

# Výrobu i e-shop To není možný rozjeli za 3 týdny

13.1.2025 - | Blog.shoptet

**Během tří týdnů dokázali dát dohromady všechny potřebné věci - výrobu, obaly, e-shop. A začali prodávat „sladkosti“ bez cukru, lepku a laktózy - jejich chuť překvapuje i lidi, kteří nemají potravinové alergie a intolerance. Jak v e-shopu tonenimozny.cz přemýšleli nad výběrem e-shopové platformy?**

„Nechtěli jsme nic složitějšího, co by vyžadovalo dlouhé nastavování nebo technické znalosti. Zkrátka jsme potřebovali něco, co nám umožní soustředit se na samotné podnikání,“ shrnuje své požadavky při výběru Honza Šach, který spolu se svou manželkou založil e-shop tonenimozny.cz.

## Cílový zákazník? Výsledek nás překvapil

**Kde se vzal nápad na založení e-shopu a co vás přivedlo k podnikání?**

Celé to vzniklo díky mojí ženě, když zjistila, že musí ze své stravy vyřadit cukr, lepek a laktózu. Před dvěma lety jí totiž diagnostikovali lupénku, což je kožní onemocnění, při kterém se kůže olupuje podobně jako po spálení na slunci. Tradiční medicína nám nabízela kortikoidy, které jsou hodně náročné na tělo, takže jsme se rozhodli pro alternativní přístupy, konkrétně pro východní medicínu.

Ukázalo se, že vyřazení cukru, lepku a laktózy jí hodně pomáhá, ale bylo to pro ni velmi omezující. Manželka má totiž moc ráda sladkosti. Proto začala experimentovat s tím, jak vytvořit chutnou sladkost bez těchto složek. Většina náhražek, které jsme zkoušeli, chutnala opravdu špatně - například datlové tyčinky jsou pořád stejné a moc chutné nejsou.

Bylo to dlouhé hledání, vyzkoušeli jsme desítky různých receptů. Nakonec jsme objevili kombinaci, která vytvořila perfektní sladko-sláný kontrast - arašídové máslo, kvalitní hořká čokoláda bez cukru a špetka soli.

Když jsme konečně našli tu správnou recepturu, začali jsme ji testovat na našich přátelích a známých. Kamarádky, které pořádaly svatby nebo různé oslavy, začaly manželku žádat, aby ty sladkosti chystala i na jejich akce. Brzy přestala dostačovat naše výrobní kapacita, dělali jsme to totiž doma. Žena se pak cítila i vyčerpaná, protože jsme museli vyrábět čím dál větší objemy, a dokonce jednu chvíli uvažovala, že s tím přestane. Ale kamarádky ji přesvědčily, aby to nevzdávala a začala vyrábět sladkosti oficiálně.

**Pro koho jsou vaše sladkosti určeny? Kdo je váš cílový zákazník?**

Původně jsme mysleli, že naším cílovým zákazníkem budou lidé s potravinovými alergiemi nebo intolerancemi - ti, kteří nemohou cukr, lepek nebo laktózu. Ale zjistili jsme, že naše produkty oslovují mnohem širší publikum. Většina zákazníků si kupuje naše sladkosti jednoduše proto, že jim chutnají, i když nemají žádná zdravotní omezení. To pro nás bylo obrovské překvapení.

**Co je u vašich zákazníků nejoblíbenější produkt?**

Stále vede naše první - Liluka s příchutí arašíd s hořkou čokoládou.

## **Jak jste tedy zvládli přechod od domácí výroby k oficiálnímu podnikání?**

Rozhodnutí rozjet byznys padlo před rokem o Vánocích a během tří týdnů jsme dokázali dát dohromady všechny potřebné věci – výrobu, obaly, e-shop. Byl to bláznivý proces, ale nakonec jsme začali prodávat ještě v lednu 2024 a hned první týden jsme nestíhali vyrábět. Prodej byl mnohem vyšší, než jsme očekávali, což bylo skvělé, ale také hodně náročné.

Na začátku jsme museli investovat do pronájmu výroby, nákupu surovin a vytvoření e-shopu. Celé to bylo finančně náročné, ale zvládli jsme to. Chtěli jsme používat ekologické obaly, což je sice dražší, ale je to v souladu s naší filozofií.

## **Jak vás napadl název „To není možné“?**

Název vznikl úplně přirozeně. Když lidé poprvé ochutnali naše sladkosti a zjistili, že neobsahují cukr, lepek ani laktózu, často reagovali slovy: „To není možné!“ A tahle fráze se nám tak zalíbila, že jsme ji použili jako název našeho e-shopu. Myslíme si, že je to skvělý název, protože vzbuzuje zvědavost a nutí lidi vyzkoušet naše produkty.

## **Přišlo nám důležité mít českou platformu**

### **Jak jste se dostali k platformě Shoptet?**

Že chceme Shoptet, jsme věděli od začátku. Měli jsme několik přátel, kteří už Shoptet využívali pro své vlastní e-shopy, a ti nám ho vřele doporučili. Pro nás bylo klíčové jít na platformu, která bude jednoduchá, uživatelsky přívětivá, ale zároveň dostatečně robustní, aby dokázala růst společně s naším byznysem. Nechtěli jsme nic složitějšího, co by vyžadovalo dlouhé nastavování nebo technické znalosti. Zkrátka jsme potřebovali něco, co nám umožní soustředit se na samotné podnikání a neřešit neustále technické problémy.

Jednou z velkých výhod Shoptetu je široká nabídka funkcí, které jsou ideální pro různé typy e-shopů. Ať už se jedná o malý obchod, nebo větší podnik, Shoptet má řešení, která pokrývají potřeby od logistiky až po marketing. Navíc je to česká platforma, což nám přišlo důležité, protože české prostředí lépe rozumí našim potřebám a zákonitostem místního trhu.

### **Měli jste předtím zkušenosti s jinými e-shopovými řešeními, nebo to byla vaše první volba?**

Na začátku jsme měli možnost porovnat různé platformy, včetně několika zahraničních, ale český Shoptet nám dával největší smysl z hlediska nákladů, funkcí a podpory. Když jsme si to srovnali, bylo zřejmé, že Shoptet nám nabídne to, co potřebujeme – jednoduché řešení, které je ale zároveň flexibilní a schopné přizpůsobit se našim potřebám v průběhu času.

Navíc jsme na Shoptetu ocenili i integraci s dalšími službami a doplňky. Kdybych měl být konkrétní, tak musím zmínit Shoptet Pay. Geniální způsob, jak vyřešit platby – nemusíte nic řešit, lidé platí a peníze dostávajíte okamžitě. A pak využíváme doplněk Zásilkovna+, je to skvělé propojení Shoptetu a doručování balíčků a tisk štítků.

Celkově je vše hezky propojené a intuitivní, takže pokud chcete na e-shop přidat nové funkce nebo služby, dá se to zvládnout bez komplikací. Pro nás jako relativně mladý podnik bylo klíčové, že Shoptet umožňuje snadný růst bez nutnosti častých technických zásahů nebo externí pomoci.

# Pohodlí zákazníků při placení je klíčové

## Zmínil jste Shoptet Pay. Jak jste uvažovali nad výběrem platebního řešení?

Když jsme spouštěli e-shop, bylo pro nás důležité najít spolehlivé a moderní platební řešení. Na Shoptet Pay jsme dostali doporučení, stejně jako na platformu samotnou, a to hlavně díky jeho jednoduché integraci do e-shopu. Nechtěli jsme hledat žádné složité externí platební brány, potřebovali jsme něco, co bude fungovat hladce a bezproblémově.

Shoptet Pay jsme tedy aktivovali hned na začátku a musím říct, že nás potěšilo, jak rychlé a snadné bylo nastavení. Pro nás je nejdůležitější, aby platby probíhaly bez jakýchkoliv komplikací, protože pohodlí zákazníků při placení je klíčové. Díky tomu, že Shoptet Pay je součástí celého ekosystému Shoptetu, nemusíme řešit složité propojení s bankami nebo jiné externí systémy. Všechno probíhá hladce, od objednávky až po platbu, což je pro nás i pro naše zákazníky velké plus.

Se Shoptet Pay vše probíhá automaticky. Pro nás jako menší firmu je to obrovská výhoda, protože se můžeme soustředit na růst byznysu, a ne na technické detaily platebního systému.

*Honza Šach, spoluzakladatel e-shopu tonenimozny.cz*

## Vysledovali jste už nějaké trendy ve způsobu plateb, které vaši zákazníci preferují?

V dnešní době lidé chtějí rychlé a bezproblémové platby, ideálně přes mobilní zařízení. A tady Shoptet Pay splnil všechna naše očekávání. Možnost přijímat platby prostřednictvím Apple Pay nebo Google Pay je pro nás naprosto zásadní, protože většina našich zákazníků platí právě přes mobilní telefony.

Apple Pay a Google Pay u nás tvoří až 90 % všech plateb, což ukazuje, jak je důležité mít moderní platební metody. Ale máme zkušenosti i s tím, že někteří zákazníci preferují různé způsoby platby, ať už převodem, kartou, nebo prostřednictvím QR kódu. Shoptet Pay veškeré tyto možnosti nabízí, a to zvyšuje šance, že si každý zákazník najde způsob, který mu vyhovuje.

Na Shoptet Pay oceňujeme i možnost přehledně sledovat všechny transakce na jednom místě. Správa plateb je velmi intuitivní, vše probíhá automaticky, což nám značně ulehčuje práci. Pro nás jako menší firmu je to obrovská výhoda, protože se můžeme soustředit na růst byznysu, a ne na technické detaily platebního systému.

Celkově bych řekl, že Shoptet Pay nám velmi ulehčuje práci a zajišťuje, že naši zákazníci mají při nákupu ten nejlepší možný zážitek. Plánujeme využívat Shoptet Pay i nadále a jsme spokojeni s tím, jak nám pomáhá rozvíjet náš byznys. Navíc díky přehledům, které Shoptet Pay nabízí, máme vždy dokonalé informace o našich tržbách a můžeme snadno sledovat, jak se nám daří.

## Zákazníci nás začali doporučovat sami od sebe

### Jak jste řešili marketing e-shopu? Využívali jste placené kampaně, nebo to šlo organicky?

Ze začátku jsme marketing vůbec neřešili. Všechno bylo organické díky manželčině Instagramu, kde měla v té době kolem 11 tisíc sledujících. Denně jsme pak viděli příspěvky od lidí, kteří naše sladkosti sdíleli na sítích, protože jim chutnaly. To byl náš hlavní zdroj růstu. Zákazníci nás začali doporučovat sami od sebe a na základě své vlastní zkušenosti, což je ten nejlepší marketing, jaký

můžete mít.

### **Plánujete expandovat do zahraničí?**

Rádi bychom se dostali například do Rakouska, kde je o podobné produkty velký zájem. Máme tam kontakty a již jsme o možnosti expanze jednali. Potvrzuje se nám, že tamní trh je otevřený kvalitním a zdravým produktům, takže věříme, že tam máme potenciál. Český trh je sice stále naším hlavním zaměřením, ale expanze do zahraničí je v plánu.

### **Plánujete s expanzí i rozšíření funkcí na vašem e-shopu?**

Určitě. Expanze znamená přidání jazykových verzí e-shopu. Plánujeme také optimalizovat logistiku, abychom snížili náklady na dopravu pro naše zákazníky. Naším cílem je nabídnout co nejlepší zážitek nejen českým, ale i zahraničním zákazníkům.

### **Máte za sebou první rok s e-shopem. Kdybyste jej rozjížděli dnes, udělali byste něco jinak?**

Myslím, že jsme to udělali skvěle, nic bychom neměnili.

### **A je něco, co byste chtěli vědět už před rokem, co byste doporučil začínajícím e-shopům?**

Rozhodně je dobré počítat s tím, že to může být náročnější a delší cesta, než si člověk myslí. A kdybych měl dát radu ohledně produktů, jaké prodávat – musíte svůj produkt milovat a mít k němu citový vztah. Zákazník pozná, když na něj něco hraje.

<https://blog.shoptet.cz/pribeh-e-shop-to-neni-mozny>