Z garáže na miliardu: Shopaholic Nicol. Naučit se delegovat práci byla cesta, jak podnikání rozjet

Datum	23.6.2026
Subjekt	Blog.shoptet
Autor	Kateřina Linhartová
Region	Česká republika
Kategorie	Obchod a ekonomika, Technológie, Médiá, reklama a PR

Forbes ji zařadil mezi 77 nejvlivnějších Čechů na sociálních sítích, kdy získala skvělou 10. příčku. Shopaholic Nicol v Shoptet Podcastu popisuje příběh své značky Lacl. Jak se učila budovat e-shop za pochodu, proč by dnes nešla do řešení na míru a co jí v praxi přinesl přechod na Shoptet?

Začínala na YouTube, později přešla k moderování, televizním projektům a dnes rozvíjí vlastní značku Lacl. Jak dnes Nikol Čechová, kterou znáte jako influencerku nebo z instagramu shopaholicnicol, přemýšlí o budování značky nebo o influencer marketingu, který dobře zná nejen ze strany majitelky e-shopu, ale také z pohledu tvůrkyně. Co jí podnikání online přineslo? A proč dnes mluví o Shoptetu jako o praktickém řešení pro další růst?

V podcastu uslyšíte:

„Nechávali jsme si tvořit e-shop, a když na to koukám zpětně, tak bych už do vlastního řešení nešla.“

„Když jsme přecházeli na Shoptet, bála jsem se ze začátku, aby nám to neubralo design, kterej jsme měli. Ale vypadá to jedna ku jedný stejně a je to úplně skvělý.“

„Lacl byl od začátku hodně takový nice to have, ale pak jsem stála před rozhodnutím, že buď to nebudu dělat, anebo to začnu dělat pořádně a musím to celý překopat.“

To všechno zaznělo v epizodě Shoptet Podcastu Z garáže na miliardu, který můžete odebírat ve svých oblíbených podcastových aplikacích jako Spotify nebo přes Apple Podcasts. Poslouchat můžete i přímo v přehrávači:

Shopaholic Nicol: Od influencerky k vlastní značce Lacl

Proč dnes říká, že by znovu nešla do vlastního e-shopového řešení na míru?

„Měla jsem pocit, že když si nechám vystavět vlastní e-shop úplně od píky, že to bude to nejlepší řešení. Nakonec jsem zjistila, že to bude to nejdražší řešení.“

Přechod na Shoptet si Shopaholic Nicol spojuje s momentem, kdy byla v módu „začínáme, budujeme, překopáváme“. Nešlo tedy jen o technickou změnu, ale o součást širšího restartu fungování značky.

A jakou roli hrálo v jejím příběhu doporučení? „Moje sestra přecházela se svým e-shopem na Shoptet. A říkala: ‚Hele Niky, nechceš taky, protože je to fakt daleko lepší.‘“

„Nejvíc na Shoptetu miluju zákaznickou podporu, protože tam volám poměrně často s nějakými věcmi, které třeba nemůžu najít, a vždycky mi poradí.“

Jak přemýšlela nad svou značkou Lacl?

„Lacl byl od začátku hodně takový nice to have, že ho mám, tvořím si tam hezké věci a dělá mi to radost. Ale nedávala jsem do toho sto procent, protože jsem na to ten prostor neměla.“

„Pak jsem stála před rozhodnutím, že buď to nebudu dělat, protože to bere hodně času, anebo to začnu dělat pořádně a musím to celý překopat. Musím nabrat lidi, musím to úplně začít dělat jinak. Rozhodla jsem se pro tu druhou variantu.“

„Na začátku jsem měla vidinu jedné dílny, která bude šít. To už nejde. Mám tři dílny, kde šijeme, protože člověk se poučí, že zpoždění je úplně normální.“

„Když jsme sháněli zipy a s těma českýma jsme nebyli spokojení, tak jsme sáhli do Itálie a byly skvělý. Zákazníkovi to nevadilo, protože ty český nebyly dobrý.“

Jak se dnes dívá na influencer marketing z pohledu značky?

„Je těžké vytipovat si lidi, kteří jsou relevantní pro ten brand. U mojí firmy chci někoho, kdo sám nakupuje lokální věci, věnuje se lokálnosti, aby to dávalo smysl. Našli jsme skvělé holky a nejsou to úplně velké influencerky, i nějaké mikroinfluencerky, a funguje to moc hezky.“

Co ji podnikání naučilo?

„Jede to podle mě hlavně díky tomu, že jsem se rozhodla delegovat. Což bych doporučila všem. Protože jsem dlouho žila v tom, že já to udělám nejlíp. A to je největší chyba, kterou může člověk udělat, protože pak dělá věci, které na něm nestojí a zabírají čas, který může věnovat tomu, co pořádně umí a co je jeho gró. Takže já jsem nějakou dobu balila i balíčky a měla pocit, že to musím dělat hlavně já.“

„Mám na každej ten komponent jednoho člověka a to mi funguje, že ne jeden člověk dělá deset věcí.“

„Čím víc deleguju, tím víc mám prostor na ty kreativní věci, ve kterých jsem dobrá. Musela jsem pustit hlavně zákaznický servis. Měla jsem tehdy tendenci jít do všech sfér celé firmy, odpovídala jsem lidem, řešila jejich problémy, vratky a tyhle věci.“

Jak se dá skloubit podnikání a mateřství?

„Rozhodně delegace a fungující partner. Člověk může mít velké odhodlání, může delegovat, jak chce, ale pokud tam není support z druhé strany, tak je to nereálné.“

Jak podnikat podle Shopaholic Nicol

1. **E-shop postavený od nuly na vlastním řešení** může vypadat lákavě, ale v praxi se může ukázat jako zbytečně drahý a nepraktický.
2. **Když chcete značku posouvat dál**, nestačí ji dělat jen bokem, ale v určité chvíli je potřeba ji začít budovat naplno.
3. Úspěšná lokální značka nestojí jen na hezké myšlence, ale **na funkční síti dodavatelů**.
4. U **influencer marketingu** není nejdůležitější velikost zásahu, ale to, jestli vybraný člověk opravdu sedí hodnotám značky a jejímu publiku.

5. Nesnažte se mít všechno pod kontrolou jen kvůli pocitu, že „vy to uděláte nejlíp“. **Rozdělení rolí a jasná odpovědnost** za jednotlivé části byznysu pomáhají značce růst stabilněji.

https://blog.shoptet.cz/shoptet-podcast-shopaholic-nicol