

Zmluva o dielo

uzavretá v zmysle ustanovenia § 536 a nasl. zákona č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov (ďalej len „**ObZ**“) a ustanovení Autorského zákona č. 185/2015 Z. z. v znení neskorších predpisov (ďalej len „**Autorský zákon**“) (ďalej len „**Zmluva**“)

Príručka začínajúceho eshopistu

Článok I. Zmluvné strany

1. Objednávateľ:

Názov: **Slovak Business Agency**
Sídlo: Miletičova 23, 821 09 Bratislava - Ružinov
Korešpondenčná adresa: Karadžičova 2, 811 09 Bratislava
IČO: 30 845 301
DIČ: 2020869279
IBAN: SK8102000000001693241062
BIC (SWIFT): SUBASKBX
Registrácia: Register záujmových združení právnických osôb vedený Okresným úradom Bratislava, reg. číslo: OVVS/467/1997-Ta
Štatutárny orgán: Mgr. Martin Holák, PhD., generálny riaditeľ
Kontaktná osoba: Mgr. Ivica Ďuricová, manažér pre internetovú ekonomiku
Email: duricova@sbagency.sk

(ďalej len „**Objednávateľ**“)

2. Zhotoviteľ:

Obchodné meno: **Adbee digital s. r. o.**
Sídlo: Západný rad 31, 811 04 Bratislava I
IČO: 46 796 045
DIČ: 2023601404
IČ DPH: SK2023601404
IBAN: SK8511000000002922881544
BIC (SWIFT): TATRSKBX
Registrácia: Obchodný register Okresného súdu Bratislava I, Oddiel: Sro, Vložka číslo: 83782/B
Štatutárny orgán: Ing. Tomáš Vatrť, konateľ
Kontaktná osoba: Ing. Tomáš Vatrť
Email: tomas.vatrť@adbee.sk

(ďalej len „**Zhotoviteľ**“)

(ďalej Objednávateľ a Zhotoviteľ spolu ako „**Zmluvné strany**“ alebo jednotlivito ako „**Zmluvná strana**“)

Článok II. Predmet Zmluvy

1. Zhotoviteľ je úspešný uchádzač, ktorý ponúkol najnižšiu cenu v rámci uskutočneného verejného obstarávania na základe Výzvy na predloženie ponuky - Zákazka s nízkou hodnotou podľa ustanovenia § 117 zákona č. 343/2015 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „**Zákon**“), „Príručka začínajúceho eshopistu“, zo dňa 19. 01. 2017 (ďalej len „**Výzva**“) a zároveň splnil aj ostatné podmienky Výzvy.
2. Predmetom tejto Zmluvy je záväzok Zhotoviteľa riadne a včas vykonať a dodať dielo, ktoré je špecifikované v tejto Zmluve a záväzok Objednávateľa zaplatiť Zhotoviteľovi za riadne a včas vykonané dielo dohodnutú cenu.
3. Zhotoviteľ vykoná a dodá dielo v zmysle predloženej Ponuky k verejnému obstarávaniu podľa bodu 1. tohto Článku Zmluvy (ďalej len „**Ponuka**“), podľa podmienok určených vo Výzve, prílohe č. 3 Výzvy a v tejto Zmluve.
4. Zhotoviteľ vyhlasuje, že si je vedomý skutočnosti, že dielo, ktoré má byť vykonané na základe tejto Zmluvy je financované z verejných prostriedkov, nakladanie s ktorými podlieha osobitným predpisom a pravidlám v zmysle platných právnych predpisov.

Článok III. Dielo

1. Dielom podľa tejto Zmluvy je vykonanie a dodanie komplexného sprievodcu svetom eshopov, ktorý obsiahne všetky detailne rozpracované témy formou samostatných kapitol, pričom jeho súčasťou budú i šablónovité – vzorové dokumenty pre eshopistov na stiahnutie a doplnenie (ďalej len „**Dielo**“). Bližšia špecifikácia Diela vrátane jeho formy, obsahu a štruktúry sa nachádza v prílohe č. 3 Výzvy, pričom zároveň tvorí prílohu č. 1 tejto Zmluvy – Špecifikácia Diela.

Článok IV. Odovzdanie a prevzatie Diela

1. Zhotoviteľ je povinný vykonať a dodať Objednávateľovi Dielo podľa Článku III. tejto Zmluvy riadne a včas, t. j. **najneskôr do 15. 03. 2017**, v zmysle predloženej Ponuky, podľa podmienok určených vo Výzve, prílohe č. 3 Výzvy a v tejto Zmluve.
2. Dielo podľa tejto Zmluvy, ktoré sa Zhotoviteľ zaväzuje pre Objednávateľa vykonať, bude vykonané a dodané v rozsahu uvedenom v prílohe č. 1 tejto Zmluvy. Zhotoviteľ dodá Objednávateľovi Dielo v elektronickej podobe na 3 (slovom: troch) CD nosičoch v slovenskom jazyku.
3. Zmluvné strany sa dohodli, že Objednávateľ je oprávnený priebežne kontrolovať stav rozpracovanosti Diela. Na tento účel je Zhotoviteľ, na základe žiadosti Objednávateľa, povinný informovať Objednávateľa o stave rozpracovanosti Diela a poskytnúť mu vykonané Dielo a/alebo jeho časť v elektronickej podobe.
4. V prípade, ak Objednávateľ na základe informácií Zhotoviteľa podľa bodu 3. tohto Článku Zmluvy zistí, že Dielo a/alebo jeho časť má vady, písomne na nich upozorní Zhotoviteľa, ktorý je povinný písomne oznámené vady Diela a/alebo jeho časti

odstrániť bezodkladne, najneskôr však do 3 (slovom: troch) kalendárnych dní odo dňa písomného oznámenia o vadách Diela.

5. Zhotoviteľ je povinný odovzdať riadne vykonané Dielo v zmysle Článku III. tejto Zmluvy Objednávateľovi, na korešpondenčnej adrese uvedenej v záhlaví Objednávateľa, a to v lehote a forme podľa ustanovení bodu 1. a 2. tohto Článku Zmluvy. Ak má Dielo všetky požadované vlastnosti, potvrdia Zhotoviteľ ako aj Objednávateľ svojimi podpismi riadne vykonané a včas dodané Dielo na základe osobitného preberacieho protokolu (ďalej len „**Preberací protokol**“). Podpisom Preberacieho protokolu sa považuje Dielo za kompletné, riadne vykonané a prevzaté. Objednávateľ je povinný prevziať len riadne vykonané a včas dodané Dielo.
6. Preberací protokol sa vyhotoví v 2 (slovom: dvoch) rovnopisoch, z ktorých po 1 (slovom: jednom) obdrží každá Zmluvná strana. Preberací protokol musí byť podpísaný oprávnenými zástupcami oboch Zmluvných strán, pričom bude obsahovať najmä nasledovné náležitosti:
 - a) základné údaje o Diele,
 - b) prehlásenie Zmluvných strán, že Zhotoviteľ Dielo odovzdáva a Objednávateľ Dielo preberá,
 - c) podpisy Zmluvných strán.
7. Vlastnícke právo k riadne vykonanému kompletnému Dielu prechádza zo Zhotoviteľa na Objednávateľa až po prevzatí Diela na základe Preberacieho protokolu v zmysle bodu 5. tohto Článku Zmluvy.
8. V prípade, ak Zhotoviteľ poruší povinnosť uvedenú v bode 1. až 5. tohto Článku Zmluvy, je Objednávateľ oprávnený požadovať od Zhotoviteľa zmluvnú pokutu vo výške 0,05 % (slovom: päť stotín percenta) z ceny Diela, a to za každý, aj začatý deň omeškania.
9. Objednávateľ je oprávnený popri zmluvnej pokute podľa bodu 8. tohto Článku Zmluvy požadovať aj náhradu škody spôsobenej porušením povinnosti, na ktorú sa vzťahuje zmluvná pokuta, pričom výška zmluvnej pokuty sa započítava na náhradu škody.
10. Zmluvná pokuta a/alebo náhrada škody podľa tohto Článku Zmluvy je splatná do 15 (slovom: pätnásť) kalendárnych dní odo dňa doručenia písomnej výzvy na jej zaplatenie.

Článok V.

Cena za Dielo a platobné podmienky

1. Zmluvné strany sa dohodli na celkovej cene za Dielo vo výške **7 680,- Eur (slovom: sedemtisícšesťstoosemdesiat Eur), vrátane DPH**. Cena pozostáva zo sumy 6 400,- Eur a DPH vo výške 1 280,- Eur.
2. Celková cena za Dielo je konečná a obsahuje všetky náklady Zhotoviteľa na vykonanie a dodanie Diela.
3. Objednávateľ sa zaväzuje uhradiť cenu za Dielo na základe faktúry vystavenej Zhotoviteľom. Zhotoviteľ je oprávnený vystaviť faktúru až po riadnom prevzatí Diela Objednávateľom v zmysle ustanovenia Článku IV. bod 5. tejto Zmluvy.

4. Splatnosť faktúry je do 31. 03. 2017, pričom v uvedenej lehote musí byť cena za Dielo pripísaná na účte Zhotoviteľa. Faktúra musí obsahovať všetky náležitosti, ktoré pre faktúru stanovujú platné právne predpisy, pričom jej neoddeliteľnou súčasťou bude Preberací protokol podľa ustanovenia Článku IV. bod 5. tejto Zmluvy a musí byť vystavená v súlade s touto Zmluvou.

Článok VI. Práva a povinnosti Zmluvných strán

1. Zhotoviteľ je povinný Dielo vykonať vo vlastnom mene a na vlastnú zodpovednosť v zmysle predloženej Ponuky, podľa podmienok určených vo Výzve, prílohe č. 3 Výzvy a v tejto Zmluve. V prípade pochybností s vykonaním Diela, je Zhotoviteľ povinný kontaktovať Objednávateľa a žiadať od neho nezáväzný pokyn.
2. Objednávateľ je povinný poskytnúť Zhotoviteľovi všetku súčinnosť potrebnú pri vykonaní Diela.
3. Zhotoviteľ zodpovedá za všetky právne a vecné vady Diela a/alebo jeho časti, ktoré sa objavia po prevzatí Diela Objednávateľom.

Článok VII. Odstúpenie od Zmluvy

1. Zhotoviteľ berie na vedomie skutočnosť, že Objednávateľ má záujem len na riadnom a úplnom plnení zo strany Zhotoviteľa, t. j. na riadnom a včasnom dodaní kompletného Diela vykonaného v zmysle predloženej Ponuky, podľa podmienok určených vo Výzve, prílohe č. 3 Výzvy a v tejto Zmluve. Zhotoviteľ zároveň berie na vedomie skutočnosť, že Odovzdanie čiastkového a/alebo neúplného plnenia (časti Diela) zo strany Zhotoviteľa, nemá pre Objednávateľa hospodársky význam.
2. Objednávateľ je oprávnený bezodkladne odstúpiť od tejto Zmluvy, najmä ak:
 - a) Zhotoviteľ neodovzdá riadne vykonané kompletné Dielo do 15. 03. 2017,
 - b) Zhotoviteľ neodstráni písomne oznámené vady Diela podľa Článku IV. bod 4. tejto Zmluvy a/alebo
 - c) dôjde k naplneniu podmienok ustanovenia § 19 Zákona.
3. Porušenie Zmluvy podľa bodu 2. tohto Článku Zmluvy sa považuje za podstatné porušenie Zmluvy v zmysle ustanovenia § 345 ObZ.
4. Odstúpenie od Zmluvy je účinné okamihom doručenia písomného odstúpenia Zhotoviteľovi.
5. V prípade odstúpenia od Zmluvy Zhotoviteľ nemá nárok na úhradu ceny za zhotovenie Diela podľa tejto Zmluvy, ani nárok na náhradu akýchkoľvek nákladov vynaložených na zhotovenie Diela. V prípade, ak došlo k čiastočnému plneniu podľa tejto Zmluvy, vrátia si Zmluvné strany všetko to, čo od seba navzájom získali podľa tejto Zmluvy, a to do 15 (slovom: pätnásť) kalendárnych dní od nadobudnutia účinkov odstúpenia od tejto Zmluvy.

Článok VIII. Osobitné ustanovenia o autorskom práve

1. Zhotoviteľ je budúcim vykonávateľom majetkových práv k Dielu v zmysle ustanovenia § 90 ods. 4 Autorského zákona.
2. Zhotoviteľ je povinný riadne vysporiadať všetky autorské práva s fyzickými osobami, ktoré budú autormi Diela (ďalej len „**Autori**“) tak, aby mohol platne postúpiť právo výkonu majetkových práv Autorov k Dielu/každému Dielu na Objednávateľa v zmysle ustanovenia § 90 ods. 5 Autorského zákona.
3. Zhotoviteľ postupuje právo výkonu majetkových práv Autorov k Dielu na Objednávateľa v zmysle ustanovenia § 90 ods. 5 Autorského zákona. Odmena za postúpenie majetkových práv k Dielu podľa predchádzajúcej vety je zahrnutá v cene za Dielo v zmysle článku V. tejto Zmluvy.
4. V prípade, ak Zhotoviteľ poruší povinnosť uvedenú v bode 2. a v bode 3. tohto Článku Zmluvy, je Objednávateľ oprávnený požadovať od Zhotoviteľa zmluvnú pokutu vo výške 5 000,- Eur (slovom: päťtisíc Eur).
5. Objednávateľ je oprávnený popri zmluvnej pokute podľa bodu 4. tohto Článku Zmluvy požadovať aj náhradu škody spôsobenej porušením povinnosti, na ktorú sa vzťahuje zmluvná pokuta, pričom výška zmluvnej pokuty sa započítava na náhradu škody.
6. Zmluvná pokuta a/alebo náhrada škody podľa tohto Článku Zmluvy je splatná do 15 (slovom: pätnásť) kalendárnych dní od doručenia písomnej výzvy na jej zaplatenie Zhotoviteľovi.
7. Zhotoviteľ je povinný splniť všetky ďalšie záväzky a povinnosti stanovené Autorským zákonom, ak sa na neho vzťahujú.

Článok IX. Doručovanie

1. V prípade, ak si majú Zmluvné strany niečo písomne doručiť (ďalej len „**Zásielka**“), budú Zásielku doručovať na adresu druhej Zmluvnej strany uvedenú v záhlaví tejto Zmluvy, alebo na inú adresu písomne oznámenú druhej Zmluvnej strane (ďalej len „**Korešpondenčná adresa**“). Zmluvné strany sa dohodli, že zásielky adresované Objednávateľovi budú Zhotoviteľom doručované na Korešpondenčnú adresu Objednávateľa uvedenú v záhlaví tejto Zmluvy. Zmluvné strany sa zároveň dohodli, že ak Zmluva dovoľuje doručovať niektoré Zásielky aj elektronickou formou, budú Zmluvné strany Zásielku doručovať na e-mailovú adresu druhej Zmluvnej strany uvedenú v záhlaví tejto Zmluvy.
2. V prípade, ak sa Zásielku nepodarí doručiť na adresu uvedenú v záhlaví tejto Zmluvy alebo Korešpondenčnú adresu podľa bodu 1. tohto Článku Zmluvy, považuje sa Zásielka za doručенú dňom jej vrátenia ako nedoručenej, a to aj v tom prípade, ak sa adresát o nedoručení Zásielky nedozvedel. V prípade doručovania Zásielky elektronickou formou podľa poslednej vety bodu 1. tohto Článku Zmluvy, ak sa Zásielku nepodarí doručiť na e-mailovú adresu druhej Zmluvnej strany uvedenú v záhlaví tejto Zmluvy, považuje sa Zásielka za doručенú uplynutím 3. (slovom: tretieho) kalendárneho dňa odo dňa odoslania takejto Zásielky na e-mailovú adresu druhej Zmluvnej strany uvedenú v záhlaví tejto Zmluvy.

3. Zmluvné strany sú povinné bezodkladne si oznámiť zmenu adresy a/alebo e-mailovej adresy na doručovanie Zásielok.

Článok X. Záverečné ustanovenia

1. Vzťahy Zmluvných strán, ktoré Zmluva výslovne neupravuje sa riadia príslušnými ustanoveniami ObZ, Autorského zákona a ostatných platných právnych predpisov Slovenskej republiky.
2. Akékoľvek spory vzniknuté z tejto Zmluvy budú prejednávané a rozhodované všeobecnými súdmi.
3. Akékoľvek zmeny Zmluvy je možné vykonať výlučne na základe písomnej dohody Zmluvných strán formou písomných dodatkov podpísaných oboma Zmluvnými stranami.
4. Táto Zmluva nadobúda platnosť dňom jej podpisu oboma Zmluvnými stranami a účinnosť dňom nasledujúcim po dni jej zverejnenia v Centrálnom registri zmlúv vedenom Úradom vlády Slovenskej republiky. Táto Zmluva je povinne zverejňovanou zmluvou v zmysle ustanovenia § 5a zákona č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.
5. Táto Zmluva sa uzatvára na dobu do splnenia práv a povinností Zmluvných strán vyplývajúcich z tejto Zmluvy, okrem ustanovení Článku VIII. bod 3. tejto Zmluvy, ktoré sa uzatvárajú na dobu trvania majetkových práv k Dielu.
6. Táto Zmluva je vyhotovená v 3 (slovom: troch) rovnopisoch v rozsahu 14 (slovom štrnásť) strán, pričom jeden rovnopis je určený pre Zhotoviteľa a dva rovnopisy pre Objednávateľa.
7. Zmluvné strany vyhlasujú, že si túto Zmluvu prečítali, jej obsahu plne porozumeli, táto bola spísaná na základe ich slobodnej vôle, že jej text je zrozumiteľným vyjadrením ich slobodne a vážne prejavenej vôle, že Zmluvu neuzatvárajú v tiesni ani za nápadne nevýhodných podmienok a na znak súhlasu pripájajú svoje podpisy.
8. Príloha č. 1 - „*Špecifikácia Diela*“

V Bratislave dňa:

V Bratislave dňa:

Objednávateľ:

Zhotoviteľ:

.....
Slovak Business Agency
Mgr. Martin Holák, PhD.
generálny riaditeľ

.....
Adbee digital s. r. o.
Ing. Tomáš Vatrť
konateľ

Príloha č. 1 – Špecifikácia diela

Predmetom zákazky je vypracovanie komplexného sprievodcu svetom eshopov, ktorý obsahne všetky detailne rozpracované témy formou samostatných kapitol.

Typy obsahov

Ebook – komplexný sprievodca svetom eshopov, ktorý obsahne všetky ďalej detailne rozpracované témy formou samostatných kapitol.

Šablónovité dokumenty – vzorové dokumenty potrebné k prevádzkovaniu eshopu, ktoré si eshopisti budú môcť stiahnuť a sami doplniť.

Technická špecifikácia ebooku

- štandardné PDF (uzamknuté) bez možnosti kopírovať text
- formát A4
- profesionálnym dizajnérom spracovaný výstup
- texty napísané / skorigované profesionálnym copywriterom
- texty napísané v slovenskom jazyku
- rozostupy v riadkovaní – 1,5 až 2
- medzinadpisy min. do druhej (až tretej) úrovne (H1 / H2 / H3)
- počet znakov textu – špecifikovaný pri každej kapitole samostatne
- ilustrovaný ebook – vektorové ilustrácie súvisiace s obsahom, niektoré strany farebné (inverzný vizuál – farebný podklad a biele písmo)
- možnosť doplniť ebook vysvetľujúcimi screenshotmi tam, kde to bude potrebné
- možnosť doplniť ebook ilustračnými fotografiami, dodávateľ k nim však musí mať autorské práva (fotografie z fotobáň s licenciou na komerčné použitie)
- sled obsahu bude nasledovný:
 - o titulka
 - o úvodník
 - o obsah
 - o jednotlivé kapitoly
 - o reklamné strany SBA a dodávateľa (autorov)
 - o užitočné linky
 - o záverečná strana
- farebnosť – celý ebook by mal byť spracovaný vo farbách SBA (dodáme design manuál) + max. 3 ďalšie kontrastné farby

Obsah ebooku

Ebook bude rozdelený na jednotlivé kapitoly a pridružený obsah. Súčasťou jednotlivých častí má byť:

Titulka

Plne grafická titulná strana ebooku (vektorové ilustrácie k téme) s veľkým nadpisom + logo SBA. Nadpis znie: Príručka začínajúceho eshopistu

Úvodník

Dodá SBA.

Obsah

Menovitý zoznam jednotlivých kapitol so zodpovedajúcimi číslami strán. Ku každej kapitole ilustrovaná ikonka reprezentujúca daný obsah.

Kapitola 1 – Predtým, než začnete

Kapitola by mala zhrnúť stav slovenského trhu s eshopmi, rozobrať motivácie začínajúcich podnikateľov, ktorí si otvárajú eshop, uviesť chybné prístupy, kvôli ktorým to najčastejšie nevychádza a zároveň dať tipy, ako uspieť.

Kapitola musí obsahovať:

- Aktuálny počet eshopov na Slovensku (posledný dostupný štatistický údaj aj so zdrojom) a percento tých, ktoré končia po prvom roku, prípadne ďalšie zaujímavé a relevantné štatistické údaje, ktoré zhrnú stav trhu + komentár k prehusteniu trhu, vyzdvihnutie najproblematickejších oblastí, kde je už veľmi ťažké presadiť sa (elektronika, oblečenie, atď.)
- Najčastejšie príčiny neúspechu:
 - o snaha rýchlo zbohatnúť
 - o nechúť vzdelávať sa venovať čas rozvoju a neustálemu vylepšovaniu obchodu

- o štart eshopu v príliš konkurenčnom prostredí
- o predávanie niečoho, čomu sa človek nerozumie
- o chýbajúci biznis plán a strategická príprava
- o orientácia na najnižšiu cenu bez pridanej hodnoty
- Stratégie úspechu:
 - o mať pripravený vstupný kapitál (nákup tovaru, tvorba / prenájom eshopu, atď.)
 - o byť orientovaný na zákazníka, nie na peniaze
 - o mať trpezlivosť (doba vybudovania úspešného eshopu)
 - o ujasniť si, čo idem predávať a rozumieť tomu, čo idem predávať
 - o nechcieť byť špecialista na všetko, najímať si odborníkov (na marketing, SEO, atď.)
 - o mať jasnú stratégiu a finančný plán
 - o vytvoriť si brand a dobre zanalyzovať trh

Minimálny rozsah celej kapitoly: 4000 znakov

Kapitola 2 – Poznajte zákazníka, seba a konkurenciu

Kapitola má byť zameraná na základné zedefinovanie eshopu – čím bude výnimočný, aká bude jeho pozícia na trhu, kto budú jeho zákazníci a kto zasa konkurencia. Cieľom kapitoly má byť prinútiť človeka zamyslieť sa nad týmito otázkami a poskytnúť mu konkrétne návody na to, ako nájsť na ne odpovede (napr. formou SWOT analýzy, tvorby persón, atď.)

Kapitola musí obsahovať:

- o definovanie zákazníka – základné otázky, ktoré budúceho eshopistu prinútiť zamyslieť sa nad bonitou, vekom, pohlavím a ďalšími charakteristikami cieľovej skupiny
- o postup tvorby persón a názorná ukážka minimálne jednej vytvorenej persóny
- o pozicioning eshopu – exkluzívny tovar vs. lacný tovar vs. priemerný tovar vs. vlastná výroba, špecifiká tovaru – dizajn / jedinečnosť / kvalita / cena
- o sklad a vzťahy s dodávateľmi – budem mať vlastný sklad alebo budem iba reseller? Ako často / rýchlo viem dodávať produkty? Ako rýchlo mi vie produkty dodať dodávateľ? Poskytne mi online dáta k produktom?
- o konkurencie schopnosť – alebo aj čím bude eshop zaujímavý a iný - špecifické dodatkové služby, premakaná filtrácia produktov, rýchlosť dodania, vernostný program, zákaznícka asistancia, atď.
- o scan konkurencie – v čom je konkurencia výborná a čo zvláda dobre – body zhody, ktoré sú nutné na prežitie a zároveň čo konkurencii nejde a dá sa u mňa vylepšiť – sledovať reakcie ich zákazníkov na sociálnych sieťach a v recenziách na porovnávačoch, pýtať sa svojho okolia, kde nakupuje a prečo
- o SWOT analýza – ako sa robí a názorná ukážka na modelovom eshope
- o krátkodobé a dlhodobé ciele – čo má eshop dosiahnuť o 12 mesiacov, o 2 roky, o 5 rokov? Aká je jeho celoživotná vízia a ako sa chce profilovať? (+ spomenúť príklady vízie eshopov ako Amazon, Martinus, atď.)

Minimálny rozsah celej kapitoly: 6000 znakov

Kapitola 3 – Netvorte eshop, tvorte brand

Kapitola má definovať základné princípy brandingu a nasmerovať eshopistu z cesty „ďalšieho tisíceho rovnakého eshopu na trhu“ na cestu výnimočnej a rešpektovanej značky, ktorú si zákazníci zapamätajú, vytvoria si k nej vzťah a budú sa k nej vracieť.

Kapitola musí obsahovať:

- o základné zedefinovanie si vízie – brand nie je iba o mene firmy a vizuálnej podobe, ale o celkovom koncepte, ako budem značku komunikovať, ako má vystupovať, aký z nej zákazníci majú mať pocit, aké budú jej aktivity, atď.
- o naming – dôležité kritériá dobrého mena – zapamätateľnosť, odlišiteľnosť, dobrá skloňovateľnosť, zrozumiteľnosť pre cieľovku (domáci trh vs. zahraničie), výber s rozumom podľa kritérií, nie podľa toho, „čo sa mi páči“, univerzálnosť (bude meno ok aj keď zmením predávaný tovar?), novotvary vs. plnovýznamové mená, uviesť konkrétne príklady dobrých a zlých namingov z trhu (napr. aktuálny rebranding parfums.sk na Notino – kvôli tomu, že sa zrazu vyrojilo 300 ich konkurentov, ktorí mali príliš podobné meno), uviesť ďalšie podarené namingy z nášho trhu a odôvodniť, prečo majú dobrý naming a celkový branding – vysvetliť, ako sa dá s názvom ďalej pracovať

o domény – výber domény pre eshop – ideálne identický s názvom (názov treba vyberať podľa toho), vysvetliť výber doménových koncoviek pre jednotlivé trhy v prípade expanzie, výhody a nevýhody obmedzovania sa koncovkou .com, výber preklepových domén v prípade zložitejšieho názvu

o registrovaná ochranná známka – overenie dostupnosti názvu cez TMview, overenie aj potenciálne podobných názvov, prečo si registrovať ochrannú známku, približné ceny a postup, možné riziká porušovania autorských práv a nútený rebranding, 3-mesačné pripomienkové konanie pri podaní návrhu na zápis ochrannej známky a možné zamietnutie názvu (preto v tomto medzioddobí ešte nerobiť vizuálnu identitu!)

o logo a vizuálna identita – základné princípy dobrého logotypu, štýl, prečo nechať logo spracovať profesionálovi (jedinečnosť, odlišiteľnosť, ale aj vyššia cena), nástroje na samostatnú tvorbu loga (Canva – nízka cena, ale zároveň generické riešenie, aké môžu mať aj ďalšie eshopy), fixné definovanie farebnosti a možnosť nechať si vypracovať aj dizajn manuál

Minimálny rozsah celej kapitoly: 10 000 znakov

Kapitola 4 – Spravte si finančný plán

Kapitola má dať návod na vytvorenie si základného finančného plánu a biznis plánu pre eshop. Cieľom kapitoly má byť hlavne ukázať budúcim eshopistom, že púšťať sa do online obchodovania bez plánu môže viesť k veľmi rýchlemu koncu a naopak, že v prípade dobrého plánu a premyslenej stratégie môže len málo vecí zlyhať.

Kapitola musí obsahovať:

o stratégia a biznis plán – dôležitosť toho, prečo mať stratégiu a plán, ako sa tvorí, kde sa dajú nájsť vzorové plány, prípadne kedy osloviť odborníka, že plán neskôr slúži aj ako checklist plnenia

o realistický vs. pesimistický plán – vysvetlenie oboch prístupov a rátanie s menej rentabilnými obdobiami, na ktoré sa musí eshopista finančne predzásobiť

o jednoduchá súvaha – výnosy a náklady spojené s prevádzkou eshopu v jednotlivých mesiacoch

o výnosy – krátkodobé tržby, lifetime customer value, hodnota značky a partnerstiev

o náklady – kúpa / prenájom eshopu vrátane všetkých úprav, nákup produktov / výroba, sklad, personál, odmena majiteľovi eshopu, balenie, logistika, reklamácie, konzultanti (marketing, copywriting, atď.), marketing (PPC, PR, porovnávače, atď.), prevádzková réžia eshopu (doména, hosting, údržba systému a nová funkcionálna – dôležité vysvetliť, že pôjde o celoživotné náklady), prvotná registrácia na úrade pre ochranu osobných údajov, mesačné náklady na účtovníctvo

o rezerva – 10 až 20% na neočakávané výdavky (čo všetko sa môže „vyvrábiť“ a narušiť plány)

o cashflow – investície, doba do bodu zlomu (približný čas, kedy eshop už zarába)

Minimálny rozsah celej kapitoly: 3000 znakov

Kapitola 5 – Zvoľte si právnu formu a dajte pozor na dane

Kapitola má eshopistu previesť právnymi náležitosťami založenia firmy / živnosti a dôležitými daňovými úskaliami, s ktorými sa môže stretnúť hneď pri štarte podnikania.

Kapitola musí obsahovať:

o živnosť – krátky popis procesu založenia, výhody a nevýhody

o s.r.o. - krátky popis procesu založenia, výhody a nevýhody

o DPH – kedy je povinnosť registrovať sa, špeciálna registrácia podľa §7a, dobrovoľná registrácia, Adwords a Facebook a daňové povinnosti, neplatcovstvo DPH

o fakturácia – náležitosti faktúry, online free fakturačné systémy a ich integrácia s jednotlivými systémami verzus integrované fakturačné systémy priamo v eshopových riešeniach

o účtovníctvo – druh podľa právnej formy, prečo externý účtovník

o vstup na zahraničné trhy – v prípade, že budem chcieť neskôr expandovať, na čo všetko

musím myslieť (zahraničná legislatíva, zriadenie zahraničnej firmy vs. fungovanie zo

Slovenska, doprava do zahraničia, daňové aspekty – všetko vysvetliť len v základnej forme,

aby sa človek vedel orientovať a ďalej si dohľadať informácie – napr. ak chce predávať aj na susednom českom trhu)

Minimálny rozsah celej kapitoly: 8 000 znakov

Kapitola 6 – Splňte si zákonné povinnosti

Kapitola má zhrnúť základné zákonné povinnosti, ktoré má každý eshop hneď od začiatku tak, aby sa eshopista vyhol pokutám a neskorším problémom.

Kapitola musí obsahovať:

- o súhrn dôležitých zákonov – všetky zákony, ktoré sa týkajú eshopov – ich čísla a presné znenie (zákon o elektronickom obchode, obchodný a občiansky zákonník, zákon o ochrane spotrebiteľa, zákon o ochrane spotrebiteľa pri podomovom a zásielkovom predaji, zákon o živnostenskom podnikaní, zákon o ochrane osobných údajov)
- o informačná povinnosť – aké všetky údaje musí mať eshopista uvedené na webe (ako obchodné meno, sídlo, IČO, kontakty, úrad dozoru, ale aj opis tovaru, ceny, upovedomenie o možnostiach reklamácie, atď.) – kde majú byť tieto informácie umiestnené a akým spôsobom
- o obchodné podmienky – ich dôležitosť, príprava (právníkom) prípadne stiahnutie si vzorových a následne úprava (tiež zdôrazniť, že právníkom), sporné sankcie a ich (ne)platnosť, spôsob uzatvárania zmluvy na diaľku a jej definícia v podmienkach + pripraviť mimo ebooku vzor obchodných podmienok na stiahnutie a odkázať naň človeka v texte (hyperlink doplníme pred uploadnutím ebooku)
- o ochrana osobných údajov – povinná formulka a jej umiestnenie na webe, povinnosť registrovať jednotlivé systémy na úrade na ochranu osobných údajov – vzorová registrácia
- o vrátenie tovaru – práva spotrebiteľa v tejto oblasti a jednotlivé lehoty
- o reklamačný poriadok – záručné lehoty, náležitosti reklamácie, povinné údaje k reklamáci (spôsob, adresa, podmienky, vybavenie) + pripraviť mimo ebooku vzor obchodných podmienok na stiahnutie a odkázať naň človeka v texte (hyperlink doplníme pred uploadnutím ebooku)

Minimálny rozsah celej kapitoly: 8 000 znakov

Kapitola 7 – Vyberte si to správne technické riešenie

Kapitola má za cieľ NEZÁVISLE poradiť budúcemu eshopistovi pri výbere systému, keďže existujú štyri hlavné prúdy, ktorými sa pustiť a všetky majú svoje výhody a nevýhody. Pri všetkých troch riešeniach sa na riešenie treba pozrieť z týchto uhlov pohľadu:

1. vlastníctvo systému a jeho fyzické úložisko (kto bude majiteľom back-endu a kde je eshop fyzicky uložený aj so všetkými jeho dátami – vrátane bezpečnosti a napadnuteľnosti takéhoto riešenia)
2. hostingové riešenie – hlavne z pohľadu rastu eshopu, veľkosti produktovej databázy a dennej návštevnosti eshopu, otázky prípadnej migrácie, riešenie pre veľké eshopy (virtual. host, dedikovaný server a pod., SSL certifikáty)
3. finančná náročnosť pri štarte a neskoršia finančná náročnosť prevádzky (mesačné poplatky, lifetime poplatky)
4. spôsob zadania do výroby resp. úvodná implementácia (kto zvládne takéto riešenie vyrobiť resp. implementovať, aké sú postupy v prípade zadávania v externej firme, na čo sa pýtať, čo požadovať a na čo si dať pozor)
5. daňovo – odvodové povinnosti voči dodávateľovi / zamestnancov (hlavne v prípade inhouse tímu)
6. náročnosť prevádzky z pohľadu bežného užívateľa (prívetivosť CMS a pokročilých funkcií ako meta údaje pre SEO a pod.)
7. možnosť rozširovať funkcie eshopu (technická a finančná náročnosť zásahov do eshopu)
8. podpora
9. lokalizácia (systém v SJ / AJ)
10. možnosť mať viacjazyčný eshop
11. dizajn (vzhľad a UX/UI dizajn jednotlivých prvkov eshopu vrátane variability dizajnu pri jednotlivých typoch riešení)
12. analytika (možnosť napojiť systém na Google Analytics, heat mapy, atď.)
13. prepojenie informačného/ekonomického systému s e-shopom (Superfaktúra, Pohoda, Helios a i.) z hľadiska skladového hospodárstva, vedenia účtovníctva, zákazníckej databázy, atď. (hromadný) export / import dát
14. SEO (tvorba linkov, možnosť vkladania custom meta tagov, atď.)
15. rezponzivita

Kapitola musí obsahovať:

- o eshop na mieru – zhodnotenie podľa všetkých vyššie uvedených kritérií
- o open source riešenie – zhodnotenie podľa všetkých vyššie uvedených kritérií
- o prenájom systému – zhodnotenie podľa všetkých vyššie uvedených kritérií
- o inhouse vývojársky tím - zhodnotenie podľa všetkých vyššie uvedených kritérií

Minimálny rozsah celej kapitoly: 10 000 znakov

Kapitola 8 – Prispôbte dizajn a použiteľnosť obchodu zákazníkovi

Kapitola má eshopistu naučiť základné pravidlá kvalitného dizajnu a UX/UI dizajnu s ohľadom na branding a funkčnosť eshopu.

Kapitola musí obsahovať:

- Dizajn na mieru vs. predpripravená šablóna – ako výber technického riešenia eshopu ovplyvňuje dizajn, výhody a nevýhody dizajnu na mieru a dizajnovej šablóny, miera kustomizácie šablón
- Branding v rámci dizajnu webu – prečo a ako rešpektovať dizajn manuál, korporátne farby a identitu a ako jednotné vizuálne vystupovanie psychologicky pôsobí na zákazníka
- Farebnosť – psychológia farieb a ich výber, vhodné kombinácie, úspešné príklady z praxe, text verzus pozadie z farebného hľadiska, kontrasty, farba tlačidiel a CTA prvkov
- Dizajn úvodnej stránky – princípy rozloženia a štruktúra prvkov,
- Navigácia a filtrácia produktov – dôležitosť prehľadnej navigácie, umiestnenie a výzor navigačných prvkov, výpis produktov a štruktúra filtrácie (zoradenie podľa ceny, názvu, atď., ceny od do, iba sklodom), dostatočné veľké obrázky a forma textových informácií
- Dizajn detailu produktu – názov, cena, dostupnosť, doprava, popis a parametre, fotografie (z niekoľkých uhlov, dobré nasvietenie a rozlíšenie, zobrazenie aj príslušenstva, štylizácia v prirodzenom priestore aj na bielej), umiestnenie fotografií, podobné / odporúčané produkty, CTA prvky
- Nákupný košík – poradie a rozloženie informácií na jednotlivých screenoch naprieč celým objednávkovým procesom, umožnenie nákupu bez registrácie, praktická ukážka
- Fotografie – ilustračné fotky z fotobanky, vlastné fotografie, fotografie produktov – pravidlá výberu a používania, kvalita fotografií a autorské práva
- Responzívny dizajn – responsive verzus mobilná verzia webu, čo je lepšie pre vyhľadávače a čo pre zákazníka, princípy responzívneho dizajnu a aktuálne trendy
- UX/UI – vysvetlenie pojmov, základné princípy, osekávanie nepotrebných informácií na minimum

Minimálny rozsah celej kapitoly: 10 000 znakov

Kapitola 9 – Napíšte si presvedčivé a originálne texty

Kapitola má eshopistovi pomôcť napísať kvalitné obsahové texty, ktoré spĺňajú bežné copywritingové štandardy a budú pútavé i funkčné zároveň.

Kapitola musí obsahovať:

- Copywriting – vysvetlenie pojmu, copywriter ako profesia a prečo by texty nemala písať sekretárka
- Základné atribúty dobrého textu – plynulosť, aktív (nie pasív), jednoduchosť, priamočiarosť, vyvarovanie sa superlatívom, špecifický štýl, emócia v texte
- Funkčná stránka textu – členenie, headlines, prelinkovanie, meta texty (title, description, keywords), dĺžka textu
- Produktové texty – špecifiká tvorby produktových textov na eshop
- CTA prvky – ako textovať call to action prvky, príklady z praxe
- Ostatné texty na eshope – o spoločnosti, vízia a texty, ktoré pomáhajú budovať dôveryhodnosť, ich štruktúra a obsah
- Tón komunikácie – tone of voice, štýl prejavu celého brandu a rozpoznateľnosť naprieč platformami
- Gramatika – dôležitosť gramatickej správnosti textov a zákaznícke vnímanie tohto problému

Minimálny rozsah celej kapitoly: 8 000 znakov

Kapitola 10 – Zabezpečte si platobné brány a dopravu

Kapitola má pomôcť eshopistovi spraviť si prehľad v spôsoboch platby a možnostiach dopravy pri eshopovom obchodovaní.

Kapitola musí obsahovať:

- Možnosti platby – sumár jednotlivých možností, akými sa dá platiť na eshope a čo zákazník vyžaruje (platby prevodom, platby cez internet banking jednotlivých bánk, online platby kartou cez platobné brány, PayPal, Viamo, dobierka) a stručné vysvetlenie princípu ich fungovania (implementácia, poplatky, rýchlosť transferu, bezpečnosť)
- Platobné brány – ich výber, implementácia, systém fungovania (provízie, čas transferu, bezpečnosť, atď.)
- Možnosti prepravy – Slovenská pošta, kuriérske spoločnosti, balíkomaty, osobný odber (spôsob fungovania, ceny, rýchlosť, pohodlie a preferencie zákazníka), základné tabuľkové porovnanie cien jednotlivých typov prepravy, kalkulácia ceny prepravy
- Možnosti automatizovanej integrácie – overovanie platieb, automatické vytváranie štítkov u kuriéra, preklápanie objednávok do systému prepravcu

Minimálny rozsah celej kapitoly: 10 000 znakov

Kapitola 11 – Vychytávky, ktoré vám pomôžu predáť viac

Kapitola má zosumarizovať tipy a triky, ktoré pomáhajú zvyšovaniu konverzií a predaja.

Kapitola musí obsahovať:

- Live chat – načo je dobrý, ako ho používať, aké riešenia sú na trhu k dispozícii
- Newsletter – zber emailov zákazníkov z objednávok, priamo na webe, výmenou za zľavy či doplnkové služby (ebooky, premium verzie, atď.), segmentácia newslettera, direct mailové kampane, ich pravidelnosť, A/B testovanie, dostupné online nástroje na email marketing
- Sociálne siete – využívanie Facebooku, Instagramu a ďalších sociálnych sietí na budovanie značky a zvyšovanie povedomia o značke, možnosť priameho predaja cez Facebook messenger (nová funkcia)
- PPC reklama – stručný úvod k online reklame, vysvetlenie pojmov, vymenovanie možností (Google Adwords, Facebook reklama, Etarget, atď.)

Kapitola 12 – Spolupracujte s porovnávačmi cien

Kapitola má eshopistovi vysvetliť princíp fungovania cenových porovnávačov a ich dôležitosť z hľadiska vyhľadateľnosti a dôveryhodnosti eshopu.

Kapitola musí obsahovať:

- Princíp fungovania porovnávačov – vysvetlenie chodu týchto portálov, koncentrácia potenciálnych zákazníkov rozhodnutých nakupovať, platenie verzus free listovanie
- Zoznam slovenských porovnávačov – zoznam najnavštevovanejších (prvých 5) a ich aktuálne dostupné čísla návštevnosti
- Import dát – XML súbory, ich generovanie a technické špecifiká spolupráce s porovnávačom
- Recenzie a sledovanie spätnej väzby – dôležitosť zákazníckych recenzií (a špecificky odpovedanie na tie negatívne), badge „overený obchod“ a zvyšovanie dôveryhodnosti eshopu
- Vyhodnocovanie konverzií – napojenie na Google Analytics a sledovanie prílevu návštevníkov na eshop z porovnávačov

Minimálny rozsah celej kapitoly: 7 000 znakov

Kapitola 13 – Optimalizujte stránky (nielen) pre vyhľadávače

Kapitola má zhrnúť základné princípy SEO a content marketingu, ktorý pomáha zvyšovať pozíciu eshopu vo vyhľadávačoch dlhodobo.

Kapitola musí obsahovať:

- SEO – vysvetlenie pojmu, základný sumár techník
- Analýza kľúčových slov – prečo je dôležitá, pochopenie, ako zákazníci hľadajú, online nástroje na analýzu kľúčových slov
- Tvorba linkov a landing pages – vstupné stránky pre jednotlivé kategórie a produkty, vzhľad linkov
- Content marketing pre shop – zaujímavé informácie pre zákazníkov navyše – recenzie, testy, skúšky, produktové videá, fotky s meta popiskami, blogy, infografiky – pri textových s ohľadom na kľúčové slová a prelinky na príslušné produkty

Minimálny rozsah celej kapitoly: 6 000 znakov

Kapitola 14 – Analyzujte a vyhodnocujte

Kapitola má eshopistu naučiť, ako pracovať s analytickými nástrojmi a ako vyhodnocovať výkonnosť svojho eshopu.

Kapitola musí obsahovať:

- Analytika – vysvetlenie pojmu, dôležitosť zberu a analyzovania dát, schopnosť predikovať budúce predaje a robiť rozhodnutia o chode eshopu na základe minulých dát
- Online nástroje na analytiku – Google Analytics a prípadné alternatívy, fungovanie analytického nástroja a jeho implementácia
- Parametre sledovania – publikum, zdroje návštevnosti, obsah, konverzie, návštevnosť, miera opustenia stránok, tržby, priemerná hodnota objednávky – komentár a vysvetlenie ku všetkým
- Pokročilá analytika – špecifické analýzy formulárov (objednávka a košík, miera odchodov z jednotlivých krokov)
- Heat mapy – ich význam, implementácia a fungovanie
- Vyhodnocovanie dát – na čo si dať pozor, alebo čo je dôležité sledovať a vyvodiť z toho ďalšie kroky – trendy v čase, rentabilita, segmentácia dát

Minimálny rozsah celej kapitoly: 6 000 znakov

Kapitola 15 – Slovník pojmov, ktoré by ste mali poznať

Kapitola má vysvetliť základné pojmy previazané s témou ehospového podnikania a ponúknuť tak eshopistovi prehľad v tom, v čom by sa mal orientovať a neskôr ďalej vzdelávať. Pojmy by mali byť zoradené v abecednom poradí.

Kapitola musí obsahovať:

- Customer Lifetime Value (CLV) – celoživotná hodnota zákazníka – vysvetlenie pojmu, rovnica na kalkuláciu hodnoty, typy a techniky na zvýšenie CLV
- Return of Investment (ROI) – návratnosť investície – vysvetlenie pojmu, rovnica na kalkuláciu hodnoty, použitie pri finančnom plánovaní
- Upselling – predaj bonusovej verzie tovaru – vysvetlenie pojmu, príklady z praxe a best practices techniky na vylepšenie cross-sellingu
- Cross-selling – predaj súvisiaceho tovaru – vysvetlenie pojmu, príklady z praxe a best practices techniky na vylepšenie cross-sellingu
- Key Performance Indicator (KPI) – vysvetlenie pojmu, stanovenie indikátorov, merateľnosť, časová aktuálnosť údajov a vyhodnocovanie
- Retencia zákazníka – vysvetlenie pojmu, techniky na udržanie si zákazníka
- Remarketing – vysvetlenie pojmu, sumarizácia techník remarketingu
- Landing Page – vysvetlenie pojmu, príklady, kedy sa landing page používa (hlavne v kampaniach) a stručný návod ako na dobrú landing page
- Marketingová automatizácia – vysvetlenie pojmu, druhy automatizácie a dostupné nástroje (notifikácie, vyskakovacie okná, formuláre, landing pages, pokročilý email marketing, tracking zákazníkov a ich oslovenie)
- Guerilla marketing – vysvetlenie pojmu, najpoužívanejšie stratégie a príklady z praxe
- Business-to-Business (B2B) – vysvetlenie pojmu, rozdiel oproti B2C v type obchodovania, typy predaja
- Business-to-Customer (B2C) – vysvetlenie pojmu, rozdiel oproti B2B v type obchodovania, typy predaja (priamy, online, komunitný, freemium)
- Distribučný kanál – vysvetlenie pojmu, typy distribučných kanálov, kedy aký kanál zvoliť z pohľadu zákazníka a predajcu (zákonné regulácie, fyzický kontakt s produktom, potreba/absencia servisu a služieb k produktu, potreba personalizácie, inštalácie, atď.)
- Segmentácia trhu – vysvetlenie pojmu, druhy možných segmentov, príklad z praxe, výhody segmentácie
- Content Management System (CMS) – vysvetlenie pojmu, typy CMS-iek (open source, vyvíjané na mieru, na prenájom), základné funkcie a použitie, alternatívne názvy (redakčný systém, administračný systém, atď.)
- HTML šablóny (kód) – vysvetlenie pojmu, využitie šablón a vysvetlenie umiestnenia „kódu“ v štruktúre webu

- Non-disclosure Agreement (NDA) – zmluva o mlčanlivosti – vysvetlenie pojmu, kedy je vhodné takúto zmluvu podpísať napr. so zamestnancami firmy, ktorí majú prístup do eshopu a k citlivým údajom firmy
- Baťove ceny – vysvetlenie pojmu, metodika cenotvorby, štatistický dopad na predaj, „reklamná slepota“ k cenám, psychologický efekt takejto cenotvorby
- Trademark – ochranná známka – vysvetlenie pojmu, rozdiel medzi TM a ©, dôvody, prečo si chrániť značku, základný postup registrácie a regióny
- Crowdfunding – vysvetlenie pojmu, tipy, kedy využiť crowdfunding na financovanie vývoja produktu, ako môže crowdfunding marketingovo pomôcť predaju
- Copywriting – vysvetlenie pojmu, základné princípy dobrého textu (štýl aj štruktúra)
- Konverzia – vysvetlenie pojmu, tipy, ako spraviť z návštevníkov webu zákazníkov
- Pay Per Click (PPC) – vysvetlenie reklamného formátu, jeho dôležitosť a využitie, online možnosti takejto reklamy na Slovensku
- Click Through Rate (CTR) – vysvetlenie pojmu, spôsob merania účinnosti reklamných kampaní
- Linkbuilding – vysvetlenie pojmu, základné techniky
- Call to Action (CTA) – vysvetlenie pojmu, príklady dobrých CTA

Minimálny rozsah celej kapitoly: 20 000 znakov