

Rychlost e-shopu v roce 2026: proč je to těžší než dřív a co s tím

27.4.2026 - Martin Michálek | Blog.shoptet

Rychlost webu není technický detail pro vývojáře. Je to obchodní téma, které přímo ovlivňuje vaše tržby. Pomalý e-shop je díra v marketingovém rozpočtu - peníze do reklamy přitečou, ale zákazníci odejdou dřív, než stačí nakoupit.

Každá milisekunda může znamenat ztrátu. V Deloitte na výzkumu na 30 milionech uživatelů zjistili, že zrychlení o 0,1 sekundy může zvýšit konverze o více než 8 %.

Zároveň Google zohledňuje rychlost webu jako rankingový faktor - pomalejší e-shop platí víc za PPC a hůř se umísťuje v organickém vyhledávání.

Tohle ovšem není žádná novinka. Co se mění, jsou podmínky, ve kterých váš e-shop funguje. A ty jsou v roce 2026 náročnější než kdy dřív.

Proč je rychlost dnes těžší téma než kdy dřív

Mění se technologie, to platí stále. Ale také přicházejí nové generace.

Uživatelé jsou netrpělivější

Nároky návštěvníků rostou. Generace Z a mladší nakupující počítají trpělivost doslova na stovky milisekund. Zároveň roste propast mezi zařízeními - zatímco vy možná testujete web na hi-end telefonu, velká část vašich zákazníků nakupuje na levnějších přístrojích, kde jsou pomalé weby doslova nepoužitelné.

Webové technologie tento problém paradoxně prohlubují. Moderní weby jsou pohodlné pro vývojáře, ale zatěžují prohlížeče tunou JavaScriptu. Výsledek: weby jsou pro vývojáře snazší na vývoj, ale pro zákazníky pomalejší na používání.

AI boti: nová zátěž, která nepřináší tržby

V posledních letech vidíme u klientů PageSpeed.ONE prudký nárůst robotického provozu. Důvod: AI systémy jako ChatGPT, Google AI Overview nebo Meta AI masivně prochází weby a sbírají data.

Pamatujte, že zakazování přístupů AI botům není správná cesta. Potřebujete být vidět, takže stejně jako Googlebotovi poskytnete přístupy i důležitým AI botům. Jen monitorujte jejich chování a v případě, že náhle zjančí, je dočasně omezujte.

Tito boti zatěžují server úplně stejně jako reální zákazníci - ale na rozdíl od nich nic nekupují, alespoň prozatím. Za sedm dní jsme u jednoho úspěšného českého e-shopu nasbírali čtyři miliony dotazů z USA, přičemž 90 % z nich tvořil AI indexer od Mety. Roboti občas doslova blázní.

Problém nastává ve chvíli, kdy takový nápor přijde v ten nejhorší moment - třeba během Black Friday, kdy potřebujete, aby váš web zvládl nápor skutečných zákazníků. **Toto všechno za vás ale do velké míry řeší Shoptet.**

I tak doporučujeme zvážit strategické nastavení služby Cloudflare, která dokáže blokovat agresivní boty, ochránit server před přetížením a zároveň zrychlit načítání pro skutečné zákazníky.

Roboti vyhledávačů, ale i AI boti navíc neumí moc dobře číst JavaScript, takže pamatujte, že ty důležité obsahové části stránky musí být dostupné i bez JavaScriptu.

Jak se tohle celé týká e-shopů na Shoptetu

Shoptet je jako platforma sám o sobě rychlý. Odezva serverů (metrika TTFB) je na velmi dobré úrovni – a to pro drtivou většinu ze 40 tisíc e-shopů na platformě.

Problémy začínají ve chvíli, kdy do toho vstoupí úpravy. **Vlastní design, úpravy šablony na míru, marketingové skripty, doplňky třetích stran - to vše může rychlost výrazně zhoršit.** Shoptet vám dává kvalitní motor, ale jak rychle auto pojede, záleží na tom, co do něj naložíte.

Na co konkrétně si dát pozor při provozu e-shopu na Shoptetu, najdete v nápovědě Shoptetu.

První důkaz, že rychlost funguje: jak jsme deNatura.cz přinesli o 17 % více návštěv z Googlu

E-shop deNatura.cz za námi přišel s problémy s metrikami rychlosti – konkrétně s nežádoucími posuny layoutu (CLS) a pomalou odezvou na interakce (INP). Google je v té době hodnotil červeným stupněm, což znamenalo horší výchozí pozici v SEO i dražší PPC.

Web běží na Shoptetu. Pustili jsme se do hledání příčin: vývojáři při úpravách designu běžně upravují vzhled webu JavaScriptem, což způsobuje právě ty nepříjemné posuny. Optimalizovali jsme způsob práce s kódem, rezervování prostoru obrázkům i načítání klíčových prvků stránky.

Zároveň jsme zjistili, že pro vyřešení metriky INP musíme jít za samotnou platformu. Spolupracovali jsme přímo s vývojáři Shoptetu – a výsledkem bylo zlepšení rychlosti odezvy na interakce pro všech 40 tisíc e-shopů na platformě najednou.

Co to přineslo deNatuře? Zelené Core Web Vitals a měřitelný byznysový výsledek: **o 17,3 % více návštěv z organického vyhledávání Googlu** v období po implementaci optimalizací. Podrobnosti najdete v případové studii deNatura.cz.

Důkaz, že to funguje na Shoptetu: WOOX.sk je nejrychlejší slovenský e-shop

V rámci PageSpeed.ONE Awards 2025 jsme poprvé hodnotili nejrychlejší weby nejen v Česku, ale i na Slovensku. Vítěz slovenské kategorie e-commerce je přímým důkazem toho, o čem mluvím: **nejrychlejší slovenský e-shop běží na Shoptetu.**

Je jím **WOOX.sk**, který na platformě Shoptet Premium dosáhl SPS skóre, tedy skóre rychlosti webu, 93,7 %. Klíč k výsledku? Úpravy designu na míru byly technicky zpracované tak, aby nezhoršovaly frontendové metriky – tedy rychlost načtení (LCP) ani stabilitu layoutu (CLS). A průběžný monitoring pomocí PageSpeed.ONE zajistil, že se rychlost sledovala a udržovala dlouhodobě.

Co říká sám majitel WOOX?

Rychlost dnes není pro e-shop výhoda, ale základní výbava. Nejprve ji musíte umět změřit, pak vytunit, co se dá. Titul nejrychlejšího e-shopu na Slovensku nám jen potvrzuje, že to celé dává smysl.

David Arzt, WOOX

A jak to vidí agentura Mime Digital, která implementaci realizovala?

Rychlý e-shop není něco navíc – je to základ. Na WOOX.sk jsme si ověřili, že i Shoptet Premium může být rychlý jako blesk. Ne díky kouzlům, ale proto, že jsme se dívali na správná čísla a dělali věci poctivě.

Michal Mervart, Mime Digital

Podívejte se na případovou studii od Mime Digital, jak se stavěl e-shop WOOX na Shoptetu.

3 konkrétní kroky, co můžete pro svůj e-shop udělat

1. Změřte si rychlost svého e-shopu

Než budete cokoli řešit, potřebujete vědět, kde stojíte. Rychlost webu si můžete jednorázově změřit a získat jeho skóre na PageSpeed.ONE.

2. Podívejte se na webinar

Celé téma – od základních metrik přes vliv rychlosti na konverze až po specifika Shoptetu – jsem podrobně prošel před Vánoci 2025 ve webinaru Rychlost e-shopu: Jak vámlepší konverze nebo SEO? pro Shoptet.

Obsahuje timestampy, takže se snadno dostanete přímo k části, která vás zajímá:

- Vliv rychlosti na konverze (17:56)
- Tři metriky, které byste měli znát (28:16)
- Jak jsou rychlé e-shopy na Shoptetu (51:00)
- Jak mít rychlý web na Shoptetu (53:28)

3. Sledujte web průběžně

Rychlost není stav, ale proces. Web se mění – přibývají doplňky, mění se šablony, spouštíte kampaně. To vše může rychlost nenápadně zhoršovat. Pokud váš e-shop živí vás a vaši firmu, zaslouží si průběžný monitoring rychlosti – ne jen jednorázové změření jednou za rok.

Máte e-shop na Shoptetu a chcete vědět, kde konkrétně ztrácíte rychlost? Podívejte se na naši službu optimalizace Shoptet e-shopů.

<https://blog.shoptet.cz/rychlost-e-shopu>