

OBSAH

.....

ÚVOD	10
AKO POUŽÍVAŤ TÚTO KNIHU	11
1. kapitola PLÁNOVANIE E-SHOPU	13
1.1 Prieskum dopytu a konkurencie.....	13
1.1.1 Aký je skutočný dopyt po produkte/tovare, ktorý máte záujem predávať.....	13
1.1.2 Aké sú ceny konkurencie a koľko tovaru predáva?.....	14
1.1.3 Aké sú silné a slabé stránky konkurencie.....	16
1.2 Ciele a plán.....	18
1.2.1 Zjednodušené plánovanie a rýchly test.....	18
1.2.2 Ciele.....	19
1.2.3 Plán.....	20
2. kapitola VÝROBA E-SHOPU	24
2.1 E-commerce manažér, čiže vedúci predajne.....	24
2.1.1 Rozdiely v prevádzke kamennej a online predajne.....	24
2.1.2 Kde zobrať e-commerce manažéra?.....	25
2.1.3 E-commerce tím.....	25
2.1.4 Rozbeh e-shopu potrebuje projektového manažéra.....	26
2.1.5 Majiteľ, e-commerce manažér, e-commerce tím a projektový manažér v jednom?.....	26
2.2 Informačná architektúra e-shopu.....	26
2.2.1 Viem sa zaobísť aj bez architekta?.....	28
2.2.2 Obsah informačnej architektúry.....	29
2.2.3 Rozdiel medzi informačnou architektúrou a navigáciou.....	30
2.2.4 Zmysel e-shopu a jeho ciele.....	30
2.2.5 Persóny a úlohy.....	30
2.2.6 Analýza súčasného webu.....	32
2.2.7 Konkurenčné a podobné e-shopy.....	32
2.2.8 Biznis požiadavky.....	32
2.2.9 Funkčné požiadavky.....	34
2.2.10 Obsah a štruktúra webu.....	34
2.2.11 Mapa e-shopu.....	43
2.2.12 Navigácia.....	44
2.2.13 Texty v používateľskom rozhraní.....	51
2.2.14 Ikony v používateľskom rozhraní.....	51
2.2.15 Trendy v navigácii e-shopov.....	53

2.2.16	Trendy v navigácii e-shopov – mega menu.....	53
2.2.17	Trendy v navigácii e-shopov – tučná päta	54
2.2.18	Vyhľadávanie	56
2.2.19	Skice a drôtené modely.....	59
2.2.20	Ďalšie požiadavky na e-shop	66
2.3	Katalóg produktov.....	72
2.3.1	Kvalitná fotka predáva	72
2.3.2	Vlastnosti a texty k produktom	74
2.3.3	Videá.....	74
2.4	Logistika (doprava a sklad)	75
2.4.1	Rozmach internetového obchodu ovplyvnil aj doručovanie tovaru	75
2.4.2	Rýchlosť doručenia je kľúčová.....	75
2.4.3	Doprava kuriérom.....	75
2.4.4	Doprava vlastnými vozidlami.....	76
2.4.5	Osobný odber.....	76
2.4.6	Výdajné miesta	77
2.4.7	Balíkomaty	77
2.4.8	Problémy so zákazníkmi pri doručovaní	77
2.4.9	Ako sa pred takýmito praktikami zákazníkov brániť	78
2.4.10	Doručenie dronmi alebo Uberom?.....	79
2.4.11	Outsourcing logistiky.....	79
2.4.12	Sklad.....	79
2.5	Platby	80
2.5.1	Platba dobierkou.....	81
2.5.2	Platba kartou	81
2.5.3	Platba bankovým prevodom	83
2.5.4	Platba prevodom cez internetbanking	83
2.5.5	Splátkový predaj	84
2.5.6	PayPal	84
2.5.7	Platby kryptomenami.....	85
2.5.8	Apple Pay a Google Pay.....	85
2.5.9	Platby a export do zahraničia.....	85
2.6	E-commerce CMS a jeho dodávateľ	86
2.6.1	Čo je to e-commerce CMS.....	86
2.6.2	Čo poskytuje e-commerce CMS	86
2.6.3	Ako vybrať e-commerce CMS?	89
2.6.4	Open source alebo platený e-commerce CMS?	90
2.6.5	Prehľad e-commerce CMS	90
2.6.6	Výber dodávateľa e-commerce CMS a spolupráca s ním	95
2.6.7	Autorské práva a e-commerce CMS	99
2.7	Právne záležitosti e-shopu	100
2.7.1	Ochrana osobných údajov a GDPR	100
2.7.2	Právne záležitosti pri predaji do zahraničia	102
2.8	Meranie cez webovú analytiku	102
2.8.1	Základy webovej analytiky	102
2.8.2	Google Analytics	104

3. kapitola ROZBEH E-SHOPU	110
3.1 Online marketing	110
3.1.1 PPC reklama	113
3.1.2 Cenové porovnávače	114
3.1.3 Google AdWords	122
3.1.4 Facebook Ads	135
3.1.5 Sociálne siete.....	139
3.1.6 Vplyvní ľudia.....	149
3.1.7 Remarketing.....	150
3.1.8 SEO.....	153
3.1.9 Obsahový marketing	173
3.1.10 Online marketing a e-commerce CMS.....	175
3.2 Akcie a zľavy	176
3.2.1 Vianočná sezóna	176
3.3 Uzavretie obchodu.....	176
3.3.1 Celková cena.....	177
3.3.2 Doprava	177
3.3.3 Ďalšie dôležité aspekty v momente nákupu.....	178
3.3.4 Iné možnosti online nákupu	178
3.4 Vybavenie objednávky.....	179
3.4.1 Balenie tovaru	180
3.4.2 Osobný odber.....	180
3.4.3 Zákaznícka podpora	180
3.5 Zinkasovanie peňazí.....	180
4. kapitola RAST E-SHOPU.....	182
4.1 UX a rast e-shopu	183
4.1.1 Čo je UX?	183
4.1.2 Ako zlepšiť UX pre e-commerce?	185
4.1.3 Desať najčastejších chýb v použiteľnosti e-shopov na Slovensku.....	186
4.1.4 Použiteľnosť nákupného košíka.....	196
4.1.5 UX metódy, nástroje a služby.....	213
4.1.6 Testovanie použiteľnosti e-shopu so skutočnými zákazníkmi	214
4.1.7 Sledovanie pohľadu	219
4.1.8 Hotjar	220
4.1.9 Optimalizácia konverzií	222
4.1.10 A/B testovanie	222
4.1.11 Odporúčania pre CTA tlačidlá	223
4.1.12 Ako sa vyhnúť zlému redizajnu.....	224
4.1.13 Responzívny e-shop pre smartfóny	226
4.1.14 Fazetové vyhľadávanie	230
4.1.15 E-shopy pre starších a fyzicky hendikepovaných.....	237
4.2 Online marketing a rast e-shopu.....	240
4.2.1 Lojalita k e-shopu a zákaznícka podpora	241
4.2.2 Značka e-shopu.....	251
4.2.3 Provízy marketing	253

4.2.4	Automatizácia marketingu pre e-shop	254
4.2.5	Pokročilá webová analytika pre rastúce e-shopy.....	256
4.2.6	Organizácie, konferencie, vzdelávanie a súťaže pre e-shopy.....	262
4.2.7	Export do Európy a celého sveta.....	264
4.3	Internetové technológie a rast e-shopu	269
4.3.1	Rýchlosť e-shopu	269
4.3.2	Bezpečnosť e-shopu.....	272
4.3.3	HTTPS	274
4.3.4	E-shop v cloude.....	277
4.3.5	Súbor cookie.....	279
4.3.6	Google Tag Manager.....	280
4.3.7	E-shop s miliónom produktov	281
4.3.8	Umelá inteligencia a e-shopy	282
4.3.9	Rozvoj e-commerce CMS.....	285
ZÁVER		288
PRÍLOHY		289
ZOZNAM POUŽITEJ A ODPORÚČANEJ LITERATÚRY		296
ZDROJE OBRÁZKOV		297
REGISTER		298