

100

**podnikatelských nápadů a tipů,
jak uspět v roce 2026**



Obsah

Úvod

strana

Proč podnikat a jak najít svůj nápad	4–5, 51
Jak hledat díru na trhu a odlišit se	8, 12, 29
Zákazník na prvním místě: příběh, emoce a specializace	18, 50

Segmentové inspirace

Produkty pro mazlíčky	8–10
Urban gardening a indoor pěstování	12–15
Přírodní kosmetika a udržitelné doplňky	6, 19–20
Zdravé potraviny, snacky a nápoje	23–25
Sportovní móda, výživa a vybavení	22, 25, 47
Bydlení, interiér a dekorace	19, 22
Asijské delikatesy a japonská estetika	56–59
AI a chytré produkty pro domácnost	60–63

Praktické tipy pro e-shop

Jak testovat poptávku a trendy	11, 27, 51
Personalizace, limitky a storytelling	5, 7, 31
Udržitelnost v produktu i logistice	35, 41
Předplatné, boxy a rozšířený sortiment	45, 48–49
Omnichannel a propojení online/offline	47–48
Zákaznický servis a budování komunity	18, 45, 52

Pro začínající podnikatele

Jak začít podnikat bez velkých investic	44, 51
Spuštění e-shopu a první prodeje	18
Digitální produkty a služby bez skladu a logistiky	44
Automatizace a pomoc AI i bez technických znalostí	46
B2B i jako nováček	54–56

Co může být **ten nápad**, který vydělá tisíce, statisíce a **jednou třeba miliony**?

Rozhodl/a ses, že podnikání může být tvoje cesta? **Gratulujeme!** Tenhle e-book přináší spoustu podnikatelských nápadů, ale i tipy, jak zjistit, kde je pověstná díra na trhu a čím se odlišit od konkurence.

Řada e-shopů, ale i značek prorazila, protože jejich produkt byl/je unikátní. Ale nemusíš vždy nutně prodávat jedinečné produkty, které nikdo jiný nemá a nedělá. Svůj úspěch můžeš stavět i na tom, že nabídneš věci, které prodává řada e-shopů, jen to uděláš jinak a přidáš něco navíc.

Jdeme na to?

Nevzdávej se. Někdy ta poslední klíčová zatáčka vede k úspěchu.

Coco Chanel

Výjimečné věci vznikají, když se rozhodnete nejít s davem.

James Dyson



– TIP 1

Odlišuj se od velkých hráčů

Najdi způsob, jak se odlišit od velkého hráče, který umí doručit do rána. Nejspíš v e-shopu nedokážeš nabídnout produkt, který nikdo jiný v Česku neprodává, ale výjimečný/á můžeš být například servisem, který zákazník potřebuje před nákupem nebo během něj. Ať zákazník pochopí, že máš skutečně zájem o jeho potřeby, poradíš s výběrem i následnou péčí o zakoupený výrobek.

– TIP 2

Najdi bílá místa na trhu. Co zákazníkům chybí?

Neprodávej to, co už všichni mají – ale všímej si, co lidé hledají a nemůžou snadno najít.

Jak na to?

- Prozkoumej **recenze konkurence** – na co si zákazníci stěžují?
- Použij **Google Trends a Heureka diskuze** – co lidé hledají?
- Sleduj **specializované skupiny na Facebooku nebo Redditu**.

Příklad: Jógamatky

- Klasické jógamatky koupíš všude. Ale co **nabídnout verzi s originálním designem od místního umělce?**
- Mít v sortimentu speciální jógamatky pro cestovatele (skládací, ultralehké) a takto to zákazníkům komunikovat?
- Ukazovat lidem praktické možnosti – měj širší nabídku, co takhle antibakteriální jógamatky s měděnými vlákny, které ničí bakterie a pachy?

Pointa: Najdi konkrétní problém, který můžeš vyřešit, nezkoušej prodávat jen obecně „lepší kvalitu“.

– TIP 3

Spoj produkt s EMOCÍ nebo PŘÍBĚHEM

Lidé nekupují jen produkt – kupují příběh, hodnoty a životní styl.

Jak na to? Vytvoř značku, která se zaměřuje na funkční výživu pro konkrétní cílovou skupinu.

Příklad: Chia semínka

Neprodávej produkt nudně jako „chia semínka 500 g“. To dělají řetězce.

Jak to může vypadat:

- Chia pro sportovce – speciální balení, mix s dalšími superpotravinami.
- Chia pro keto dietu – balíčky, mix s MCT olejem, zaměřené na low-carb stravování.
- Lokální příběh – prodávej chia v zero-waste balení a spojuj to s udržitelností.

Pointa: Pokud už něco existuje, **dej tomu nový kontext a vyprávěj příběh.**

– TIP 4

Neprodávej všechno všem, specializuj se!

Největší chyba začátečníků? Chtějí prodávat všem – a tím pádem neosloví nikoho.

Jak na to? Zaměř se na **jednu konkrétní skupinu lidí**. Vytvoř pro ně **unikátní zážitek a řešení**.

Příklad: Přírodní kosmetika

- **Místo „přírodní kosmetiky pro všechny“** udělej například značku přírodní kosmetiky pro muže s vousy (luxusní oleje, balzámy, dřevěné hřebeny).
- Nebo **kosmetiku pro lidi s extrémně citlivou pletí** (100% bez parfemace, dermatologicky testované, minimalistické složení).

A platí to pro různý typ segmentu. Mít e-shop, kde prodáváš „oblečení“ je příliš široký zásah se spoustou konkurence a pod zákaznickovy rozlišovací schopnosti, ale „funkční oblečení pro digitální nomády“ už je zajímavější. Zkrátka specializuj se.

Pointa: Specializací si získáš loajální zákazníky a nemusíš soutěžit s obřími e-shopy.

– TIP 5

Vytvoř něco limitovaného a unikátního

Lidé milují věci, které jsou jedinečné. Líbit se budou limitované edice (speciální sezónní příchutě, edice s influencerem). Oblíbené jsou produkty dělané ručně a zboží s příběhem. Spousta lidí preferuje lokální výrobce ze svého regionu nebo z Česka či Slovenska.

Příklad: Sušené maso (jerky)

- Namísto běžného jerky nabídni **vegan jerky z hrachového proteinu** (pro vegany & sportovce).
- Nebo **jerky** s unikátními příchutěmi (truffle, bourbon, jalapeño).

Pointa: Pokud chceš zaujmout oproti konkurenci, musíš nabídnout něco speciálního, co ostatní nenabízejí.

5 tipů, jak prodávat produkty pro mazlíčky

Předpoklad: Češi jsou velcí milovníci psů a koček a svým mazlíčkům rádi dopřávají. I v tomto segmentu je tedy prostor pro kreativitu. Běžné obojky, pelíšky nebo misky koupíš všude – jak tedy vyniknout?

Řešení: Nabídní něco, co spojuje emoce, originalitu, chuť mít pro mazlíčka něco hezkého designového. A nezapomeň příběh.

– TIP 6

Najdi bílá místa na trhu

Otázka: Co lidé hledají, ale nenacházejí?

- Personalizované produkty pro mazlíčky jsou populární, ale **většina e-shopů nabízí jen gravírované známky nebo potištěné obojky.**
- Mnoho majitelů psů **chce něco prémiovějšího, originálnějšího a kvalitnějšího.**
- Roste trend **eko & udržitelnosti**, ale málo značek nabízí **handmade, lokální, eco-friendly** příslušenství pro mazlíčky.

Příležitosti:

- **Obojky a vodítka na míru** – z recyklovaných materiálů, ruční výroba, s možností personalizace jména + tel. čísla.
- **Individuálně navržené pelíšky** – podle stylu domácnosti zákazníka (např. minimalistický design, boho styl).
- **Personalizované interaktivní hračky** – se jménem pejska, vyrobené z přírodních materiálů.

Pointa: Místo generického personalizovaného obojku nabídní **prémiový, stylový a udržitelný produkt s možností úpravy na míru.**

– TIP 7

Spoj produkt s EMOCÍ nebo PŘÍBĚHEM

Otázka: Proč by si měl zákazník vybrat tvůj produkt?

- Majitelé mazlíčků své psy a kočky **vnímají jako členy rodiny.** Nekupují jen produkt, ale chtějí něco, co vyjadřuje jejich vztah ke zvířeti.

Jak to udělat?

- **Exkluzivita:** Každý obojek má vlastní sériové číslo + je ručně vyráběný „unikátní jako váš mazlíček“.
- **Příběh:** „Každý obojek je ručně šitý v malé dílně na Moravě a podporuje lokální řemeslníky.“

– TIP 8

Specializuj se – neprodávej všechno všem

Otázka: Jak nebýt jen dalším pet shopem?

Zaměř se na **konkrétní typ zákazníků** místo „všech pejskařů“

Jak se odlišit?

- **Pro velké psy:** Obojky a vodítka navržené speciálně pro velká plemena (odolnější, širší, pevnější karabiny). Ukaž, že znáš potřeby majitelů velkých psů a že jsi specialista.
- **Luxusní značka:** Premium značka personalizovaných produktů pro VIP mazlíčky.

- **Outdoor:** Produkty z **voděodolných, odolných a reflexních materiálů** pro aktivní psy.
- **Eko-friendly pejskaři:** **Kompostovatelné** obojky, vodítka a pelíšky.

Pointa: Pokud chceš **konkurovat velkým hráčům, nesnaž se oslovit všechny**. Vyber si jasnou **skupinu zákazníků** a buduj **značku pro ně**.

– TIP 9

Vytvoř něco limitovaného, unikátního nebo personalizovaného

Otázka: Jak přidat exkluzivitu?

Limitované edice: Obojky a vodítka v limitovaných vzorech (např. letní kolekce, vánoční speciál).

Personalizace jménem + možnost volby barvy, materiálu, vzoru.

Prémiové balení: Luxusní dárková krabička s osobním dopisem vhodné i jako dárek pro pejskaře.

Doplňkové gravírování: např. **souřadnice místa, které je pro majitele pejska nějak významné**.

Pointa: Dej zákazníkům **možnost podílet se na tvorbě produktu** a nabídní **limitovanou exkluzivitu**.

Sleduj trendy a testuj

Otázka: Co je teď v kurzu?

- **Eco-friendly materiály** – veganská kůže, recyklované plasty, organická bavlna.
- **Smart produkty** – chytré obojky s GPS nebo LED podsvícením.
- **Matching styl pro pánička a mazlíčka** – sety obojek + náramek pro majitele.
- DIY koncepty – obojky, které si majitel sám personalizuje doma (např. přípevné odnímatelné doplňky).

Jak testovat zájem?

- Ukaž prototypy kamarádům, vyraz prodávat na trhy – ověříš, o co mají lidé největší zájem.
- Zkus nabídnout limitovanou várku a zjisti, co se nejlépe prodává.
- Využij influencery a TikTok – komunitní marketing funguje v pet segmentu skvěle.

Pointa: Neinvestuj hned do velkých skladových zásob – nejdřív testuj poptávku a trendy.

5 tipů, jak prorazit s e-shopem na urban gardening

Předpoklad: Mnoho lidí v bytech chce pěstovat vlastní bylinky, rajčata nebo květiny, ale nemají **dost místa, zkušeností ani času**. Ale zahradničení ve městě a na balkoně, komunitní zahrádky jsou to, čemu řada lidí věnuje volný čas.

Řešení: Nabídní **chytrá, estetická a prostorově úsporná řešení** pro pěstování.

– TIP 11

Najdi bílá místa na trhu

Otázka: Co lidé hledají, ale nenacházejí?

- Mnoho městských pěstitelů **nemá zahradu, ale chce domácí zeleninu nebo květiny**.
- Lidé často **nevědí, jak začít** – potřebují snadná, intuitivní řešení a návody (skvělá příležitost ukázat svou odbornost a tipy na sítích).

Příležitosti:

- **Modulární vertikální zahrady** – systém květináčů, který roste s potřebami zákazníka. Na trhu můžeš zaujmout chytrými, modulárními, vertikálními nebo samozavlažovacími systémy.
- **Balkonové pěstební sady „vše v jednom“** – semínka, substrát, hnojivo a jednoduchý návod.
- **Estetické a udržitelné květináče** – recyklované materiály, design ladící k městským bytům.

Pointa: Nabídní **kompaktní, chytré a estetické řešení** pro městské pěstitele

– TIP 12

Spoj produkt s EMOCÍ nebo PŘÍBĚHEM

Otázka: Proč by si měl zákazník koupit právě tvůj produkt?

- Pěstování na balkoně není jen o úrodě, ale o relaxu, radosti z vlastních bylinek a spojení s přírodou.

Jak to udělat?

- **Příběh:** „Proměň svůj balkon v zelenou oázu a užij si radost z toho, co se ti podařilo vypěstovat.“
- **Zážitek:** Přidej **příručku, komunitní podporu, návody nebo online kurz pro začátečníky.**
- **Komunitní aspekt:** Můžeš vytvořit skupinu na soc. síti, kde si lidé budou radit s pěstováním.
- **Design jako součást bytu:** Místo obyčejných plastových květináčů nabídní **stylové, designové řešení, které ozdobí balkon. Letí přírodní a recyklovatelné materiály.**

Pointa: Neprodávej jen produkt – **prodávej lifestyle, pohodu a radost ze zeleně v městském bytě.**

– TIP 13

Specializuj se – neprodávej všechno všem

Otázka: Jak nebýt jen dalším zahradnickým e-shopem? **Vyber si jasnou cílovku** a nabídní něco **na míru.**

Jak se odlišit?

- **Pro začátečníky:** Hotové **pěstební sady s návodem** – dárek nebo první krok do světa gardeningu.
- **Pro designové nadšence:** **Minimalistické květináče, vertikální systémy** v moderním designu.
- **Pro eko-nadšence:** Produkty **z recyklovaných materiálů**, bio substráty, kompostéry na balkon.
- **Pro milovníky chilli, bylinek nebo rajčat:** Specializované „grow kity“.

Pointa: Vyber si konkrétní skupinu zákazníků a staň se **specialistou** – měj nabídku pro „městské chilli farmáře“ nebo nabídni „designové vertikální zahrady“.

– TIP 14

Vytvoř něco limitovaného, unikátního nebo personalizovaného

Otázka: Jak přidat exkluzivitu?

- **Limitované edice:** např. sezónní balíčky „Balkonová zahrada“ nebo „Jarní mix bylinek“.
- **Možnost personalizace:** Květináče se jménem, vlastní kombinace rostlin v sadě.
- **Prémiové balení:** Elegantní dárkové boxy „Urban Garden Starter Kit“.
- **Chytré vychytávky:** Samozavlažovací květináče s integrovaným senzorem vlhkosti.
- **DIY koncepty:** Možnost sestavit vlastní mix bylinek/zeleniny podle preferencí zákazníka.

Pointa: Nabídní něco unikátního a udělej z urban gardeningu zábavný, estetický zážitek.

– TIP 15

Sleduj trendy a testuj

Otázka: Co je teď v kurzu?

- **Hydroponie** – pěstování bez hlíny, snadnější a efektivnější.
- **Zero waste zahrady** – ekologická řešení (kompostéry, recyklované nádoby).
- **Automatizované systémy** – květináče, které se samy zavlažují.
- **Mini citrusovníky a exotika na balkoně** – trendy jako yuzu, kafiřové limetky nebo avokádo.
- **Samorostoucí mikrogreens boxy** – stačí zalít a vyrostou bez námahy.

Jak testovat?

- **Ověř poptávku přes Facebook a Instagram** – zeptej se zákazníků na jejich preference.
- **Začni s předprodejem nebo limitovanou edicí** a sleduj, co se chytí nejvíc.
- **Spolupracuj s influencery a blogery**, ukážou, jak jejich balkon rozkvetl díky tvým produktům.

Pointa: Neinvestuj hned do velkých zásob – nejdřív ověř poptávku chytrým marketingem a tím, že oslovíš cílovku například na lokálních trzích.

– TIP 16

Vytvoř něco personalizovatelného

Lidé mají rádi pocit, že jsou výjimeční, a proto si rádi koupí personalizovaný produkt, také ho s oblibou dávají jako dárky svým blízkým. Tak proč nenabídnout produkty, kde je možnost vyrytí jména nebo výběr vlastních ingrediencí?

Jak na to?

Dej lidem možnost **personalizovat si balíček** (například si vybrat vlastní mix chutí).

– TIP 17

Niche trh

Vyber si úzký segment trhu, který není dostatečně pokrytý velkými hráči. Když se produkty v e-shopu zaměříš na specifickou cílovou skupinu, snáze zvýšíš loajalitu zákazníků a buduješ si svoji značku.

Specializované produkty nejrozumnějšího typu: ekologické produkty, ručně vyráběné zboží nebo potřeby pro specifické hobby a zájmy (např. modelářské nástroje, vybavení pro specifické sporty).

– TIP 18

Zero waste

Proč?

Lidé chtějí žít udržitelně, ale potřebují jednoduchá řešení. Zero waste produkty jim pomáhají snížit odpad bez složitého hledání. E-shop může nabídnout kurátorský výběr, rozšířit obzory, ale také nabídnout přístup do komunity podobně založených lidí.

Další výhodou je, že **tyto produkty bývají od menších výrobců a nejsou vždy dostupné ve velkém měřítku na marketplaces.** Je tu potenciál budovat si značku a renomé v dané kategorii.

Jak mohou vypadat tvoje výhody: Dej lidem možnost **personalizovat si balíček** (například si vybrat vlastní mix chutí).

Pointa: Zero waste není jen trend – je to změna myšlení. Pokud to zákazníkům usnadníš a uděláš stylově, budou se vracet.

– TIP 19

Eko friendly a eko produkty

Lidé čím dál víc řeší, odkud věci pochází a jaký mají dopad. Eko produkty nejsou jen hezké gesto – pro mnoho lidí jsou novým standardem.

Co prodávat a proč?

Eko kosmetika s certifikací (např. BIO, cruelty-free):

- Rostlinné složení, skleněné obaly, refill systém.
- Zákazníci ocení průhlednost a minimalistický design

Udržitelné doplňky do domácnosti (např. kompostéry, bambusové kartáčky):

- Praktické věci, které zapadnou do každé domácnosti.
- Nabídní i obsah: tipy, jak snížit odpad a žít “zeleněji”.

Pointa: Lidé chtějí dělat správná rozhodnutí – pokud jim nabídneš produkty, které jsou ekologické, funkční a krásné, nebude to pro ně kompromis, ale přirozená volba.

Rozjed'svoje podnikání online a založ e-shop

Otázka: Jak si ověřit, že tvůj nápad a následně produkt najde svoje zákazníky? Jednou z nejsnazších cest je založení e-shopu. Na spuštění jej klidně připravíš za pár dní a můžeš prodávat.

Pokud chceš e-shop spustit za krátkou dobu a s malými náklady, je pro **většinu začínajících podnikatelů** nejvhodnějším řešením pronajatý e-shop. Platforma [Shoptet](#) má už zabudované velké množství funkcí a další doplňky si vybereš. O implementování aktualizací, legislativních změn a vylepšení se stará poskytovatel. Stojí za tebou tým programátorů, designérů a dalších profesionálů z e-commerce, kteří mají s platformami zkušenosti. Samozřejmostí je **technická a zákaznická podpora zdarma**. Lidé chtějí dělat správná rozhodnutí – pokud jim nabídneš produkty, které jsou ekologické, funkční a krásné, nebude to pro ně kompromis, ale přirozená volba.

E-shop je skvělý způsob, jak rozjet podnikání, když:

- **Chceš pracovat** při studiu nebo na mateřské.
- **Vymyslel/a jsi produkt**, který na trhu není, a chceš zjistit, zda chybí i dalším lidem.
- **Prodáváš na jarmarcích a trzích** a vidíš, že tvoje produkty mají úspěch (ať jde o marmelády, pesta, meditační polštářky či lokálně šité čepice).
- **Chceš si rozšířit zákaznickou základnu** i mimo kamenný obchod či svůj region.
- **Chceš pracovat z domova.**
- **Chceš flexibilní práci**, kterou si organizuješ sám/a.

- Plánuješ časem opustit své místo v práci a podnikat. Spousta lidí rozjela **e-shop jako koníček**.
- Při práci, až se z toho stal **full time job**.

– TIP 21

Unikátní domácí dekorace

Proč?

V USA i Evropě frčí **personalizace a originální interiérové doplňky**.

Tipy na produkty:

- Neonové LED nápisy s vlastním textem.
- 3D lampy s iluzí hloubky (např. vesmírné motivy, zvířata).
- Handmade sojové svíčky v originálních tvarech.
- Dřevěné podtácky s gravírováním.

Jak začít? Najít **malé výrobce nebo dodavatele** a vytvořit vlastní **brand**.

– TIP 22

Ekologické nebo udržitelné produkty na míru

Proč?

V Evropě, USA i Asii roste zájem o **udržitelné alternativy** ke klasickým výrobkům.

Tipy na produkty:

- Silikonové potravinové sáčky a obaly na jídlo.
- Skleněná brčka + stylové obaly na cesty.
- Kompostovatelné houbičky na nádobí.
- Znovupoužitelné odličovací tampony, voskované ubrousky, síťovky.
- Bezobalová drogerie v kapslích nebo koncentrátech: lidé chtějí méně plastu, ale pohodlí. Ideální i jako předplatné s pravidelnou zásilkou.
- V Asii rostou značky zaměřené na zero-waste produkty – například znovupoužitelné obaly na potraviny z bambusu nebo rýžových slupek.

Jak začít? Objednat malé množství od lokálního dodavatele a prodávat na **e-shopu, farmářských trzích**.

– TIP 23

Trendy doplňky pro mazlíčky

Proč?

Mazlíčci jsou v USA i Asii **velký byznys** – lidé rádi kupují **chytré a originální produkty**. A v našem regionu je to podobné.

Tipy na produkty:

- Cestovní lahve na vodu pro psy (s vestavěnou miskou).
- Roztomilé oblečky a doplňky pro mazlíčky.
- Interaktivní hračky proti nuditě (pro psy i kočky).

Jak začít? Ukazovat produkty nejen na e-shopu, ale i na sociálních sítích, například **Instagramu**, **TikToku**. Pohybuješ se ve skupinách, kde se na sítích sdružují pejskaři a majitelé dalších zvířat. Samozřejmě nejlepší je, když mezi ně taky patříš a máš zkušenosti s tím, co pejskaři řeší.

– TIP 24

Prémiové psí doplňky lokální výroby

Proč?

Češi a Slováci milují psy a jsou ochotní utrácet za kvalitní designové doplňky.

Tipy na produkty:

- Kožené obojky s gravírováním (lokální výroba).
- Stylové postroje a vodítka – unikátní designy.
- Eko hračky a pelíšky z recyklovaných materiálů.

Jak začít? Pokud se do výroby nepustíš sám/a, zkus ke spolupráci oslovit **lokální řemeslníky** (kůže, textil). Spustit e-shop na [Shoptetu](#) už bude hračka. Doporučujeme spolupracovat s influencery, kteří mají psy a které sleduje komunita.

– TIP 25

Prémiové a udržitelné svíčky, bytové vůně

Proč?

Handmade svíčky se stylovým designem a zajímavými vůněmi jsou hit, ale je u nich důležitá i sezónnost.

Tipy na produkty:

- Sójové svíčky v ručně vyráběných nádobách.
- Aromatické difuzéry se stylovým designem.
- Vonné vosky do aroma lamp (eko-friendly alternativa).

Jak začít? Najít malého výrobce svíček a vytvořit vlastní značku nebo začít s výrobou. Zaměřit se na design a příběh značky, být vidět na lokálních trzích.

– TIP 26

Funkční a udržitelná sportovní móda

Proč?

Roste trend lokálních značek sportovního oblečení.

Tipy na produkty:

- Trička z merino vlny nebo bambusu – funkční a ekologické.
- Stylové sportovní legíny a topy – minimalistický design.
- Cestovní rychleschnoucí ručníky & doplňky.

Jak začít? Autorská móda je v Česku trendy a na řadě akcí typu Dyzajnmarket najdeš spoustu úspěšných prodejců s autorskou módou pro ženy, ale i děti či muže. Je potřeba si najít, v čem bys měl/a být výjimečný/á – výrobou v Česku? Neotřelým designem? Spoluprací s umělci? Chybu neuděláš ani zaměřením na udržitelnost a funkčnost, nebo když některé výhody zkombinuješ.

– TIP 27

Funkční a a zdravé snacky

Proč?

Lidé hledají **rychlé a zdravé svačiny** na výlety, pro děti do školy, do práce. **Trendem** jsou také **biohacking a longevity produkty**.

Tipy na produkty:

- Proteinové tyčinky bez cukru (přírodní složení, lokální suroviny).
- Sušené maso (jerky) z bio masa (bez konzervantů, nízký obsah soli).
- Pečené & lyofilizované ovoce (bez přidaného cukru).

– TIP 28

Low-carb a keto produkty

Proč?

Keto a low-carb je trend, který nekončí – lidé hledají nové chutné alternativy.

Tipy na produkty:

- Low-carb pečivo (mandlová/kokosová mouka).
- Domácí granoly bez cukru.
- Keto omáčky a dochucovadla (bez přidaného cukru, přírodní složení).

– TIP 29

Specializované nápoje

Proč?

Zdravé nápoje jsou na vzestupu – lidé už nechtějí pít jen vodu nebo slazené limonády. Všiml/a sis plechovkového trendu? Dnes můžeš pít z plechovky i vodu (na akci s kámoši vypadá plechovka v ruce prostě víc cool), objevují se nejrůznější míchané drinky i ochucené vody nebo kombucha.

Tipy na produkty:

- Kombucha a fermentované nápoje.
- Funkční káva a čaje (s přidanými superpotravinami).

– TIP 30

Veganské a rostlinné produkty

Proč?

Počet veganů a vegetariánů **roste**, o alternativní stravě ale přemýšlí stále více lidí a zařazuje ji do jídelníčku. Velký zájem je o **kvalitní a lokální produkty**.

Tipy na produkty:

- Alternativy mléčných produktů (ořechové máslo, rostlinné jogurty).
- Rostlinné proteiny (hrachový, konopný, dýňový).
- Zdravé hotové jídlo ve sklenici (rychlá veganská strava bez konzervantů).

– TIP 31

Přírodní kosmetika a péče o pleť

Proč?

Spotřebitelé stále více preferují produkty s přírodními ingrediencemi, které jsou šetrné k pokožce i životnímu prostředí.

Tipy na produkty:

- Ručně vyráběná mýdla.
- Přírodní pleťové oleje.
- Ekologické odličovací tampony.

– TIP 32

Sportovní vybavení a domácí fitness pomůcky

Proč?

Domácí cvičení zůstává populární, což zvyšuje poptávku po sportovním vybavení a pomůckách pro domácí trénink.

Tipy na produkty:

- Odporové gumy, činky a kettlebell.
- Jóga podložky.
- Nezapomeň, že nabídka velkých hráčů v tomto segmentu je obrovská. Tvoje příležitost je právě v personalizaci a specializaci nebo propojení s dalšími produkty, které aktivní lidé vyhledávají.

– TIP 33

Dekorace a designové doplňky do domácnosti

Proč?

Poptávka po dekorativních prvcích a praktickém nábytku je na vzestupu.

Tipy na produkty:

- Designové osvětlení.
- Dekorace z přírodních materiálů.
- Organizéry a úložné boxy.

Tohle zkrátka má potenciál oslovit zákazníky rozličného vkusu.

7 tipů, jak hledat trendy aneb Co teď letí?

– TIP 34

TikTok & Instagram

- Hledej podle hashtagů jako **#TikTokMadeMeBuyIt**, **#TrendingProducts**, **#LifeHacks**, **#AmazonFinds**.
- Sleduj **influencery** zaměřené na lifestyle, beauty, gadgety nebo domácnost.
- Využij [TikTok Creative Center](#), ukáže ti top produkty a reklamy.

– TIP 35

Pinterest a Facebook skupiny

- Trendy v home decor, DIY, zahradničení, udržitelnosti.
- Ve skupinách jako **Weird and Wonderful Products** nebo **AliExpress & Amazon Must Haves** najdeš nové vychytávky.

– TIP 36

YouTube a Reddit

- Hledej videa typu **Best trending products 2025/2026**.

– TIP 37

Amazon Best Sellers

- Na [Amazon Best Sellers](#) sleduj kategorie jako **Home & Kitchen, Pet Supplies, Gadgets, Eco-Friendly Products**.
- Zjisti, zda to na CZ trhu už někdo nabízí.

– TIP 38

Aliexpress a Temu Trending Products

- Mrkni na sekci **Hot & Trending**, většina těchto produktů v ČR chybí. Příležitost pro lokální výrobu?

– TIP 39

Etsy a NotOnTheHighStreet

- Prozkoumej dva známé online marketplaces, které se zaměřují na unikátní, ručně dělané a designové produkty – často od malých tvůrců, řemeslníků a lokálních značek. Trendují zde handmade a personalizované produkty, které mohou být zajímavé pro malý e-shop.

– TIP 40

Kickstarter a IndieGoGo

- Nové inovativní produkty – pokud něco trenduje tam, je velká šance, že to v Česku ještě není.

5 nápadů, jak se odlišit od marketplaces

Nabídní jedinečné produkty, které nejsou snadno dostupné na velkých platformách.

– TIP 41

Specializované a prémiové produkty (high-end segment)

Marketplace: Zaměřují se na levné nebo masové produkty, často od čínských výrobců.

Příležitost: Prémiová kvalita, exkluzivní produkty, lokální výroba.

Příklady produktů pro e-shop:

- **Slow fashion a kvalitní obuv** – udržitelné materiály, ruční výroba.
- **Drahé, ale kvalitní outdoorové vybavení** – minimalistické, lehké, do extrémních podmínek.

Tip: Lidé jsou ochotni si připlatit za kvalitu, kterou marketplace neřeší.

– TIP 42

Personalizované a custom produkty

Marketplace: Nedokážou efektivně nabízet personalizované věci na míru.

Příležitost: Customizace, gravírování, vlastní designy.

Příklady produktů pro e-shop:

- **Personalizované dřevěné a kožené doplňky** – peněženky, opasky, hodinky.
- **Vyšívané oblečení a custom designy** – luxusnější varianta fast fashion.
- Unikátní **svatební a dárkové sety** – personalizace pro konkrétní příležitosti.

Tip: Lidé si rádi kupují něco jedinečného a na marketplace to nenajdou.

– TIP 43

Produkty s komunitou a příběhem

Marketplace: Nenabízí hlubší propojení značky a zákazníka.

Příležitost: Budování lovebrandu a storytelling.

Příklady produktů pro e-shop:

- **Kávové předplatné od lokálních pražírů** – zážitek, příběh, kvalita.
- **Craft gin, rumy a speciální čokolády** – malovýroba, exkluzivita, specializace a velký výběr.
- **Umělecké plakáty a designové dekorace** – limitované edice, místní umělci.

Tip: Lidé chtějí podpořit menší značky, pokud cítí autenticitu.

– TIP 44

Udržitelné a ekologické produkty

Marketplace: Často prodávají levné „eko“ produkty bez reálného dopadu (není u nich jasně doložen původ, certifikace ani environmentální přínos).

Příležitost: Opravdu udržitelné a zero-waste produkty.

Příklady produktů pro e-shop:

- **Ekologické hygienické potřeby** – bambusové kartáčky, bio deodoranty, látkové vložky.
- **Kompostovatelné obaly a přírodní čistící prostředky** – bez plastu a chemie.
- **Dřevěné a skleněné alternativy k plastovým produktům** – kuchyňské náčiní, brčka, lahve.

Tip: Hlavní je **transparentnost** – zákazníci chtějí vědět, že produkt je opravdu eko.

– TIP 45

Lokální a regionální produkty

Marketplace: Primárně zaměřené na masovou výrobu, importované zboží.

Příležitost: Místní výroba, regionální unikáty.

Příklady produktů pro e-shop:

- **Tradiční české potraviny ve stylu „moderní delikatesy“** – kvalitní med, uzeniny, sýry.
- **Ručně vyráběné keramické nádobí a sklo** – autentické a nadčasové.

- **Outdoor oblečení a doplňky vyrobené v Česku** – kvalitní materiály, lokální tvůrci, zboží s lokálními motivy.

Tip: Lidé chtějí podpořit místní podnikatele a hledají něco „z domova“.

Výhody malého e-shopu proti marketplace:

- 1. Unikátní prémiové produkty**, které nejsou např. na Amazonu.
- 2. Personalizace a customizace** – něco, co je přímo na míru zákazníkovi.
- 3. Značka s komunitou a silným příběhem** – budování brandu.
- 4. Skutečně ekologické a udržitelné věci**, ne jen „zelený marketing“.
- 5. Lokální a autentické produkty** – tradiční řemesla, kvalitní materiály.

– TIP 46

Prodávej hodnotu, ne „jen“ produkt

Neprodávej „proteinový prášek“, ale „lepší regeneraci a silnější tělo“. Neprodávej obyčejný „batoh na notebook“, ale prodej u něj to, že třeba i kreativcům přináší perfektní způsob „organizovaného uspořádání“.

Zamysli se, jak svými produkty zjednodušíš zákazníkovi život, a zapoj do přípravy textů na e-shopu zkušeného copywritera nebo využij AI, která ti dá spoustu tipů, jak daný produkt představit zákazníkovi.

Od velkých hráčů se svým e-shopem odlišíš, když svému sortimentu nebo komunikaci se zákazníkem dáš něco navíc, zkrátka když uděláš z nakupování výjimečný zážitek, aby se nakupující vrátili.

– TIP 47

Nabídni funkční řešení s lokálním příběhem

Lidé jsou často loajální, když produkt ladí s jejich životním stylem – jde jim o hodnotu.

Příklad: Funkční oblečení z merina a bambusu

- Nabídni minimalistické tričko z merina pro každodenní nošení.
- Zaměř se na vrstvené sety pro sportovce a outdoor nadšence – lehké, antibakteriální, česká výroba.

Pointa: Češi oceňují funkčnost a kvalitu, ale chtějí i příběh. Když jim dáš obojí, nebudou hledat jinde.

– TIP 48

Rozšířený produkt

Když e-shop prodává funkční prádlo, může zákazníkům skvěle poradit s péčí o něj. A rovnou si tak najít další zdroj příjmů – nabízet tzv. rozšířený produkt – například prací prostředky pro funkční prádlo.

Tip: Prodáváš boty? Pak bys měl/a mít v sortimentu i impregnaci.

Gró podnikání a toho, že se značce daří, je to, že zákazníkům pomáhá řešit jejich problémy.

– TIP 49

Produkty s rostoucí poptávkou

Výhoda: Nemusíš zákazníky přesvědčovat – oni už to hledají.

Pointa: Pokud začneš prodávat trendy zboží včas, stihneš naskočit na vlnu dřív než ostatní.

– TIP 50

Nabídní lepší verzi toho, co lidi hledají

Když prodáváš to, po čem roste poptávka, zákazníci si tě najdou sami. Stačí jim nabídnout lepší verzi.

Příklad: Eko čisticí prostředky

- Vytvoř zero waste řadu s náhradními náplněmi.
- Nabídní minimalistický design pro moderní domácnosti nebo pro cestovatele.

– TIP 51

Udržitelnost a eko přístup v logistice

Zákazníci stále častěji přihlížejí k tomu, odkud produkt pochází, jak je zabalený a jakou má uhlíkovou stopu. Recyklovatelné obaly, udržitelné dodavatelské řetězce a transparentní komunikace o původu zboží jsou stále důležitější.

– TIP 52

Second hand a cirkulární ekonomika

Roste poptávka po platformách a e-shopech, které zboží nejen prodávají, ale i vykupují, recyklují nebo znovu uvádějí do oběhu. Tento přístup podporuje **udržitelnost, důvěru a loajalitu zákazníků**, kteří chtějí nakupovat zodpovědně.

Pointa: Co takovým e-shopům pomáhá posilovat loajalitu? Zákazník se vrací kvůli výkupům, refillům, servisu. Lidé mají lepší pocit sami ze sebe, že využívají věci vyrobené z recyklovaných materiálů, případně že jejich staré věci najdou nové upotřebení.

5 tipů na e-shop, který naplní trend aneb **cirkulární ekonomika**

– TIP 53

Móda z druhé ruky – ale stylově a kvalitně

Prodáváš: Kurátorovaný second-hand nebo upcyklované kousky.

Vykupuješ: Od zákazníků, kteří chtějí šatník zmenšit nebo obměnit.

Nabízíš: Cashback, kredity na další nákup, výměnný model.

Příklad: Stylový slow fashion e-shop + výkup kvalitních značkových věcí.

– TIP 54

Dětské zboží a výbava – recirkulace podle věku

Prodáváš: Nové i použité produkty v top stavu (kočárky, nosítka, hračky, oblečení).

Vykupuješ: Výbavu, ze které dítě vyrostlo – dál nabídneš jiným rodinám.

Nabízíš: Výměnné balíčky podle věku dítěte.

Příklad: Znovu pro miminko – výbava s příběhem, pro další rodinu.

– TIP 55

E-shop s designovým nábytkem a dekoracemi z druhé ruky

Prodáváš: Vybrané vintage, zrenovované nebo upcyklované kousky.

Vykupuješ: Designové kusy od lidí, co chtějí vyklidit chalupy, zbavit se starých věcí a vyčistit byt. Přidáváš nový nátěr, úpravu, nové využití (např. starý kufr jako stolek).

Příklad: „Druhý život nábytku“ – kurátorovaný výběr s důrazem na styl.

– TIP 56

E-shop se zaměřením na repasy a upcyklované produkty

Prodáváš: Zboží vyrobené z již použitých materiálů – např. batohy z PVC bannerů a reklamních plachet, šperky ze zbytků kovů, nábytek z palet.

Proč to funguje: Zákazníci chtějí originální věci s příběhem, upcyklace a například zajímavý materiál takový příběh přinášejí. Navíc tzv. Trash to treasure videa trendují, lidé milují, když vidí proměnu něčeho vyhozeného a nepoužitelného ve stylový produkt.

– TIP 57

E-shop s výkupem starého za slevu na nové (retail trade-in model)

Jak to funguje: Zákazník pošle starý produkt, dostane slevu na nový. Ty produkt zrecykluješ, opraviš nebo prodáš dál jako repasovaný.

Proč to funguje: Zákazník se cítí „ekologicky zodpovědný“ a navíc získá odměnu.

5 tipů, jak prodávat upcyklované produkty

Předpoklad: Roste zájem o udržitelnost. Spousta lidí dnes chce věci, které jsou jedinečné, vyrobené z recyklovaných materiálů a mohou nabídnout zajímavý příběh. Upcyklace to všechno splňuje.

Řešení: Nabídní produkty, které dávají materiálům druhou šanci skvěle posloužit. Mysli na to, že by měly být funkční a ideálně designové.

– TIP 58

Najdi bílá místa na trhu

Otázka: Co lidé chtějí, ale na trhu chybí?

- Lidé hledají udržitelné alternativy ke klasickým výrobkům, ale často jsou buď příliš „eko“, nebo třeba nepříliš hezké.
- Upcyklace je atraktivní, ale značky ji musí pojमत jako součást lifestyle.
- Lépe vyprávět příběh upcyklovaného zboží, ukázat jeho původ.

Příležitosti:

- **Doplňky z PVC bannerů, bezpečnostních pásů, stanů, lodních plachet – batohy, peněženky, ledvinky.**
- **Designové dekorace z odpadu** – světla z plechovek, hodiny z desek, nábytek ze starých podlah.
- **Bytový textil z košil, látek a ubrusů** – originální povlaky, zástěry, tašky.

- **Psací potřeby z vyřazeného dřeva**, papíru, reklamních materiálů.

Pointa: Upcyklované produkty nejsou nouzové řešení – mohou být luxusní, vkusné a mít duši.

– TIP 59

Spoj produkt s EMOCÍ nebo PŘÍBĚHEM

Otázka: Proč by měl zákazník vybrat právě tvůj produkt?

- **Upcyklovaný produkt není anonymní** – má minulost, a právě to z něj dělá dobrý materiál pro příběh.

Jak na to:

- Ukaž příběh každého kusu: „Tento batoh vznikl ze starého billboardu festivalu Colours of Ostrava 2024.“
- Důvěra: „Každý kus je ručně zpracován v malé dílně a zachránil 800 g odpadu.“
- Zážitek: Přidej kartičku s QR kódem na mini-videopříběh produktu nebo autora.
- Komunitní aspekt: Sdílej příběhy lidí, kteří dávají věcem druhý život.

Pointa: Zákazník si nekupuje jen věc – ukazuje svůj postoj, přináší svému okolí inspiraci a má dobrý pocit, že myslí na planetu.

– TIP 60

Specializuj se – neprodávej všechno všem

Otázka: Jak nebýt jen dalším „eko handmade“ e-shopem?

Zaměř se na jednu oblast a ovládni ji:

- **Městský design:** Tašky, obaly, doplňky do kanceláře z odpadních materiálů, trenduje minimalismus.
- **Cestování a outdoor:** Odolné tašky z lodních plachet, voděodolné pytlíky z reklamních bannerů.
- **Bytové doplňky:** Moderní dekorace z upcyklovaného dřeva, látek nebo skla.
- **Móda s minulostí:** Limitované módní doplňky z potahů ze sedaček, pracovních kalhot nebo záclon.

Pointa: Buď expert na jednu kategorii – vybuduj značku, která má jasný rukopis.

– TIP 61

Vytvoř něco limitovaného, unikátního nebo personalizovatelného

Otázka: Jak přidat exkluzivitu?

Zaměř se na jednu oblast a ovládni ji:

- **Limitované kolekce:** Série z jednoho konkrétního billboardu nebo festivalu.
- **Personalizace:** Možnost si zvolit barevnost, doplněk, popruh, vlastní potisk nebo výšivku.
- **Prémiové balení:** Recyklovaná krabička s razítkem a certifikátem o původu materiálu.

- **Sběratelské edice:** Série číslovaných produktů – každý kus originál.
- **DIY sady:** Ukaž lidem, jak si produkt sami sestaví nebo dotvoří – dostanou zážitek, nejen produkt.
- **Móda s minulostí:** Limitované módní doplňky z potahů ze sedaček, pracovních kalhot nebo záclon.

Pointa: Upcyklace je ideální pro limitované série a personalizaci – využij toho.

– TIP 62

Sleduj trendy

Otázka: Co je právě v kurzu?

Zaměř se na jednu oblast a ovládni ji:

- **Trash to treasure videa** – lidé milují proměny odpadu ve stylový produkt.
- **Zero waste dárky** – dárkové boxy, které jsou 100% z odpadu.
- **Upcycling jako design** – spolupráce s umělci, designéry, architekty.
- **Spolupráce s festivaly, kavárnami, firmami:** z jejich odpadu udělej produkty zpět pro ně.
- **Workshopy a edukace:** nauč zákazníky, jak na upcycling, tvoř kolem sebe komunitu a získej loajální zákazníky.

Pointa: Upcyklované produkty jsou virální, zábavné a komunitní – testuj zájem chytře a kreativně.

– TIP 63

Udržitelnost a eko přístup v logistice

Zákazníci stále častěji přihlížejí k tomu, odkud produkt pochází, jak je zabalený a jakou má uhlíkovou stopu. Recyklovatelné obaly, udržitelné dodavatelské řetězce a transparentní komunikace o původu zboží jsou stále důležitější.

– TIP 64

Ukaž Čechům trendy, které dobývají svět

Lidé rádi novinky, které ještě nejsou všude a které nemá každý. Často jsou velmi praktické, přinášejí radost nebo zútulňují bydlení.

Neobjevené trendy ti mohou dát náskok proti konkurenci – můžeš být první, kdo je přinese do Česka, a zaujmout tak na sociálních sítích. Navíc o sobě říkáš, že tvoje značka sleduje trendy a udává směr.

Příklad: Japonské kuchyňské pomůcky

- Otvíráky na citrusy, mini struhadla, minimalistické bento boxy na oběd.
- Praktické a krásné produkty jsou jako dělané pro obsah na sociálních sítích, lidé se s nimi rádi pochlubí a tím šíří povědomí.
- Designově promyšlené, funkční a zábavné. Skvělé pro foodies a milovníky estetiky.

Příklad: Mikrobylinky v interiéru

- Domácí pěstování bez hlíny, v elegantních nádobách.
- Propojení zdraví, udržitelnosti a stylu – ideální pro městský balkon nebo kuchyň.

Pointa: Když přineseš trend dřív, než se dostane do mainstreamu, lidé tě budou vnímat jako inovátora a značka se na vlně sveze.

– TIP 65**Digitální služby**

Pořídít si e-shop a prodávat digitální produkty přináší i výhodu, že nepotřebuješ sklad a neřešíš ani balení a odesílání zásilek. Vše se dá automatizovat a sortiment snadno obměňovat či rozšiřovat.

- Prodej e-booků, online kurzů
- Šablony pro grafiky, webdesignery
- Plánovací deníky a organizéry (digitální)
- Premiové fonty a designové prvky
- AI generované obrázky a videa na zakázku
- Online kurzy, konzultace

– TIP 66**Produkty s vysokou marží**

Zaměř se na produkty s nízkými náklady a vysokou přidanou hodnotou, jako jsou privátní značky nebo digitální produkty.

– TIP 67

Předplatné a boxy

Postav svůj byznys na modelu předplatného nebo jej o předplatné rozšiř, může to dávat smysl u části sortimentu. Lidé využívají řadu produktů opakovaně, tak jim nabídní pravidelný opakovaný odběr.

Příklad: Lidé nechtějí trávit čas tím, že budou myslet na pravidelnou objednávku kontaktních čoček, kávy, ponožek, krmiva pro zvířata nebo zdravých tyčinek. Zaříd', ať nemusí na dané věci myslet a mohou jen očekávat balíček nebo e-mail o úpravě objednávky.

– TIP 68

Mysli na zákazníky

Poskytuj výjimečný zákaznický servis a buduj komunitu kolem vaší značky. Jak na to? Můžeš začít články, které e-shopy na Shoptetu mají zdarma dostupné v administraci. Shoptet Univerzita vzniká ve spolupráci s předními e-commerce specialisty.

– TIP 69

AI personalizace a automatizace

Díky umělé inteligenci je možné zákazníkům doporučovat produkty přesně na míru, automatizovat e-maily, chatboty nebo třeba popisky zboží. Personalizace zážitku na webu už není luxus, ale očekávání, a v tom všem ti pomohou [AI tooly](#).

– TIP 70

Omnichannel prodej – propojení světa online a offline

Marketplaces většinou zůstávají jen ve světě internetu. Pokud propojíš e-shop s kamenným obchodem, showroomem nebo výdejním místem, nabídneš tak zákazníkovi pohodlí a osobní kontakt. To se v době automatizovaných platforem stává silnou konkurenční výhodou.

Jak může vypadat, když do e-shopu zapojíš omnichannel strategii?

– TIP 71

Omnichannel strategie pro e-shop s barefoot obuví

U barefoot bot zákazníci často řeší velikost, pohodlí a pocit z boty. Bude dostatečně široká v oblasti palců? A co nárt? To jsou věci, které fotka nikdy plně nezprostředkuje, proto omnichannel dává smysl.

Jak na to?

1. Showroom / prodejna

Ideálně malé kamenné místo, kde si zákazník boty vyzkouší, zjistí velikost a typ podrážky, ověří pohodlnost. Může koupit rovnou na místě nebo objednat online s dopravou zdarma.

2. Click & Collect

Nabídnout možnost objednat online a vyzvednout osobně, třeba i s radou od obsluhy. U barefoot bot se hodí možnost během vyzvednutí zkusit a vyměnit velikost. Pro obchodníka je to příležitost na prodej souvisejících produktů (impregnace, další barevné tkaničky na výměnu).

3. Věrnostní program

Hodit se bude pro zákazníky, kteří střídají sezónní modely nebo dětské boty. Může připomínat nové kolekce, akce a nabídnout speciální slevy pro věrné zákazníky.

4. Potkávej zákazníky na akcích

E-shop může pořádat víkendové pop-upy na různých místech, účastnit se dětských akcí nebo veletrhů.

– TIP 72

Omnichannel strategie pro e-shop s jerky

U jerky (sušeného masa) je situace jiná než u barefoot bot, tady zákazník neřeší velikost, ale hlavně chuť, složení a kvalitu. Proto se vyplatí zaměřit se na úplně jiné kanály.

Jak na to?

1. Ochutnávky v kamenných prodejnách nebo na trzích

Zákazníci rádi ochutnají, než koupí větší balení. Pokud má e-shop partnera (například farmářské obchody), můžeš tam posílat ochutnávky nebo vzorky, nabízí se také, aby ses dostal/a do povědomí na farmářských trzích.

2. Předplatné / dárkový / ochutnávkový box

Místo jednorázového nákupu můžeš časem nabídnout pravidelný měsíční balíček jerky. To zajistí pravidelný kontakt se zákazníkem, pomáhá budovat jeho vztah k značce.

3. Hurá do obchodů

Jerky je ideální produkt pro multichannel distribuci: zdravé výživy, benzinky, sportovní obchody. E-shop tu funguje jako značka a marketingový kanál, offline partneři pomáhají budovat povědomí o značce, usnadňují přístup k produktům.

4. QR kódy na obalech výrobků

Na každém balení jerky může být QR kód s odkazem na e-shop, recepty, soutěže nebo věrnostní program. Offline nákup tak plynule přechází do online světa.

Všiml/a sis toho rozdílu?

- Barefoot boty vyžadují fyzický kontakt a zážitek – showroom, fitting, eventy.
- Jerky je impulzní a chuťově zážitkový produkt – ochutnávky, předplatné, prodej přes partnery.

Omnichannel nikdy není o tom být „všude“ – jde o to být tam, kde zákazník očekává zážitek.

– TIP 73

Zeptej se potenciálních zákazníků

Ptej se na jejich potřeby a preference. Buduj autentickou značku s příběhem – zákazníci rádi podpoří malé podnikatele s jasnou vizí, ale zejména s užitečnými nebo hezkými produkty.

– TIP 74

Nabídní výjimečný zákaznický servis

Vsadiť můžeš i na personalizaci balení či rychlou komunikaci. Tento přístup ti umožní být jiný/á než konkurence z marketplaces, ale samozřejmě se to neobejde bez dobrého produktu, po kterém je poptávka (nebo produktu, u nějž zákazníci ještě nevědí, že jej chtějí/potřebují).

– TIP 75

Sleduj konkurenci

Prozkoumej menší konkurenční e-shopy a hledej mezery v jejich nabídce. Uč se ale i od velkých úspěšných značek. Čti rozhovory, poslouchej [podcasty](#) s úspěšnými e-shopaři.

3 kroky, jak zjistit, co bude konkurenceschopné?

– TIP 76

Krok 1: Průzkum poptávky

- Google Trends – hledání rostoucích trendů.
- Heureka a Amazon Best Sellers – co se prodává nejvíc?
- Sociální sítě (TikTok, Instagram) – virální produkty.
- Sleduj data na webu ceska-ecommerce.cz.

– TIP 77

Krok 2: Analyzuj konkurenci

- Kdo už tento produkt prodává?
- Jaké má ceny a podmínky?
- Jsou v trhu mezery (např. chybí ekologická alternativa, personalizace)?

– TIP 78

Krok 3: Testuj svůj nápad

- Předprodej – nabídní produkt například na trzích a zjisti zájem před výrobou.
- Crowdfunding – ověř poptávku a získej finance na rozjezd.
- Založ e-shop na Shoptetu. Testovací verzi e-shopu máš na 30 dní zdarma.

– TIP 79

Komunitní a lifestylový přístup

Otázka: Pro koho e-shop tvoříš? Přistoupit k tomu lze z různých úhlů pohledu, nikdy neprodávej všem. Snaž se odlišit od marketplaces.

- **Subkultury:** např. zero waste, minimalismus, tech geekové, urban survival.
- **Fanoušci specifických hobby:** Indoor gardening, vinylové desky, tradiční řemesla.
- **Etické hodnoty:** Udržitelnost, fair trade, česká výroba.

– TIP 80

Regionální a lokální unikátnost

Zkus využít **tradiční české a slovenské prvky**, které lidi milují, ale na trhu je jich málo.

Jak na to?

- **Lidová řemesla:** Co už mizí, ale má stále poptávku? (ruční výroba, staré techniky).
- **Regionální chutě:** Co lidé znají z dětství a jinde to nekoupí?
- **Historický nebo designový odkaz:** Co se dá modernizovat, ale zůstává lokální?

– TIP 81

Silný branding a storytelling

Nestačí jen prodávat, zákazníci chtějí příběh!

Jak na to?

Příklad: Nomad Jerky

Nabídni sušené maso pro cestovatele, dodej produktu příběh inspirující k objevování světa. Není sestavování příběhů a práce s texty tvoje silná stránka? Zapoj AI, dá spoustu tipů a je skvělá na brainstorming i pro copywritery.

- **Autentický příběh zakladatele** – „Začalo to na mých horských výpravách...“
- **Inspirace tradicí** – „Vyrábíme jerky podle staré receptury.“
- **Silná vizuální identita** – Drsnější outdoor styl vs. minimalistický bio styl.
- **Prémiový dojem** – Matné balení, přírodní materiály, prémiový tisk.

5 tipů, jak rozjet B2B e-shop

Firmy i gastro provozy mnohdy hledají funkční ekologická řešení – nejen z ekologických důvodů, ale i kvůli legislativě – pokud jim to usnadníš kvalitní nabídkou toho, co potřebují, budeš pro ně cenný partner, ne jen další dodavatel.

Příklad: Jak začít prodávat znovupoužitelné obaly na potraviny z bambusu nebo rýžových slupek.

– TIP 82

Najdi správné partnery

- Kavárny, bistra, coworky, firmy s vlastní jídelnou.
- Eko-friendly e-shopy, dárkové firmy, korporáty hledající udržitelný merch.

– TIP 83

Vytvoř produktové linie pro firmy

- Krabičky s logem (branding), firemní sady na svačiny pro zaměstnance.
- Systémy vratných obalů pro gastro provozy (např. zero waste krabičky pro rozvoz jídla).

– TIP 84

Komunikuj benefity

- Snížení odpadu – nižší náklady na likvidaci.
- Posílení značky (PR a udržitelný storytelling).
- Možnost dotací (např. z fondů na udržitelný rozvoj nebo CSR programy).

– TIP 85

Vybuduj vztahy

- Účast na veletrzích (Designblok, Czech Design Week, Biostyl).
- Aktivní oslovení přes LinkedIn nebo e-mail marketing s jasnou nabídkou řešení.
- Nabídní pilotní spolupráci nebo vzorky zdarma.

– TIP 86

Prodávej chytře

- Zviditelni se na Instagramu, TikToku a Pinterestu – inspirace + praktičnost.
- Spolupracuj s food blogery, eko influencery.

Pointa: V Česku není mnoho designových, udržitelných a zároveň funkčních alternativ k plastovým boxům. Využití se nabízí i pro koncové zákazníky. Nabídní něco navíc: Praktický a estetický design (skandinávský, japonský styl, pastelové barvy), možnost personalizace (např. gravírování jména, motivu).

5 tipů, jak prorazit s e-shopem na asijské delikatesy

Problém: Lidé touží objevovat nové chutě a milují japonské trendy jako matcha nebo mochi. Ale v Česku je mimo velká města složité najít autentické produkty, které jsou kvalitní, chuťově vyladěné a zároveň hezky zabalené.

Řešení: Nabídní autentické, estetické a zároveň přístupné asijské dobroty – s příběhem, kvalitou a stylovým balením.

– TIP 87

Najdi bílá místa na trhu

Lidé znají mochi nebo matchu z cest, ale u nás není úplně široká nabídka. Chybí kombinace: autentická chuť + krásný design + edukace (např. jak si připravit tradiční matchu).

Příležitost:

- Limitované příchutě (např. yuzu mochi, sakura latte).
- Sety pro domácí přípravu (DIY matcha ceremoniál).
- Dárkové boxy s japonskou estetikou.

Pointa: Neprodávej „jen sladkosti“, ale nabídní exotický zážitek a kvalitu, kterou lidé v supermarketu nenajdou. Japonská kultura momentálně spoustu lidí v Česku přitahuje, pořádá se řada akcí, kde se konají kreativní workshopy, hraje japonské divadlo a kde lze ochutnat japonské jídlo či zažít čajový rituál.

– TIP 88

Spoj produkt s EMOCÍ nebo PŘÍBĚHEM

Matcha zažívá v Evropě boom, poptávka je po limonádách, osvěžujících drincích, nápojích, kterým lidé dávají přednost před kávou. Mochi nejsou jen dezerty – ale tradiční součást japonských oslav a kultury.

Příběh: „Ochutnej kousek Japonska doma, kdykoli chceš.“

Emoce: Nabídní myšlenku, že u čaje, dezertu se dá relaxovat a užívat krásu okamžiku.

Možnosti: Krabičky se vzkazem, edice podle japonských svátků (např. Hanami box na jaře), na produktu QR kód s návodem na přípravu matchy.

Pointa: Prodej zážitků a kousek exotiky – ne jen produkt.

– TIP 89

Specializuj se – neprodávej všechno všem

Zaměř se na konkrétní zákazníky: „Ochutnej kousek Japonska doma, kdykoli chceš.“

- Milovníci estetiky & designu – krásné dárkové balíčky.
- Zdravý životní styl – bio matcha, sugar-free mochi.
- Foodies – edice s netradičními příchutěmi, luxusní balení.

Nabídní sety:

- Matcha startovací balíček (matcha + chasen + miska + návod).
- Mochi dárkový box s různými příchutěmi.

Pointa: Vyprofiluj se jako expert, nabízej produkty jako např. „Japonský čajový obřad doma“ nebo „Rituály sladkého Japonska“.

– TIP 90

Vytvoř něco limitovaného, unikátního nebo personalizovatelného

Zaměř se na konkrétní zákazníky: „Ochutnej kousek Japonska doma, kdykoli chceš.“

- **Limitované příchutě:** Sakura, matcha s kokosovým mlékem, mochi s náplní z černého sezamu.
- **Personalizace:** Dárkové boxy s vlastním vzkazem, volba kombinace chutí do balíčku.
- **Prémiové balení:** Tradiční japonský design, minimalistický styl nebo dřevěné krabičky.
- **Spojení s influencery:** Mochi podle receptu známé food bloggerky.

Pointa: Lidé hledají „něco, co nikdo jiný nemá“. Udělej z produktu malý zážitek.

Sleduj trendy

Co je v kurzu:

- Mochi z ovesného mléka (vegan friendly).
- Matcha s kolagenem.
- Japonské fusion dezerty (mochi + brownie, matcha tiramisu).

Pointa: Začni chytře – testuj, co chutná nejvíc, a to pak můžeš rozvinout do plnohodnotné řady. Spolupracuj s milovníky Asie, influencery, kteří cestují a vaří japonská jídla.

5 tipů, jak prorazit s e-shopem na AI & chytré produkty pro domácnost

Problém: Lidé chtějí zdravější životní styl, ale nemají čas se o vše starat. Hledají chytré pomocníky, kteří jim usnadní pěstování, odpočinek i péči o zdraví – a ideálně stylově.

Řešení: Nabídní estetické, funkční a dostupné chytré produkty, které propojují wellness, pohodlí a moderní technologie.

– TIP 92

Najdi bílá místa na trhu

Bude stále více přibývat produktů, které využívají AI technologii. Chytrá aromaterapie, relaxační přístroje nebo personalizované wellness stanice zatím patří k nepříliš rozšířeným produktům.

Poptávka po bio potravinách a seberozejí roste, ale málokdo ví, že může mít AI kouče, automatizované pěstírny nebo chytré difuzéry doma.

Pointa: Spoj dvě rostoucí poptávky – zdravý životní styl a technologie – a nabídní něco, co lidem reálně zlepší život.

– TIP 93

Spoj produkt s EMOCÍ nebo PŘÍBĚHEM

- **Chytrá pěstírna není jen květináč** – je to nástroj, jak si do kuchyně přinést vlastní vypěstované bylinky či zeleninu a zároveň je dekorací do interiéru.
- **AI wellness kouč není přístroj** – ale každodenní pomocník, který tě vede k lepším návykům, spánku a pohodě.

Příběh: „Zasad si své bylinky a nech technologii, ať se o ně postará – a ty si jen užívej sklizeň.“

Emoce: „Mít doma zelenou oázu a radovat se z toho, co se podařilo vypěstovat.“

Pointa: Prodej lidem to, že snadno získají novou dovednost – mohou téměř bez práce vypěstovat bylinky, klíčky, zeleninu a přispívat ke svému zdravému stravování.

– TIP 94

Specializuj se – neprodávej všechno všem

Najdi svoji cílovou skupinu:

- **Pro moderní rodiče** – Pěstírny bez chemie, wellness boxy na regeneraci.
- **Pro tech geeky** – Přístroje napojené na aplikace, AI analýza spánku, přístroje sledující vlhkost, vyvětranost interiéru.
- **Pro bio nadšence** – Zero-waste pěstební systémy, chytré kompostéry.
- **Pro kancelářské lidi** – AI aroma boxy do open-space, anti stres produkty do pracovního koutku.

Pointa: Vyber si cílovku (např. „Chytrá domácnost pro rodiče s malými dětmi“ nebo „Relax z budoucnosti“) a tomu přizpůsob nabídku i komunikaci.

– TIP 95

Vytvoř něco limitovaného, unikátního nebo personalizovatelného

Najdi svoji cílovou skupinu:

- **Limitované edice pěstíren,** např. „Urban Garden v nordickém stylu“, „Zen pěstírna“.
- **Personalizace:** wellness boxy podle nálady, preferencí (např. „Ranní restart“, „Večerní chill“).
- **Prémiové balení:** minimalistické boxy s přehledným návodem, aplikací a komunitní podporou.
- **Spoj se s influencery:** wellness kouč na míru, který tě provede ranním rituálem nebo relaxem po práci.

Pointa: Nabídni chytrou věc, ale dej k tomu příběh, že jde o stylový a osobní rituál – ne o další gadget.

– TIP 96

Sleduj trendy

Co je v kurzu:

- **Smart indoor garden:** samozavlažovací květináče s LED světlem.
- **AI-guided breathing coach:** zařízení, které sleduje dech a učí tě správně relaxovat.

- **Digital wellness stations:** kombinace chytrého světla, aroma a zvuku.
- **AI přístroje, které analyzují prostředí** (vzduch, hluk, světlo) a samy upravují podmínky návodem, aplikací a komunitní podporou.

Pointa: Vyber si cílovku (např. „Chytrá domácnost pro rodiče s malými dětmi“ nebo „Relax z budoucnosti“) a tomu přizpůsob nabídku i komunikaci.

Závěrem 4 tipy na úspěšné podnikání

– TIP 97

Specializace

Velké marketplaces, jako Amazon, Allegro nebo Temu, sází na masovou nabídku – menší e-shopy ale mají šanci zaujmout úzkou specializací, autenticitou a osobním přístupem. Pokud nabídneš zákazníkům unikátní produkt nebo pečlivě vybraný sortiment, je to cesta, jak být výjimečný/á a zaujmout.

– TIP 98

Budování komunity a loajality

Marketplaces jsou silné na objem nabídky, ale slabé na vztah k zákazníkovi. Pracuj na budování komunity kolem svého e-shopu. Lidé chtějí nakupovat tam, kde je znají, cítí důvěru a zájem.

– TIP 99

Rychlá reakce na trendy a změny

Menší e-shopy mají oproti velkým hráčům obrovskou výhodu – mohou reagovat pružně. Sleduj, co se děje na trhu, a neboj se rychle upravit nabídku nebo styl komunikace. Právě schopnost reagovat na poptávku nebo sezónní trendy ti může přinést náskok proti konkurenci.

Jednoduchost nákupu

Pořád platí, že jednoduchý a pohodlný nákupní proces je základ. Čím méně překážek mezi „chci“ a „mám“ bude zákazník mít, tím větší šanci na dokončený nákup jako obchodník máš. Zákazníci ocení dobrou navigaci na webu, kvalitní fotografie a popis produktů. A když už je nadchneš pro své produkty, přivedl/a jsi je na e-shop, neztrať je v košíku!

Moderní platební metody jsou rychlé a přispívají k dokončení objednávek. **Nezapomeň proto na svém e-shopu nastavit metody jako Apple Pay, Google Pay.** Další zákazníci zase ocení odložené platby.

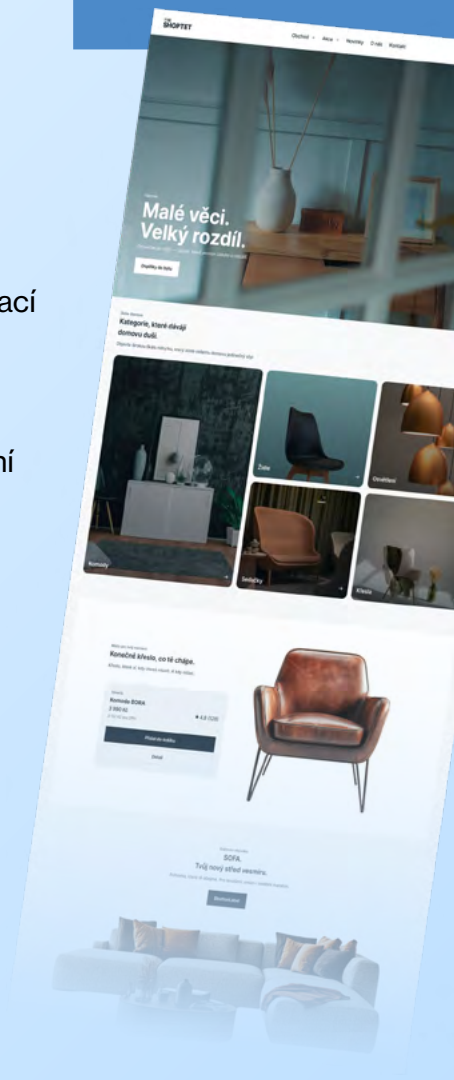
Udělej vše pro pohodlí svých zákazníků!



Shoptet je přední česká e-commerce platforma s plně lokalizovanou administrací a zákaznickou podporou v češtině. Uživatelé ocení nejvýhodnější cenu na trhu a širokou škálu funkcí dostupných přímo v systému bez nutnosti dokupování doplňků. Díky důrazu na jednoduchost, efektivitu a místní podporu je ideální volbou pro všechny e-shopaře, ať už začátečníky, nebo zkušené podnikatele.

www.shoptet.cz

www.shoptetpremium.cz



Při psaní tohoto e-booku byla využita umělá inteligence ChatGPT (model GPT-4) jako podpůrný nástroj pro vyhledávání informací, návrhy formulací a analýzu tržních trendů. Text byl následně upraven a autorsky zpracován.