

# Jak vypadá vánoční sezona v e-shopu DARRÉ?

## Přípravy začínají už v lednu

2.1.2026 - Shoptet | Blog.shoptet

**Regály se štoky látek, šicí stroje, ve skladu nepřeborná nabídka prémiového povlečení s jedinečnými designy. Tak to vypadá v prostorách DARRÉ, rodinné firmy z Náchoda, která během několika let zažila raketový růst a dnes míří k obratu 150 milionů. Jak zde vypadá vánoční sezóna?**

DARRÉ je rodinná firma v pravém slova smyslu. Téměř každý člen rodiny Kuchařových tu už přiložil ruku k dílu. A všichni sdílí jednu vizi: tvořit kvalitní český produkt, který má duši a dlouhou životnost.

Jak to v DARRÉ chodí? A proč se na vánoční sezónu chystají celý rok? Rozhovor Shoptetu poskytli majitel Aleš Kuchař, CEO Kristýna Kuchařová a COO Jan Šimek.

„Taťka se věnuje výrobě a detailnímu zpracování produktu, mamka designu a aranžmá, sestřenice projektům, přítel logistice,“ popisuje CEO Kristýna Kuchařová, která začala s rodinným podnikáním tátovi Alešovi pomáhat v šestnácti letech, aby pak v devatenácti naplno převzala i vedení e-shopu DARRÉ. V roce 2023 se rozhodli přejít na Shoptet Premium, běží na něm český i slovenský e-shop.

„Chtěla jsem být fotografka nebo grafička, ale e-shop mě úplně pohltil. Dnes si bez něj neumím svůj život představit,“ usmívá se Kristýna.

## Nejdůležitější je přizpůsobit sklad

**Co pro vás Vánoce znamenají z hlediska tržeb a organizace práce?**

**Aleš:** Během vánoční sezony se nejvíce práce změní na skladě. Byly časy, kdy tam v listopadu a prosinci chodili pomáhat i kolegové z kanceláří. Dnes už se výpomoc přijmou brigádníci. Je ale potřeba počítat s tím, že se musí zaškolit, seznámit s provozem, snažíme se je i správně rozdělit, aby každý dělal to, v čem je nejlepší.

**Kristýna:** Počet objednávek i tržeb se během sezony zvyšuje trojnásobně. To je největší změna, a tak musíme přizpůsobit skladové zásoby. Na tom aktivně pracujeme už od léta. V době adventu a Black Friday se trochu prodlouží pracovní doba a občas chodíme do práce i v neděli.

**Aleš:** I v nejnáročnějším období si dáváme záležet na tom udržet skvělý servis směrem k zákazníkům. Ti nejvíce oceňují způsob balení, kvalitu produktů a rychlost doručení. Většinu zásilek odesíláme do druhého dne. Věříme, že i díky tomu máme na Heurece hodnocení spokojenosti 99 % od více než 10 500 zákazníků.

**Co berete jako vánoční období? Kdy začíná a kdy končí?**

**Kristýna:** Vánoce jsou pro nás hlavně listopad a prosinec, ale rozjíždí se už v říjnu. Garanci dodání máme zhruba do 17. až 20. prosince. Mezi svátky, kdy tržby samozřejmě klesnou, se obvykle snažíme udělat zajímavou akci.

**Aleš:** Značná část zákazníků si kupuje vánoční povlečení s předstihem, třeba již začátkem podzimu. To se pak projevuje tím, že v období adventu jsou nejoblíbenější motivy často vyprodané.

## **Jak se u vás Vánoce liší od jiných e-shopářských sezón, jako je Black Friday nebo Dny Marianne?**

**Honza:** Náš sortiment je populární i v období Black Friday, lidé u nás kupují vánoční dárky pro své blízké, ale vánoční povlečení si kupují především pro sebe. Na vánoční sezónu tak připravujeme originální kreativitu pro všechny naše marketingové kanály a snažíme se ji odlišit od klasických předvánočních slev.

## **Vánoční vzory chystá malířka už v lednu**

**Udělal jste někdy během vánoční sezony chybu, ze které jste se poučili?**

**Aleš:** Před dvěma lety jsme naskladnili málo zboží, ale poptávka byla taková, že už v říjnu byla velká část vzorů vyprodaná a v polovině listopadu byly poloprázdné sklady.

**Dá se taková situace ještě řešit?**

**Aleš:** Naštěstí máme svoje šicí dílny, takže jsme mohli přednostně ušít ty motivy, po kterých byla nejvyšší poptávka.

**Kristýna:** I letos se jedna „hitovka“ vyprodala už na začátku října, ale tou dobou byl ještě čas se přizpůsobit. Dotiskli jsme látku, našili povlečení a od listopadu zase bylo zboží dostupné.

**Příprava vánoční sezony u vás evidentně vyžaduje dlouhodobé plánování. Přiblížíte, jak to funguje?**

**Kristýna:** Vánoční vzory začíná naše vlastní malířka a grafička chystat už v lednu. Nejpozději do února musí být vzory hotové, aby mohly do tisku. První vánoční látky k nám dorazí v květnu a začínáme šít, aby byly všechny vánoční produkty naskladněné nejpozději v srpnu. Tou dobou totiž zákazníci vánoční povlečení vyhledávají.

**Jaké vzory v roce 2025 trendovaly?**

**Aleš:** Zákazníci si velmi oblíbili kombinaci vánočního motivu z jedné strany a kostek z druhé strany. Poptávku po této kombinaci jsme pozorovali již v předchozích letech, ale v roce 2025 předčila veškerá očekávání.

**Kristýna:** Nejoblíbenější vánoční barvou je samozřejmě červená v kombinaci s tradičními českými motivy. Naši zákazníci rozhodně nechtějí nic se Santou.

**Jak plánujete zásoby materiálů, aby bylo z čeho vyrábět a zároveň nezůstal přebytek?**

**Aleš:** Snažíme se vycházet z předchozího roku, naplňujeme si růst a průběžně se přizpůsobujeme.

**Honza:** Do obrovské míry se to naplánovat nedá. Běžně se nám stává, že nejprodávanějším vzorem se stane ten, kterému jsme fandili nejméně. Naopak vzor, který se nám líbil nejvíce, nám zůstane na skladě a jsme rádi, že ho prodáme alespoň se slevou.

## **Marketing řešíme už v létě**

**Kdy začínáte s vánoční komunikací?**

**Kristýna:** Vánoce řešíme celé léto, ale komunikace začíná až v září. V říjnu a listopadu se pak

vánočního povlečení prodá nejvíce.

**Honza:** Vánoční povlečení si zákazníci kupují dříve, není to úplně vhodný dárek pod stromeček. Ale máme spoustu dalších produktů, například ručníky, hrnečky a nově i kávu. Po skončení garance doručení komunikujeme dárkové vouchery. Jako velký benefit vnímáme možnost 365 dní na vrácení zboží.

### **Jaké marketingové kanály využíváte?**

**Kristýna:** Stavíme na marketingovém mixu, zejména PPC, Facebook a další sociální sítě, mailing. Zákazníkům se zobrazujeme převážně online. Začínáme spolupracovat i s influencery, ale zatím to nedokážeme zhodnotit.

**Honza:** Dlouhodobě máme spolupráci s herečkou Lucií Benešovou. Je naše ambasadorka a máme vlastně už kamarádské vztahy. Dokonce pronajímá chalupu, která je vybavena našimi produkty, kde si je hosté mohou prohlédnout a vyzkoušet.

### **Dáváte zákazníkům v sezoně slevy nebo dárek k nákupu?**

**Kristýna:** Slevy míváme v průběhu celého roku, ale vždy se to snažíme pojmout kreativně, aby sleva nebyla jediným důvodem k nákupu.

**Honza:** Ke každé objednávce dostávají naši zákazníci malý dáreček. Snažíme se, aby rozbalení každé zásilky pro ně bylo zážitkem.

**Aleš:** V průběhu celého roku máme na e-shopu kategorii Outlet, kde si zákazníci mohou objednat zboží s výraznou slevou.

### **Zakládáte si i na hezkém balení produktů.**

**Aleš:** Ano, máme radost, že se to ukázalo jako správná cesta. Jak již říkal Honza, zážitek z rozbalení je pro nás důležitou součástí zákaznické zkušenosti.

## **Bez AI se v e-shopu neobejdeme**

### **Využíváte AI nástroje?**

**Kristýna:** Vybrali jsme si pár nástrojů a v jejich využívání se chceme zlepšovat. Pravidelně používáme ChatGPT na popisky, s dalšími nástroji se na denní bázi učíme. V oblasti grafiky už bychom bez umělé inteligence nechtěli fungovat.

**Honza:** V AI vidíme do budoucna velký potenciál. Sledujeme trendy a možnosti využití pro marketing nebo logistiku. Bez toho se asi neobejdeme.

**Aleš:** Jedna věc je to sledovat a druhá věc je aplikovat to v praxi. Nabídka AI nástrojů je skutečně široká a je těžké vybrat si, který z nich si zvolíme jako pomocníka do firmy a naučíme se s ním pracovat.

### **Co vás na vánoční sezóně nejvíc baví?**

**Honza:** Vánoční atmosféra a výsledky celoroční práce. Že můžeme sledovat růst firmy. Je skvělý pocit, když si uvědomíme, kolik lidí naše produkty využívá a dělá jim to radost. Je ohromující vidět pak statistiky odeslání, kolik se toho zabalilo a prodalo.

**Aleš:** Obrovskou radost nám dělá zpětná vazba od zákazníků. To, že jsou spokojeni, když u nás nakoupí a vidí kvalitu našich produktů.

### Kdy pro vás vánoční sezóna končí?

**Kristýna:** I dny po garanci se snažíme zákazníkům maximálně vyjít vstříc osobním odběrem nebo dárkovým voucherem. Já třeba ještě 24. prosince kontroluji vouchery, jestli jsou všechny odeslané, a stále ještě odpovídáme na komentáře na sociálních sítích.

**Honza:** Nekončí vlastně nikdy, protože v lednu přijdeme do práce a začneme vybírat nové vánoční vzory od naší malířky. A tím začíná nová sezóna.

## Příběh DARRÉ: jak probíhal přechod na Shoptet

- **Přechod na Shoptet** v roce 2020.
- Zatímco v roce 2019 měl obrat dva miliony korun, **o dva roky později už překonal šedesát milionů.**
- Dnes míří ke **150 milionům ročně.**
- „První e-shop vznikl už v roce 2012 na platformě Magento. Na tu dobu to bylo progresivní řešení, ale nebylo intuitivní, nefungovalo v češtině a každý zásah byl složitý. **Přechod na Shoptet v roce 2020 nám otevřel úplně jiný svět,**“ popisuje CEO Kristýna.
- V roce 2023 se rozhodli přejít na **Shoptet Premium** a běží na něm český i slovenský e-shop. Jaké je jejich hodnocení?

„Přechod na Shoptet Premium proběhl hladce, bez zásadních úprav, jen se zapojením API. Všechna data zůstala zachovaná, **celý přechod trval v podstatě jednu noc,**“ popisuje CEO Kristýna Kuchařová.

Hlavním přínosem podle ní nebyla jen **technologie, ale také přístup lidí z DK Lab**, který se Shoptetem spolupracuje jako Premium Partner. „**Kromě zapojení API a expanze nám pomohli s vylepšením vzhledu webu**, produktovými carousely a dalšími částmi, které bychom sami nedokázali nastavit.“

## Shoptet Pay a zkušenosti e-shopu DARRÉ

V DARRÉ používají Shoptet Pay. Jak toto platební řešení hodnotí? „Vlastně o něm ani nevíme a to je pro nás nejlepší. Prostě funguje.“

Dnes využívají nejen platby kartou, ale i QR platby, Shoptet tlačítka a funkci Propojení s bankou. Apple Pay a Google Pay u DARRÉ tvoří významné procento transakcí. Díky Shoptet Pay navíc oceňují, že mohou nastavit automatizace, které urychlují expedici.

## Shoptet Balíky a expedice, která dává smysl

„Pamatuju si, jak jsme kdysi ráno dvě hodiny trhali lístečky s objednávkami a podle pocitu třídili, kam co patří. Dnes už je všechno jinak. Díky službám Brani Balič a Shoptet Balíkům máme celý proces plně automatizovaný. Objednávka zaplacená kartou nebo dobírkou se sama posouvá systémem, podle pravidel,“ komentuje Aleš Kuchař.

„Už netiskneme nic ručně, chybovost je minimální, a zákazníci dostávají zásilky rychleji než dřív. To je neskutečný posun,“ dodává Kristýna Kuchařová.

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