

Podcast Z garáže na miliardu. Erika Eliášová a Dominik Nábělek: Úspěch neznamená, že je hotovo. Pořád je co dělat

2.6.2026 - Kateřina Linhartová | Blog.shoptet

Úspěšně podnikají v jednom z nejnáročnějších segmentů - v módě. Erika Eliášová a Dominik Nábělek v Shoptet Podcastu odhalují svůj mindset. Jak celkově přemýšlejí o byznyse, o rozšiřování sortimentu nebo proč podle nich zavřít firmu nemusí znamenat něco negativního?

Do Shoptet podcastového studia zavítala Erika Eliášová, kterou jistě znáte z e-commerce konferencí jako Reshoper nebo z networking akcí. Erika stojí za e-shopem Erika Fashion a módní byznys s námi probrala společně se svým manželem Dominikem Nábělkem, který má za sebou budování e-shopu Stylovej.cz i módní značky Don Lemme. Protože se oba pohybují v módní branži, je nasnadě, že rozhovor bude o módě, podnikatelských začátcích, ale i konkurenci globálních tržišť a vratkách.

O čem konkrétně jsme si povídali? Že podnikatelská zralost někdy znamená umět projekt nejen rozjet, ale i včas ukončit nebo prodat. O tom, jak se z malého podnikání stává velká firma. A proč úspěch podle Eriky neznamená, že je hotovo.

V podcastu uslyšíte:

„Vidím ten velký kus cesty, co je za námi, ale zároveň jako správný podnikatel a e-shopař mám pocit, že toho máme ještě strašně moc před sebou,“ říká Erika Eliášová.

„Pokud máš rozjeté tři projekty, zreviduješ je a řekneš si: máme tady jeden, kterej nám bere energii, kterou můžeme věnovat jinam, tak je racionální rozhodnutí jít a něco skončit. Ukončit něco bez ohledu na to, co si kdo o tom řekne a myslí, to je jedna z nejdůležitějších věcí, kterou jsem se naučila,“ komentuje Erika.

Zaposlouchejte se do našeho podcastu Z garáže na miliardu a dozvíte se mimo jiné i to, jak Erika, jejíž e-shop Erika Fashion běží na Shoptet Premium, přemýšlí o rozšiřování sortimentu o produkty s lepší retencí a větším ekonomickým smyslem.

Jak Erika a Dominik fungují jako partneři v životě i byznysu?

Erika Eliášová a Dominik Nábělek nejsou jen podnikatelé, ale také manželé. V rozhovoru popisují, že jejich spolupráce nestojí na tom, že by oba přemýšleli stejně. Naopak každý do byznysu přináší jiný typ energie. „Já jsem asi temperamentnější typ a jdu do všeho po hlavě a Dominik mi to nadšení trochu hasí rozumnými argumenty, který jsou taky potřeba.“

Proč konec podnikání nemusí znamenat neúspěch?

Dominik prodal e-shop Stylovej.cz a u značky Don Leme prošel fází, kdy veřejně oznámil ukončení a rozjel výprodej skladových zásob. V českém prostředí se podobné kroky často čtou jako neúspěch. Erika i Dominik ale ukazují jiný pohled.

„Když řekneš: Hele, zavřeli jsme firmu nebo zavíráme, končíme, lidi to vnímají strašně negativně. A

přítom dost často je to otevření dveří k něčemu lepšímu," říká Erika.

Shodují se, že pro podnikatele je důležité poznat okamžik, kdy stejná energie může jinde přinést větší výsledek.

Co znamená dívat se na projekty jako na rodinné portfolio?

Dominik v rozhovoru popisuje, že s Erikou nepřemýšlejí o jednotlivých e-shopech zvlášť.

„Měli jsme v rámci rodinného portfolia tři projekty a hodně se tříštila naše pozornost, investovaný čas a kapitál. V momentě, kdy se na to začneme dívat jako na společné portfolio projektů, vidíme různé návratnosti,“ vysvětluje Dominik.

Nejde tedy jen o peníze. Návratnost v jejich pojetí znamená i čas, soustředění, mentální kapacitu a prostor pro další růst.

Kdy se z malého e-shopu stane velký byznys?

„Když děláš práci, kterou máš rád a baví tě, tak jedeš den za dnem. Postupně ale přichází chvíle, kdy podnikání přestává být jen o zakladateli a jeho každodenní práci. Přibývají lidé, fixní náklady, závazky a odpovědnost.“

„Největší zodpovědnost přichází s tím uvědoměním, že máš spoustu lidí, kterým musíš vydělat na výplatu. Jakmile byznys není jenom o tom, že zamkneš, tak už je velký,“ shrnuje Erika.

V čem je móda jeden z nejnáročnějších segmentů e-commerce?

Módní e-commerce patří podle Eriky a Dominika k náročným segmentům hlavně proto, že móda je velmi subjektivní. Každý zákazník má jinou představu, jiný vkus i jiné tělo, a proto nestačí jen dobře nafotit produkt nebo správně popsat velikost. „Móda je subjektivní záležitost. Každý to vidí svými očima, každý má úplně jiné tělo,“ zaznívá v rozhovoru.

Jak se lokální e-shop může vymezit vůči globálním tržištím?

Dnes nejde ignorovat tlak velkých globálních tržišť. Lokální značky cítí jejich přítomnost v konkurenčním prostředí, v cenových očekáváních zákazníků i v marketingových rozpočtech. Erika Fashion podle zakladatelky Eriky Eliášové ale ukazuje, že **odpovědí nemusí být jen snaha soupeřit cenou.**

Pro Eriku a Dominika je důležité soustředit se na to, co mohou ovlivnit: vlastní značku, vztah se zákazníky, výběr sortimentu a produkty, které dávají dlouhodobě ekonomický smysl. Právě v tom vidí cestu, jak budovat e-shop, který nestojí jen na jednorázovém nákupu, ale i na důvěře, zkušenosti a schopnosti zákazníkům opakovaně nabídnout něco, co pro ně má hodnotu. Poslechněte si v podcastu, jak to dělají v praxi.

„Nějakým způsobem existenci tržišť vnímáme, například v marketingových rozpočtech. Ale je fér říct, že od doby, co tady jsou, se nám daří snad jenom líp,“ říká Dominik a dodává, že právě kombinace praktického přemýšlení a dlouhodobého budování značky je pro lokální e-shopy cesta, jak se v náročném konkurenčním prostředí udržet.

Jak přemýšlejí o budoucnosti Erika Fashion?

Erika Fashion už dnes není e-shop jen s módou. Erika a Dominik v rozhovoru naznačují, že značka má větší potenciál a do budoucna může vyrůst do širšího portfolia.

„Plány máme velký. Cítíme, že máme velké potenciál,“ mluví Dominik například o rozšíření do beauty a drogerie a zároveň zdůrazňuje, že nejde o skok ze dne na den. „Je to dlouhodobá vize, ale jdeme step by step.“

Je pro podnikatele důležitější vize, nebo tvrdá práce?

Vize je podle Eriky důležitá, ale neměla by začínající podnikatele odvádět od reality. Podnikání podle ní nestojí hlavně na velkých slovech, ale na každodenní práci.

„Nebudeme si nalhávat, že ta práce je primárně o tom si vyhrnout rukávy a prostě hrábnout do práce,“ říká Erika a přidává radu, která může pomoci hlavně začínajícím podnikatelům: „Nesnažte se z jedničky dostat hnedka na desítku, ale běžte postupně bod po bodíčku.“

Pro koho je epizoda podcastu nejvhodnější?

Epizoda je vhodná pro všechny e-shopaře, kteří řeší růst a další směr svého podnikání. Nejen pro ty, kteří už mají velký tým nebo vysoké obraty. Naopak. Hodně silná může být i pro menší podnikatele, kteří jsou na začátku a hledají realistickou inspiraci jak podnikat na internetu.

Erika s Dominikem ukazují, že podnikání není jen o rychlém růstu a úspěšných číslech. Je i o rozhodování, čemu dát energii, co ukončit, co rozvíjet a jak si zachovat odvahu i ve chvílích, kdy okolí některé kroky nemusí chápat.

Jak podnikat podle Eriky a Dominika

(souhrn tipů a rad, které zazněly v podcastu)

1. I když e-shop roste, **nepřestávejte přemýšlet, co zlepšit dál**. Úspěch není konec práce, ale další fáze.
2. **V týmu hledejte rovnováhu**. Někdo musí tlačit věci dopředu, někdo jiný musí hlídat, jestli dávají smysl.
3. **Neposuzujte projekty izolovaně**. Dívejte se, kde má vaše pozornost největší dopad.
4. **Ukončení projektu může být zdravé rozhodnutí**, pokud tím uvolníte kapacitu pro něco s větším potenciálem.
5. **Růst není jen větší obrat**. Je to také větší odpovědnost za tým, náklady a kontinuitu firmy.
6. **Nemusíte skákat z nuly rovnou na desítku**. Udělejte další dosažitelný krok – a potom další.
7. Zamyslete se nad ekonomikou své pozornosti a věnujte ji tam, kde bude mít největší smysl.

<https://blog.shoptet.cz/shoptet-podcast-eliasova-nabelek>