

Díky Shoptet Boost rozšířili sortiment e-shopu o vlastní značku MALUM

9.9.2025 - | Blog.shoptet

Začínali jako servis mobilních telefonů, záhy si založili e-shop Jablečné díly a dnes dodávají náhradní díly spoustě servisů v Česku i na Slovensku. Když jim výrazně rostl obrat a potřebovali pokrýt cashflow, využili službu Shoptet Boost. Jak to celé probíhalo v praxi a co jim to přineslo?

Se Zdeňkem Vlčkem, majitelem Jablečné díly, jsme probrali, jak řešit byznysový růst, když najednou vedle prodejny máte i e-shop a uvažujete o zavedení vlastní produktové řady. Jak na to, aby vás nebrzdily finance?

Zdeňku, přibližíte, jak jste s podnikáním začal a kam jste se dodnes dostali?

Původně jsme nezačínali jako prodejci dílů, ale jako servis mobilních telefonů. Osobně jsem opravy dělal už na střední škole. Postupně jsem měl kancelář, následně provozoval servis. Nejprve se servis zaměřoval na opravy iPhonů, později i MacBooků a dalších zařízení.

Naráželi jsme ale na problém s dodávkami dílů. Buď jsme si je objednávali přímo z Číny, nebo jsme je sháněli různě po republice, ale neměli jsme žádného dodavatele, se kterým bychom byli spokojeni. To nás nakonec vedlo k tomu, že jsme si založili vlastní e-shop a začali se díly zásobovat sami. Zpočátku pro vlastní potřebu, později i pro ostatní servisy a domácí kutily.

Začínali jsme především s produkty značky Apple, ale v současné době nabízíme také díly pro další značky jako Samsung, Xiaomi, Google Pixel a podobně. Dnes jsme ve fázi, kdy je náš hlavní pilíř podnikání právě e-shop s náhradními díly pro servisy v České republice i na Slovensku.

Během dvou let opravy předal a věnoval se řízení podnikání

Co jste při rozjezdu podnikání vnímal jako největší překážku?

V podnikání obecně bylo nejtěžší to, že mi vlastně nikdo nedokázal pořádně poradit. Celé to bylo hlavně metodou pokus-omyl. Dnes je to možná o něco jednodušší. Existuje spousta různých kurzů, ale také firmy, které vám skutečně dokáží pomoci. V době, kdy jsme začínali, nic takového nebylo.

Všechno jsem dělal sám a učil jsem se pomocí videí na YouTube a různých tutoriálů dostupných online. V té době toho moc ani nebylo. A vlastně ani dnes neexistuje škola nebo forma vzdělání, která by byla přímo zaměřená na opravy mobilních zařízení. Možná částečně elektrotechnika, ale to je něco jiného. To je i důvod, proč je pro nás dnes těžké sehnat zaměstnance do servisu. Nikdo na to není vyučený a české školství s tím nepočítá.

Učil jste se sám opravovat iPhony, i s byznysem jste začínal úplně sám?

Nejprve jsem byl sám, později přibyl první kolega, první zaměstnanec. S každým dalším člověkem to bylo o něco jednodušší. Během dvou až tří let jsem postupně předal opravy právě kolegům, kteří už byli šikovnější a mohli se věnovat opravám naplno. Protože jakmile to člověk nedělá každý den od rána do večera, rychle ztratí praxi a je větší riziko, že zařízení poškodí. Já jsem se pak začal věnovat více marketingu, řízení samotného podnikání a dalším doprovodným činnostem.

Kdy jste se rozhodli jít do online prostředí?

To přišlo během prvních měsíců. Zpočátku jsem pracoval v kanceláři s nepravidelnou otevírací dobou a zákazníci chodili po předchozí domluvě. V té době nebyl problém díly sehnat, protože se objednály předem. Ale jakmile jsme přešli na klasickou kamennou prodejnu s otevírací dobou od 10 do 18 hodin, zákazníci začali přicházet bez objednání a očekávali opravu na počkání. A k tomu jsme potřebovali mít díly skladem.

Museli jsme se tedy zásobit sami, protože nikdo nebyl schopný doručit díly během hodiny po Praze, jako to dnes děláme my. Byli jsme pravděpodobně jeden z mála servisů v Praze, který měl skladem kompletní zásobu dílů pro všechny opravy.

Postupně si kolegové z jiných servisů, známí a kamarádi začali říkat, zda bychom jim nějaké díly neprodali nebo nepůjčili. A z toho vznikla myšlenka na založení e-shopu. Myslím, že to bylo přibližně rok po otevření kamenné prodejny. Lidé nás do toho v podstatě tlačili, zájem byl velký a bylo zřejmé, že to dává smysl.

Šli jste rovnou na Shoptet, nebo jste nejdříve zkoušeli nějaké jiné řešení e-shopu?

U Jablečných dílů jsem byl rozhodnutý od začátku. Věděl jsem, že to musí být Shoptet. Už tehdy jsem na něj slyšel pozitivní ohlasy. Předtím jsem se totiž spálil s jiným krabicovým řešením. Byla to zkušenost z úplně jiného oboru, kdy jsem udělal e-shop na ručně vyráběné plátěné tašky, které šily spolužačky. Nevzpomenu si už, o jakou platformu šlo. Měl jsem nějaké předplatné nebo jednorázový poplatek, ale nevěděl jsem, jak to celé funguje, kde je to hostované a podobně. Dokonce když jsem chtěl tu spolupráci ukončit, narazil jsem na extrémně dlouhou výpovědní dobu.

Shoptet jsem potom zvolil na základě referencí. Vyzkoušel jsem si šablonu a bylo to přesně ono. Začali jsme tedy rovnou na Shoptetu a pro Jablečné díly jsme už žádnou jinou variantu nezkoušeli.

Nový kolega se v Shoptetu rychle zorientuje, je jednoduchý

Co na Shoptetu ceníte nejvíce?

Shoptet je jednoduchý a funguje. Nemusím nic řešit, nemusím nad ničím spekulovat. Samozřejmě, nastavit nebo přizpůsobit některé věci na e-shopu nějaký čas vezme a dá práci, ale když mám k dispozici desítky nebo možná i stovky doplňků a napojení, je to výrazná výhoda.

Když přijde nový kolega, dokáže se v systému rychle zorientovat. Není to nic složitého. Brigádníkovi vysvětlíme, jak s administrací zacházet, a on může hned pracovat. Oproti některým konkurenčním řešením je opravdu intuitivní. Občas se samozřejmě také něco musí dohledat, ale ve srovnání s jinými systémy je to stále velmi přehledné.

Máte zkušenost s funkcí nebo službou, která vám významně pomohla při růstu e-shopu?

Ano, máme zkušenost se Shoptet Boost. Několikrát jsme předtím zvažovali financování přes banky. Náš e-shop od roku 2017 funguje jako s.r.o., a pokaždé, když jsme chtěli něco řešit s bankou, byla to nekonečná administrativa. Nakonec to vždy skončilo tak, že jsem si půjčku vzal jako fyzická osoba a nesl riziko sám. Nechtěl jsem, aby závazky zatěžovaly firemní účetnictví.

Výrazně se nám zvedl obrat a potřebovali jsme pokrýt cashflow.

Zdeněk Vlček, majitel e-shopu **Jablečné díly**

Stačilo například jen požádat o kontokorent u banky. Šlo o částku asi 120 000 korun a celý proces zabral dva až tři týdny. Musel jsem dodat obrovské množství papírů, výpisy z bankovních i nebankovních registrů, za které jsem navíc platil asi 2 000 Kč. Když jsem pak zkoušel jiné banky, postup byl podobný. Takže jsem většinou vše řešil bokem, ze svých prostředků.

Zhruba před rokem se ale situace změnila, a to když zkrachovala naše konkurence. Do té doby byla naše klientela zhruba půl na půl, koncoví zákazníci a domácí kutilové. Ale najednou jsme se posunuli do čistě B2B režimu. Výrazně se nám zvedl obrat a potřebovali jsme pokrýt cashflow.

Náš hlavní zdroj dílů je z Číny a některé způsoby dopravy trvají dva až tři měsíce. A na takto dlouhou dobu nám začaly chybět prostředky. Hledal jsem tedy způsob, jak rychle získat několik stovek tisíc korun na pár měsíců. A tehdy se na Shoptetu objevila možnost financování přes Shoptet Boost.

Ano, úrok je vyšší než u banky, to je jasné. Ale výhodou je jednoduchost, kdy si financování zařídím prakticky na jedno kliknutí. Systém vyhodnotí náš bankovní účet, počet objednávek, obraty, zisky a nabídka se vygeneruje okamžitě. Vždy jsem měl peníze na účtu do druhého dne. Podepíšu smlouvu e-mailem a nic dalšího neřeším.

Takže hlavním důvodem pro využití financování bylo pokrytí nákupu dílů z Číny?

Jednalo se o krátkodobý výpadek v cashflow. Nebylo to tak, že bychom neměli prostředky na běžné výdaje nebo platby dodavatelům, spíše jsme chtěli urychlit růst e-shopu. A i za cenu méně výhodného úroku se nám to vyplatilo. Navíc šlo opravdu o krátkodobou záležitost na tři, maximálně šest měsíců, což bych u banky s naším s.r.o. pravděpodobně vůbec nezískal, nebo jen velmi obtížně.

Banky většinou chtějí rozložit splátky na delší období, což pro nás nedává smysl. My jsme potřebovali jen krátkodobý úvěr, ne řešit pětileté financování.

Byla to pro vás jednorázová záležitost, nebo službu využíváte pravidelně, třeba sezónně?

Shoptet Boost jsme využili už sedmkrát a v součtu šlo o částku 3 miliony korun. Líbí se mi, jak je celý systém jednoduchý. Večer koukám na čísla a přemýšlím nad novým produktem. Řeknu si: „Tenhle produkt by byl skvělý, zákazníci ho chtějí, ale budeme na něj mít prostředky až v lednu. Co kdybychom ho mohli mít skladem už před Vánoci?“

Kdybych měl jít do banky, tak to vůbec neřeším. Ale tady je to opravdu snadné. Rychle si spočítám čísla, a když mi to dává smysl, jdu do toho. Aktuálně když se podívám do administrace, tak máme rozjeté tři nebo čtyři financování. Dvě z nich už jsou ukončená.

Když jste využil Boost poprvé, měl jste nějaké obavy?

Překvapilo mě, že se něco takového v administraci e-shopu vůbec objevilo. Tím, že to ale bylo zaštitěno Shoptetem a českým fintechem Flowpay, působilo to důvěryhodně. A jakmile jsem si to vyzkoušel, obavy jsem neměl.

Co vás přesvědčilo k tomu Boost vyzkoušet? Byla to alternativa k bankovnímu financování, nebo šlo spíš o zvědavost vyzkoušet novou službu?

Primárně jsem potřeboval peníze, ale nechtěl jsem nic řešit s bankou. Už jen to, že bych musel někam na pobočku, mě úplně odrazovalo. Představoval jsem si, jak volám na finanční úřad nebo jim píšu přes datovou schránku s žádostí o potvrzené daňové přiznání nebo o výkaz zisků a ztrát za předchozí rok.

To potvrzení většinou dostanu až někdy v červnu nebo červenci, takže je to už rok a půl starý údaj. Jenže my jsme v loňském roce výrazně rostli, tržby šly nahoru každý měsíc a banka by z těch starých čísel vůbec nepochopila naši aktuální situaci. Proto jsem si řekl, že to raději nebudu s žádnou bankou vůbec řešit.

Když jste Boost aktivoval naskočila vám nabídka financování hned, nebo tam byla nějaká prodleva?

Nebyli jsme případ, že bych ty peníze potřeboval hned. Aktivoval jsem to spíš jako možnost „kdyby náhodou“. Primárně mě zajímalo, za jakých podmínek je to nabízeno.

Jakmile se to v menu objevilo, spočítal jsem si RPSN a další parametry. Tehdy jsem si řekl, že se mi to zatím nevyplatí. Až za pár měsíců se objevila situace, kdy jsme potřebovali objednat větší množství zásob a tak jsme financování využili. Aktivaci jsem měl už dávno hotovou.

Jak byste ohodnotil samotný proces od podání žádosti až po schválení? Byl pro vás intuitivní?

Devět z deseti. Opravdu. Je to velmi pohodlné. Po všech těch zkušenostech, které s různým financováním mám, musím říct, že to proběhlo bez problémů.

A co konkrétní dopad Boostu? Třeba co se týče objednávek z Číny?

Díky Boostu jsme mohli vytvořit vlastní značku příslušenství s názvem MALUM. Pod touto značkou prodáváme tvrzená skla, nabíječky, držáky, kryty a další. To všechno jsme mohli předfinancovat právě díky Boostu. Tím, že jde o objemné zboží, muselo se přepravovat kontejnerem. Taková přeprava trvá klidně 3 až 4 měsíce. Takže bez financování bychom se do toho nepustili. A teď prodáváme několik tisíc kusů příslušenství měsíčně, zatímco dříve to byly stovky.

Co byste poradil ostatním e-shopům ohledně financování?

Ať si to pořádně spočítají, ale ať se nebojí. Pokud jim to pomůže v růstu, ať do toho jdou. Ale ať si nepůjčují na hlouposti.

Pro koho je Boost podle vás nejvhodnější?

Pro e-shopy, které už mají něco za sebou, řekněme rok nebo dva. Když ví, že jejich rozvoj brzdí nedostatek prostředků, pak je Boost ideální řešení. Ale určitě to není pro úplné začátečníky, kteří by si hned nakoupili zboží a pak nevěděli, co s ním.

A co byste doporučil začínajícím e-shopařům?

Nevymýšlejte zbytečné věci a vezměte Shoptet. Dejte si tam Shoptet Balíky, Shoptet Pay, zaplaťte si doplňky. Neztrácejte čas hledáním levnějších cest. Raději si za to zaplaťte a soustředte se na svůj byznys.

To zní jako promo.

Ale já to tak opravdu říkám všem. Lidé za mnou chodí a ptají se. Já jim na to říkám: „Přestaň spekulovat, vezmi Shoptet, plať tři tisíce a máš klid.“

<https://blog.shoptet.cz/jablecnedily-shoptet-boost>