BUSINESSPRO [online] [cit. 2017-04-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.businesspro.cz/co-by-mel-umet-spravny-administracni-system-pro-e-shop/>>.
- [36] LUKASPITRA [online] [cit. 2017-04-21]. Dostupný z WWW: <<http://www.lukaspitra.cz/checklist-kontroly-pred-spustenim-webu/>>.
- [37] ADAPTIC [online] [cit. 2017-04-24]. Dostupný z WWW: <<http://www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/link-farma/>>.
- [38] CZECHPRODUCT [online] [cit. 2017-04-24]. Dostupný z WWW: <<http://podpora.czechproduct.cz/5557/seo-lista/>>.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1 Výsledek vyhledávače Seznam.cz a Google.cz [Zdroj: Internet]	22
Obrázek č. 2 Reklamy na Internetu [Zdroj: Internet]	23
Obrázek č. 3 Nástroje internetového marketingu [3]	28
Obrázek č. 4 Marketingový mix [11]	29
Obrázek č. 5 Kupní proces [11].....	29
Obrázek č. 6 Schéma struktury prodejního serveru [11].....	34
Obrázek č. 7 Katalog produktů a služeb prodejního serveru www.nellys.cz.....	35
Obrázek č. 8 Recenze produktu Avent SCD580 ze serveru Heureka.cz [2017-03-22].....	36
Obrázek č. 9 Recenze produktu Avent SCD580 ze serveru Pilulka.cz [2017-03-22].....	36
Obrázek č. 10 Specifikace produktu ZIPPO zapalovač ze serveru Sperky4u.eu [ze dne: 2017-03-22]	37
Obrázek č. 11 Nákupní košík ze serveru Pilulka.cz [ze dne: 2017-03-22]	38
Obrázek č. 12 Klasický proces objednávky	39
Obrázek č. 13 Platební metoda: Dobírka [13]	40
Obrázek č. 14 Platební metoda: Online bankovní převod [13]	40
Obrázek č. 15 Platební metoda: Online platba kartou [13]	42
Obrázek č. 16 Platební metoda: Bankovní příkaz [13].....	42
Obrázek č. 17 Platební metoda: E-peněženky [13]	43
Obrázek č. 18 Zvolení způsobu instalace a zadání přístupových údaje k FTP	58
Obrázek č. 19 Proces nahrávání souborů na FTP	59
Obrázek č. 20 Výběr jazyka v Instalačním asistentu PrestaShop.....	59
Obrázek č. 21 Odsouhlasení Licenčních podmínek	60
Obrázek č. 22 Zadání základních informací o e-shopu	60
Obrázek č. 23 Vyplnění údajů o databázi.....	61
Obrázek č. 24 Dokončení instalace PrestaShop	61
Obrázek č. 25 Úvodní stránka e-shopu PrestaShop.....	63
Obrázek č. 26 Administrace e-shopu PrestaShop.....	63
Obrázek č. 27 Administrace obchodu	65
Obrázek č. 28 Deaktivování zobrazování e-shopu	71
Obrázek č. 29 Konfigurace: Čistič PrestaShopu	71
Obrázek č. 30 Odstranění testovacích dat z databáze.....	72

Obrázek č. 31 Nastavení sazby DPH.....	72
Obrázek č. 32 Nastavení daňových pravidel	73
Obrázek č. 33 Nastavení jazykové mutace.....	73
Obrázek č. 34 Zvolení měny e-shopu.....	73
Obrázek č. 35 Nastavení a přidání měny.....	74
Obrázek č. 36 Nastavení stránkování produktů.....	74
Obrázek č. 37 Nastavení loga e-shopu	74
Obrázek č. 38 Nastavení názvu e-shopu.....	74
Obrázek č. 39 Nastavení kontaktních údajů společnosti	75
Obrázek č. 40 Zadání údajů o bankovním účtu	75
Obrázek č. 41 Nastavení platebních metod	76
Obrázek č. 42 Nastavení dopravce	76
Obrázek č. 43 Vytvoření slevového poukazu – 1. krok.....	77
Obrázek č. 44 Vytvoření slevového poukazu – 2. krok.....	77
Obrázek č. 45 Vytvoření slevového poukazu – 3. krok.....	77
Obrázek č. 46 Nastavení SEO u konkrétního produktu	78
Obrázek č. 47 Nastavení SEO a URLs	78
Obrázek č. 48 Ukázka XML feedu jednoho produktu od dodavatele	82
Obrázek č. 49 Import produktů od dodavatele – 1. krok.....	84
Obrázek č. 50 Import produktů od dodavatele – 2. krok.....	85
Obrázek č. 51 Úvodní stránka e-shopu Dudanek.cz.....	90
Obrázek č. 52 Rychlý náhled produktu	91
Obrázek č. 53 Obsah nákupního košíku	91
Obrázek č. 54 Možnost výběru Přihlášení zákazníka.....	92
Obrázek č. 55 Výběr adresy zákazníka (kam se balíček se zbožím doručí).....	93
Obrázek č. 56 Zvolení dopravce.....	93
Obrázek č. 57 Souhrn objednávky a výběr platební metody.....	94
Obrázek č. 58 Potvrzení platební metody.....	94
Obrázek č. 59 Dokončení a odeslání objednávky do systému e-shopu.....	95
Obrázek č. 60 Objednávka přijata do e-shopu.....	95
Obrázek č. 61 Zobrazení objednávky v administraci	96
Obrázek č. 62 Potvrzovací e-mail zákazníka o přijaté objednávce	97

SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1 Počet aplikací kategorie Elektronické obchody ke dni 13.4.2017.....	51
Tabulka č. 2 Základní moduly PrestaShop.....	80

Podklad pro zadání DIPLOMOVÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Bc. Čadková Markéta	Dlouhá 152, Dobříš	I1300351

TÉMA ČESKY:

Analýza, návrh a implementace internetového obchodu pro malé podnikatele

TÉMA ANGLICKY:

Analysis, design and implementation of the online store for the small enterprise

VEDOUcí PRÁCE:

Mgr. Lukáš Vacek - KIT

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Osnova:
Úvod
Nástroje i internetového podnikání
Analýza elektronických obchodů
Návrh, instalace a nastavení internetového obchodu
Testování funkčnosti i internetového obchodu
Závěr

Anotace:

Cílem diplomové práce je výběr a následná implementace software pro internetové obchody pro malé podnikatele. Diplomová práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část se zabývá nástroji i internetového podnikání a problematikou internetového marketingu. V praktické části jsou analyzovány software pro elektronické obchody, výběr domény a hostingového programu, popsán popis instalace vybraného software, provedeno nastavení internetového obchodu a nakonec testování funkčnosti i internetového obchodu.

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

Podpis studenta:

Čadková

Datum: 16.12.2016

Podpis vedoucího práce:

Vacek

Datum: 20.12.2016