

Z trhů až k milionovým obrátům. E-shopu Zdravoslav se daří, že zákazníci nakupují opakovaně

2.6.2025 - | Blog.shoptet

Začalo to prodejem ovoce, zeleniny a vlašských ořechů na trzích na Moravě, odkud David Sázel pochází a úspěšně řídí rodinnou firmu a e-shop Zdravoslav, který už od prvních měsíců předčil očekávání a dosahoval milionových obrátů.

Pistáciové oříšky, lyofilizované mango s kešu, ale i semínka nebo luštěniny tvoří sortiment e-shopu Zdravoslav, který si David Sázel postavil sám na Shoptetu.

Probrali jsme, jaké jsou začátky v online podnikání, když přecházíte na trvanlivé zboží a zároveň se přesouváte do online. Celým rozhovorem se prolínalo, jak důležitá je kvalita prodáváných produktů, vztah se zákazníkem a jak nastavit hodnoty, kterými se řídí celá firma, protože pak se k vám budou zákazníci vracet – což je cíl mnoha e-shopů.

Jste rodinná firma z Moravy. Jak vypadaly začátky vašeho podnikání?

Jsme **Zdravoslav**, malá rodinná firma z Moravy, která se zaměřuje na **oříšky, sušené ovoce a další zdravé potraviny**. V oblasti zdravého stravování podnikáme už od roku 2010. Naše první kroky vedly přes **prodej čerstvého ovoce a zeleniny na farmářských trzích** a v malém obchůdku, kde jsme si rychle vybudovali **věrnou klientelu, a to se nám díky přístupu k zákazníkům podařilo vybudovat i u e-shopu**. Zákazníci se k nám hodně vracejí a jsme přesvědčeni, že je to díky důrazu na kvalitu našich produktů. Potvrzuje se nám to i v recenzích a komentářích na sociálních sítích.

Opakované nákupy jsou cílem spousty e-shopů. Jak jste dokázali, že zákazníci se vám vracejí, když trh se zdravými potravinami je dnes velmi rozmanitý a konkurenční?

Věříme, že dlouhodobý úspěch není jen o ceně nebo šířce sortimentu, ale hlavně o **důvěře, kvalitě a poctivém přístupu**. To jsou hodnoty, které naši zákazníci poznají a kvůli kterým se k nám rádi vracejí.

Lidi si od začátku chválili kvalitu. Kvalita produktů, kvalita balení a rychlé odeslání, to jsou za mě tři věci, které naklonily zákazníky na naši stranu. My balíme vše čerstvě, neleží nám to půl roku ve skladu.

Značku odlišuje autenticita a hodnoty

Řada e-shopů si hodnoty na začátku vůbec nedefinuje, nebo se k nim propracuje až po dlouhé době. Vy říkáte, že je to pro vás klíč k úspěchu, podělíte se o to, jak takové hodnoty mohou vypadat?

Máme 6 takových hodnot, které nás definují.

Kvalita na prvním místě. Spolupracujeme pouze s dodavateli, kterým důvěřujeme a kteří splňují naše nároky na nejvyšší standardy. Produkty sami ochutnáváme, kontrolujeme a ručně balíme. Každá šarže prochází přísnou kontrolou – když něco neodpovídá našim standardům, nejde to do prodeje a

ihned to vracíme zpět.

Ruční balení s důrazem na detail. Všechny produkty balíme ručně v naší vlastní balírně, což nám umožňuje nejen finální kontrolu, ale i garantovat čerstvost. Praktické znovuuzavíratelné balení je navíc benefitem pro zákazníky.

Ekologie a udržitelnost. Naše balení minimalizují dopad na životní prostředí. Upřednostňujeme recyklovatelné materiály a přemýšlíme ekologicky v každém kroku – od výběru obalů až po skladování. Používáme **znovuuzavíratelné obaly**, které prodlužují čerstvost. Je to praktické a ekologické.

Optimální skladování. Skladujeme v prostředí, které zajišťuje maximální čerstvost produktů – zachovává se chuť, křupavost i nutriční hodnoty.

Transparentnost a důvěra. Zákazník ví, co kupuje. Na blogu a sociálních sítích sdílíme informace o původu, výživových benefitech i ekologii, protože věříme, že dlouhodobý vztah je možný jen na základě důvěry.

Záruka spokojenosti. Se zákazníky jednáme napřímo, férově. Pokud nastane jakýkoliv problém, okamžitě jej řešíme. Stačí poslat fotku a číslo šarže – víme, že i to dělá rozdíl mezi jednorázovým nákupem a loajálním zákazníkem.

Zkrátka věříme, že to, co dnes odlišuje značku, nejsou slevy, ale **hodnoty a autenticita**. Jsme malý tým, který dělá věci od srdce.

Už první měsíce e-shopu předčily naše očekávání

Co považujete za svůj největší úspěch?

Za náš úspěch považujeme především to, že jsme si dokázali zachovat **rodinný charakter firmy**, i když jsme se rozrostli a přenesli naše podnikání do digitálního prostředí.

Jak probíhal přechod do online prostředí?

S přibývajícími zkušenostmi a přirozeným vývojem trhu jsme začali uvažovat o trvanlivějších produktech a možnostech online prodeje, který by nám umožnil oslovit zákazníky po celé republice, a to bez omezení sezónností. Do světa e-commerce jsme naplno vstoupili v roce 2020, a to s jistou dávkou skepse a minimálními očekáváními.

Realita ale předčila veškerá naše očekávání. Už během prvních měsíců nás prodeje na našem novém e-shopu postaveném na platformě Shoptet katapultovaly k milionovým obrátům. Díky tomu jsme mohli do firmy zapojit celou rodinu a proměnit naši práci v dlouhodobé rodinné poslání.

Byli jsme úplní začátečníci, spustil jsem nějaké reklamy na Facebooku. Koukali jsme na konkurenci, jak to dělá a pomohl i covid, kdy lidi produkty z oblasti zdravé výživy a ořechy hledali. Měli jsme opakované nákupy, kdy se lidé vraceli, a dodnes je toto pro nás nejdůležitější – zákaznická péče a kvalita produktů.

Shoptet byl vaše první volba. Jak jste se rozhodoval při výběru platformy?

Při výběru platformy jsme kladli důraz především na funkcionalitu, stabilitu a rozumnou cenu. Jeden večer jsem sedl a googlil jsem, udělal jsem si srovnání dostupných systémů a postupně jsem si prošel testovací verzi e-shopu.

Shoptet byl už v tu dobu nejlepší, nemuseli jsme řešit žádné programování, všechno, co jsme potřebovali, řešení už mělo. A přibývají další, z novinek používáme třeba Shoptet Balíky.

A samozřejmě už tenkrát byla spousta recenzí, které v rozhodování pomohly. Chtěli jsme řešení, které nám umožní rychlý rozjezd, ale zároveň nabídne i prostor pro růst. Navíc jsme věděli, že se v začátcích budeme muset spolehnout hlavně sami na sebe, a tak pro nás byla klíčová jednoduchost ovládání, možnost automatizace opakovaných úkonů a podpora ve formě komunity a dokumentace.

Spuštění bylo rychlé, vše jsem nastavoval sám

V čem vidíte největší výhody Shoptetu?

Shoptet nám od začátku umožnil:

- **rychlé spuštění e-shopu bez potřeby externího vývojáře**, vše jsem si nastavoval sám, vždycky jsem našel návod v administraci nebo Nápovědě.
- **přehledné uživatelské prostředí**, díky kterému jsme mohli už od začátku e-shop snadno spravovat i bez technického zázemí, a když už se něco objeví, kontaktuji technickou podporu, která rychle odpoví a pomůže,
- **širokou nabídku modulů a doplňků**, které pokrývají veškeré naše potřeby – od marketingu přes zákaznický servis až po dopravu, nově jsme třeba e-shop napojili na Shoptet Balíky,
- **pravidelné aktualizace**, které platformu udržují moderní a konkurenceschopnou, a já si je nemusím hlídat sám a řešit s vývojářem,
- **máme možnost růstu bez nutnosti platformu měnit** – což bylo a stále je pro nás zásadní.

Shoptet se pro nás zkrátka stal spolehlivým partnerem, který neruší naši práci, ale umožňuje nám soustředit se na to, co je opravdu důležité – na produkt, zákazníka a hodnoty.

Využil jste na začátku specialisty pro nastavení e-shopu, nebo jste vše dělal sám?

Já jsem člověk, který má rád všechno pod kontrolou, a aby to bylo, jak chci, takže jsem si vše nastavoval sám pomocí návodů na Shoptet Podpoře, perfektní je na to i facebooková Shoptet Poradna. A když něco potřebuju, tak píšu na podporu, tam mi odpovídají téměř vždy okamžitě.

Jediné, co už neřeším já, je marketing, na ten máme brněnskou agenturu Optimio, starají se nám o PPC a dělají podle zadání, co potřebujeme.

Ekologie je důležitá pro zákazníky, ale i pro nás

Jako důležitou hodnotu jste zmiňoval ekologii a udržitelnost. Zvláště mladá generace na tohle hodně slyší. Pozorujete to i ve vašem segmentu?

Téma ekologie je důležité nejen pro zákazníky, ale i pro nás jako firmu. A to už od samého začátku podnikání. Věřím, že podnikat se dá i zodpovědně – s ohledem na přírodu, dodavatele i samotné zákazníky. Nejde o trend, ale o dlouhodobý závazek, který se odráží v každém našem kroku.

Zákazníci, a zejména mladší generace, jsou v tomto směru čím dál náročnější a zároveň vnímavější. U produktů sledují nejen složení, ale i způsob balení, ekologickou stopu a celkovou filozofii značky. A právě proto jsme přesvědčeni, že udržitelnost není něco navíc, ale nutnost, pokud chce firma uspět i v budoucnu.

Jak konkrétně se ekologie promítá do vaší praxe?

Používáme **recyklovatelné a znovuuzavíratelné obaly**, které zajišťují čerstvost, ale zároveň minimalizují dopad na přírodu. Snažíme se **omezit plasty** a **optimalizujeme velikosti balení**, abychom snižovali zbytečný odpad.

Také upřednostňujeme **lokální a spolehlivé dodavatele**, čímž zkracujeme dodavatelský řetězec a snižujeme uhlíkovou stopu.

Jaké služby nebo doplňky jsou pro váš e-shop nepostradatelné a vyzdvihl byste je?

Zmínil bych Leadhub, přes který děláme e-mailovou komunikaci se zákazníky. Přešli jsme z Mailchimu, ten nám přišel složitý. A pak ještě používáme chytré doplňky typu Doplňkový prodej v košíku a podobně, nemusíme to programovat, koupíme za pár korun a pomáhá to.

Proces napojení na Balíky byl snadný a rychlý

Máte zkušenost se Shoptet Balíky?

Službu **Shoptet Balíky** jsme začali využívat v roce 2025 a jsme **velmi spokojení**. Výrazně usnadňují práci – a navíc skvěle fungují i s naším vlastním systémem logistiky. Máme nasmlouvané **tři vlastní dopravce**, a i přesto nám vše krásně sedlo do jednoho přehledného systému.

Co se vám na službě líbí a proč byste ji doporučili dalším e-shopařům?

Služba je integrovaná přímo v administraci Shoptetu, takže napojení je opravdu jednoduché. Vše máme po ruce a neplatíme žádné zbytečné poplatky. Navíc proces propojení je extrémně snadný a rychlý. Původně jsme využívali jiné řešení, ale vadilo nám, že jsme platili vysoké poplatky za službu, kterou nyní máme zdarma.

Měsíčně zpracujeme cca 2 000 objednávek a díky tisku štítků přímo v administraci šetříme přibližně 30 minut denně. Loni jsme za původní řešení zaplatili 20 000 Kč, letos jsme na Shoptet Balíkách zatím neutratili nic.

Dobírka klesá, trenduje nakupování přes mobil

Jaké máte zkušenosti s platebními branami? Aktuálně využíváte Shoptet Pay.

Ano, používáme **Shoptet Pay** a rovněž si jej nemůžeme vynachválit. Platby přes něj jsou:

- **rychlé a spolehlivé**,
- **přehledně evidované** v administraci,
- a co je důležité – **cenově dostupnější než jiné platební brány**, které jsme v minulosti zvažovali.

V čem vidíte úsporu financí?

Ve srovnání s jinými platebními branami, které jsme využívali dříve, nás Shoptet Pay aktuálně stojí nejméně. Máme zkušenost s GoPay a ThePay. Když jsme si zažádali o snížení nebo lepší tarif, tak se s námi nebavili o výhodnějších podmínkách. Rozdíl v ceně transakčních poplatků je fakt velký.

Jaké trendy pozorujete u platebních metod, které zákazníci volí?

Hodně lidí chce platit předem, dobírka klesá, možná je to i tím, že nás zákazníci znají. Momentálně

činí poměr dobírka platba kartou zhruba dva ku třem. Hodně plateb pozorujeme přes Apple Pay, to dříve nebývalo. 70 % zákazníků také nakupuje přes mobil.

Jak pracujete s nedokončenými objednávkami?

Nikdy jsme neměli problém s tím, že bychom měli velké množství nedokončených objednávek. Srovnání s předchozími platebními branami, a jestli nám Shoptet Pay v tomto pomáhá, by bylo neobjektivní, teď máme trojnásobný počet objednávek.

Ale každopádně když se to stane, že objednávka není provedena, tak přes Shoptet Pay pošlem e-mailem žádost o opětovnou platbu, máme to v adminu a nemusíme nic řešit. Dříve se muselo jít do adminu brány a posílat žádost o opakované pokusy odtamtud, což bralo zbytečně čas.

Shoptet Pay nabízí i automatizace, využíváte je?

Máme nastavené automatické párování objednávek po zaplacení a automatickou kontrolu plateb převodem na účtech ve Fio bance (CZ i SK). Po zaplacení se objednávka přepne do stavu Vyřizuje se a my tak ve skladu začneme chystat.

Shoptet nám v tomto směru umožňuje **efektivní provoz bez zbytečných nákladů**, což jako rodinná firma velmi oceňujeme. A hlavně – máme víc času na to, co je pro nás skutečně důležité: na produkty, zákazníky a náš tým.

<https://blog.shoptet.cz/pribeh-zdravoslav>