

**slovenskedarceky.sk**

Strategický  
a komunikačný  
koncept

**Apríl 2021**

# Obsah:

1. Kde sme dnes
2. Naša konkurencia
3. Slovenské darčeky - základné východiská na úpravu stratégie
4. Strategický prístup
5. Komunikačný prístup
6. Médiá a štruktúra komunikácie

# Základné východiská: Slovenské darčeky

---

**Rodinná firma** - členovia rodiny a 10 zdravotne znevýhodnených zamestnancov.

E-shop a portfólio produktov **s potenciálom osloviť širokú verejnosť.**

Každý kus ručne vyrobeného produktu je jedinečný a prepracovaný.

**Chránená dielňa**, ktorá firme vystaví potvrdenie o zadaní a realizácii zákazky na uplatnenie náhradného plnenia vo výške 100 %.

# Aktuálna situácia na SK trhu

---

COVID-19 oslabil  
najsilnejší predajný  
kanál - osobný predaj

Kríza bude citeľná  
tak v sektore B2B,  
ako aj v B2C

Konkurenčný boj  
v online reklame:  
Vidíme výrazný nárast  
výdavkov do online  
reklamy (+ 4 % YOY)

# Spoločnosť

Počas pandémie COVID-19 sa výrazne zmenili nákupné zvyky spotrebiteľov a významná časť nákupov sa preniesla do online prostredia. Z výsledkov prieskumu KPMG vyplynulo, že zvýšenie tržieb zaznamenali iba štyri z desiatich slovenských e-shopov.

Pätine opýtaných sa tržby počas koronakrízy nezmenili, naopak, 37 % slovenských e-commerce firiem tržby poklesli. Hlavným dôvodom je nepripravená infraštruktúra a nedostatok skladových zásob.

Z krízy vychádzajú víťazne tí, ktorí sa vedia najefektívnejšie prispôbiť zmene správania spotrebiteľov. Jednou z ciest sú investície do nových produktov, zákazníckej skúsenosti, marketingu, prípadne akvizícií, ktoré posilnia produktové portfólio firmy tak, že dokážu naplniť očakávaná a dopyt spotrebiteľov.

Zo všetkých zmien v správaní ľudí očakávame, že zvýšený záujem o online nakupovanie bude jedným z mála, ktorý ostane aj po uvoľnení aktuálnej situácie.

# Kto je náš zákazník



## Človek hľadajúci negererický darček (B2C)

Demografia: ženy a muži vo veku od 23 do 55 rokov, rodinné typy

Záujmy: home-made, vzťah k prírode, spoločenskej zodpovednosti, ekológii, zaujímajúci sa o pôvod potravín



## Majiteľ firmy/asistent/HR hľadajúci možnosti uplatnenia náhradného plnenia (B2B)

Demografia: ženy a muži vo veku od 20 do 30 rokov a muži vo veku od 35 do 50 rokov.

Pracovné pozície: marketingoví pracovníci, asistentky + office manager, majitelia firiem, malé a stredné firmy, CEO spoločnosti

Správanie: firmy s dôrazom na firemnú kultúru, well-being zamestnancov a spoločensky zodpovedné spoločnosti

# Zákazník

---

Pre darcu je darček spojený s dobrodružstvom hľadania a s pátraním po takom predmete či aktivite, ktoré sú najoriginálnejšie. Obdarovaný vidí veci celkom inak. To, ako veľmi sme si lámali hlavu nad výberom daru, netuší. Nevie ani to, aké martýrium bolo nájsť ho. Je užitočné dostať sa do polohy obdarovaného.

Druhých dokonale nepoznáme  
A z toho vychádza úzkosť,  
ako vybrať  
správny/vhodný darček  
pre tých, ktorých až tak  
dobře nepoznáme.

Psychológovia však radia, ako najlepšie vybrať vhodný darček:

- Darček by mal byť praktický - namiesto ohúrenia by sme sa mali zamerať na to, či ho obdarovaný využije
- Ihneď použiteľný
- Prekvapenia a WOW efekty sú preceňované

Tieto východiská vieme využiť v našom prístupe. V komunikácii sa budeme zameriavať presne na tie aspekty, ktoré robia darčeky skvelými - praktickosť, okamžitá použiteľnosť, nepotrebujeme wow efekt - stačí ručne vyrobený originálny darček

# Key challenge

---

## **Fyzická dostupnosť**

### **-> Digitálna dostupnosť:**

Ako preniesť našu najsilnejšiu presviedčaciu techniku - kontakt, z osobného sveta do digitálneho?

## **Mentálna dostupnosť:**

Vnímanie značky Slovenské darčeky ako autentickej, sebavedomej značky, ktorá rieši problém s hľadaním vhodného darčeka (vytváranie jednoznačných asociácií a pamäťových stôp)



# Čím nechceme byť

---

**Ďalším** obchodom s  
generickými slovenskými  
suvenírmi.

Stratégiu musíme postaviť na  
jednoznačných racionálnych a  
emocionálnych atribútoch, aby sme boli  
schopní aj za obmedzený budget vytvoriť  
**originálne mentálne asociácie s  
brandom.**

# RTB značky Slovenské darčeky

---

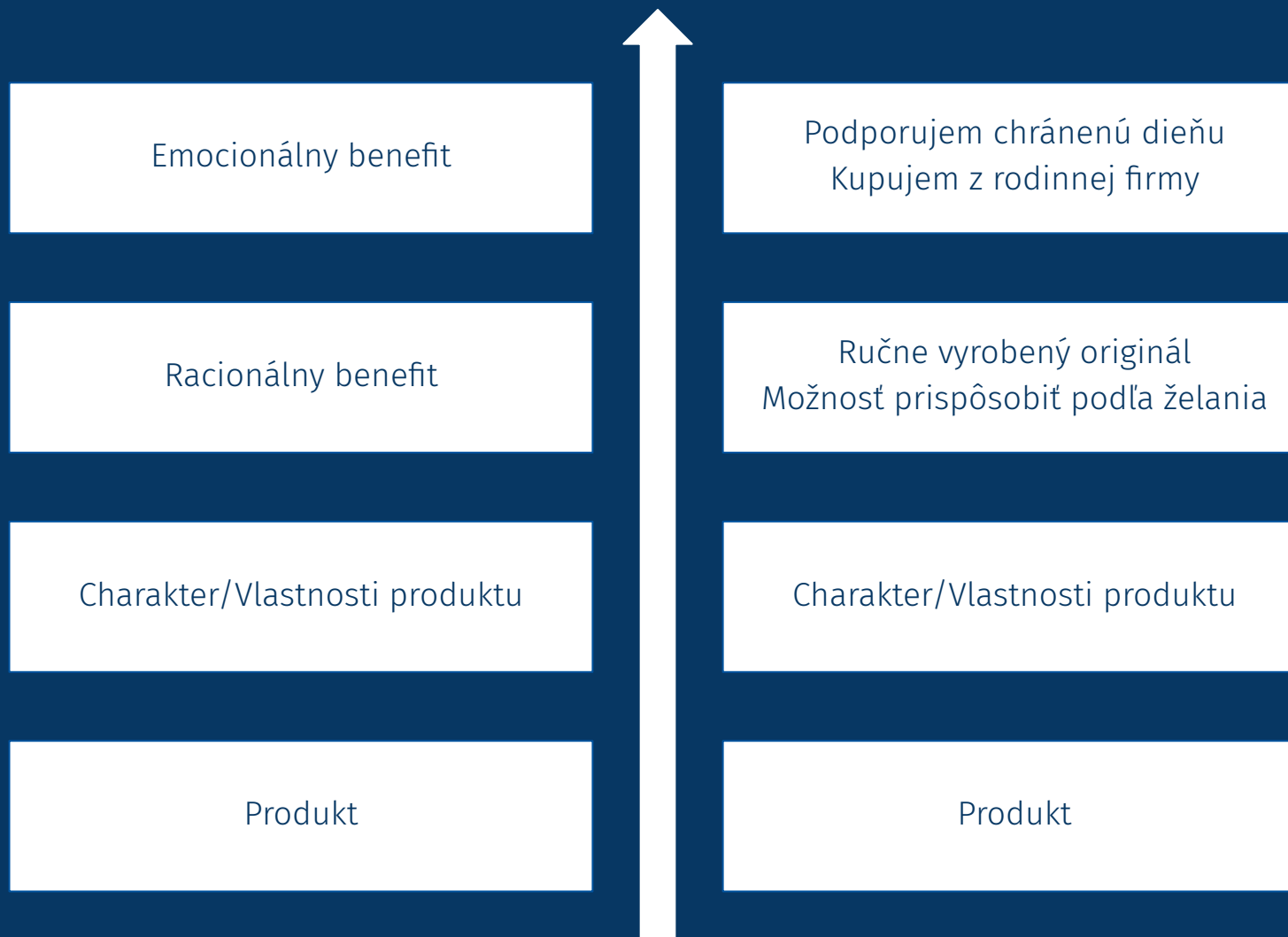
Kupujem **z**  
**rodinnej firmy.**

Kúpou slovenského  
darčeka **podporujem**  
**chránenú dielňu.**

Každý produkt je  
**ručne vyrobený**  
**originál.**

Každý darček si môžem  
dať **prispôbiť podľa**  
**želaní.**

# Laddering up



# Naša konkurencia (B2C)

---

*Sashe* – Originálne handmade výrobky od slovenských dizajnérov, remeselníkov, umelcov a návrhárov pod jednou strechou.

- + veľmi obľúbený portál s vysokou návštevnosťou
- provízie z predaja

*Nad Tatrou* – Obchod s darčkovými predmetmi - ľudové tričká s potlačou, folklórne retro hrnčeky, ľanové eko tašky, športové tričká a šatky.

- + Modrotlač

*Robene* – Handmade portál určený pre nadšencov domácej tvorby, kreatívcov, remeselníkov i lokálnych tvorcov.

*Ahaslovakia* – Tradičné slovenské ľudové motívy v modernej podobe. Tričká, ponožky, zápisníky, knihy plné ľudových vzorov.

- + vydavateľstvo
- papiernický sortiment - zápisníky, knihy

*Slowlandia* - výnimočné potraviny z výnimočných surovín. Bez kompromisov. Po svojom. Pomaly.

- + veľmi obľúbené potraviny

## Naše výhody:

Máme chránenú  
dielňu  
Moderne prepojené  
s tradíciou

## Naše hrozby:

Zľavy, promočky a iné  
aktivačné nástroje

# Prehľad konkurencie

**Sashe.sk**  
Pekné vecičky - Šikovní ľudia - Žurnál - Náprava - Chceme predávať - Prihlásenie

ROŠKA  
Košik

Hľadaj

SASHE.sk prezentačný a originálny handmade darčekový obchod

Fungujeme 31 rokov a máme viac ako 100 miliónov výrobkov

**Sashe.sk**  
@pekne.vecicky - Arts & Crafts Store

Shop Now

**Nad Tatrou**  
Štyľové vyrezávané bambusové kefkky

NOVINKA

Objavte ponuku

Nad Tatrou - Slovenské darčekom a dekorácie

@nadtatrou - Gift Shop

Shop Now

**ROBENE**

OBCHODIKY PRODUKTY V MÉDIÁCH BLOG KONTAKT

VYTVORIŤ OBCHOD PRILÁKAŤ SA

0,00 EUR

VELKÁ NOC NAJNOVŠIE PRIDANÉ

Originalita na jednom mieste

**ROBENE**  
Robene.sk

@robene.sk - Arts & Crafts Store

Shop Now

**Sashe.sk**

www.sashe.sk je slovenský online obchod s originálnym handmade obliečaním, šperkami, taškami, dooinkami a dekoráciami od šiko autorov.

140,683 people like this

149,933 people follow

1,478 people like this

1,478 people follow this

Price Range: \$\$

Photos

**Nad Tatrou - Slovenské darčekom a dekorácie**

Splynutím tradícií, dizajnu a moderných technológií potaže vytvárame jedinečné darčeky. Objav kolekcie tričiek a doplnkov e-shopu Nad Tatrou. Vyrob... s láskou doma na Slovensku.

616 people like this

638 people follow this

1,478 people like this

1,478 people follow this

Price Range: \$\$

Photos

**robene.sk**

Máte radi handmade tvorbu? Originalita na jednom mieste svet Robene.sk

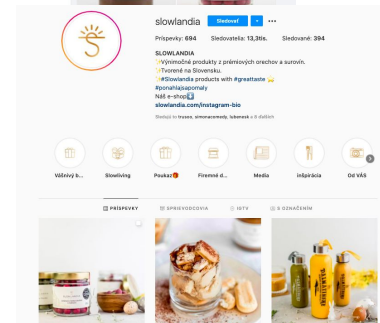
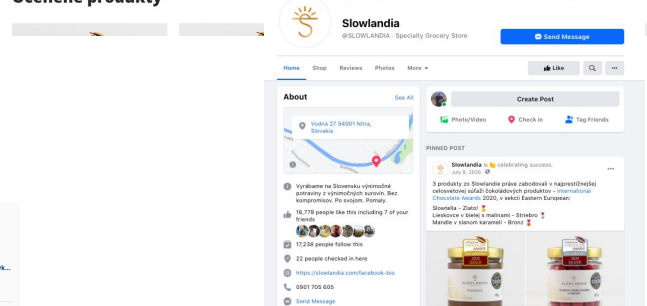
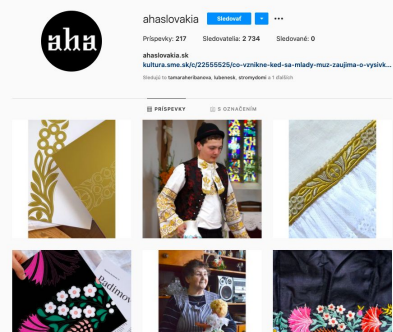
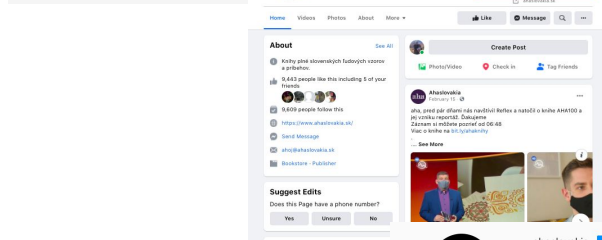
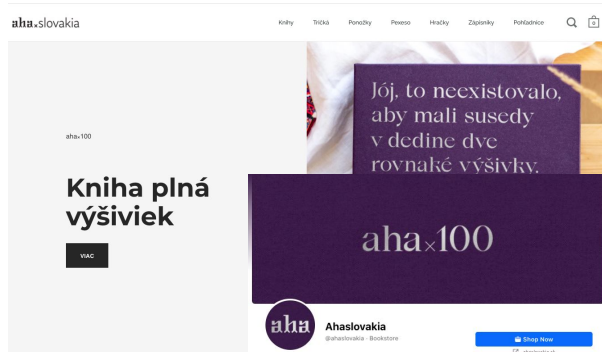
1,393 people like this

1,478 people follow this

Price Range: \$\$

Photos

# Prehľad konkurencie



Komunikáciu na SOME využívajú všetci naši konkurenti.

Jednotný prvok u všetkých konkurentov **je používanie jedného loga (a claimu) na všetkých platformách.**

# Konkurencia: Počet/nárast fanúšikov

Na grafe vidíme aktuálny počet fanúšikov v porovnaní s konkurenciou. Pre profil Slovak Style je to 2 611 fanúšikov. Dáta k nárastu fanúšikov sú relevantné len pri profile SAShE.sk a Slowlandia, ktoré konštantne narastajú.



|                              | Current | Share | Previous | Difference            |
|------------------------------|---------|-------|----------|-----------------------|
| <b>Total:</b>                | 66 995  | 100%  | 47 693   | <b>+19 302 (40%)</b>  |
| SAShE.sk                     | 48 167  | 71.9% | 47 693   | <b>+474 (1.0%)</b>    |
| SLOWLANDIA                   | 13 339  | 19.9% | ~        | <b>+13 339 (100%)</b> |
| Ahaslovakia.sk               | 2 731   | 4.1%  | ~        | <b>+2 731 (100%)</b>  |
| Robene.sk - handmade portál  | 2 260   | 3.4%  | ~        | <b>+2 260 (100%)</b>  |
| Originálne Slovenské Darčeky | 305     | 0.46% | ~        | <b>+305 (100%)</b>    |
| Nad Tatrou                   | 193     | 0.29% | ~        | <b>+193 (100%)</b>    |



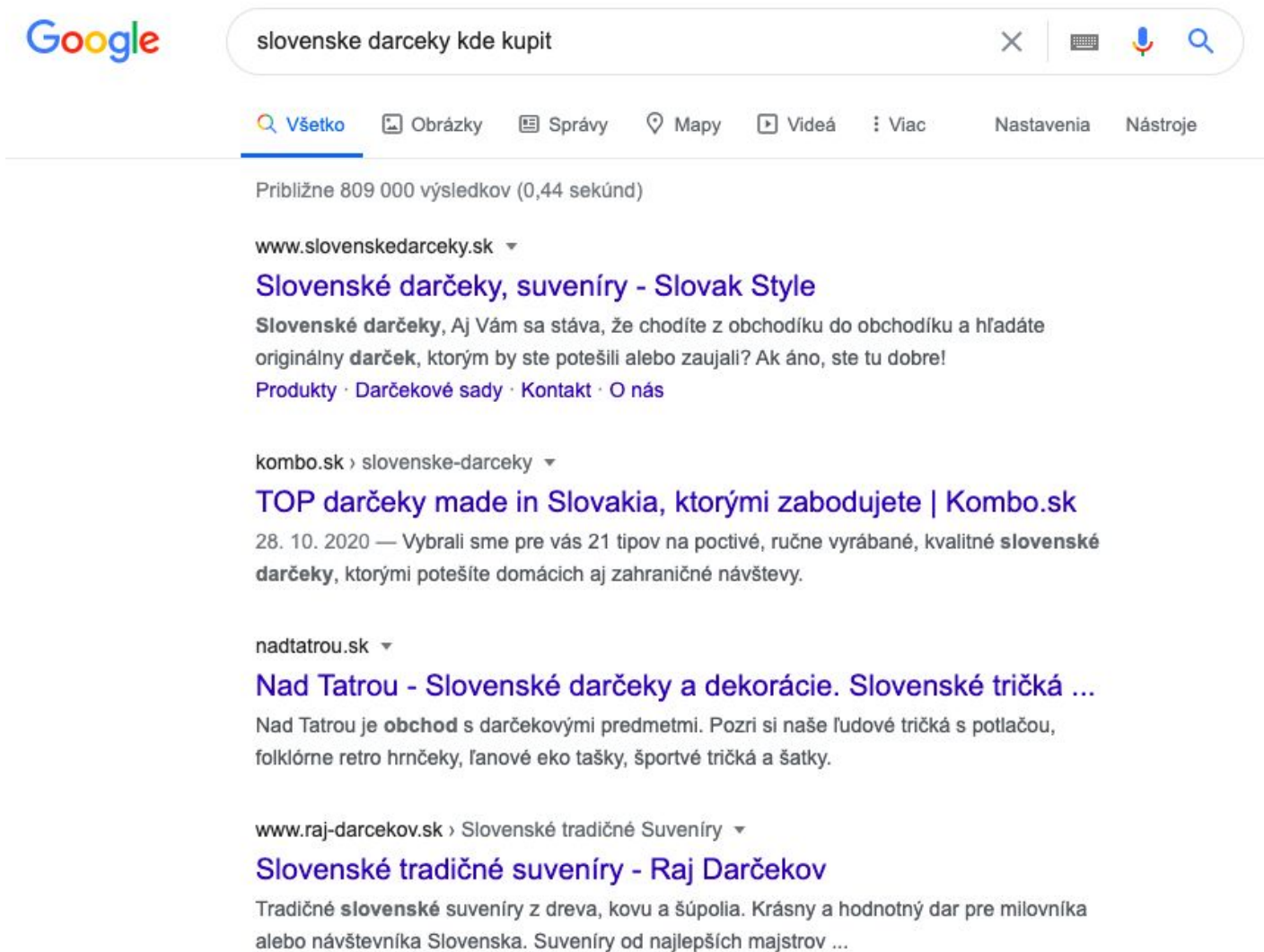
|  | Current | Share | Previous | Difference           |
|--|---------|-------|----------|----------------------|
| <b>Total:</b>                              | 180 793 | 100%  | 165 728  | <b>+15 065 (9%)</b>  |
| SAShE.sk                                   | 149 867 | 82.9% | 149 203  | <b>+664 (0.4%)</b>   |
| Slowlandia                                 | 16 837  | 9.3%  | 16 525   | <b>+312 (2%)</b>     |
| Ahaslovakia                                | 9 442   | 5.2%  | ~        | <b>+9 442 (100%)</b> |
| Slovak Style                               | 2 611   | 1.4%  | ~        | <b>+2 611 (100%)</b> |
| Robene.sk                                  | 1 421   | 0.79% | ~        | <b>+1 421 (100%)</b> |
| Nad Tatrou - Slovenské darčeky a dekorácie | 615     | 0.34% | ~        | <b>+615 (100%)</b>   |

\*Dáta za obdobie od 1. marca do 30. marca 2021

# Search

**Google search konkurencia používa minimálne,** tu vidíme priestor na lepšie využitie možností vyhľadávacích reklám.

Naopak, môžeme vidieť, že Slovak Style SEO optimalizácia funguje v rámci konkurencie ako jedna z najlepších.



The screenshot shows a Google search interface with the query "slovenske darceky kde kupit". The search bar is at the top, and below it are navigation links for "Všetko", "Obrázky", "Správy", "Mapy", "Videá", "Viac", "Nastavenia", and "Nástroje". The search results show approximately 809,000 results in 0.44 seconds. The first result is from "www.slovenskedarceky.sk" with the title "Slovenské darčeky, suveníry - Slovak Style". The snippet describes the site as a place to find original gifts and provides links for products, gift sets, contact, and about. The second result is from "kombo.sk" with the title "TOP darčeky made in Slovakia, ktorými zabodujete | Kombo.sk", dated 28.10.2020, and describes 21 tips for high-quality handmade gifts. The third result is from "nadtatrou.sk" with the title "Nad Tatrou - Slovenské darčeky a dekorácie. Slovenské tričká ...", describing a shop for gifts and folk items. The fourth result is from "www.raj-darcekov.sk" with the title "Slovenské tradičné suveníry - Raj Darčekom", describing traditional gifts made of wood, metal, and stone.

Google

slovenske darceky kde kupit

Všetko Obrázky Správy Mapy Videá Viac Nastavenia Nástroje

Približne 809 000 výsledkov (0,44 sekúnd)

www.slovenskedarceky.sk ▾

**Slovenské darčeky, suveníry - Slovak Style**

Slovenské darčeky, Aj Vám sa stáva, že chodíte z obchodíku do obchodíku a hľadáte originálny darček, ktorým by ste potešili alebo zaujali? Ak áno, ste tu dobre!  
Produkty · Darčkové sady · Kontakt · O nás

kombo.sk › slovenske-darceky ▾

**TOP darčeky made in Slovakia, ktorými zabodujete | Kombo.sk**

28. 10. 2020 — Vybrali sme pre vás 21 tipov na poctivé, ručne vyrábané, kvalitné slovenské darčeky, ktorými potešíte domácich aj zahraničné návštevy.

nadtatrou.sk ▾

**Nad Tatrou - Slovenské darčeky a dekorácie. Slovenské tričká ...**

Nad Tatrou je obchod s darčkovými predmetmi. Pozri si naše ľudové tričká s potlačou, folklórne retro hrnčeky, ľanové eko tašky, športvé tričká a šatky.

www.raj-darcekov.sk › Slovenské tradičné Suveníry ▾

**Slovenské tradičné suveníry - Raj Darčekom**

Tradičné slovenské suveníry z dreva, kovu a šúpolia. Krásny a hodnotný dar pre milovníka alebo návštevníka Slovenska. Suveníry od najlepších majstrov ...



# Absencia: Google Nákupy/ Merchant

Nákupy Google majú vysokú mieru konverzie, preto sú pre e-shop ideálnym riešením.

**Naša konkurencia tieto kampane nevyužíva - príležitosť vytáčať z davu.**

The screenshot shows a Google Shopping search for "pánske slippy". The search bar at the top shows the query and navigation options like "Všetko", "Obrázky", "Videa", "Mazy", "Nákupy", "Viac", "Nastavenia", and "Nástroje". Below the search bar, it indicates approximately 3,430,000 results in 0.39 seconds.

Several product listings are visible:

- Pánske slippy | S TchiboCard doprava zdarma | tchibo.sk**: Stylové pánske oblečenie a doplnky na eshope Tchibo. Price: 2,00 €.
- Pánske slippy – Akčné ceny | Do 48 hod u Vás doma | trenyrkarna.cz**: Značkové pánské slippy, luxusný výber. Price: 2,00 €.
- Trendové pánske slippy | Kvalitná pánska bielizeň | bonprix.sk**: Čiže sa pohodine - zaručený komfort a štýl so spodnou bielizňou od bonprix! Price: 2,00 €.
- Značkové pánske spodné prádlo | Široká ponuka | Nízke ceny | limelo.sk**: Originálne kvalitné pánske boxerky, slippy, trenky, trička, ponožky, pyžamá, plavky a iné. Price: 2,00 €.

Below the text listings is a grid of product images under the heading "Obrázky pre dopyt pánske slippy". The images show various styles of men's underwear, including briefs and boxers in different colors and patterns.

On the right side of the screenshot, there is a "Výsledky pre pánsk..." section with a grid of sponsored product cards. Each card shows an image of the underwear, the product name, price (e.g., 2,00 €), and the merchant name (e.g., "Shopinguj SK").

# Naša konkurencia (B2B)

---

V podobnej oblasti ako naša chránená dielňa poskytuje svoje služby podľa databázy [dielne.sk](http://dielne.sk) 20 ďalších a dokopy ich je na SK trhu vyše 187. Väčšina z nich nekomunikuje v digitálnom priestore vôbec a ich komunikačné kanály sú neaktívne a nemoderné.

*Slovenská chránená dielňa - podobné služby, ale sterilita v komunikácii, iba B2B*

*Reko - kancelárske potreby, e-shop pôsobí ako B2C, absencie online komunikácie*

*Agentúra 208 - neresponzívny web, no široká škála darčkových predmetov*

*Anatex a ďalšie... - absencia komunikácie*

## **Naše výhody:**

Brand príbeh  
(emócia)  
Väčšina konkurencie  
nekomunikuje online  
(na rozdiel od B2C)

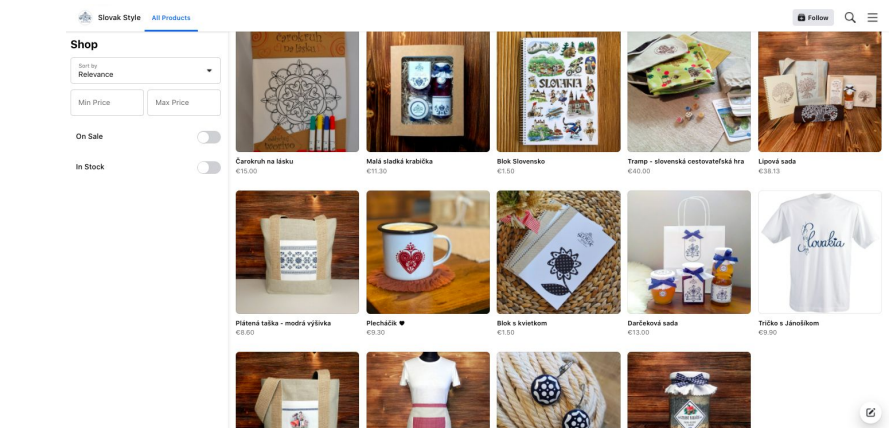
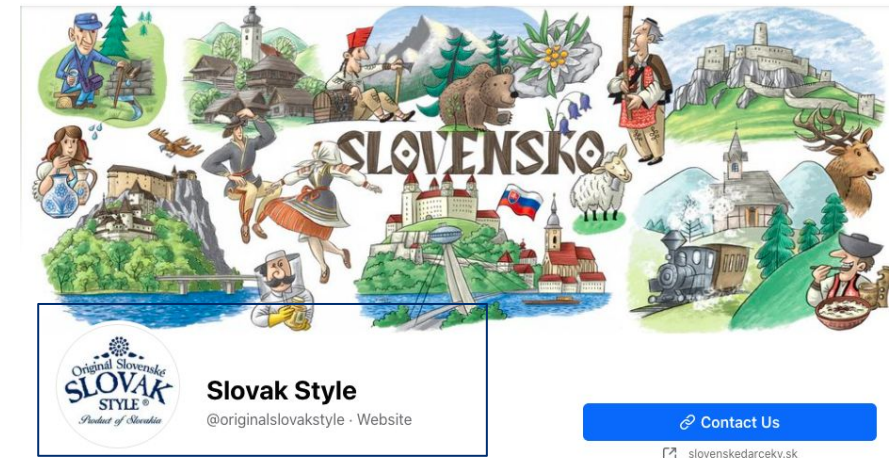
## **Naše hrozby:**

Množstevné zľavy

# Slovenské darčeky: základné východiská na úpravu komunikácie

 Facebook  
**@originalslovakstyle**

- nejednotnosť profilovej fotky a názvu profilu,
- vizuálna nejednotnosť kreatív,
- málo produktov vo FB obchode,
- málo využívaných formátov, ktoré ponúka Facebook
- nejasné ciele postov,
- pekne zafinovaný tone of voice, no Vy/Vás nevhodné pre online komunikáciu,
- pozitívom sú pravidelné odpovede na komentáre
- absencia platenej reklamy
- frekvencia publikovania príspevkov je nízka



# Kde sa pohybujeme



- rozdielny názov profilu, ktorý neseďí s opisom,
- nepravidelná frekvencia uverejňovania obsahu,
- absencia IG stories,
- priestor na pravidelnejšie používanie highlightov v stories,
- pozitívom je autentickosť fotografií.



# Strategický přístup

# Strategický prístup

---

## **SPOLOČNOSŤ**

Víkendové prechádzky v nákupnom centre sme vymenili za neustále klikanie v e-shopoch.

## **ZÁKAZNÍK**

Darca a obdarovaný prístupujú k darčeku z odlišnej perspektívy.

## **STRATEGICKÝ PRÍSTUP:** Obdarovací alibizmus

## **KONKURENCIA**

Chýba USP, najčastejšie používajú argument "handmade".  
V B2B biznise zasa chýba modernizácia a online prítomnosť.

## **SLOVENSKÉ DARČEKY**

Ručná výroba + kvalitný produkt + príbeh

# Obdarovací alibizmus

---

- Sme tu pre všetkých, ktorí nevedia, čím obdarovať.
- Brand Slovenské darčeky staviame do pozície, keď nie je možné vybrať nevhodný darček. Racionálne benefity - kvalitný ručne vyrábaný produkt - kombinujeme s emočnými - chránená dielňa alebo rodinná firma.
- Chceme apelovať na jednoduchý insight zo života našich zákazníkov, s ktorým sa vie každý stotožniť. Všetci sme už boli v situácii, že sme nevhodný darček vybrali alebo dostali. A všetci si pamätáme ten trápny pocit.
- Dávame im tak do rúk nepriestrelné argumenty, prečo sú Slovenské darčeky správna voľba.

# Základný prístup: GET-TO-BY

---

## Na koho sa zameriame

Sme tu pre ľudí, ktorí majú problém vybrať vhodný darček.

## Čo chceme, aby si mysleli/cítili

Odstraňujeme pochybnosti z výberu nevhodného darčeka.

## Ako

*Príbeh* za darčekom je niekedy viac ako samotný darček.

**Ultimátne darčeky:**  
**Ručná výroba - kvalitný produkt - príbeh**

Stratégia: Obdarovavací alibizmus



# Storytelling

---

Príbehy  
=  
vyvolanie emócie  
=  
zapamätateľnosť  
=  
odlíšenie od konkurencie

Čím viac špecifickejšie,  
tým lepšie. V  
komunikácii chceme  
využívať konkrétne  
mená, procesy a iné  
details z okolia vášho  
brandu.

Emócie v komunikácii  
sú hnacím motorom  
kontinuálneho rastu  
brandu.

Na produktovej úrovni  
to dáva nášmu portfóliu  
nový rozmer. Ak si  
budeme vedieť spojiť  
produkt s menom,  
situáciou alebo inou  
asociáciou, dávame  
ďalší argument na kúpu.

# Tón komunikácie

---

Archetyp: Caregiver + Jester

## Základné charakteristické črty:

- Srdečný (warm)
- Dôveryhodný (confident)
- Starostlivý (familiar/caring)
- Bezprostredný/uvolnený (playful)

**Čo chceme, aby išlo  
z našej komunikácie:**

*Sme malá komunita,  
ktorá s láskou  
ručne vyrába darčeky.*

Podobný TOV:  
Martinus, Nosene, Netflix

---

# Úprava identity

# Slovenské darčeky: základné východiská na úpravu identity

---

- Nekonzistentné logo
- 3x slovenskosť v názve
- Mix SK a ENG
- Iné názvy na komunikačných platformách
- Ochranná známka, trademark vs. copyright vs. bez



SLOVENSKÉ  
DARČEKY

SLOVENSKÉ  
DARČEKY

SLOVENSKÉ  
DARČEKY

SLOVENSKÉ  
DARČEKY

# Branding

Každá fotka by mala byť označená logom na jednoznačné rozpoznanie. Fotky dopĺňame o detail kvietka, ktorý môže byť umiestnený ľubovoľne na produktoch ako vizuálny prvok charakteristický pre brand.



---

# Komunikačný koncept

# Komunikačný koncept

---

## **Východisko:**

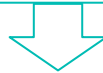
Každý v našej dielni má svoj jedinečný príbeh, ktorý vkladá do našich darčiekov. Tvoríme so slovenským motívom a kvalitou.

## **Idea:**


Do výroby našich produktov vkladáme množstvo času a úsilia, aby neskončili ako iné darčekom v šuflíku.



Ručná práca  
Každý kus je originál  
*Implikujeme kvalitu*



Do výroby našich produktov **vkładáme množstvo času a úsilia**, aby neskončili ako iné darčeky v šuflíku.



Praktickosť/okamžitá použiteľnosť  
Príbeh za výrobou - chránená dielňa, rodinná firma  
*Obdarovací alibizmus*

# Čo hovoriť: piliere online komunikácie

## Komunikačná umbrella

“Do výroby našich produktov vkladáme množstvo času a úsilia, aby neskončili ako iné darčeky v šuflíku.”

### Ten pravý slovenský darček (Produkt)

Jedinečnosť a slovenskosť

Ručná výroba

Originalita

Personalizácia

### Chránená dielňa (Príbeh)

Behind the scenes = ľudia, výroba

Príbehy spojené s objednávkami,  
unikátne požiadavky

Firemná kultúra - rodinnosť,  
predstavenie tímu, prírastky v  
kolektíve

### Sebavedomá rodinná firma (Značka)

Atmosféra - rodinné prostredie  
oproti masovým značkám

Novinky - techniky, produkty,  
ocenenia, certifikáty

Náhradné plnenie

# Vizuálna identita

## Produktové fotografie

Dominantnou farbou pri produktoch je modranská modrá. K nej sme vybrali hodiacu sa farebnú škálu.

#1A2B45

#504831

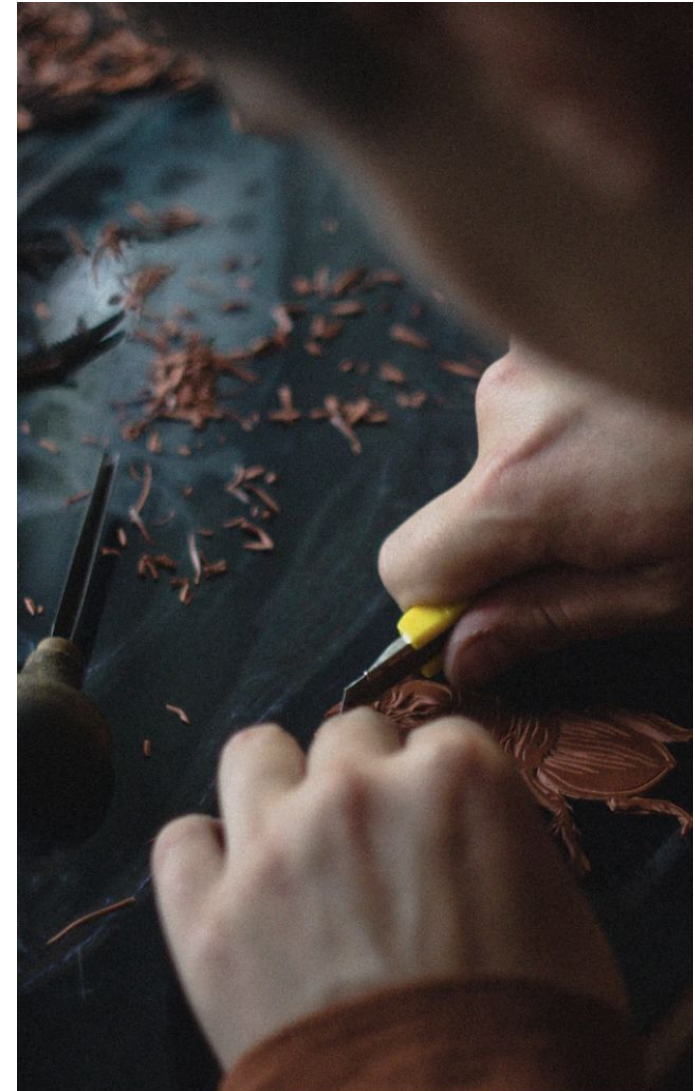
#C4BCAA

#9FA87C

#8E939C



# Vizuálna identita Imidžové fotografie



# Produktové fotografie



# Facebook + Instagram post

Návrh **brandového** postu - zameraný na propagáciu značky a jej aktivít


## Facebook post








Päť hodín trvá šikovným rukám našich kolegýň premeniť malé kúsky hmoty a akrylovej farby na naše krásne šperky inšpirované slovenskou modrotlačou. ❤️  
 Naše náušnice a brošne sú ideálnym darčekom pre každú parádnicu. 🥰 Nájdate ich na [www.slovenskedarceky.sk/produkty/nausnicky/](http://www.slovenskedarceky.sk/produkty/nausnicky/)

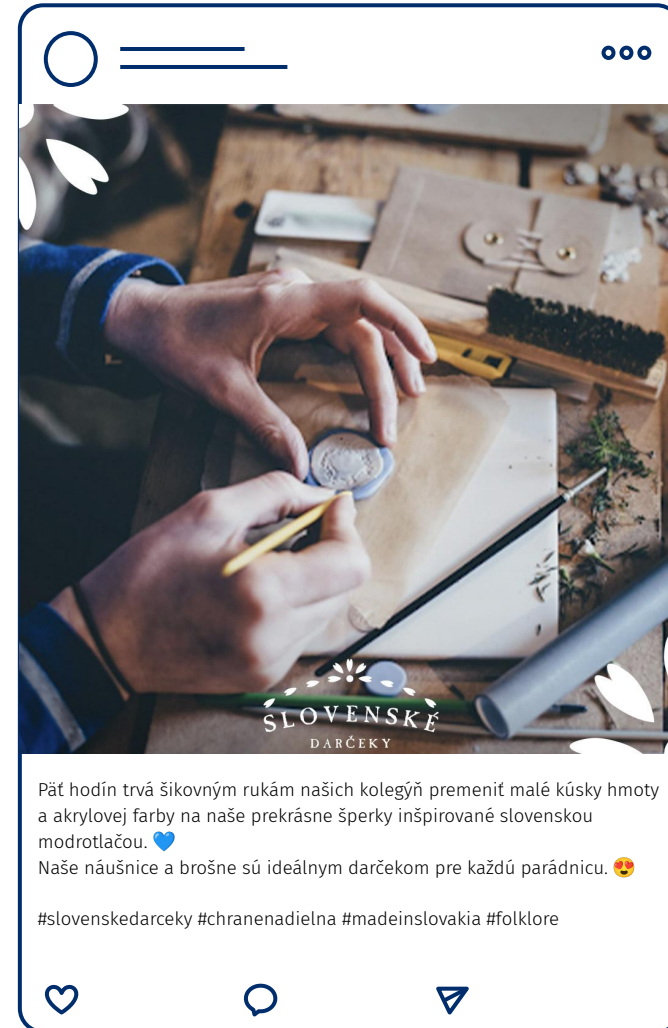









Obrázky sú  
ilustračné,  
odporúčame  
použiť vlastné


## Instagram post






Päť hodín trvá šikovným rukám našich kolegýň premeniť malé kúsky hmoty a akrylovej farby na naše krásne šperky inšpirované slovenskou modrotlačou. ❤️  
 Naše náušnice a brošne sú ideálnym darčekom pre každú parádnicu. 🥰

#slovenskedarceky #chranenadielna #madeinslovakia #folklore

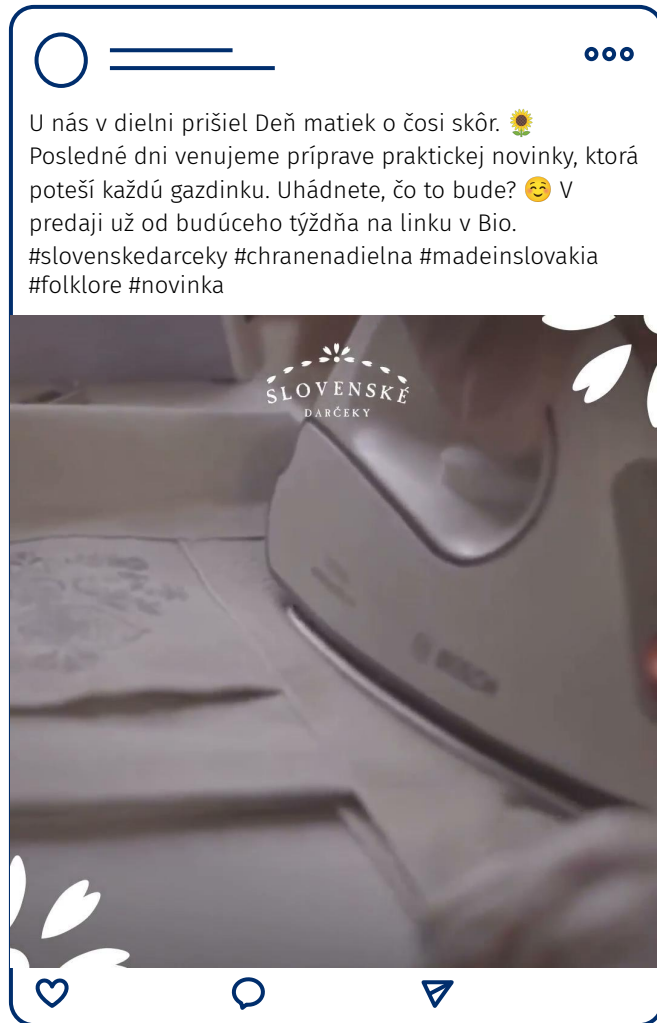


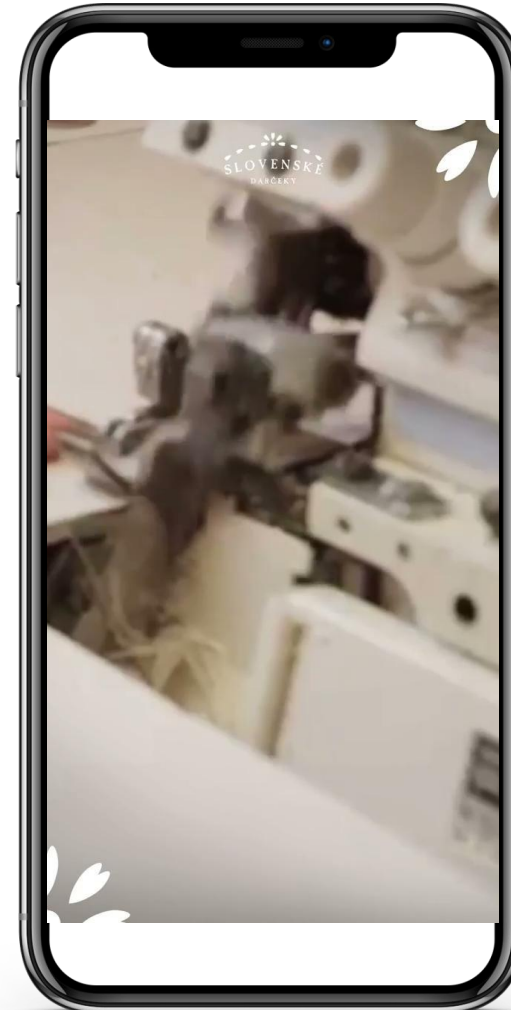
# Instagram post/Story

Návrh **brandového** postu - Deň matiek

Instagram post



Instagram story




# Facebook carousel

Návrh **produktového** postu - zameraný na propagáciu produktov



○ — ○○○

Darčeky sa majú dávať zo srdca. Hlavne tie pre mamu, ktorá má srdce takééeto veľké. ❤️  
Obdarujte ju na Deň matiek niečím, čo jej srdiečko zahreje vždy, keď darček použije. 🇸🇰



SLOVENSKÉ  
DARČEKY

Lanová zástera s modrotlačou


♡    💬    📌



10+  
MANUKA  
med z Novca, Zéland  
Natural

SLOVENSKÉ  
DARČEKY

Med spod Malej Fatry



SLOVENSKÉ  
DARČEKY

Dámske tričká so slovenskými motívami

Obrázky sú ilustračné, odporúčame použiť vlastné



# Newsletter

Milá Adriana,

Je nám jasné, že maminy sa ku Dňu Matiek potešia aj tulipánom či jahodovej čokoláde. Ale čo ak by ste im tento rok prichystali malé prekvapko? Dali sme hlavy dohromady a pri kope zábavy v našej chránenej dielni sme vymysleli nové darčeky, ktoré ich, dúfame, potešia o čosi viac. Mrknite nižšie:



Nová likérka s bazovým kvetom:

Voňavé bazové kvety spod Veľkého Kriváňa a med od včiel zo Šale. Je to letný likér ako vyšitý!

Ideálny ako oddych po dlhej práci v záhrade.



Náušnice s novými vzormi:

Okrem práce v chránenej dielni veľmi rada kreslí a maľuje. Vnukla nám teda nápad zahrnúť do ponuky aj nové vzory ručne maľovaných náušnic na špeciálne príležitosti.

Ďalšie inšpirácie na Deň Matiek

Novinky z dielne:



Prekonali sme viacero rekordov. Nielen, že sme spolu za tento mesiac strávili v dielni XY hodín, ale zabalili sme aj najväčšiu objednávku - XY pre (názov firmy).



V dielni sme tentokrát mali aj malých pomocníkov – žiakov z Pohronskej Polhory, ktorí si prišli odskúšať stroje na výrobu papiera.



Popri objednávkach sme sa zvládli naučiť aj novú techniku modrotlačie pomocou kovových pečiatok, ktorá nám umožňuje ešte presnejšie a čistejšie preniesť vzor.

Pozrieť produkty z modrotlačie

Držíme palce s výberom správneho darčeka!

(Meno zamestnanca/majiteľa, pozícia)

# Návrh produktového štítku

Štítok bude priložený ku každému produktu a ručne vyplnený jeho výrobcom.



# Navrhované on top aktivity

- **Profil na Pinterest** - platforma slúžiaca na publikovanie fotografií, videí a blogov, skladanie násteniek s pekným a inšpiratívnym obsahom.
- Využijeme estetický potenciál výrobkov, folklórne motívy, spojenie s prírodou a vytvoríme nástenku podobnú tej nižšie, ktorú budeme pravidelne aktualizovať.



# Navrhované on top aktivity

## Spolupráca so stránkou [praveslovenske.sk](https://praveslovenske.sk)

možnosť uverejnenia PR článku, umiestnenia bannerovej reklamy:

- [ochutnai.praveslovenske.sk/](https://ochutnai.praveslovenske.sk/) - podstránka zameraná na propagáciu poctivých slovenských výrobcov potravín.
- [tvorim.praveslovenske.sk/](https://tvorim.praveslovenske.sk/) - podstránka zameraná na propagáciu slovenskej remeselnej tvorby.



**praveslovenske**

[praveslovenske.sk](https://praveslovenske.sk) · @praveslovenske · Hrdo a Srdcom - Prezentácia slovenských umelcov a výrobcov, fotografie, hudba, príroda #slovensko - podporte nás - k príspevkom dajte značku #praveslovenske

---

# Digitálna komunikácia

# Všeobecné odporúčania pre komunikáciu v digitále

Na základe analýzy predchádzajúcej komunikácie odporúčame:

## Facebook

### Exekučné odporúčania:

- zjednotiť profilovú fotku, logo a názov profilu,
- využiť viaceré formáty ako carousel, websiteclikové formáty, 3D fotky, polls,
- zlepšiť customer care na stránke - automatická odpoveď v messengeri

### Vizuálne odporúčania:

- vyvarovať sa nekvalitným fotkám produktov,
- zjednotiť vizuálny štýl príspevkov,
- vyvarovať sa textu v grafike

### Komunikačné odporúčania:

- priestor na “behind the scenes” content,
- zjednotiť témy a ich význam

## Instagram

### Exekučné odporúčania:

- zjednotiť názov profilu s opisom,
- nechať feed čistý, zameraný na produkt,
- vytvoriť highlights ikony pre kategórie,
- využívať B2C potenciál, t. j. prepojiť obchod s FB a označovať produkty,
- využívať IG stories,
- písať hashtagy v copy (nie v komentároch)

### Vizuálne odporúčania:

- zamerať sa na produktové fotografie = profesionálne
- zadefinovať vizuálny štýl (moodové fotografie alebo lifestyle)

### Komunikačné odporúčania:

- vytvoriť štruktúru tém

# Všeobecné odporúčania pre komunikáciu v digitále

---

**Na základe analýzy predchádzajúcej komunikácie odporúčame:**

## Google

### **Exekučné odporúčania:**

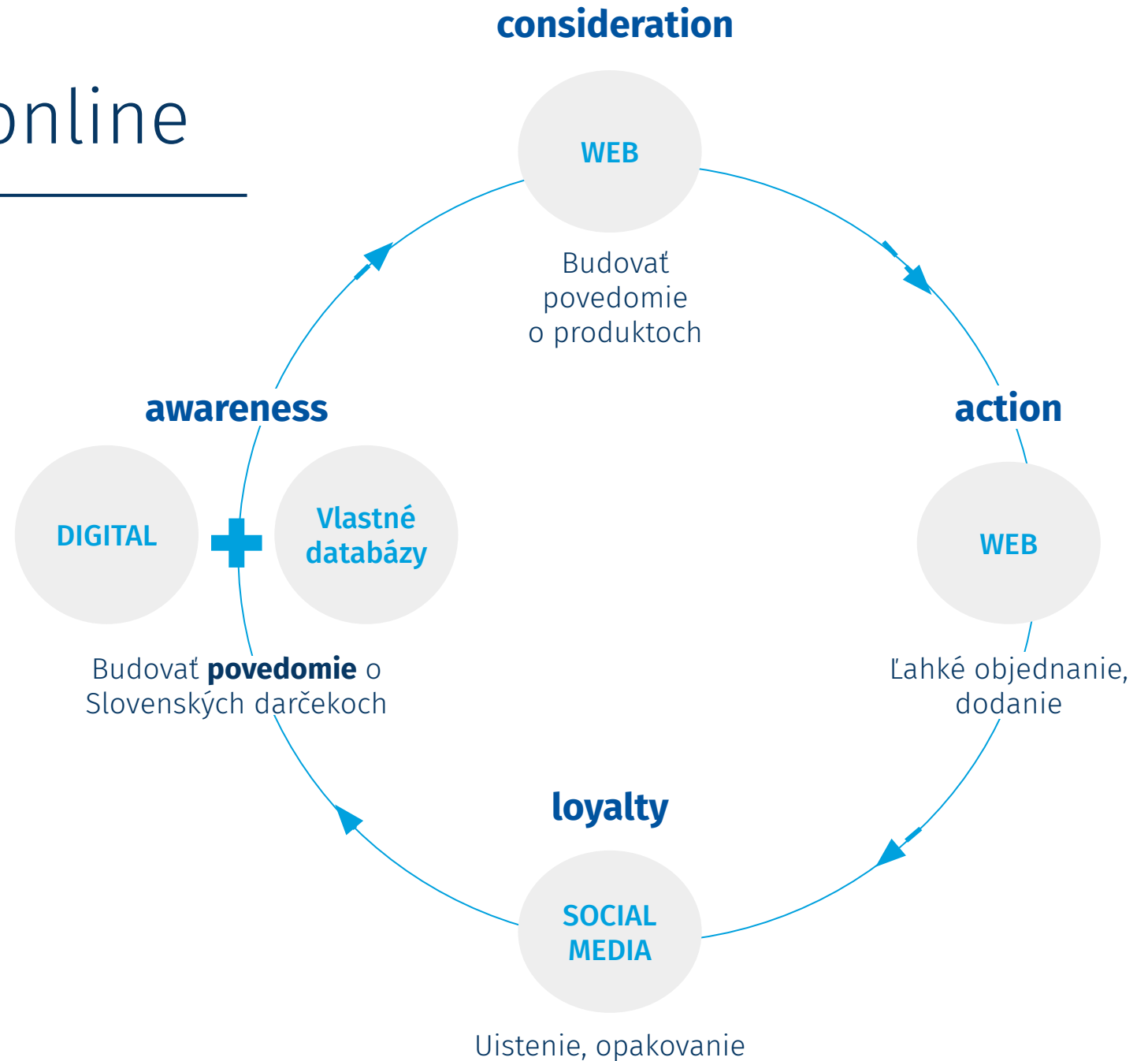
- nastaviť správne kľúčové slová pri Google Search reklamách ako napr. “firemné darčeky”, “darček na svadbu” a pod. na dosiahnutie efektívneho cielenia kampane
- využívať Google Nákupy = prepojenie Google Merchant Center s účtom Google Ads
- zbieranie remarketingových skupín,
- stanovenie jednotného cieľa/konverzie = napr. dokončená objednávka a následné vyhodnocovanie
- využívať Google Display reklamy = zacielené na záujmy, placement, topic, kľúčové slová a remarketing

### **Komunikačné odporúčania:**

- dlhodobo mať zapnutý Search a optimalizovať v čase kľúčové slová,
- obmieňať kreatívy (GDN) alebo texty (Search)

# Ako fungovať online

Digital communication funnel je nepretržitý cyklus komunikácie, ktorý treba dodržiavať, ak chce značka rásť.





# Ako fungovať online

## Komunikačná umbrella:

“Do výroby našich produktov vkladáme množstvo času a úsilia, aby neskončili ako iné darčeky v šuflíku.”



Cieľ

Budovať povedomie o značke Slovenské darčeky

Budovať povedomie o produktoch

Konverzia (dokončená objednávka)

Uistenie, opakovaná návšteva

Platformy

Search, Google nákup, Facebook, Instagram, PR, Newsletter

Search, Facebook, Newsletter

Google Display + Facebook remarketing  
Web

Facebook, Instagram

# Čo hovoriť: piliere online komunikácie

## Komunikačná umbrella

“Do výroby našich produktov vkladáme množstvo času a úsilia, aby neskončili ako iné darčeky v šuflíku.”

### Ten pravý slovenský darček (Produkt)

Jedinečnosť a slovenskosť

Ručná výroba

Originalita

Personalizácia

50 %

### Chránená dielňa (Príbeh)

Behind the scenes = ľudia, výroba

Príbehy spojené s objednávkami,  
unikátne požiadavky

Firemná kultúra - rodinnosť,  
predstavenie tímu, prírastky v  
kolektíve

30 %

### Sebavedomá rodinná firma (Značka)

Atmosféra - rodinné prostredie  
oproti masovým značkám

Novinky - techniky, produkty,  
ocenenia, certifikáty

Náhradné plnenie

20 %

# Ako často: Mesačná frekvencia postovania + kampane

Komunikácia by mala byť rozdelená na kontinuálnu (neustále aktívnu) a kampaňovú (ak chceme tlačiť konkrétny produkt). Kontinuálnu komunikáciu odporúčame v nasledujúcej frekvencii a budgete:

## Facebook

5-6 postov mesačne  
= 30 eur/post  
(+ reklamné/kampaňové  
formáty)

## Instagram

4 posty mesačne  
= 20 eur/post  
2-3 stories mesačne  
= organicky  
(+ reklamné/kampaňové  
formáty)

### Reklamné/kampaňové formáty

Na promo produktov a budovanie povedomia o značke odporúčame separátnu štruktúru možných sezónnych kampaní, ktorých frekvencia a mediálny budget bude závisieť od veľkosti konkrétnych promo kampaní a ich cieľov.

# Media plán + formáty

| Médiá                     | Facebook  | Instagram  | Google  |
|---------------------------|---|--|---|
| Formáty                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• carousel</li> <li>• video content</li> <li>• websiteclick formát uverejnený na feede</li> <li>• link post</li> <li>• 3D fotografia</li> <li>• fotoalbum</li> <li>• anketa</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• carousel</li> <li>• stories</li> <li>• foto content</li> <li>• video content</li> <li>• interaktívne formáty v stories = poll a stickers</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Google Search = kľúčové slová a placement</b></li> <li>• Google Nákupy</li> <li>• Google Display = záujmy, placement, topic, kľúčové slová a remarketing</li> </ul> |
| Odporúčaný mesačný budget | 180 eur   | 80 eur   | 200 eur   |

# B2B komunikácia cross-channel

Okrem klasických kanálov ako Google Search a Facebook ďalej odporúčame:

Zainvestovať do externej databázy  
(cca 100 €/80k kontaktov)

Kolaborácia s inými/lokálnymi  
značkami  
(Curaprox, Martinus, Zoot)

Sponzoring konferencií  
(Profesia Days, SME konferencie,  
TREND konferencie...)

| User ID | Status | Obchodný               | Kategória   | Kategória : Telefón | Fax         | Adresa                           | Mesto                    | Štát       | PSČ        | Latitude    | Longitude | Email             |                    |
|---------|--------|------------------------|-------------|---------------------|-------------|----------------------------------|--------------------------|------------|------------|-------------|-----------|-------------------|--------------------|
| 228     | active | Annamaria              | Výroba a p  | Darčeky a           | Nezistené   | 908 190 3                        | Nezistené                | Slovensko  | Nezistené  | 0.0000000   | 0.0000000 | annamaria@emai    |                    |
| 57009   | active | ANS SK, s. Šport       | Športové p  | Nezistené           | 903 259 9   | Na Lánoch 4                      | Bratislava               | Slovensko  | 821 04     | 0.0000000   | 0.0000000 | objednavky@ans    |                    |
| 61368   | active | ANSIL, s.r. Výroba a p | Obaly       | Nezistené           | 905 764 5   | Trenčianska 762                  | Nová Dubr                | Slovensko  | 018 51     | 48.935038   | 18.149427 | ansil@ansil.sk    |                    |
| 61369   | active | ANSWER, Služby a re    | Znalci a od | Nezi                |             |                                  |                          |            |            | 7.1045752   |           | info@znalec-posu  |                    |
| 61370   | active | ANT Metal              | Výroba a p  | Dopravná : Nezi     |             |                                  |                          |            |            | 3.17.739623 |           | antmetal@antmet   |                    |
| 27910   | active | ANT, s. r. o           | Výroba a p  | Textil, ode         | Nezi        |                                  |                          |            |            | 0.0.0000000 |           | info@antonyfashic |                    |
| 61371   | active | Anténa, s.r            | Média       | Časopisy            | ε 02 /      |                                  |                          |            |            | 3.17.166614 |           | Nezistené         |                    |
| 61372   | active | Anteo, a.s.            | Vzdelávan   | Kurzy               | Nezi        |                                  |                          |            |            | 2.18.089406 |           | anteo@anteo.sk    |                    |
| 61373   | active | ANTHESIS               | Výroba a p  | Textil, ode         | 051         |                                  |                          |            |            | 7.21.156672 |           | anthesis@anthesi  |                    |
| 61374   | active | ANTIKA, s.             | Výroba a p  | Klenoty             | 032         |                                  |                          |            |            | 4.18.066684 |           | Nezistené         |                    |
| 61375   | active | Anton Bag              | Šport       | Športové p          | 032         |                                  |                          |            |            | 0.18.250047 |           | Nezistené         |                    |
| 61376   | active | Anton Bull             | Služby a re | Servisy a c         | 037         |                                  |                          |            |            | 1.18.114649 |           | Nezistené         |                    |
| 61377   | active | Anton Dulz             | Výroba a p  | Textil, ode         | Nezi        |                                  |                          |            |            | 5.21.708424 |           | tonap@mail.t-com  |                    |
| 61378   | active | Anton Fazt             | Výroba a p  | Textil, ode         | 02 /        |                                  |                          |            |            | 0.10.17962  |           | Nezistené         |                    |
| 61379   | active | Anton Fere             | Šport       | Športové p          | 051         |                                  |                          |            |            | 6.21.238699 |           | topopresov@gma    |                    |
| 33803   | active | Anton Gajc             | Služby a re | Záhradníci          | Nezi        |                                  |                          |            |            | 0.0.0000000 |           | agajdos@centrum   |                    |
| 61380   | active | Anton Halz             | Výroba a p  | Lesníctvo           | 051         |                                  |                          |            |            | 0.21.240297 |           | Nezistené         |                    |
| 61381   | active | Anton Horz             | Zdravie a l | Alternatív          | Nezi        |                                  |                          |            |            | 8.17.693463 |           | liecitel@post.sk  |                    |
| 55628   | active | Anton Hoš              | Šport       | Športové p          | 042 / 426 1 | Nezistené                        | Dedovec 1025/6           | Považská   | Slovensko  | 017 01      | 0.0000000 | 0.0000000         | dartex@dartex.sk   |
| 61382   | active | Anton Ivan             | Výroba a p  | Textil, ode         | 034 / 772 5 | 907 280 1                        | Kollárova 368/3          | Malacky    | Slovensko  | 901 01      | 48.439473 | 17.021562         | Nezistené          |
| 61383   | active | Anton Kajá             | Výroba a p  | Smútočné            | Nezistené   | 904 917 1                        |                          | Raková     | Slovensko  | 023 51      | 49.433095 | 18.719861         | pkajane@yaho       |
| 61384   | active | Anton Kliž             | Výroba a p  | Darčeky a           | Nezistené   | 903 692 2                        | SNP 111/45               | Bošany     | Slovensko  | 956 18      | 48.580776 | 18.247153         | gravirovanielaser  |
| 61385   | active | Anton Kole             | Služby a re | Záhradníci          | Nezistené   | 905 826 8                        | eleznicná 779/17         | Smolenice  | Slovensko  | 919 04      | 48.503867 | 17.426553         | Nezistené          |
| 61386   | active | Anton Kon              | Služby a re | Športové s          | Nezistené   | 905                              | 6125                     | Pohranice  | Slovensko  | 951 02      | 48.331735 | 18.175364         | kynologia1@zozn    |
| 61387   | active | Anton Kov              | Výroba a p  | Technika, i         | Nezistené   | 905 032 9                        | Severná 5                | Banská By  | Slovensko  | 974 01      | 48.745764 | 19.141996         | antonkoval@atlas   |
| 61388   | active | Anton Koy              | Výroba a p  | Detské pot          | Nezistené   | 905 517 3                        | Hviezdoslavova 8/8       | Ladce      | Slovensko  | 018 63      | 49.033034 | 18.283522         | antonkoys@gmail    |
| 61389   | active | Anton Kurt             | Výroba a p  | Technika, i         | Nezistené   | 903 224 3                        | kultútyho 1              | Bratislava | Slovensko  | 831 04      | 48.159844 | 17.128414         | kurtanskyprint@t-z |
| 61390   | active | Anton Štef             | Šport       | Športové p          | 038 / 532 4 | 905 852 0                        | abokrekry nad Nitrou 118 | Žabokrekry | Slovensko  | 958 52      | 48.624437 | 18.302149         | anton.stefkovic@p  |
| 61391   | active | Anton Tóth             | Výroba a p  | Technika, i         | 035 / 649 2 | 905 274 8                        | Nová cesta 64            | Tvrdošovci | Slovensko  | 941 10      | 48.085903 | 18.076701         | Nezistené          |
| 61392   | active | Anton Vorc             | Výroba a p  | Inštalacný          | 420 556 7   | Nezistené                        | Kunín 316                | Kunín      | Česká repi | 742 53      | 49.645901 | 17.992890         | info@vorek.cz      |
| 61393   | active | Antónia Br             | Výroba a p  | Darčeky a           | 055 / 642 2 | 905 292 5                        | Muškatova 40             | Košice-Zá  | Slovensko  | 040 11      | 48.712770 | 21.241960         | hlina@pobox.sk     |
| 61394   | active | Antónia Hi             | Výroba a p  | Sкло, porce         | Nezistené   | 903 219 5                        | Vajanského 3394/10       | Levice     | Slovensko  | 934 01      | 48.214306 | 18.596162         | Hindicka.Antonia@  |
| 61395   | active | Antonín Bz             | Výroba a p  | Textil, ode         | 420 545 2   | Nezistené                        | Vídenská 260/150         | Brno-jih   | Česká repi | 619 00      | 49.147636 | 16.600765         | ab-tex@volny.cz    |
| 61396   | active | Antonín Kú             | Služby a re | Servisy a c         | Nezistené   | 420 724 5                        | Tyršova 263/5            | Buštěhrad  | Slovensko  | 273 43      | 50.158520 | 14.190933         | tonda.kuhnel@sez   |
| 61397   | active | RNDr. Ant              | Vzdelávan   | Jazykové v          | 420 311 2   | 420 602 6                        | žičkova 157/3            | Kralupy na | Slovensko  | 278 01      | 50.240430 | 14.312977         | trans@otahal.cz    |
| 50643   | active | Anturion s.            | Šport       | Športové p          | Nezistené   | 420 777 7                        | Hulinská 2029            | Kromeríž   | Česká repi | 767 01      | 0.0000000 | 0.0000000         | obchod@paintball   |
| 61398   | active | ADNAS s. Šport         | Organizáci  | 044 / 551 2         | 905 840 9   | introvský Mikuláš - Ploštín 1701 | introvský                | Slovensko  | 031 01     | 49.058404   | 19.610397 | Nezistené         |                    |

**POZOR!**

Toto je len ukážka, ktorá sa neaktualizuje, takže údaje nemusia byť aktuálne a taktiež v originál verzii môžu byť údaje doplnené. Táto ukážka je z roku 2020. Odvtedy bolo doplnených niekoľko desiatok tisíc údajov, resp. firmy si ich sami upravili online cez náš portál [www.databazafiriem.com](http://www.databazafiriem.com)

Ide o export z tohto portálu, ktorý spravíme v deň zadania objednávky. Ak u firmi nie je email alebo telefón, znamená to, že si nepravajú byť oslovení a mať kontakty verejně. Tým predídete zbytočným sťažnostiam.

**OBJEDNÁVKA:** helpdesk@ databazaskfiriem.sk alebo [www.databazaskfiriem.sk](http://www.databazaskfiriem.sk)  
Alebo za zvýhodnenú cenu cez [jaspravim.sk/profil/emtech](mailto:jaspravim.sk/profil/emtech)

# Kalendár navrhovaných kampaní

| Su | Mo | Tu | We | Th | Fr | Sa |
|----|----|----|----|----|----|----|
|    |    |    |    |    | 1  | 2  |
| 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
| 31 |    |    |    |    |    |    |

JAN

Personalizované meninové  
darčeky pre zamestnancov

| Su | Mo | Tu | We | Th | Fr | Sa |
|----|----|----|----|----|----|----|
|    | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  |
| 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 28 |    |    |    |    |    |    |

FEB

Valentínska kampaň

| Su | Mo | Tu | We | Th | Fr | Sa |
|----|----|----|----|----|----|----|
|    | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  |
| 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 28 | 29 | 30 | 31 |    |    |    |

MAR

MDŽ kampaň / MDŽ kampaň

| Su | Mo | Tu | We | Th | Fr | Sa |
|----|----|----|----|----|----|----|
|    |    |    |    | 1  | 2  | 3  |
| 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |    |

APR

| Su | Mo | Tu | We | Th | Fr | Sa |
|----|----|----|----|----|----|----|
|    |    |    |    |    |    | 1  |
| 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  |
| 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | 31 |    |    |    |    |    |

MAY

Kampaň ku Dňu matiek

| Su | Mo | Tu | We | Th | Fr | Sa |
|----|----|----|----|----|----|----|
|    |    | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  |
| 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 27 | 28 | 29 | 30 |    |    |    |

JUN

Kampaň ku Dňu detí = hry

Jún/júl/august svadobná  
kampaň



B2C



B2B

# Kalendár navrhovaných kampaní

| Su | Mo | Tu | We | Th | Fr | Sa |
|----|----|----|----|----|----|----|
|    |    |    |    | 1  | 2  | 3  |
| 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |

**JUL**

**Jún/júl/august svadobná kampaň**

**Eventy - Folklórny festival vo Východnej**

| Su | Mo | Tu | We | Th | Fr | Sa |
|----|----|----|----|----|----|----|
| 1  | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  |
| 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| 29 | 30 | 31 |    |    |    |    |

**AUG**

**Jún/júl/august svadobná kampaň**

**BTS kampaň = darček pre učiteľku**

| Su | Mo | Tu | We | Th | Fr | Sa |
|----|----|----|----|----|----|----|
|    |    |    | 1  | 2  | 3  | 4  |
| 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |    |    |

**SEP**

**BTS kampaň = darček pre učiteľku**

**Eventy - vinobrania, hody**

| Su | Mo | Tu | We | Th | Fr | Sa |
|----|----|----|----|----|----|----|
|    |    |    |    |    | 1  | 2  |
| 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
| 31 |    |    |    |    |    |    |

**OCT**

| Su | Mo | Tu | We | Th | Fr | Sa |
|----|----|----|----|----|----|----|
|    | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  |
| 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 28 | 29 | 30 |    |    |    |    |

**NOV**

| Su | Mo | Tu | We | Th | Fr | Sa |
|----|----|----|----|----|----|----|
|    |    |    | 1  | 2  | 3  | 4  |
| 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |    |

**DEC**

**Mikulášska kampaň**

**Vianočná kampaň/Vianočná kampaň**

**Eventy - vianočné trhy**



B2C



B2B



eventy

# Zhrnutie: Kam sme sa posunuli

## Stratégia

Obdarovací alibizmus

## Komunikačná umbrella

“Do výroby našich produktov vkladáme množstvo času a úsilia, aby neskončili ako iné darčeky v šuflíku.”

**Tón: Srdečný, Dôveryhodný, Starostlivý, Bezprostredný/uvolnený**

Ten pravý slovenský darček  
(Produkt)

Chránená dielňa  
(Príbeh)

Sebavedomá rodinná firma  
(Značka)

**B2C: Facebook, Instagram, Google**  
**B2B: Google, databázy, konferencie, kolaborácie**



---

# Návrhy na optimalizáciu e-shopu

# Na čo sa pri optimalizácii zamerať



**Zvýšenie  
organickej návštevnosti**



**Optimalizácia  
vizuality stránky**



**Zvýšenie**  
**organickej návštevnosti**  
(prístupy na stránku z vyhľadávačov)

# Prečo sú organické návštevy dôležité

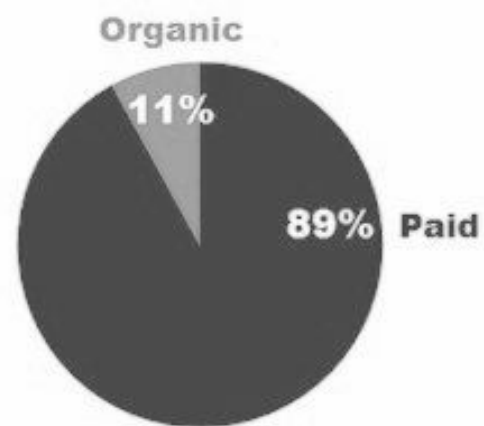
Aby sme za určitý počet návštevníkov **zaplatili čo najmenej**.

Príklad: Ak chceme mať na stránkách 10 000 návštev mesačne a z vyhľadávačov nám príde 1 000, tak zostávajúcich 9 000 návštev musíme prilákať **platenou reklamou**. Pri teoretickej cene 0,10 € za klik, je to náklad 900 € mesačne.

Ak však zvýšime organickú návštevnosť na 9 000, stačí nám investovať 100 € na dosiahnutie cieľa.

Cieľom nie je platenú reklamu úplne eliminovať, pretože má iné ciele, momentum, efektívitu, možnosti a pod.

Cieľom je, aby platená reklama **nebola primárny zdroj návštev**, ale doplnkový.

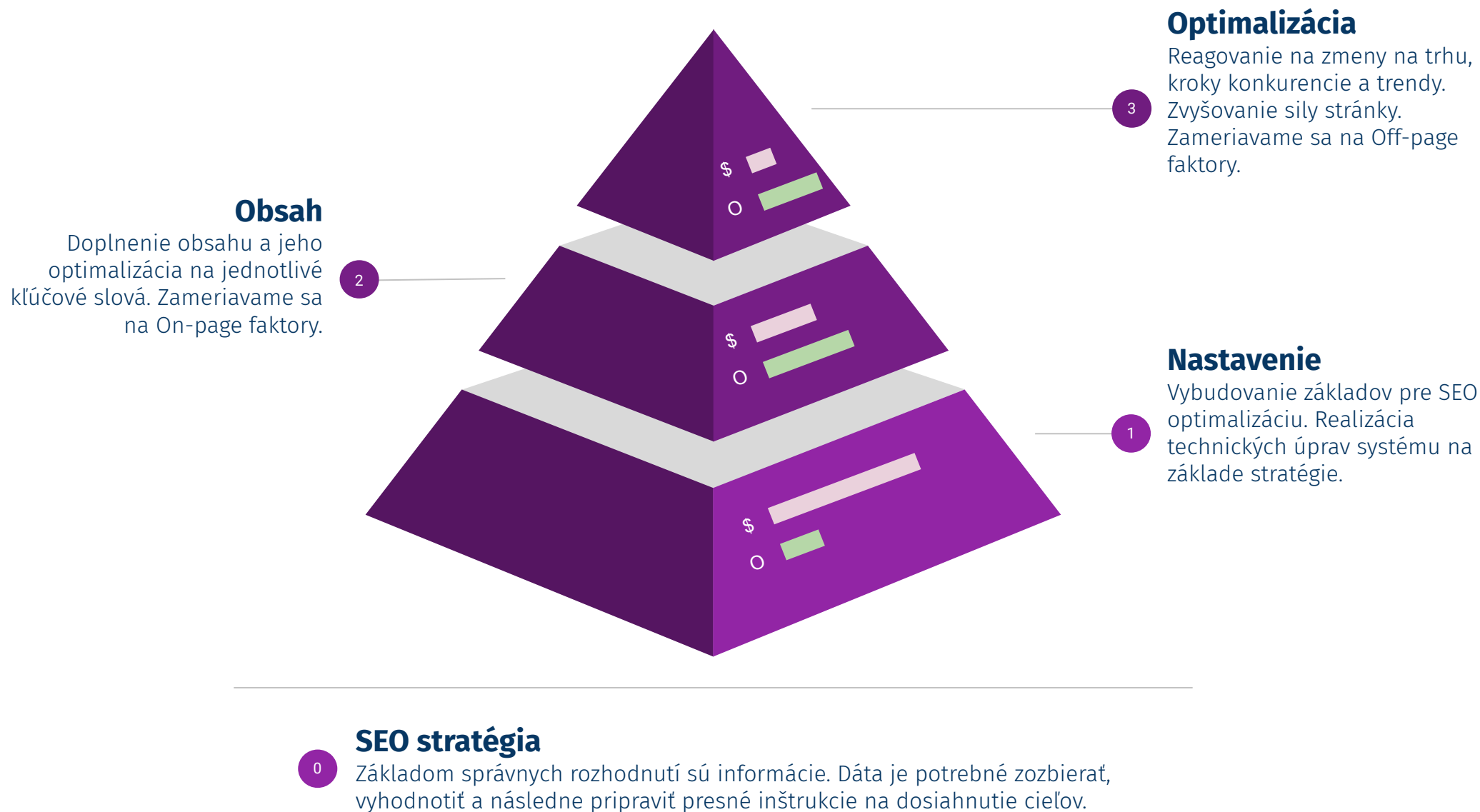


Aktuálny stav (príklad)



Požadovaný stav (príklad)

# Ako realizovať úpravy? Rozdelením na 4 fázy.



**SEO stratégia**

Nastavenie

Obsah

Optimalizácia

# **SEO stratégia**

## Fáza 0

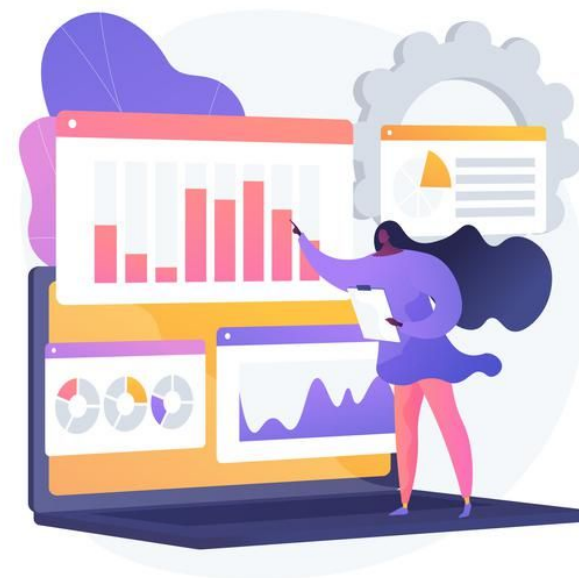
# SEO Stratégia

Prečo potrebujeme SEO stratégiu

SEO stratégia je **manuál, ako správne a efektívne** realizovať jednotlivé kroky, a presne stanoví **rozsah práce**, ktorý sa má realizovať. Jednotlivé kroky sú **podložené číslami**.

Obsahom SEO stratégie napr. sú:

- Implementácia analytických nástrojov, sledovanie konverzií (aby sme videli, aký dosah majú naše kroky)
- Analýza stránky, jej aktuálne postavenie voči konkurencii, správanie sa návštevníkov, segmentácia
- Kto predstavuje našu konkurenciu zo SEO pohľadu, čím nám konkurujú
- Na ktoré kľúčové slová sa máme zamerať
- Ktoré kľúčové slová máme použiť pre ktorú stránku, zdefinovanie primárneho slova a sekundárnych slov tak, aby si jednotlivé stránky nekonkurovali
- Definovanie best practice na tvorbu štruktúry, adresy stránok, metadát
- Vytvorenie štruktúry produktov a stránok
- Eliminácia internej konkurencie (napr. cz verzia)
- Technické inštrukcie pre implementáciu mikrodát, napojenie na porovnávače produktov
- Inštrukcie pre nastavenie konverzií, Google analytics a iných nástrojov
- Právne požiadavky



SEO stratégia

**Nastavenie**

Obsah

Optimalizácia

# Nastavenie

## Fáza 1





# Nastavenie

Na začiatku treba realizovať úpravy, ktoré nám následne umožnia dosiahnuť cieľový stav. Ide o **základné nastavenie** a implementáciu technických požiadaviek tak, aby úpravy obsahu bolo možné realizovať.

Cieľom je pohybovať sa dopredu ku konečnému výsledku. Nechceme sa vracieť k hotovým veciam a meniť ich. Napr.: ak nenastavíme správne štruktúru produktov teraz a budeme ju meniť po čase, prideme o práčne získané odkazy.

Predstavíme si jednotlivé kroky.



# Nastavenie - kroky

1. **Úprava technického riešenia** (napr. implementácia mikrodát, metadáta, aby sme jednotlivé veci mohli zmeniť. Zmene layoutu sa venujeme v samostatnej časti.)
2. **Nastavenie nadpisov a metadát** (aby sme sa zobrazovali vysoko vo výsledkoch vyhľadávačov a mali lákavé a relevantné texty)
3. **Zmena štruktúry**, vytvorenie podstránok pre kategórie (darčeky pre mužov/ženy/babičky), nastavenie presmerovaní (aby sme mali štruktúru, ktorú nebudeme meniť, a staré stránky odkazovali na tie nové)
4. **Validácia právnych náležitostí** (GDPR, EÚ nariadenia pre e-shopy)
5. **Kontrola a odladenie** (necháme pracovať stroje, aby nám povedali, na čo sme zabudli)

Na konci 1. fázy máme zázemie na ďalší rozvoj.



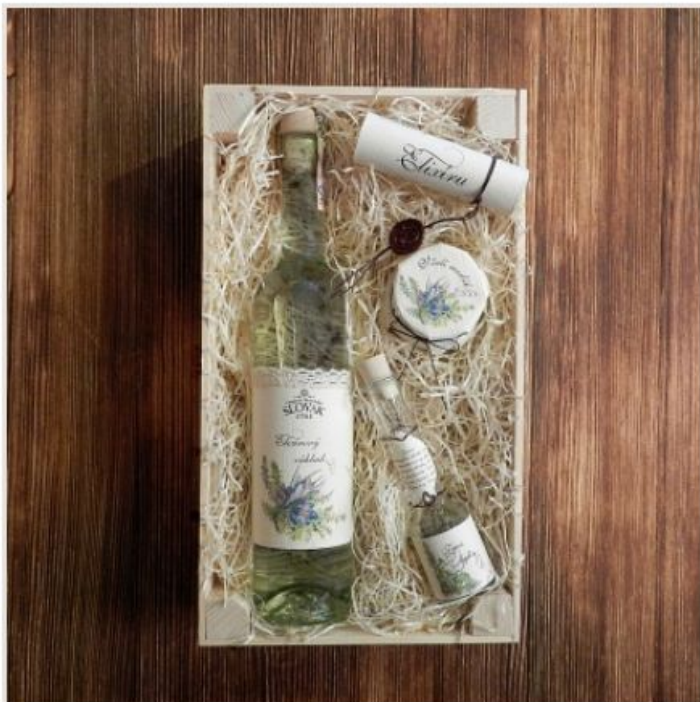
# Úprava technického riešenia - príklad

Ukážka postupu na produkte Elixír šťastia a mladosti. Náhľad aktuálneho stavu.

## Elixír šťastia a mladosti

« Späť

Produkty / Darčkové sady



*Premeňte sa na starovekého alchymistu, namiešajte si svoj vlastný elixír,*

po ktorom budete prekypovať šťastím, krásou a rozumom. My Vám dodáme ingrediencie a Vy zabezpečíte výrobu. Ale pozor! Bez srdca to nebude ono! Zmiešajte s láskou všetky tieto zložky a pozorujte ich blahodarný účinok na Vaše telo i myseľ.

### Obsah balenia:

- Elixírový základ: vodka 0,5l, obsah alk.: 40%
- Zmes bylín 10g
- Kvetový med 100ml
- Drevená debnička 19,5x34 cm

### DARČEK NA MIERU:

S menom, či venovaním je darček osobnejší.

Vyberte si prosím z ponúkaných možností a my Vám radi túto sadu prispôbíme presne tak, ako si želáte!

\*text prosím uvádzať do poznámky v objednávke

Varianty:

Prevedenie:

Originál



<https://www.slovenskedarceky.sk/produkty/darcekovye-sady/elixir-stastia-a-mladosti.html>

# Úprava technického riešenia - príklad

Pozrieme sa, či je obsah vhodne optimalizovaný, či vyhľadávač uvidí to, čo **chceme, aby videl.**

Pri vizualizácii obsahu vidíme, že najčastejšie sa opakujú slová **elixír, mladosti, obsah, dátumu, šťastia.**

Tieto slová sú špecifické pre tento produkt a sú relevantné, ale **s nízkou hľadanosťou** (elixír šťastia - 0, elixír mladosti 40 mesačne).

Preto je dôležité produktové opisy doplniť o **všeobecné a hľadané výrazy** ako napr. darček pre muža (5 400), darček pre chlapa (1 300), darčeková sada (280).

Výber **presného spojenia a kombinácie** je predmetom SEO stratégie.



Vizualizácia obsahu podľa počtu slov.

# Nastavenie nadpisov a metadát - príklad

Z analýzy kľúčových slov vyberieme **vhodné slová** a tie doplníme napr.

- do **názvu** produktu,
- vytvoríme novú **podsekciu** Darčekové sady pre mužov, kam produkt zaradíme,
- následne doplníme text o **sekundárne slová a long tail** spojenia, aby sme priviedli ďalších potenciálnych zákazníkov...

|                                       |
|---------------------------------------|
| darčekové sady <b>pre mužov</b>       |
| darčekové sady <b>pre ženy</b>        |
| darčekové sady <b>na vianoce</b>      |
| darčekové sady <b>alkohol</b>         |
| darčekové sady <b>kozmetika</b>       |
| darčekové sady <b>čajov</b>           |
| darčekové sady <b>pre mužov nivea</b> |
| darčekové sady <b>parfumov</b>        |
| <b>alza</b> darčekové sady            |
| <b>darčekove sady</b>                 |
| darčekové sady <b>pre bábätka</b>     |
| darčekové sady <b>pre babku</b>       |
| <b>darčeková sada chilli</b>          |
| <b>darčeková sada chilli korenia</b>  |
| <b>darčeková sada čajov</b>           |
| <b>darčeková sada chilli korenie</b>  |
| <b>darčeková sada caj</b>             |

Darčeková sada **Elixír šťastia a mladosti**. Ideálny darček pre mužov

Produkty / Darčekové sady / Darčekové sady pre mužov



*Premeňte sa na starovekého alca elixír,*

po ktorom budete prekypovať šťastím ingrediencie a Vy zabezpečíte výrobu. Zmiešajte s láskou všetky tieto zložky. Vaše telo i myseľ.

#### Obsah balenia:

- Elixírový základ: vodka 0,5l, obsah alk
- Zmes bylín 10g
- Kvetový med 100ml
- Drevená debnička 19,5x34 cm

#### DARČEK NA MIERU:

S menom, či venovaním je darček osobný. Vyberte si prosím z ponúkaných možností presne tak, ako si želáte!

\*text prosím uvádzať do poznámky v o

# Nastavenie nadpisov a metadát - príklad

Upravíme **metadáta** -  
informácie viditeľné pre  
roboty vyhľadávačov, ktoré z  
týchto dát vytvoria výsledky  
vyhľadávania.

www.slovenskedarceky.sk › elixir-s... ▾ Přeložit tuto stránku

**Elixír šťastia a mladosti | Slovenské darčeky, suveníry - Slovak ...**

Premeňte sa na starovekého alchymistu, namiešajte si svoj vlastný **elixír**, po ktorom budete prekypovať **šťastím**, krásou a rozumom. My Vám dodáme ...

PRED - Prezentácia produktu vo výsledkoch vyhľadávania.

www.slovenskedarceky.sk › elixir-s... ▾ Přeložit tuto stránku

**Elixír šťastia a mladosti - originálny darček pre mužov | Jedinečne slovenské**

Namiešajte si svoj vlastný elixír. Premeňte sa na starovekého alchymistu. My Vám dodáme ingrediencie a Vy zabezpečíte výrobu. Ručne vyrobená darčeková sada v drevenej krabici s tradičnými Slovenskými vzormi. Darček, ktorý poteší a zahreje.

PO - Upravený popis pre vyhľadávače - ukážka riešenia.

# Zmena štruktúry - príklad

| Darčkové sady | Typy na darčeky             | Suveníry      | Vína a liehoviny | Potraviny            | Plátenné výrobky | Výrobky z papiera | Keramika | Firemné darčeky | Šperky... |
|---------------|-----------------------------|---------------|------------------|----------------------|------------------|-------------------|----------|-----------------|-----------|
| Pre pánov     | Darčeky pre mužov           | Fľaše na vodu | Domáca likérka   | Sypané čaje          | Tašky            | Pexesá            |          |                 |           |
| Pre dámy      | Darčeky pre ženy a mamičky  | Plecháčiky    | Bylinné zmesi    | Medy                 | Vrecúška         | Bloky a zápisníky |          |                 |           |
|               | Darčeky pre starých rodičov | Hrnčeky       | Borovička        | Sušené ovocie a huby | Vankúše          | Darčkové tašky    |          |                 |           |
|               | Darčeky pre kamarátov       |               | Vína             | Lekváre a nátierky   | Podsedačky       | Záložky           |          |                 |           |
|               | Darčeky pre cudzincov       |               |                  | Čokolády a cukríky   | Zástery          | Podpivníky        |          |                 |           |
|               | K sviatkom                  |               |                  | Sirupy               | Chňapky          |                   |          |                 |           |
|               | Vhodné pre leteckú prepravu |               |                  |                      | Tričká           |                   |          |                 |           |
|               |                             |               |                  |                      | Šatky            |                   |          |                 |           |

Ukážka riešenia štruktúry - nejedná sa o konečný návrh.

SEO stratégia

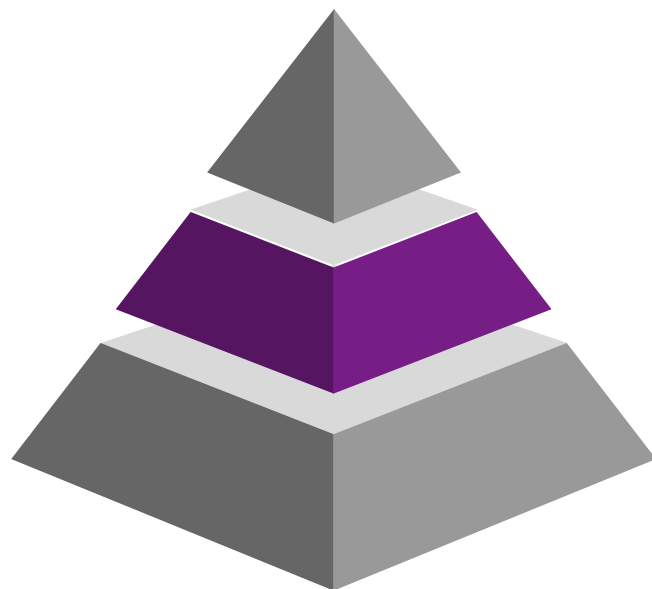
Nastavenie

**Obsah**

Optimalizácia

# Obsah

## Fáza 2





# Obsah

V prvej fáze sme sa venovali nastaveniu základov, teraz na nich môžeme stavať - naplníme jednotlivé stránky obsahom/rozšírime obsah aj **počet kľúčových slov**.

Informácie, ktoré na stránke **nenapíšete, neexistujú** ani pre roboty, ani pre návštevníkov.

Čím viac relevantných informácií vaša stránka obsahuje, tým je **kvalitnejšia a silnejšia** z hľadiska vyhľadávača. Opis produktu v rozsahu niekoľkých slov so zarážkami nestačí, navyše pre vyhľadávač môžu byť úplne vytrhnuté z kontextu, predsa je to len stroj.

Pravdepodobnosť, že návštevník nájde kvalitnú odpoveď na otázku, ktorú do vyhľadávača uviedol, rastie, a tak **rastie aj vaša pozícia vo výsledkoch vyhľadávania**.



# Obsah

V tejto fáze odporúčame:

**Úprava a rozšírenie opisov produktu** tak, aby boli rozsahovo dlhšie, obsahovali **vybrané kľúčové slová** v dostatočnom množstve a na príslušných miestach (nadpisy, pri obrázkoch, v texte, v odkazoch).

Zameranie sa na **long tail spojenia** (vyšívaná zástera s ľudovým vzorom).

Vytvorenie **podstránok na rôzne príležitosti** (MDŽ, narodeniny, oslavy, krst...) alebo **SEO témy** (aký darček pre babičku, čo slovenské darovať návšteve zo zahraničia...).

Napojenie sa na feedy **porovnávačov cien** pomocou XML formátu (Heureka, Najnakup, Pricemania, Google Nákupy, Glami, 123 Nákup...).



# Obsah

Doplnenie obsahu **prebieha postupne**, stránka za stránkou.

Informácie sa dopĺňajú na základe **vybraných kľúčových slov** v SEO stratégii.

Medzi vytvorením SEO stratégie a realizáciou obsahu by nemalo ubehnúť viac ako niekoľko mesiacov, pretože pozícia jednotlivých slov sa môže časom zmeniť a analýzu kľúčových slov bude nutné opakovať alebo priebežne kontrolovať.

Výsledkom 2. fáze bude **XX-násobne viac textu a kľúčových slov**, čo bude mať za následok zvýšenie návštev na konkurenčné, ale aj málo vyhľadávané slová.



SEO stratégia

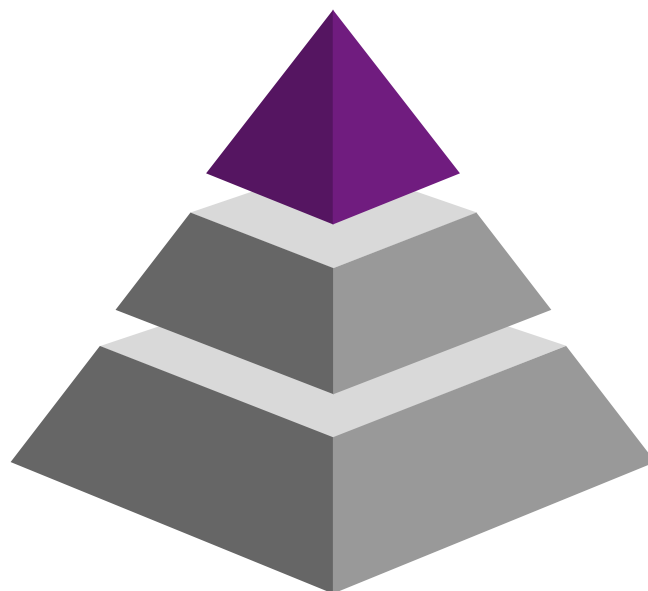
Nastavenie

Obsah

**Optimalizácia**

# Optimalizácia

Fáza 3



# Optimalizácia - aktivity

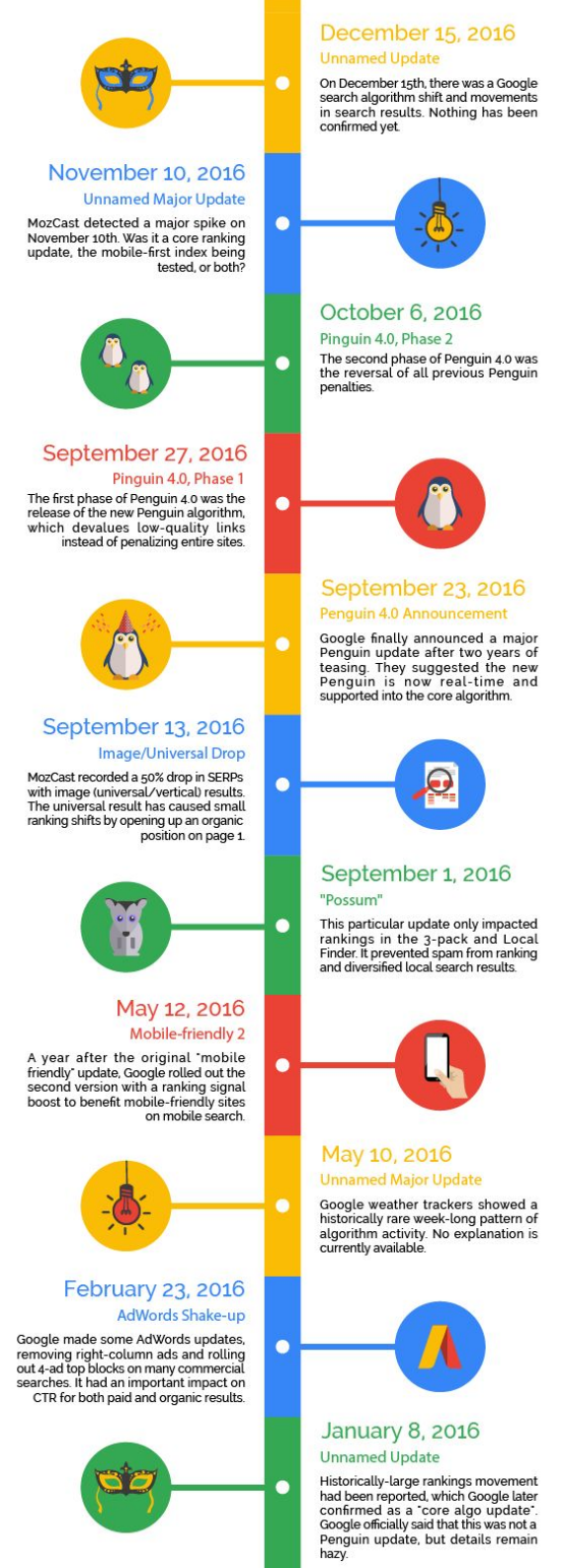
**Optimalizácia konverzného pomeru** - vyhodnocujeme, ktorý zdroj návštev alebo typ reklamy prináša akú mieru konverzie, a podľa toho upravíme investície a prioritizujeme úpravy.

**Optimalizácia objednávkového procesu** (dokončené nákupy vs. opustené košíky) - analyzujeme, kde a prečo nám návštevníci "nekonvertujú" na zákazníkov, a navrhujeme zmeny, ktoré problémy eliminujú, a zvyšujeme konverzie predaja.

**Rozširovanie kvalitných spätných odkazov** a eliminácia toxických spätných odkazov - spätné odkazy majú veľký dosah na silu domény. Sledujeme kvalitu odkazov a snažíme sa eliminovať negatívne (napr. Linková farma, katalóg služieb) a hľadať nové možnosti na rozšírenie pozitívnych.

**Sledovanie konkurencie** a aplikácia protiopatrení - ak naša sila domény a podiel na trhu rastie, naša konkurencia to zistí a bude sa snažiť nás kopírovať alebo vytvárať úpravy, ktoré nás dostanú do novej situácie.

Úpravy spojené so **zmenou algoritmov vyhľadávačov** a zmenou technologických trendov. Vyhľadávače sa prispôsobujú a inovujú približne raz za rok výraznejšie a kvartálne menšími aktualizáciami. Niektoré aktualizácie môžu mať výrazný dosah na umiestnenie a je nutné ich sledovať a prispôbiť sa im.



# Optimalizácia - príklad rozvrhnutia aktivít

## Mesačné aktivity

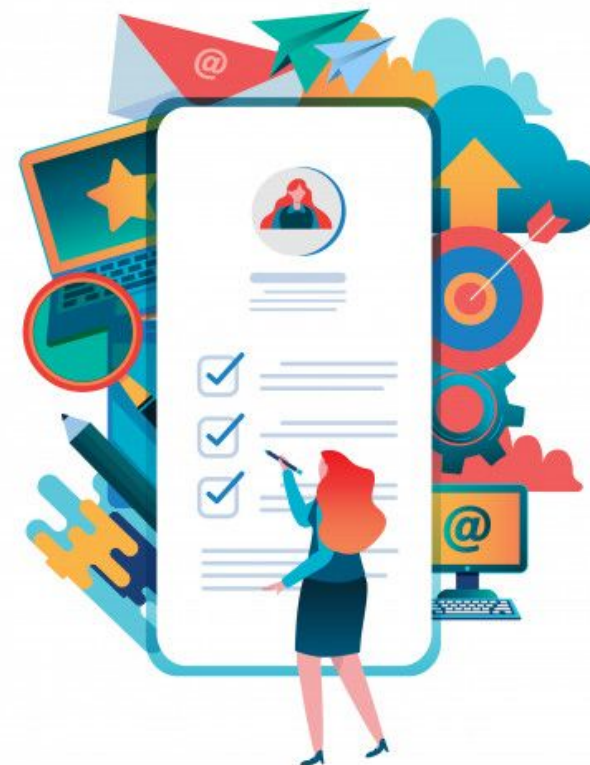
- Validácia stránok, odkazov, obrázkov...
- Revízia odporúčaní z Google Search Console
- Kontrola funkčnosti systému a nákupného procesu (testovací nákup)

Aktivity zabezpečia odchytenie problémov včas a upozornia na zmeny na trhu a v algoritmoch vyhľadávačov.

## Kvartálne aktivity

- Vyhodnotenie návštevnosti, analýza anomálií, vyhodnotenie trendov, odkazov, top kľúčové slová, top zdroje, konverzie.
- Určenie next steps na ďalší kvartál.
- Nápady na nové blogové posty a články na webe, úprava obsahu, doplnenie kľúčových slov, odstránenie konkurenčných slov, posilnenie top slov.

Aktivity zabezpečia kontinuálne napredovanie a priebežné korigovanie stratégie.





## **Optimalizácia vizuality stránky** (zlepšenie používateľského zážitku)

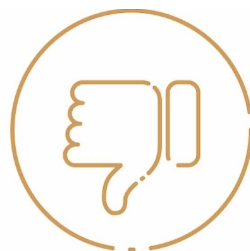
# Aktuálny stav



Autentickosť

Unikátnosť

Široký sortiment



Responzivnosť (chýba optimalizácia pre mobilné zariadenia)

Jednoduchosť navigácie

Prehľadnosť

Nevyužíva sa potenciál (napr. produkty sú na hlavnej stránke pod zlomom)

Zrozumiteľnosť

System pôsobí zastaralo, nereflektuje moderné trendy a nevyužíva ich potenciál



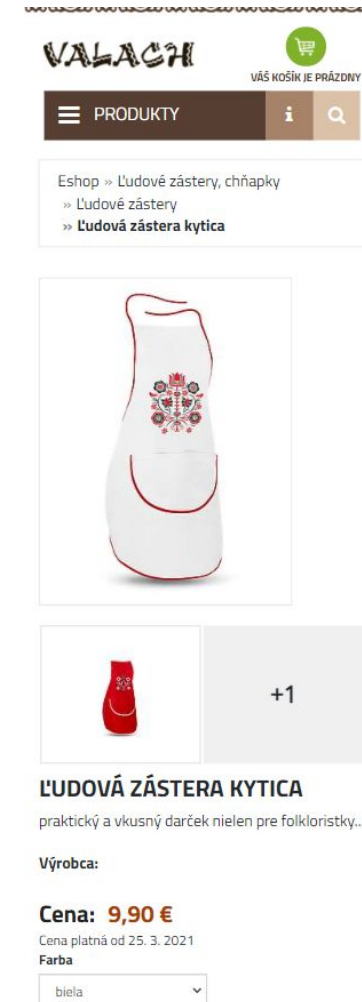
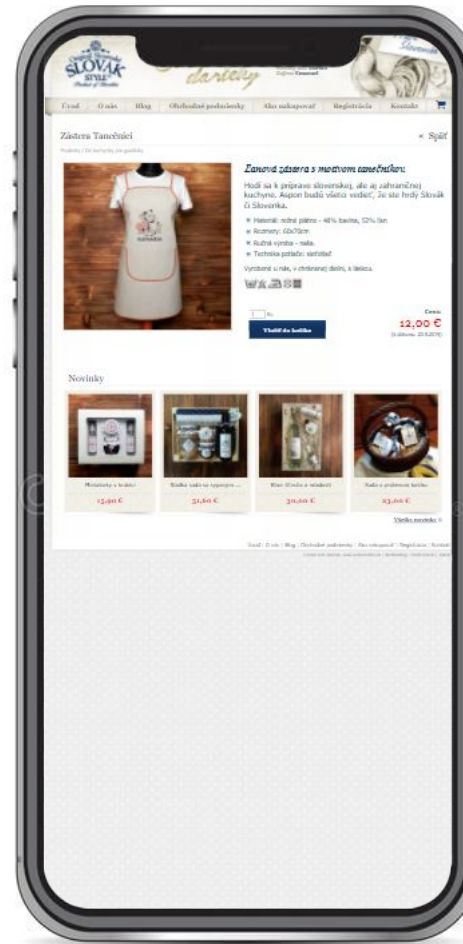
# Responzivnosť

E-shop nie je responzívny.

**Absencia responzivnosti** (schopnosť prispôbiť zobrazenie stránky zariadeniu) môže mať **negatívny dosah na nákup používateľa**. Takéto stránky sú často vnímané ako zastaralé a nedôveryhodné.

Používatelia dávajú prednosť optimalizovaným stránkam aj z dôvodu **jednoduchšieho ovládania** a rýchlejšieho dosiahnutia požadovaných informácií.

Odhaduje sa, že až **50 % nákupov** sa uskutoční cez mobilný telefón.



Príklad optimalizácie obsahu na mobilné zariadenia u konkurencie.

# Jednoduchosť navigácie

Odporúčame použiť len jedno primárne menu a to buď hore, alebo vľavo. Výsledná štruktúra menu závisí od viacerých faktorov ako sú:

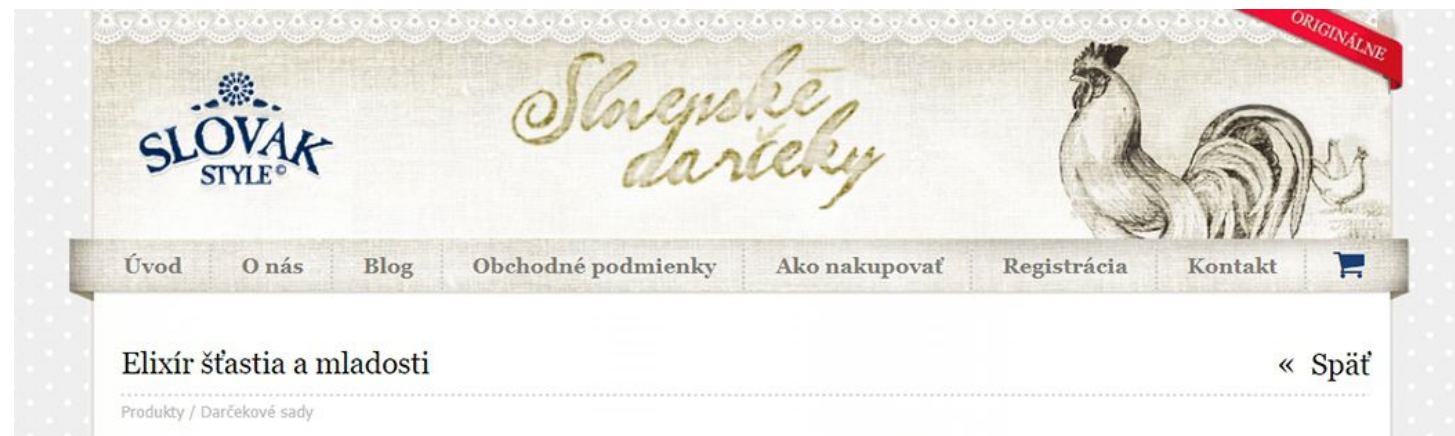
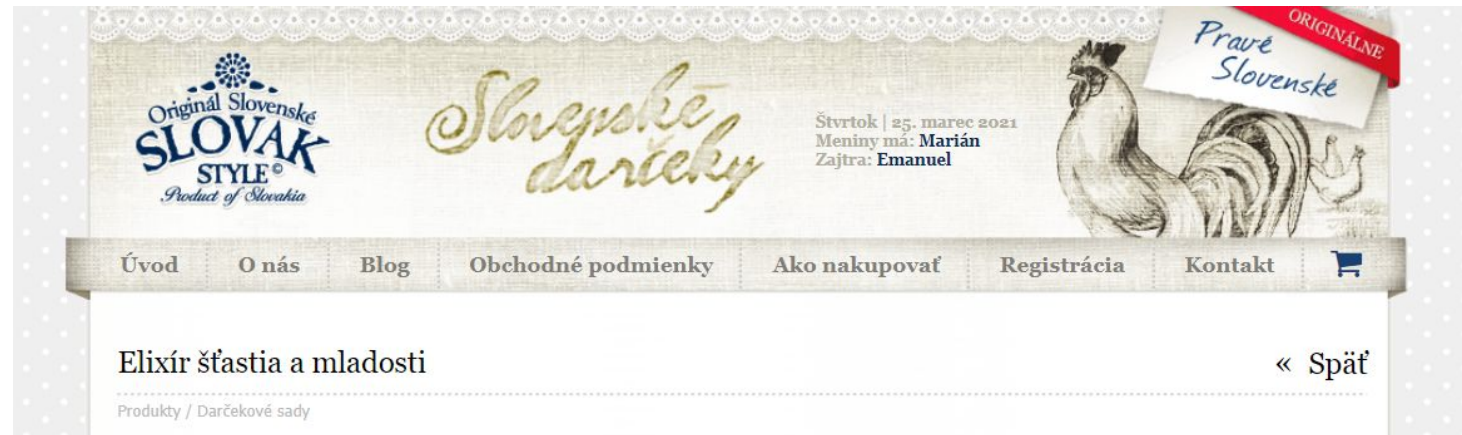
- **zrozumiteľnosť názvu** sekcie (napr. Slovenské poklady je abstraktný názov),
- **vyhľadávanosť slov** (názov sekcie bude v nadpisoch a výber vhodných slov prispeje k zvýšeniu návštev),
- **rozmanitosť sortimentu** (celkový počet položiek by nemal presiahnuť určitý počet, čo závisí od umiestnenia hlavného menu. Jednotlivé položky je potrebné logicky zoskupiť do kategórií tak, aby obsahovali primeraný počet položiek).

**Spojitosť so štruktúrou** - štruktúra stránky priamo súvisí s navigáciou.

The screenshot displays the website's header and main content area. The header includes the logo 'Original Slovenské SLOVAK STYLE', the text 'Slovenské darčeky', and a date 'Štvrtok | 25. marec 2021'. A navigation menu is located below the header, containing links for 'Úvod', 'O nás', 'Blog', 'Obchodné podmienky', 'Ako nakupovať', 'Registrácia', and 'Kontakt'. The main content area is divided into two columns. The left column features a 'Produkty' menu with a list of categories such as 'Darčekové sady', 'Slovenské poklady', and 'Čačky Mačky'. The right column displays a 'Slovenské poklady' section with three product listings: 'Magická LIPA' (82,90 €), 'Domacia LIKÉRKA' (9,90 €), and 'Tramp - cestovateľská hra' (40,00 €). The website has a rustic, hand-drawn aesthetic with a red dashed border around the main content area.

# Prehľadnosť - vizuálny šum

Cieľom je **zbaviť sa nedôležitých elementov**, ktoré upútajú pozornosť a rušia sústredenie na dôležité informácie (dokončenie procesu, výber produktu a pod.).



Ukážka, čo sa pod vizuálnym zjednodušením myslí. Nejde o odporúčanie na úpravu, ale o ukážku dosahu zjednodušenia.

# Prehľadnosť - vizuálny šum

Prečo je **dôležité, aby bola stránka prehľadná**

Zamyslite sa, akým spôsobom čítate stránky vy. Prechádzate celú stránku riadok za riadkom, prečítate si celý obsah alebo očami “preskenujete” nadpisy a čítate začiatky jednotlivých odsekov?

Je dokázané, že návštevník “skenuje” nadpisy sekcií a hľadá zhodu s požadovanou informáciou. Až potom začne čítať text pod nadpisom a aj to často náhodne, nie od začiatku riadka.

Čím viac informácií tam bude a čím menej opticky prehľadne budú prezentované, tým je menšia šanca, že návštevník si informácie prečíta.



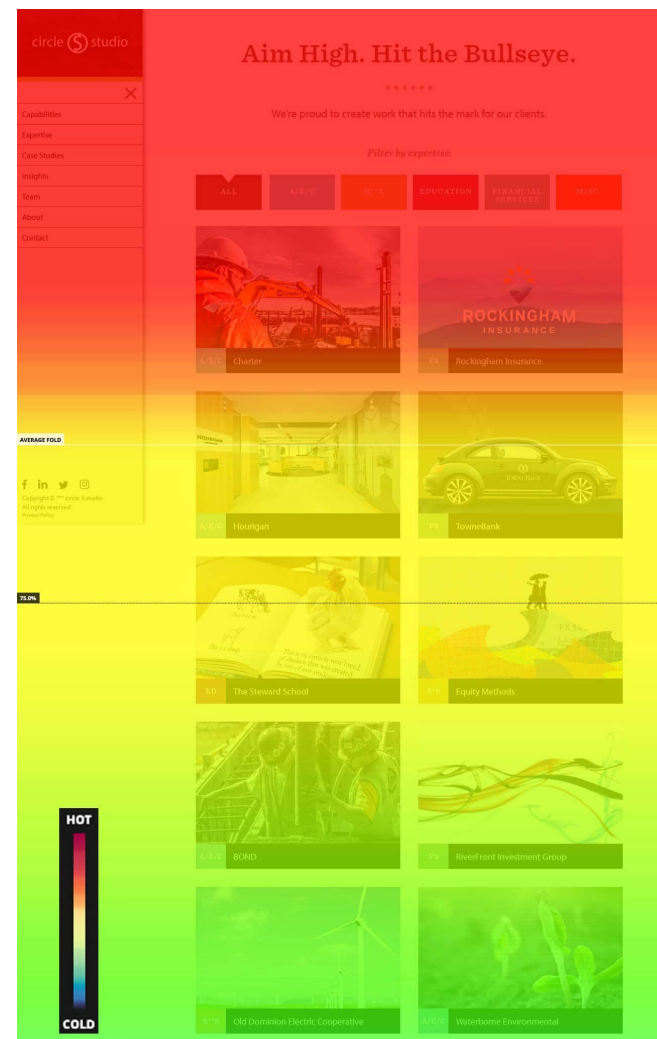
Ukážka heatmapy, kde vidieť, ktoré časti si návštevníci prečítali (pomocou sledovania očnou kamerou). [Zdroj](#)

# Využitie potenciálu nad zlomom

“**Nad zlomom**” sa označuje časť stránky, ktorú vidí návštevník na obrazovke **bez nutnosti scrollovať dole**. Ide o najlukratívnejšiu časť každej stránky, pretože ju vidí 100 % návštevníkov.

Cieľom je v tejto časti zobrazit' **najdôležitejší a najlákavejší obsah** a motivovať (zaujať) návštevníka, aby scrolloval dole a **dozvedel sa informácie**, ktoré sme preňho práce pripravili.

Ak ho **nezaujme alebo mu nedáme, čo očakával** (zobrazíme iný obsah, ako sme avizovali v odkaze alebo v texte reklamy, na ktorý klikal), **používateľ stránku opustí** a jeho negatívny vzťah k stránke rastie. V lepšom prípade sa vráti na predchádzajúcu stránku a skúsi vyhľadať znovu. V horšom prípade stránku úplne opustí alebo dokonca vznikne negatívna spojitosť so značkou alebo s adresou stránky.



Zlom stránky

Ukážka scroll heatmapy, kde je vidieť zlom stránky a ako klesá časť stránky, ktorú návštevníci videli. [Zdroj](#)

---

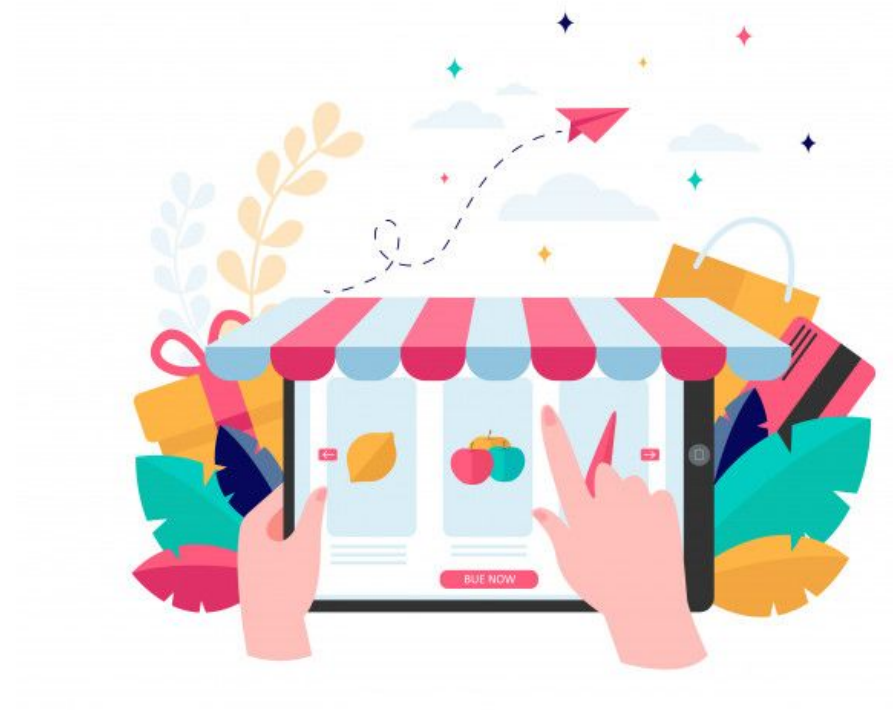
# Realizácia úprav - výber vhodného riešenia

# Možné riešenia na odstránenie problémov

Nepoznáme reálne možnosti existujúceho riešenia ani efektívnosť jeho úpravy, ani rozsah úprav, pre ktorý sa rozhodnete. Preto uvádzame možné **riešenia**.

K dispozícii je niekoľko možností, ako problémy odstrániť:

1. Je možné realizovať **redizajn webu**, kde sa navrhne nový layout, na základe toho sa nakreslí dizajn a ten sa nakóduje a otestuje.
2. Je možné získať od prevádzkovateľa e-shopu **novšiu šablónu**, ktorá je responzívna a prehľadnejšia (ak je k dispozícii).
3. Je možné si **zakúpiť nakódovanú šablónu** a tú implementovať do existujúceho riešenia.
4. Je možné **prejsť na iné riešenie e-shopu**, kde sa vyberie vhodná šablóna (relatívne bez práce a výrazných počiatkových investícií).



# Rozšírenie existujúceho e-shopu vs. prechod na nové riešenie

## Výhody existujúceho riešenia

- Hotové riešenie, ktoré je na mieru
- E-shop funguje a je nastavený
- Možnosť zapracovania úprav podľa potreby
- Vlastná grafika
- Implementovaná platobná brána
- Skúsenosti s prostredím pre editáciu obsahu

## Nevýhody existujúceho riešenia (oproti prenajatému riešeniu)

- Zastaralé riešenie, nebolo dlhý čas obnovené tak, aby spĺňalo trendy 2020/2021
- Nutný redizajn a responzivita
- Úprava SEO možností
- Nutný vývoj nadstavbových modulov ako mikrodáta, virtuálne stránky, vyhľadávanie, prepojenie s 3. stranami (GA, GTM, Merchant center, dopravné spoločnosti, účtovné systémy, platobné brány)
- E-shop v prenájme má aktuálne SEO a marketingové optimalizácie v cene prenájmu
- Možnosť otestovať nadstavbu za pár korún bez nutnosti nadstavbu definovať a zaplatiť vývoj
- Odkúšané a vyladené marketingové nástroje
- Legislatívne vyhovujúce (nie všetky riešenia vyhovujú slovenským zákonom)
- Splňa najnovšie požiadavky na bezpečnosť
- Možnosť viacerých jazykov/predaj v zahraničí cez jedno riešenie



# Výber vhodného riešenia

Odporúčame spojiť sa s inovatívnym partnerom, ktorý udržuje svoje riešenie aktuálne, aby ste sa vy mohli venovať predaju a nie vývoju.

Na trhu sú desiatky riešení, kde je možné e-shop **prenajať** (máte k dispozícii vždy najnovšie riešenie), **odkúpiť** (aktualizácie a rozšírenia si platíte - pravdepodobne aktuálne riešenie) alebo použiť **OpenSource** riešenie (vyžaduje interného programátora).

Výber konkrétneho riešenia závisí od množstva faktorov ako spoľahlivosť, kvalita, úroveň optimalizácie, podpora a rozvoj riešenia, rozšírenia, bezpečnosť, legislatívne požiadavky, jednoduchosť obsluhy, cena a ďalšie. Každé riešenie ponúka možnosť vytvorenia skúšobného e-shopu.

S analýzou a **výberom najvhodnejšieho riešenia** vám radi pomôžu naši odborníci.

Nižšie uvádzame niekoľko overených riešení.



[Shopify](#)



[Shoptet](#)



[BigCommerce](#)



[Oxyshop](#)



[Upates](#)

**dotcom**  
advertising

Ďakujeme

Stanislav Pavlik | +421 911 266 866 | [pavlik@dotcom.sk](mailto:pavlik@dotcom.sk)