



Online shopping



Obsah

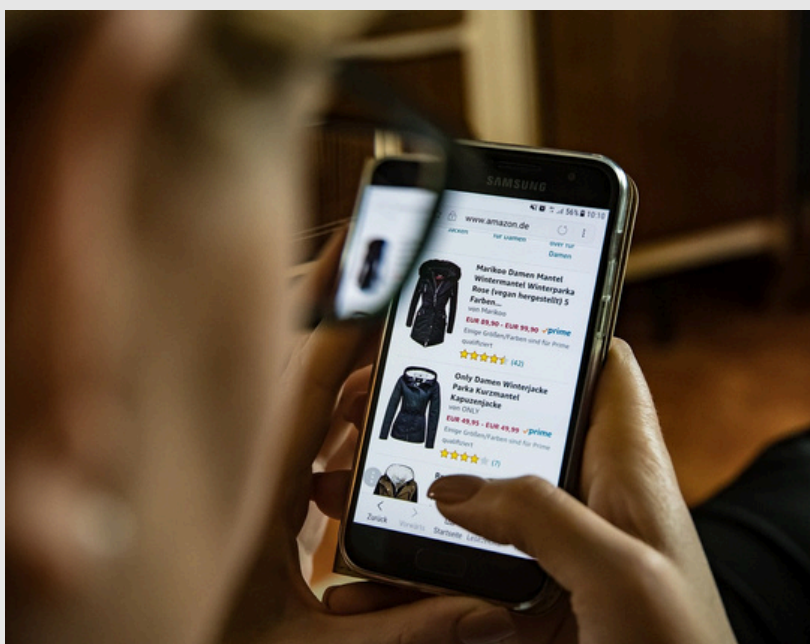
- 03. Budoucnost online nakupování: Co nás čeká za 10 let?
- 04. Základy bezpečného online nakupování: Jak se chránit před podvody?
- 05. E-commerce a udržitelnost: Jak nakupování online ovlivňuje životní prostředí?
- 06. Personalizace online nakupování: Jak e-shopy využívají data pro lepší zážitek?
- 07. Tajemství úspěšného online nakupování: Jak najít nejlepší nabídky a slevy?
- 08. Nákupy na mobilu: Jak se zjednodušuje nakupování na cestách?
- 09. Influencer marketing v online obchodech: Jak ovlivňuje nákupní rozhodování?
- 10. Virtuální realita a rozšířená realita: Jak AR/VR mění online nakupování?
- 11. Rostoucí trend hlasového nakupování: Nakupování pomocí Alexa a Google Assistant
- 12. Jak se mění spotřebitelské návyky: Tradiční obchody vs. online shopping
- 13. Sociální média a online nakupování: Jak Instagram a TikTok mění nákupní chování?
- 14. Globální e-commerce: Jak nakupujeme v zahraničí a co je potřeba vědět?
- 15. Růst nakupujících v různých letech

Budoucnost online nakupování: Co nás čeká za 10 let?

Online nakupování prošlo obrovskými změnami a v příštích deseti letech se očekává, že se stane ještě pokročilejším. Personalizace nákupního zážitku díky umělé inteligenci (AI) bude klíčovým faktorem. E-shopy budou schopné předpovědět, co si zákazníci chtějí koupit, ještě dříve, než si o to řeknou. Tento systém bude vycházet z analýzy nákupních návyků a chování.

Dále se očekává masivní rozmach virtuální a rozšířené reality (AR/VR), která zákazníkům umožní vyzkoušet si produkty, jako jsou oblečení nebo nábytek, ve virtuálním prostředí jejich domova. Doručování zboží bude stále rychlejší, a to díky dronům a autonomním vozidlům, která umožní doručování během několika hodin, nebo dokonce minut. Rychlé doručení se stane standardem, což přispěje k ještě většímu pohodlí pro zákazníky.

Kromě toho se masivně rozšíří hlasové nakupování, kdy zákazníci budou moci nakupovat pouze prostřednictvím hlasových asistentů, jako je Amazon Alexa nebo Google Assistant.



V příštích deseti letech také vzroste důraz na udržitelnost a etické nakupování. Zákazníci budou čím dál více vyžadovat produkty, které jsou ekologické, a e-shopy budou muset přizpůsobit své nabídky těmto požadavkům. Technologie blockchain umožní lepší sledování původu produktů a zajištění transparentnosti dodavatelských řetězců. Online nakupování se tak stane nejen rychlejší a pohodlnější, ale i odpovědnější. E-commerce se bude stále více integrovat do našich každodenních životů, což povede k novým, inovativním způsobům, jak nakupovat a prozkoumávat produkty.

Základy bezpečného online nakupování: Jak se chránit před podvodem?

Při online nakupování je důležité být obezřetný, aby nedošlo k podvodu. Základem je nakupovat pouze na ověřených a bezpečných e-shopech, které používají šifrování HTTPS. Tento protokol chrání vaše osobní údaje při platbě a zadávání adresy. Je důležité zkontrolovat, zda má webovou stránku ověřenou certifikací bezpečnosti.



Také je vhodné si uchovávat záznamy o provedených nákupech, jako jsou potvrzení objednávky a e-maily o platbě. Tyto informace mohou být klíčové při řešení případných problémů s dodáním nebo reklamací zboží. Vždy je lepší být opatrný než později řešit důsledky podvodu.

Při platbě je dobré vyhnout se nezabezpečeným metodám. Místo toho je doporučeno používat kreditní karty nebo platební systémy, jako je PayPal, které nabízí ochranu proti podvodům. Dále se vyplatí sledovat recenze a hodnocení e-shopů, což pomůže odhalit podezřelé stránky. Při nakupování na neznámých webech se také vyhněte neznámým slevovým nabídkám a podezřele nízkým cenám, které mohou být nástrahou na podvod.



E-commerce a udržitelnost: Jak nakupování online ovlivňuje životní prostředí?

S rostoucí popularitou online nakupování se zároveň zvyšuje tlak na životní prostředí. Doprava zboží, časté vrácení produktů a obaly jsou faktory, které přispívají k ekologickému znečištění. Některé e-shopy se ale začínají zaměřovat na ekologické aspekty. Udržitelnost je stále důležitějším tématem a mnoho značek se rozhodlo pro ekologické obaly a udržitelné produkty, které mají menší negativní dopad na přírodu.



Mnozí prodejci také nabízejí eko-friendly doručovací možnosti, například volbu dodání, která minimalizuje emise oxidu uhličitého. Navíc stále více e-shopů umožňuje vrácení obalů a jejich recyklaci, což pomáhá snížit množství odpadu. Spotřebitelé se také častěji ptají, jak a kde jsou vyráběny produkty, což vede k větší transparentnosti na trhu.

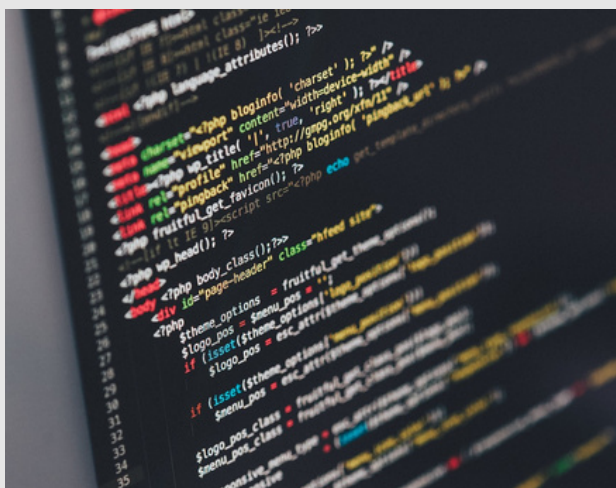
Tento trend udržitelnosti se také projevuje v rostoucí nabídce druhotně zpracovaných materiálů a výrobků s nižší uhlíkovou stopou. Některé e-shopy dokonce zavádějí možnosti výběru ekologických variant přímo při nákupu, což usnadňuje spotřebitelům rozhodování. Tato snaha o udržitelnost nejen zlepšuje environmentální situaci, ale také může přitahovat stále více zákazníků, kteří si cení odpovědného přístupu k ochraně přírody.



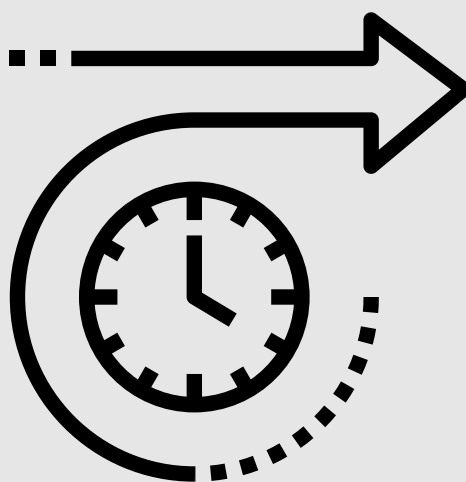
Personalizace online nakupování: Jak e-shopy využívají data pro lepší zážitek?

Personalizace je klíčovým trendem v online nakupování, který zlepšuje uživatelský zážitek a zvyšuje konverze. E-shopy používají pokročilé algoritmy a analýzu dat, aby přizpůsobily nabídku produktů podle preferencí každého jednotlivce. Na základě historie nákupů, prohlížených produktů a interakcí s webem jsou schopny doporučit produkty, které budou zákazníkovi nejvíce vyhovovat.

Tento systém nezahrnuje pouze doporučení, ale i dynamické ceny, které se mohou lišit podle uživatelského chování a aktuálních trendů na trhu. Personalizovaná reklama pak zacílí uživatele na produkty, které má tendenci hledat, což je pro něj mnohem relevantnější. Tento přístup nejen že zlepšuje nákupní zážitek, ale také pomáhá prodejcům zvyšovat prodeje a zajišťuje, že se zákazníci vrací.



Personalizace však přináší i výzvy, zejména v oblasti ochrany soukromí a bezpečnosti dat. Zákazníci si stále více uvědomují, jak jsou jejich osobní údaje využívány, a očekávají větší kontrolu nad tím, jak jsou shromažďovány a zpracovávány. E-shopy se tak musí zaměřit na transparentnost a nabídnout jasné možnosti, jak spravovat souhlas s používáním dat. Pokud je personalizace správně implementována, může vytvářet dlouhodobé vztahy mezi prodejci a zákazníky, což přispívá k jejich loajalitě a opakovaným nákupům.



Tajemství úspěšného online nakupování: Jak najít nejlepší nabídky a slevy?

Chcete-li ušetřit při online nakupování, je důležité být dobře informovaný a vědět, kde hledat nejlepší nabídky. Slevové weby a aplikace na sledování cen vám pomohou najít aktuální akce a nabídky. Před nákupem je dobré využít porovnávače cen, které vám ukážou nejlepší cenu pro daný produkt.

Kromě toho se podívejte na cashback služby, které vám vrátí část peněz z nákupů. Věrnostní programy a kupony nabízené e-shopy také představují skvělé způsoby, jak ušetřit. Nezapomeňte ani na newslettery, které vás informují o speciálních akcích a slevách, které nejsou veřejně dostupné. Všechny tyto nástroje vám pomohou najít nejlepší nabídky a ušetřit.

Další způsob, jak ušetřit, je počkat na výhodné nákupní akce, jako jsou Black Friday, Cyber Monday nebo sezónní výprodeje, kdy e-shopy často nabízejí výrazné slevy. Některé e-shopy také nabízejí slevy při první objednávce, takže pokud jste novým zákazníkem, můžete využít speciální nabídky. Je dobré si nastavit upozornění na ceny, abyste měli přehled o změnách cen produktů, které vás zajímají. Kromě toho, pokud nakupujete více produktů od jednoho prodejce, můžete získat slevy na dopravu nebo slevy na celkový nákup. Tímto způsobem můžete ještě více zvýšit svou úsporu a nakoupit efektivně.



Pokud chcete ještě více ušetřit, zvažte nákupy na stránkách, které nabízejí možnosti zlevněných produktů z druhé ruky nebo z outletových sekcí. Mnoho e-shopů má sekce s výrobky, které jsou zlevněné kvůli drobným vadám nebo kvůli tomu, že jde o starší modely. Tyto produkty mohou být kvalitní a stále plně funkční, ale za mnohem nižší cenu. Další možností jsou různé flash sales, tedy rychlé výprodeje, které často trvají jen několik hodin nebo dní, a mohou nabídnout zajímavé slevy na konkrétní produkty. Pro maximalizaci úspor je také dobré sledovat různé slevové kódy, které se objevují na sociálních sítích nebo v diskuzních fórech, kde uživatelé sdílejí čerstvé nabídky.



Nákupy na mobilu: Jak se zjednodušuje nakupování na cestách?

Nákupy přes mobilní zařízení se stávají čím dál více populárními díky své pohodlnosti a jednoduchosti. Mnoho e-shopů dnes nabízí mobilní aplikace, které usnadňují nákup na cestách. Tyto aplikace mají optimalizovaná rozhraní, která jsou přizpůsobena pro mobilní zařízení, což znamená, že nakupování je rychlé a intuitivní.



Mobilní nakupování také umožňuje snadný přístup k personalizovaným doporučením a recenzím produktů, což usnadňuje rozhodování při nákupu. Díky funkcím, jako jsou push notifikace, jsou zákazníci informováni o speciálních akcích, novinkách nebo aktualizacích zboží v reálném čase. Tento způsob nakupování je nejen rychlý, ale i pohodlný, což z něj činí ideální volbu pro uživatele, kteří preferují nakupování během své každodenní rutiny. S rostoucí dostupností mobilních zařízení se dá očekávat, že trend mobilního nakupování bude nadále růst.

Mobilní nakupování také umožňuje snadný přístup k personalizovaným doporučením a recenzím produktů, což usnadňuje rozhodování při nákupu. Díky funkcím, jako jsou push notifikace, jsou zákazníci informováni o speciálních akcích, novinkách nebo aktualizacích zboží v reálném čase. Tento způsob nakupování je nejen rychlý, ale i pohodlný, což z něj činí ideální volbu pro uživatele, kteří preferují nakupování během své každodenní rutiny. S rostoucí dostupností mobilních zařízení se dá očekávat, že trend mobilního nakupování bude nadále růst.



Influencer marketing v online obchodech: Jak ovlivňuje nákupní rozhodování?

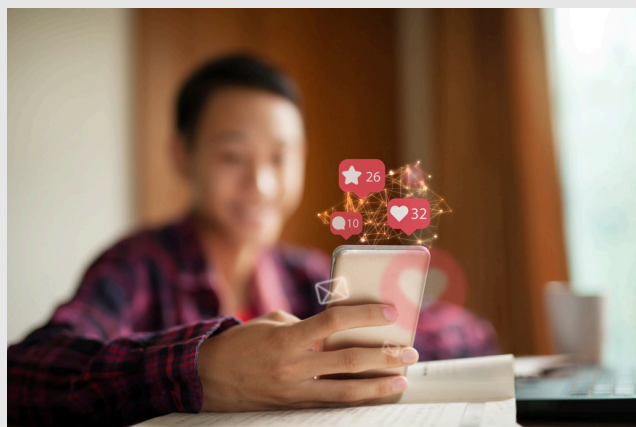
Influencer marketing je dnes jedním z nejúčinnějších způsobů, jak ovlivnit nákupní rozhodování spotřebitelů. Influenceri na sociálních sítích jako Instagram, TikTok nebo YouTube mají velký vliv na své sledující.

E-shopy a značky se s nimi často spojují, aby doporučili produkty svým fanouškům. Tento typ marketingu je založený na důvěře a autentičnosti, protože lidé mají tendenci věřit názorům osobností, které sledují.



Sponzorované příspěvky nebo recenze od influencerů mohou motivovat k nákupu, protože sledující vidí produkty v reálném kontextu, jak je používají lidé, které obdivují. Influenceri také pomáhají značkám dosáhnout širšího publika, a to i mimo jejich tradiční cílové skupiny. Tento trend se bude i nadále rozvíjet, protože influencer marketing se ukázal jako efektivní nástroj pro zvyšování povědomí o produktech a generování prodeje.

Influencer marketing také umožňuje značkám vytvářet cílené kampaně, které oslovují specifické demografické skupiny. Díky různým typům influencerů, od mikroinfluencerů až po celebrity, mohou značky přesně zaměřit své poselství na relevantní publikum. Tento typ marketingu také usnadňuje interakci s potenciálními zákazníky prostřednictvím komentářů, příspěvků nebo soutěží, což zvyšuje angažovanost a loajalitu. S rostoucí důvěrou spotřebitelů v doporučení od influencerů se tento trend bude i nadále rozšiřovat a prohlubovat.



Virtuální realita a rozšířená realita: Jak AR/VR mění online nakupování?

Technologie virtuální (VR) a rozšířené reality (AR) mění způsob, jakým nakupujeme online. AR nám například umožňuje "vyzkoušet" si produkty, jako oblečení nebo nábytek, přímo v našem prostředí pomocí mobilních telefonů nebo tabletů. Tato technologie poskytuje realistický pohled na to, jak produkt vypadá v našem pokoji nebo na nás, což usnadňuje rozhodování o koupi.



VR může nabídnout ještě silnější zážitek, například pro virtuální prohlídky obchodů nebo testování produktů ve virtuálním prostředí. To zlepšuje nejen zákaznickou zkušenost, ale také snižuje počet vratek, protože zákazníci mají lepší představu o tom, co kupují. AR a VR se stále více integrují do online nakupování, což umožňuje e-shopům poskytovat inovativní a interaktivní nákupní zážitky.



S dalším rozvojem těchto technologií se očekává, že AR a VR budou stále dostupnější i pro menší e-shopy. Zákazníci si budou moci přizpůsobit produkty na míru – například měnit barvy, materiály nebo velikosti v reálném čase. Interaktivní nákupní prostředí se tak stane novým standardem a posune online nakupování blíže k zážitku z návštěvy kamenné prodejny, jen z pohodlí domova.

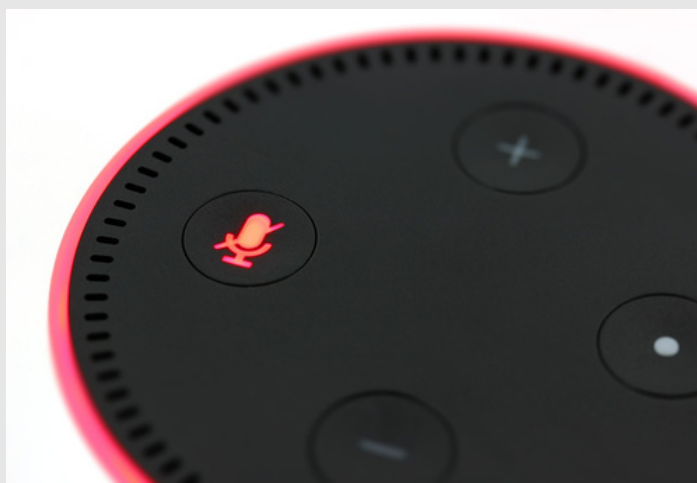


Rostoucí trend hlasového nakupování: Nakupování pomocí Alexa a Google Assistant



Hlasoví asistenti jako Amazon Alexa, Google Assistant a Siri se stávají stále důležitějšími nástroji pro online nakupování. Hlasové ovládání umožňuje uživatelům snadno nakupovat produkty pouze pomocí mluvení. Tento způsob nakupování je ideální pro rychlé nákupy každodenních potřeb, jako jsou potraviny nebo hygienické potřeby. Stačí říct něco jako „Alexa, objednej mléko“, a nákup je hotový.

Hlasové nakupování je pohodlné, protože eliminuje potřebu manuálního procházení e-shopu. Díky rychlosti a jednoduchosti tohoto procesu se předpokládá, že hlasové asistenty budou čím dál tím víc populární nejen pro nakupování, ale i pro správu domácnosti a další každodenní úkoly. Tento trend bude růst, jak se technologie stane stále chytřejší a personalizovanější.



Hlasoví asistenti také umožňují snadnější přístup k různým slevám a akcím, protože mohou prohledávat nabídky e-shopů a najít nejvýhodnější cenu za konkrétní produkt. Některé platformy dokonce integrují možnosti pro srovnávání cen, což ještě zjednodušuje rozhodování při nákupu. Navíc, jak se hlasoví asistenti stávají čím dál více personalizovanějšími, budou schopni si pamatovat vaše preference, předchozí nákupy nebo oblíbené produkty, čímž ještě více zrychlí celý nákupní proces. V budoucnu se očekává, že hlasové nakupování se stane běžnou součástí každodenního života, což ještě více usnadní online nakupování pro širokou veřejnost.

Jak se mění spotřebitelské návyky:

Tradiční obchody vs. online shopping

Online nakupování v posledních letech převládá, což vede k výrazným změnám ve spotřebitelských návycích. Tradiční kamenné obchody stále existují, ale stále více spotřebitelů preferuje pohodlí nákupu z domova. Rychlost a široký výběr produktů jsou hlavními výhodami online nakupování.



Zatímco kamenné obchody nabízejí osobní zkušenost a okamžité převzetí zboží, online nákupy jsou rychlé, pohodlné a často levnější. Dále se tradiční obchody začínají přizpůsobovat novým trendům a vyžadují, aby nabízely omnichannel přístup – kombinaci online a offline služeb, jako je možnost objednání online a vyzvednutí v obchodě. Kamenné prodejny se stále více zaměřují na zážitky, interaktivní nákupní prostředí a zákaznický servis, aby udržely krok s rostoucí konkurencí online.

Tento posun v nákupním chování nutí maloobchodníky přemýšlet strategičtěji o tom, jak oslovit moderního zákazníka. Kamenné prodejny se tak transformují na místa, která nejsou jen o nákupu, ale o zážitku – pořádají workshopy, poskytují individuální poradenství nebo vytvářejí tematické koutky pro vyzkoušení produktů.

Na druhé straně online obchody zvyšují úroveň služeb – nabízejí personalizované nabídky na základě předchozího chování, zavádějí live chaty se zákaznickou podporou či virtuální poradce. Díky technologiím jako umělá inteligence, rozšířená realita (AR) nebo virtuální realita (VR) se snaží co nejvíce přiblížit osobnímu zážitku z kamenných prodejen.

Výsledkem je nový směr maloobchodu – propojený, flexibilní a přizpůsobený individuálním potřebám. Zákazník si vybírá podle toho, co mu v daný moment nejvíce vyhovuje, a značky, které dokážou reagovat na tento nový styl nakupování, budou mít v budoucnosti výhodu.

Sociální média a online nakupování: Jak Instagram a TikTok mění nákupní chování?



Sociální média mají velký vliv na nákupní chování. Platformy jako Instagram, TikTok a Facebook nejen že slouží jako komunikační nástroje, ale také jako nákupní platformy. Shoppable posts, tedy příspěvky, které umožňují přímo nakoupit produkt bez opuštění aplikace, mění způsob, jakým spotřebitelé objevují produkty.

Influencer marketing je nedílnou součástí této změny, kdy influenceri doporučují produkty svým sledujícím prostřednictvím videí a příspěvků. Instagram a TikTok umožňují značkám přímý kontakt se zákazníky, což činí nákupní proces více interaktivním a osobním. Dále, algoritmy těchto platforem rozpoznávají, jaké produkty uživatelé sledují a přizpůsobují jim reklamy, což znamená, že nákupní rozhodnutí jsou stále více ovlivňována těmito platformami.

Tento trend také podporuje vznik nových formátů nákupů, jako jsou živé streamy, kde influenceři nebo značky přímo prodávají produkty v reálném čase. Sociální média se tak stávají nejen místem pro inspiraci, ale i pro okamžité nákupy. Spotřebitelé mají možnost okamžitě reagovat na nabídky a přímé odkazy, což zvyšuje impulzivní nákupy. S rostoucí integrací nákupních funkcí na těchto platformách se očekává, že sociální média budou hrát stále větší roli v online nakupování.



Sociální média mění způsob, jakým nakupujeme, díky funkcím jako shoppable posts a influencer marketing. Platformy jako Instagram a TikTok umožňují přímý nákup produktů, což usnadňuje impulzivní nákupy. Algoritmy personalizují reklamy podle zájmů uživatelů, což ovlivňuje jejich rozhodnutí. Komunity a recenze na sociálních médiích zároveň posilují loajalitu a důvěru ve značky, což dělá nákupní proces více interaktivní a dynamický.

Globální e-commerce: Jak nakupujeme v zahraničí a co je potřeba vědět?

Mezinárodní nakupování je stále oblíbenější díky e-shopům, které nabízejí možnost doručení do celého světa. I když je to skvělé pro zákazníky, kteří hledají specifické produkty, je důležité vědět, jak se orientovat v celních poplatcích, dovozních daních a pravidlech pro vrácení zboží.

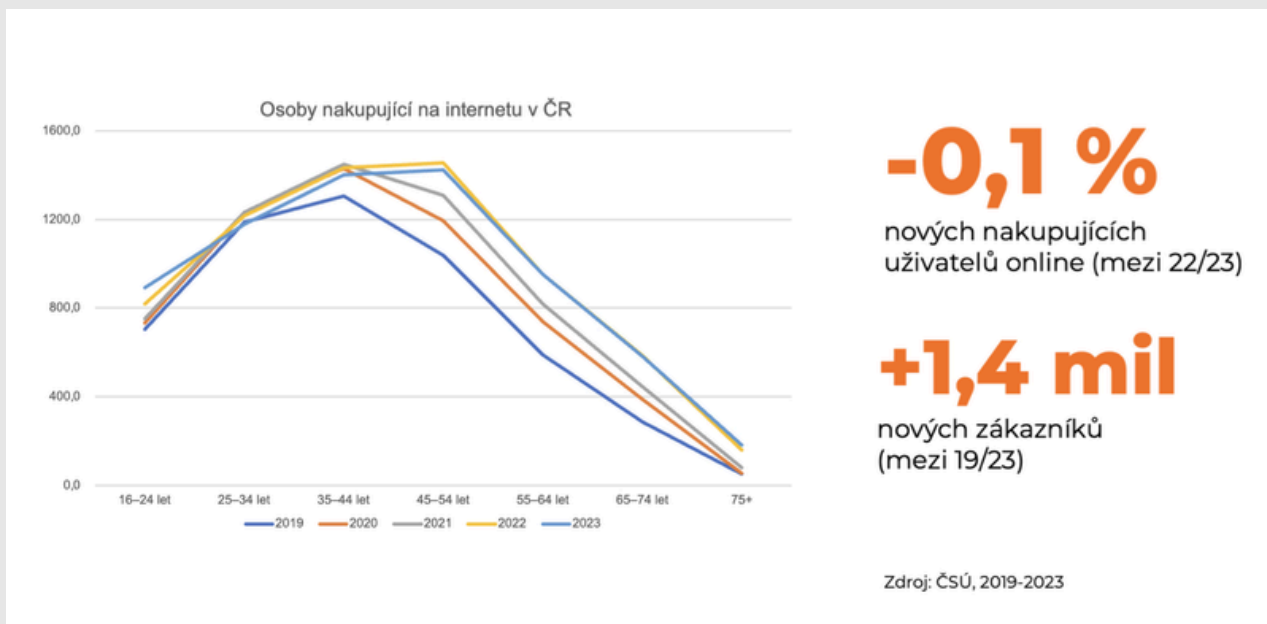


Při nakupování ze zahraničí je dobré se ujistit, že e-shop nabízí bezpečné způsoby platby a jasné informace o nákladech na dopravu. Zákazníci by měli také zkontrolovat dobu doručení, protože může být delší než u domácího nákupu. Navíc je třeba věnovat pozornost mezinárodním záručním podmínkám a dostupnosti zákaznické podpory v případě problémů s produktem.

Při mezinárodním nakupování je také důležité zjistit, zda e-shop nabízí možnost sledování zásilky, aby bylo možné snadno sledovat její cestu. Mnoho prodejců poskytuje i možnost pojištění zásilky pro případ ztráty nebo poškození během dopravy. Kromě toho je vhodné zkontrolovat recenze a hodnocení e-shopu od zákazníků z jiných zemí, což může poskytnout užitečné informace o spolehlivosti a kvalitě služeb. Při nakupování ze zahraničí je také dobré být obezřetný vůči možným skrytým poplatkům, které mohou vzniknout při celním odbavení nebo při platbě v jiné měně.

Dalším faktorem, na který by měli zákazníci při mezinárodním nakupování myslet, je návratnost zboží. Vzhledem k tomu, že vrácení zboží do zahraničí může být složité a drahé, je dobré se ujistit, že e-shop nabízí jasné a přehledné podmínky pro vrácení. Některé obchody mohou mít omezené možnosti vrácení zboží, což může být problém, pokud se produkt neosvědčí. Také je třeba být opatrný při nákupu produktů, které mohou podléhat specifickým regulacím nebo zákazům dovozu, jako jsou kosmetika nebo elektronika. Aby se předešlo nepříjemnostem, doporučuje se předem zjistit podmínky pro dovoz do konkrétní země.

Růst nakupujících v různých letech



Obecné statistiky online nakupování v Česku

- 77 % Čechů nakupuje online.
- 69 % Čechů nakoupilo alespoň jednou v posledním roce.
- 88 % všech online nákupů pochází od pravidelných nakupujících.
- Na jednoho pravidelného nakupujícího připadá průměrně 4,1 balíku měsíčně.

Nejvíce nakupované kategorie

- Elektronika a média: 35 %
- Móda: 25 %
- Zdraví a krása: 10 %
- Potraviny a nápoje: 15 %
- Domácnost a zahrada: 15 %
- Hračky a dětské zboží: 5 %
- Sportovní potřeby a volný čas: 5 %

Preferované způsoby doručení

- Doručení domů: 76 %
- Výdejní místa a balíkové automaty: 64 % (vysoký podíl v regionu)

Preferované platební metody

- Platba kartou: 78 % (nejčastější v Chorvatsku)
- Platba na dobírku: 16 % (evropský průměr činí 7 %)

Trendy v mobilním nakupování

- Mobilní obchodování tvoří přibližně 50 % celkových online prodejů.
- Mobilní optimalizace je klíčová pro e-shopy, protože až 70 % všech online nákupů se uskuteční prostřednictvím mobilních zařízení.

Nákupy ze zahraničí

- 60 % českých zákazníků nakupuje zboží z Číny.
- 34 % objednává z Německa.
- 24 % nakupuje ze Slovenska.

REDAKCE

Koordinátor: Ing. Andrea Sasková

Rok: 2025

Vydavatel: Gymnázium a obchodní akademie Mariánské Lázně, p. o., Ruská 355/7, Mariánské Lázně

Autoři: Natálie Sobotíková, Nikola Horváthová, Marie Číček

