

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 Fasetové 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