

Petr Špaček: Včelaření nás naučilo trpělivosti, e-shop přinesl stabilitu a růst

17.12.2024 - | Blog.shoptet

Petr Špaček začal s včelařením coby rodinným koníčkem, který mu předal jeho děda. Se svými produkty nejprve jezdil na trhy, ale dnes už si to neumí představit bez e-shopu. Jak se připravuje na hlavní sezónu, jaký význam v e-shopu přikládá SEO a proč bylo Shoptet Pay jasnou volbou?

Včelařství Špaček prodává různé druhy medu, voskové svíčky a dokonce medovinu. Majitel Petr Špaček se s námi podělil o to, jaký byl přechod z farmářských trhů do online světa, ale také o to, jak mu podnikání usnadňuje Shoptet Pay. Co by doporučil začínajícím e-shopářům?

Jak jste se dostal k online podnikání? A proč jste se rozhodl nakonec pro Shoptet?

Svůj první e-shop jsem založil už v roce 2014, začínal jsem ale na platformě, která mi postupem času přestala vyhovovat. Shoptet jsem objevil, když jsem hledal něco uživatelsky přívětivějšího. Nejsem zrovna technicky zdatný, takže jsem potřeboval platformu, kde bych si dokázal vše nastavit sám a nemusel se obracet na programátory. Shoptet mě zaujal především tím, jak snadno se s ním pracuje a jak je možné vše postupně přizpůsobovat našim potřebám. A tak už od roku 2018 fungujeme právě na Shoptetu.

Podnikání mi usnadňuje jednoduché propojení s externími nástroji

Co vám na Shoptetu nejvíce vyhovuje?

Určitě jednoduchost. Jak už jsem říkal, nejsem žádný ajťák, takže jsem ocenil, že si zvládnou e-shop nastavit bez větších problémů. Navíc Shoptet řešení je skvěle propojené s marketingovými nástroji a účetními systémy, což mi usnadňuje podnikání. S napojením na externí nástroje jako platební brány nebo účetnictví jsem tedy nikdy neměl problém. V poslední době například využíváme i novinku Shoptet Balíky, což nám výrazně usnadňuje expedici.

Jak se vyvíjelo vaše podnikání? Prozradte nám něco o svých začátcích.

Začínali jsme velmi skromně. Na trzích jsme prodávali možná dva nebo tři druhy medu, ale jak se rozrůstal sortiment, oslovovali jsme nové a nové zákazníky.

Celý proces byl postupný a vyžadoval trpělivost, protože včelaření je sezónní záležitost a nabídku musíme přizpůsobovat přírodě. U včelaření se učíte čekat na správný čas - a to samé platí pro podnikání. Trpělivost nás naučila pracovat na dlouhodobých cílech a nevzdávat se.

Z prodeje na trzích jste se postupně propracovali k tomu, že e-shop je váš hlavní prodejní kanál?

Na začátku jsme hodně jezdili po farmářských trzích a jarmarcích, ale to bylo dost nepředvídatelné. Jeden den se prodalo hodně, jindy třeba přišlo a lidí přišlo málo. Navíc s tím bylo hodně práce - balení, náklady na stánek a cestu. S e-shopem je to mnohem pohodlnější, prodáváme hlavně přes internet, a když někdo přijde „ze dvora“, je to spíš výjimka. Drtivá většina našich prodejů teď probíhá

online.

Shoptet Pay je geniální doplněk, který funguje na pozadí, a já se o něj nemusím starat.

Petr Špaček, majitel e-shopu Včelařství Špaček

Jakou roli v tom hraje Shoptet Pay?

Shoptet Pay používám od chvíle, kdy ho Shoptet začal nabízet, a hned od začátku mi to dávalo smysl. Největší výhodou je, že o něm skoro nevím – funguje spolehlivě a bez problémů. Všechny platby vidím přímo v administraci e-shopu, což mi ušetří spoustu času.

Moje oblíbená funkce je jednoznačně Propojení s bankou. Díky automatickému párování se objednávkou po připsání platby ihned označí jako zaplacené, což umožňuje rychlejší expedici zboží. I zákazníci jsou spokojenější, protože jejich balíčky dorazí dříve.

Navíc nemusím řešit žádné problémy s tím, že by platby neprocházely. Je to opravdu geniální doplněk, který funguje na pozadí a já se o něj nemusím starat.

Jaké máte na e-shopu zkušenosti s placením kartou a využíváním moderních platebních metod?

Platba kartou u nás tvoří zhruba 70 % všech objednávek. Dřív bylo víc objednávek placených převodem nebo dobírkou, ale postupně vidím, že zákazníci si na platbu kartou zvykají a dávají jí přednost. Možná je to i tím, že naše značka už má nějakou historii a zákazníci nám důvěřují. Co se týče Apple Pay nebo Google Pay, vidím je v objednávkách, ale není to úplná většina. Přibližně 15-20 % lidí platí z telefonů.

Jaké další služby Shoptetu používáte?

Kromě Shoptet Pay používáme například i Shoptet Balíky. To nám umožňuje jednoduše tisknout štítky přímo z objednávky, takže nemusíme přecházet do dalších administrací nebo služeb. Navíc je všechno přehledně propojené, což šetří čas a energii, a my se můžeme soustředit na expedici a další věci.

Na vánoční sezonu se chystáme od léta

Jak u vás vypadala příprava na hlavní sezónu?

Na vánoční sezónu se připravujeme už od léta. Nedávno jsme dokončili nový vzhled e-shopu a přidali několik nových produktů, včetně speciální nabídky firemních balíčků. Naším cílem bylo mít vše připravené nejpozději do konce října, protože sezóna začala už v polovině září a pak už jen nabírala na intenzitě.

Pro nás jsou Vánoce zlatým obdobím, ale zároveň musíme zvládat i letní sezónu včelaření, takže je to občas trochu hektické. Tady se mi právě osvědčila trpělivost, kterou jsme se naučili při práci se včelami – věci neurychlíte, musíte si počkat, až přijde správný čas.

Co vám v poslední době nejvíce pomáhá při růstu e-shopu?

Především SEO, na kterém jsme hodně zapracovali díky Shoptet partnerům, využili jsme Luboše Fabiána a pomáhá nám i Dušan Kahánek. Ale celé je to výsledek dlouhodobější práce. Snažíme se být

vidět i mediálně, to začalo už v roce 2021, kdy náš květový med pastovaný získal titul Regionální potravina kraje Vysočina. Postupně se pak objevovaly zmínky v televizi, na Youtube, účastnili jsme se různých offline akcí. A loni přišlo velké překvapení, protože jsme meziročně vyrostli o **100 % na tržbách** a o **50 % na objednávkách**.

Lidé tedy začali nakupovat více a ve vyšší hodnotě?

Ano, máme mnohem širší nabídku než v začátcích, vymýšlíme nové produkty. Dnes nabízíme až šest různých druhů medu - od základního květového medu po akátový nebo lipový med. Postupně jsme přidali také voskové svíčky a dokonce medovinu.

Letos jsme navíc připraveni poprvé spustit placenou reklamu, protože vidíme, že je v tom další potenciál růstu. SEO funguje dobře na dlouhodobé bázi, ale chceme zkusit oslovit více zákazníků i okamžitě přes reklamy.

Co byste doporučil novým e-shopářům?

Aby se nesnažili dělat všechno sami. Já sám jsem na začátku dělal hodně věcí svépomocí, ale dneska už vím, že spolupráce s externisty mi šetří spoustu času a ten můžu věnovat samotnému podnikání. Pokud se jedná o věci jako grafika, SEO nebo technické záležitosti, určitě je lepší spolehnout se na odborníky. Shoptet má navíc skvělou síť partnerů, se kterými můžete spolupracovat a kteří vám pomohou s jakýmkoli problémem.

A co byste doporučil e-shopářům, kteří zvažují přechod na Shoptet Pay?

Rozhodně bych přechod na Shoptet Pay doporučil. Největší výhodou je, že všechno máte v jedné administraci. Nemusíte přecházet mezi různými systémy a vše vidíte přehledně na jednom místě. Je to spolehlivá a důvěryhodná služba, která vám šetří čas a starosti. Navíc platby fungují bez problémů, takže o tom vlastně skoro ani nevíte, a to je podle mě to nejlepší, co vám platební brána může nabídnout.

<https://blog.shoptet.cz/vcelarstvi-spacek-pribeh>