

Zasílání zboží k zákazníkovi

V této kapitole se dozvíte:

- Přepavní společnosti
- Uloženska.cz
- Vrácené balíky
- Péče o zákazníky
- Zasílání zboží na Slovensko

Už máte svůj pomyslný e-shop, už možná víte, jaké reklamy chcete, používat a pomalu se těšíte pomyslným objednávkám. Ale co následuje potom? O tom vám povíme v následující části této publikace.

Přepavní společnosti

Tyto společnosti zajišťují rozvoz vašeho zboží k zákazníkům. Pokud nemáte možnost využít vlastní přepravy, je na místě zauvažovat, kterou přepravní společnost oslovíte.

Za přepravu zboží si účtují ceny, které jsou v rámci jednotlivých společností odlišné. Stejně tak i charakter nabízených přepravních služeb je různý. Díky tomu, že už nevyužíváme jen Českou poštu, došlo ke konkurenčnímu rozšíření o další společnosti – DPD, PPL, DHL a další.

Česká pošta, s.p.

Česká pošta je jeden z nejrozšířenějších typů přepravních společností na našem trhu. Je to státní podnik, což znamená, že do jejího provozu zasahuje stát. Je jednou z nejstarších přepravních společností u nás a množství jejích klientů je i nadále velké.

Kolik bude stát zásilka?

Pro určení ceny balíku má Česká pošta stanovené vlastní kalkulace. Všeobecně cenu balíku ovlivňuje:

- Místo doručení (ČR či mimo ČR)
- Hmotnost zásilky
- Rozměry zásilky
- Hodnota zásilky (cena do 500 Kč nebo nad tuto cenu)
- Typ zásilky – dopis, balík, express

Na webových stránkách České pošty si můžete spočítat, na kolik vás vaše zásilka vyjde. Zadáte zde potřebné údaje a dle toho se okamžitě dozvíte cenu. Pokud s Českou poštou uzavřete smlouvu, nabídne vám speciální ceník s výhodnějšími cenami.

Obrázek 5.1 Kalkulátor zásilek ČP

Sledování zásilek s Českou poštou

Česká pošta v současnosti umožňuje sledování zásilek. Seznam druhů jednotlivých zásilek si můžete prohlédnout přímo na webových stránkách České pošty www.ceskaposta.cz. Při zasílání zboží dostanete unikátní kód. Tento unikátní kód pak můžete vložit do e-mailové zprávy s potvrzením o odeslání zboží. Zákazník tak může sledovat stav svého balíku.

Obrázek 5.2 Sledování zásilek ČP

Unikátní kód, který charakterizuje zásilku, je uveden v případě dobírky na podacím lístku v kolonce, kterou vyplňuje pošta.

Obrázek 5.3 Podací lístek s unikátním kódem (pod adresou)

Balík do ruky a Balík na poštu

Česká pošta se snaží nabízet podnikatelům různé služby. Od 1. 8. 2011 spustila dvě nové služby: Balík do ruky a Balík na poštu. Tuto službu má sjednanou s vybranými internetovými e-shopy.

Balík do ruky znamená, že pošta doručí balík do rukou adresáta (vašeho zákazníka) na místo, které si předem určí. V den, kdy je balík expedován, dojde zákazníkovi informační e-mail, kde je uvedeno číslo balíku a datum jeho doručení. V den doručení pak váš zákazník obdrží od pošty SMS. Zákazník také může operativně změnit adresu pro doručení přímo na stránkách pošty.

Česká pošta

Zákaznická linka: 840 111 244

Úvodní stránka | O České poště | Kariéra | Kontakty

Občané a domácnosti | Firmy a podnikatelé | Korporace a velké firmy | Publikované vyhledávání

ZMĚNA DISPOZICE BALÍKOVÉ ZÁSILKY

Úvodní stránka » Užitečné nástroje » Změna termínu nebo místa pro dodání balíkové zásilky

Změna termínu nebo místa pro dodání balíkové zásilky

Využití služby je možné pouze pro balíky **Do ruky a Na poštu (prefixy DR, DV, NP, NV)**.
V rámci zkušebního provozu můžete službu využít u vybraných **podavatelů (e-shopů)**.

Krok 1/4 – Ověření zásilky

Zadejte podací číslo zásilky:

a mobilní telefonní číslo:

nebo e-malovou adresu:

Tipy:
Pro ověření oprávněnosti ke změně dispozice se zásilkou, zadejte prosím podací číslo zásilky (13 značek) uvedené v avízu, které jste obdržel/a, a telefonní číslo nebo e-malovou adresu, na které jste avízo obdržel/a.

Využijte i další on-line nástroje a aplikace

- Vyhledávání PSČ**
Píšte adresu a nemůžete si vzpomenout na poštovní směrovací číslo (PSČ)?
- Sledování poštovních zásilek**
Čekáte netrpělivě na poštovní zásilku? Nebo Vás zajímá, zda již zásilka dorazila ke svému adresátovi? Stačí znát kód zásilky a můžete pohodlně prostřednictvím naší aplikace sledovat cestu Vaší poštovní zásilky.
- Kalkulátor zásilky**
Chcete si předem spočítat cenu za odeslání poštovní zásilky a doplňkové poštovní služby?
- Kalkulátor poukázky**

Obrázek 5.4 Změna termínu či místa vyzvednutí balíku

Balík na poštu umožňuje adresátovi (vašemu klientovi), aby si sám vybral, na které poště chce balík převzít. Tuto poštu si volí v okamžiku objednávání zboží. V den expedice obdrží zákazník e-mail s číslem balíku a dnem jeho doručení. V den doručení je zasílána SMS, popřípadě e-mail. Stejně jako služba Balík do ruky umožňuje Balík na poštu dodatečně změnit místo doručovací pošty.

PPL

PPL, s.r.o., (Professional Parcel Logistic) se specializuje na vnitrostátní přepravu. Úzce spolupracuje s přepravní společností DHL, díky které dopravuje balíky i do Evropy.

Vaše balíky doručuje na základě zasilatelské smlouvy, kterou s vámi předem uzavře. Aktuální ceníky přepravy má uvedeny na svých webových stránkách na adrese www.ppl.cz. V případě většího množství balíků vám poskytnou slevy z přepravného i dobřečného.

Stejně jako pošta umožňuje PPL on-line sledování zásilky. O doručení zásilky informují vašeho zákazníka prostřednictvím SMS či telefonického hovoru.

Svoz za hotové

Díky této službě není nutné, abyste měli s PPL uzavřenou smlouvu. Balíky zasílané touto cestou musí splňovat kritéria daná přepravcem. Mezi tato kritéria patří hmotnost do 50 kg v případě tuzemského doručení, balík musí být manipulovatelný jednou osobou či nesmí být překročeny předem stanovené rozměry balíku. Tyto balíky nelze zasílat na dobírku, ani je nelze připojistit.

DPD

DPD (Direct Parcel Distribution) se zaměřuje jak na vnitrostátní, tak i mezinárodní přepravu. Přepravu zásilků objednávejte jeden pracovní den před jejím vyzvednutím. Pokud se u této společnosti zaregistrujete, mohou váš balík vyzvednout ještě v den, kdy jste požádali o jeho přepravu. Tuto žádost ale musíte stihnout podat do 12:00. Umožňuje také, abyste si s nimi sjednali pravidelné vyzvedávání vašich zásilek.

Na svých webových stránkách umožňují on-line sledování zásilků.

Obrázek 5.5 On-line sledování zásilků u DPD

Další přepravní společnosti

Mezi další přepravní společnosti, se kterými se můžete setkat v ČR, patří DHL. Tato společnost zajišťuje i služby v oblasti celního řízení, protože se zaměřuje na mezinárodní přepravu. Mezi další přepravní společnosti patří UPS, FEDEX, TOPTRANS, IN TIME SPEDICE a další.

Uloženka.cz

Uloženka.cz je služba, kterou provozuje společnost PZ Czech, s.r.o. Tato služba umožňuje, aby si váš balík vyzvedl zákazník na jednom z výdejních míst Uloženky, přičemž o uložení zásilků je informován prostřednictvím SMS. Vedle této společnosti vznikla obdobná s názvem Zásilkovna.cz.

Služby Uloženky můžete využít jednorázově i pravidelně. Zde je vhodné zauvažovat nad uzavřením smlouvy, díky které získáte výhodnější ceny. Smlouva vám neukládá povinnost minimálního počtu zásilek, které musíte v určitém časovém intervalu podat (např. za jeden měsíc).

Díky smlouvě pak nemusíte na pobočce platit za jednotlivá podání, protože platební styk probíhá na základě faktury bankovním převodem, pokud se nedohodnete na jiném způsobu úhrady.

Jak to funguje?

- Elektronicky podáte žádost, ve které uvede patřičné údaje o zásilce.
- Na některém z výdejních míst Uloženky podáte balík. Tento balík či balíky můžete zanést osobně nebo je můžete nechat zaslat.
- Pracovníci vaše balíky roztřídí a zásilky určené k vyzvednutí na jiných pobočkách převezou zadarmo.
- Adresát (váš zákazník) je informován prostřednictvím SMS o uložení zásilky.

Pokud uvažujete o jednorázovém zaslání balíku, stačí, když navštívíte osobně některé z výdejních míst Uloženky. Zde pak s obsluhou vyřídíte zaslání balíku a současně za tuto službu i zaplatíte.



Poznámka: Jako registrovaní uživatelé služby Uloženka můžete kontrolovat stav vyřízení svých zásilek on-line přímo na webových stránkách www.ulozenka.cz.

Parametry zásilky

Služby Uloženky nejsou vhodné pro všechny velikosti balíků. Společnost má stanoveny parametry balíku i cenu dobírky, které je ochotna akceptovat. Všechny balíky totiž ukládají do sběrných boxů, které mají svůj specifický rozměr. Parametry balíku jsou tedy následující:

- Maximální hmotnost zásilky je 15 kg
- Maximální rozměry zásilky do 80x60x42 cm
- Maximální výše dobírky je 50 000 Kč



Upozornění: Zboží, které putuje k zákazníkovi skrze Uloženku, bývá ve skladové dostupnosti na e-shopu označeno „skladem“. To je jedna z výhod oproti zasilání přes přepravní společnosti. Zákazník si zboží vyzvedává přímo v odběrném místě Uloženky, které si vybral v objednávce.

Air Optix Aqua (6 čoček)
 cena od **489 do 878,- Kč**
 Měsíční kontaktní čočky Air Optix Aqua jsou nástupcem oblíbených čoček Air Optix. Mezi hlavní vylepšení patří zvýšení smáčivosti o 30%. Dále byla zlepšena odolnost čočky vůči vytváření usazenin. Výborná je také propustnost pro kyslík.

Obchod	Cena, dostupnost	Výdejní místo	
Čočkovník.cz ★★★★★ (619 hodnocení)	508,- Kč * Skladem v e-shopu	Brno-město, Havířov-Město	Do obchodu
cocky-optika.cz ★★★★★ (76 hodnocení)	508,- Kč * Skladem v e-shopu	Brno-Komárov, Brno-Staré Brno	Do obchodu

Výdejní místa: Brno-Komárov, Brno-Staré Brno, Brno-město, Hradec Králové, Hradec Králové-Kukleny, Jindřichův Hradec II, Kroměříž, Mladá Boleslav I, Nová Bystřice, Ostrava-Moravská Ostrava, Ostrava-Přivoz, Plzeň-Vnitřní Město, Praha-Hloubětín, Praha-Hostivař, Praha-Kamýk, Praha-Karlín, Praha-Libeň, Praha-Nusle, Teplice, Uherské Hradiště, Zlín, Ústí nad Labem-Severní Terasa, České Budějovice 3

Platba: Bankovní převod, Hotově, Dobírka
 Doprava: Kurýr (PPL, DHL, DPD), Pošta, Osobní odběr

Číměř 120
 378 32 Číměř
 +420 602 610 056
<http://www.cocky-optika.cz>
 Více informací o obchodu

Kontaktní.cz ★★★★★ (57 hodnocení)	507,- Kč * Skladem v e-shopu	Brno-Komárov, Brno-Staré Brno Dalších 21 výdejních míst	Do obchodu
---	--	--	----------------------------

Obrázek 5.6 Jak vypadá Uloženka na Zboží.cz (e-shop cocky-optika.cz)

Vrácené balíky

Velmi diskutovaným tématem mezi provozovateli e-shopů jsou vrácené balíky. Stávají se nákladovou položkou každého prodejce, který zašle kupujícímu zásilku, ovšem po několika dnech je zpět, protože balík si nikdo nevyzvedl.

Nevyzvednuté balíky nejsou samozřejmě jediný důvod vráceného zboží. Jsou to také odstoupení od kupní smlouvy či reklamace. S tímto jevem musí počítat každý prodejce, přičemž snahou každého je rizika spojená s prodejem eliminovat.



Poznámka: Důvodem k vrácení balíku je jeho nevyzvednutí, odstoupení od smlouvy nebo reklamace.

Kupní smlouva

Právních úprav, které hovoří o kupních smlouvách, je několik. Ve vašem případě může dojít k uzavření smlouvy dle občanského nebo obchodního zákoníku.

Občanský zákoník č. 40/1964 Sb.

§ 52 - Spotřebitelské smlouvy

(1) Spotřebitelskými smlouvami jsou smlouvy kupní, smlouvy o dílo, případně jiné smlouvy, pokud smluvními stranami jsou na jedné straně spotřebitel a na druhé straně dodavatel.

(2) Dodavatelem je osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy jedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti.

(3) Spotřebitelem je fyzická osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání.

Na jedné straně stojíte vy, jako osoba – podnikatel, na druhé straně stojí váš zákazník, fyzická osoba, která není podnikatelem. Při nákupu na vašem e-shopu dochází k uzavírání spotřebitelské smlouvy. Samozřejmě se můžete se svým zákazníkem (spotřebitelem) dohodnout tak, že vaše kupní smlouva se bude řídit obchodním zákonem. Souhlasit ale musíte jak vy, tak i váš zákazník.

Při objednání zboží v e-shopu dochází k uzavírání kupní smlouvy za použití prostředků ke komunikaci na dálku, což jsou dle občanského zákona takové prostředky, u nichž nemusí být nutná fyzická přítomnost smluvních stran. V našem případě je tímto prostředkem Internet. Dalšími prostředky komunikace na dálku jsou (uvádíme ty, které mohou mít pro vás bližší význam, specifikace najdete v § 53, odstavec 4 občanského zákona):

- elektronická pošta
- telefon s lidskou obsluhou
- telefon bez lidské obsluhy
- reklama v tisku s objednávkovým tiskopisem
- katalog
- faxový přístroj
- televize (teleshopping)

§ 55

(1) Smluvní ujednání spotřebitelských smluv se nemohou odchýlit od zákona v neprospěch spotřebitele. Spotřebitel se zejména nemůže vzdát práv, které mu zákon poskytuje, nebo jinak zhoršit své smluvní postavení.

Kupní smlouva, která je uzavřena mezi vámi a zákazníkem (spotřebitelem), nesmí obsahovat formulace, které jsou v rozporu se zákonem a při kterých se spotřebitel, byť dobrovolně, vzdává svých práv. V praxi to znamená, že např. vaše obchodní podmínky nesmí obsahovat ustanovení, která jsou v rozporu s právy spotřebitele.

Obchodní zákoník č. 513/1991 Sb.

§ 1 Rozsah působnosti

(1) Tento zákon upravuje postavení podnikatelů, obchodní závazkové vztahy, jakož i některé jiné vztahy s podnikáním související, a zpracovává příslušné předpisy Evropských společenství.

§ 409 Základní ustanovení

(1) Kupní smlouvou se prodávající zavazuje dodat kupujícímu movitou věc (zboží) určenou jednotlivě nebo co do množství a druhu a převést na něho vlastnické právo k této věci a kupující se zavazuje zaplatit kupní cenu.

Obchodní zákoník řeší postavení podnikatelů a jejich obchodně závazkové vztahy a další vztahy spojené s podnikáním. V praxi to tedy znamená, že nákup prostřednictvím e-shopu, kdy si jistý pan Novák z Brna objedná zboží, nelze považovat za uzavření kupní smlouvy dle obchodního zákona. Tento zákon řeší kupní smlouvy uzavřené mezi podnikateli, jakožto fyzickými či právníckými osobami.

Podnikatel podle znění obchodního zákoníku (§ 2 Podnikání, odstavec 2):

- a) Osoba zapsaná v obchodním rejstříku,
- b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- d) osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu. Kupní smlouva a občanský zákoník.

Zákonné odstoupení do 14 dnů bez udání důvodu

Jedná se o zákonem danou úpravu, kdy zákazník (spotřebitel) má právo na odstoupení od kupní smlouvy do 14 dnů bez udání důvodu. Přesnou citaci znění najdete v § 53, odstavec 7, občanský zákoník:

„Byla-li smlouva uzavřena při použití prostředků komunikace na dálku, má spotřebitel právo od smlouvy odstoupit bez uvedení důvodu a bez jakékoliv sankce do 14 dnů od převzetí plnění...“

Toto ustanovení ale neplatí pro podnikatele, kteří si objednají zboží a uzavírají tak kupní smlouvu dle obchodního zákoníku (ve své objednávce uvede IČO), nebo pro zákazníky, s nimiž jste se předem dohodli, že vaše vztahy se budou řídit obchodním právem.

§ 56 občanského zákoníku

Zavést do spotřebitelské smlouvy vlastní obchodní podmínky neznamena, že si můžete stanovit cokoli. Občanský zákoník v tomto směru chrání spotřebitele proto, aby nedošlo k nerovnováze v povinnostech mezi vámi a vaším zákazníkem (§ 56, odstavec 1):

„Spotřebitelské smlouvy nesmějí obsahovat ujednání, která v rozporu s požadavkem dobré víry znamenají k újmě spotřebitele značnou nerovnováhu v právech a povinnostech stran.“

Smluvní ujednání, které může výrazně poškodit vašeho zákazníka, je např. takové, které (§ 56, odstavec 3):

- vyloučí i omezí vaši odpovědnost za jednání či opomenutí, kterým byste zákazníkovi způsobili smrt či újmu na zdraví,
- vyloučí či omezí právo zákazníka při uplatnění odpovědnosti za vadu či odpovědnosti za škodu (např. odmítnete uznávat některé typy vad)
- stanoví, že smlouva je pro zákazníka závazná, zatímco vaše plnění je vázáno na splnění podmínky, jejíž uskutečnění je závislé výlučně na vaší vůli,
- vám dovolí, abyste zákazníkovi nevydal vámi poskytnuté plnění i v případě, že zákazník neuzavře s vámi smlouvu či od ní odstoupí (např. že si ponecháte přijaté peníze za zboží),
- vám umožňují odstoupit od smlouvy bez smluvního či zákonného důvodu, zatímco váš zákazník takto činit nemůže,
- zavazuje vašeho zákazníka ke splnění podmínek, s nimiž se neměl možnost seznámit před uzavřením smlouvy,
- vám dovolí jednostranně změnit smluvní podmínky bez důvodu sjednaného ve smlouvě,
- stanoví, že cena zboží či služeb bude určena v době jejich splnění ...

Odstoupení do 14 dnů se může změnit až na tři měsíce

Je tu ale další fakt, který byste jako provozovatelé e-shopu neměli opomenout, a to skutečnost, že čtrnáctidenní lhůta na odstoupení se za určitých podmínek může prodloužit až na tříměsíční lhůtu na odstoupení bez udání důvodu. Toto ustanovení je volné pokračování předchozí citace z § 53, odstavec 7 občanského zákona:

V případě, že dodavatel nepředal spotřebiteli informace, které je povinen předat písemně nebo jiným obdobným způsobem podle ustanovení odstavců 4 a 6, činí tato lhůta pro odstoupení 3 měsíce od převzetí plnění.

Toto se stane v případě, kdy kupujícímu předem neposkytnete informace, které jsou uvedeny v občanském zákoně. Mezi tyto informace dle §53, odstavce 4, patří:

- a) obchodní firma nebo jména a příjmení a identifikační číslo dodavatele, sídlo právnické osoby a bydliště v případě fyzické osoby, u zahraniční osoby rovněž adresa podniku nebo organizační složky na území České republiky, byly-li zřízeny, údaj o zápisu v obchodním rejstříku nebo jiné obdobné evidenci, včetně spisové značky, pokud je přidělena, a kontaktní údaje, zejména poštovní adresa pro doručování, telefonní číslo, případně adresa pro doručování elektronické pošty,
- b) údaje o příslušném kontrolním orgánu, podléhá-li činnost dodavatele režimu povolování,
- c) název a hlavní charakteristiky zboží nebo služeb,
- d) cena zboží nebo služeb, z níž jednoznačně vyplývá, zda je uvedena včetně všech daní a poplatků, mají-li k ní být připočítávány,
- e) náklady na dodání,

- f) způsob platby, dodání nebo plnění,
- g) poučení o právu na odstoupení, s výjimkou případů podle odstavce 8,
- h) náklady na použití komunikačních prostředků na dálku,
- i) doba, po kterou zůstává nabídka nebo cena v platnosti. Informace musí být zveřejněny na místě s trvalým přístupem.

K informacím uvedeným ve výše psaném seznamu (ustanovení písmene a – b) musíte zajistit trvalý přístup. Pokud ustanovení tohoto zákona nedodržíte, prodlužuje se čtrnáctidenní lhůta na tříměsíční lhůtu na odstoupení bez udání důvodu. Tato tříměsíční lhůta se automaticky zkrátí na 14 dnů v případě, kdy trvale zveřejníte ty informace, které vám dle §53, odstavce 4 občanského zákona chyběly.



Poznámka: V momentě, kdy informace stanovené zákonem na svůj web dodáte, začíná platit pro nové, ale i staré objednávky čtrnáctidenní lhůta na odstoupení bez udání důvodu.

Kdy začíná běžet 14denní lhůta na odstoupení bez udání důvodu?

Tato lhůta začíná běžet dnem převzetí plnění (§ 53, odstavec 7 občanského zákona), tj. dnem, kdy si kupující převezme svoji zásilku. To platí i pro převzetí zásilky v kamenné prodejně, kdy zboží bylo objednáno přes váš e-shop. Jestliže se některý z vašich zákazníků domnívá, že nepřevzetím zásilky uplatňuje svoje právo na čtrnáctidenní odstoupení od smlouvy bez udání důvodu, tak nemá pravdu. Jak už zde bylo zmíněno, toto právo se vztahuje pouze a výlučně na převzaté zboží.



Upozornění: Další skutečností při uplatňování práva na odstoupení do 14 dnů je to, že kupující vám nemusí zboží zaslat či předat v původním obalu.

Kdy nelze uplatnit odstoupení bez udání důvodu?

§ 53, odstavec 8 občanského zákona jmenuje specifické položky, u nichž nemůže spotřebitel (naš kupující) odstoupit od smlouvy do čtrnácti dnů bez udání důvodu (§ 53, odstavec 8, písmeno a-f občanského zákona):

- a) na poskytování služeb, jestliže s jejich plněním bylo s jeho souhlasem započato před uplynutím lhůty 14 dnů od převzetí plnění,
- b) na dodávku zboží nebo služeb, jejichž cena závisí na výkyvech finančního trhu nezávisle na vůli dodavatele,
- c) na dodávku zboží upraveného podle přání spotřebitele nebo pro jeho osobu, jakož i zboží, které podléhá rychlé zkáze, opotřebení nebo zastarání,
- d) na dodávku audio- a videonahrávek a počítačových programů, porušil-li spotřebitel jejich originální obal,
- e) na dodávku novin, periodik a časopisů,
- f) spočívajících ve hře nebo loterii.

Prodej DVD, CD a dalších nosičů

Tato skupina zboží je vyloučena z ochranné 14denní lhůty na odstoupení bez udání důvodu za předpokladu, že nebyl porušen jejich originální obal. Tím se myslí např. folie, v níž je nosič zabalen. Pokud neprodáváte nosiče v takovém ochranném obalu, můžete využít ochranných známek a samolepek přímo na obalu nosiče. Tuto ochrannou známku nalepte přes jeho uzavíratelnou část.

Zákon myslí i na prodávající

Pokud váš zákazník uplatňuje nárok na odstoupení od smlouvy bez udání důvodu, máte nárok na vrácení skutečných nákladů spojených s vrácením zboží. Tuto sumu, kterou si účtujete jako náklad, musíte zákazníkovi zdůvodnit. Posléze máte 30 dnů od uplatnění nároku na odstoupení na to, abyste vrátili peníze vašemu zákazníkovi. Tuto možnost ukládá § 53, odstavec 10 občanského zákona:

„Uplatní-li spotřebitel právo na odstoupení od smlouvy podle odstavce 7, má dodavatel právo pouze na náhradu skutečně vynaložených nákladů spojených s vrácením zboží. Dodavatel je zároveň povinen vrátit spotřebiteli zaplacené finanční částky nejpozději do 30 dnů od odstoupení.“

Jak je to s poštovným?

Z rozsudku Soudního dvora EU (vydán 15.4.2010) plyne, že musíte spotřebiteli vrátit i náklady spojené s poštovným, které uhradil při převzetí zásilky. Náklady, které vydal spotřebitel při zaslání zboží k vám, už hradit nemusíte. Z toho plyne, že zákazníkovi při odstoupení od smlouvy vrátíte cenu za zboží a náklady na jedno poštovné.



Tip: Sdělení k tomu vydala i Česká obchodní inspekce, najdete je na adrese www.coi.cz/cs/qanda/e-shopy-vcraceni-postovneho.html.

Co ještě říká občanský zákoník

Jako provozovatelé e-shopu byste neměli opomenout jednu zcela běžnou, avšak velmi důležitou věc. Zákon jasně hovoří o tom, že spotřebitel musí mít možnost před podáním objednávky zkontrolovat či měnit údaje, které do ní zanesl. V praxi je často toto ustanovení naplňováno přidáváním specifických funkcí do objednávkového procesu (zkontrolovat údaje, vyprázdnit obsah košíku, přepočítat košík a objednat, závazně objednat...). O této skutečnosti hovoří § 53a, odstavec 2 občanského zákona:

Před podáním objednávky musí být při použití elektronických prostředků spotřebiteli umožněno zkontrolovat a měnit vstupní údaje v ní obsažené, které do objednávky vložil; to neplatí při jednání výlučně výměnou elektronické pošty nebo obdobnou individuální komunikací.



Upozornění: Toto ustanovení ale neplatí pro objednávky sjednávané výlučně výměnou elektronické pošty nebo obdobnou individuální komunikací.

Když se vám vrací poškozené zboží

Dosud jsme stahovali nárok na odstoupení od smlouvy bez udání důvodu na nepoškozené zboží. Může se ale stát, že zákazník uplatňuje svoje právo na odstoupení a vrací vám zboží poškozené. V tomto případě máte opět nárok na snížení vrácené částky o sumu, která je rovna náhradě takto vzniklé škody. Pokud se nebudete schopni s kupujícím dohodnout o výši této náhrady, rozhodne o vašem sporu soud. Citaci najdete v § 53, odstavec 10 občanského zákona:

Uplatní-li spotřebitel právo na odstoupení od smlouvy podle odstavce 7, má dodavatel právo pouze na náhradu skutečně vynaložených nákladů spojených s vrácením zboží. Dodavatel je zároveň povinen vrátit spotřebiteli zaplacené finanční částky nejpozději do 30 dnů od odstoupení.



Poznámka: Pokud zákazník zasílá zboží zpět k vám, vracíte mu nejen cenu za zboží, ale i cenu, kterou zaplatil za dopravu.

Zákazník si nevyzvedl balík

Rozšířeným jevem, obzvláště u dobírek, je nevyzvednutí zboží. Zde není kupující vázán tím, že už za své zboží zaplatil. Právě v této situaci se mohou najít lidé, kteří si zboží nevyzvednou. Může se jednat i o lidi, kteří prostě neměli čas nebo v době, kdy jim váš balík přišel, museli nutně odjet na služební cestu.

Další příčinou může být i to, že zákazník si objednal zboží někde jinde a čekal, který balík mu dojde dříve. Vzhledem k tomu, že soudní vymáhání je velmi nákladné (máme-li na mysli balíky v řádech stovek až tisíců korun), nevyplatí se tyto situace blíže řešit. Lepší strategií je těmto nešvarům předcházet.



Poznámka: Ve svém byznysu musíte vždy počítat s tím, že určité % balíků si vaši klienti nevyzvednou. Pokud toto procento nepřekročí jistou mez, kdy se váš prodej stane nevýdělečným, nemá smysl takové balíky více řešit. Toto rozmezí nevyzvednutých balíků se pohybuje někde mezi 3 a 5 % všech zásilek.

Pár tipů pro prevenci nevyzvednutých balíků

- **Telefonické ověřování objednávek** je další z možností, jak částečně předcházet vráceným balíkům. Obzvláště je vhodné tohoto modelu využít u zásilek větších sum (řádově tisíce a výše). Po přijetí objednávky zákazníkovi zavolejte, že objednávka je připravena k expedici a že do stanoveného dne mu bude doručena.
- **Expedujte zboží co nejrychleji**, protože někteří zákazníci mohou mít zvyk si daný produkt objednat u více e-shopů a pak čekají, který z nich bude rychlejší při dodávce. Kromě jiného vám to pomůže i k budování vašeho e-shopu. V povědomí vašich zákazníků budete figurovat jako ten e-shop, který rychle dodává objednané zboží.

- **Pravdivost dostupnosti** zboží je dalším důležitým krokem k prevenci. Hodně zákazníků odradí, když na zboží čekají déle, než je obvyklé. V těchto situacích si můžou daný produkt opět objednat u konkurence. Váš balík posléze ignorují, protože už si zboží zakoupili jinde. Vy tak možná ztratíte jednoho ze svých potenciálních klientů.
- **Prodloužení doby k vyzvednutí balíku** může přispět k vyššímu odbytu právě u zákazníků, kteří mají problém s časem. Jak jsme psali v úvodu, mohou lidem do časového harmonogramu vstoupit nečekané události, které je nutí odcestovat či být mimo dosah pošty delší dobu. Tehdy se vyplatí mít delší lhůtu pro vyzvednutí balíku.
- **Platba zálohy u větších objednávek** je vcelku pochopitelné řešení u dražšího zboží (řádově desetitisíce). Dnes je také zcela běžné, že když si necháte zhotovit na zakázku nějaké zboží (např. okna), tak budete také platit nějakou zálohu. Sice se jedná o smlouvu o dílo, ale stejně i tak u kupní smlouvy lze vyžadovat zálohy na zakoupené zboží.
- **Upozorněte zákazníka dopředu** o tom, že balík má uložený na poště a ještě si jej nevyzvedl. Pokud zvolíte cestu telefonického upozorňování a zákazník vám sdělí, že o balík již nemá zájem, požádejte ho alespoň o to, aby balík na poště odmítl a ta jej zaslala zpět dříve.



Upozornění: Rozhodně ale nesmíte jít cestou, kdy jako poškození prodejci se rozhodnete zveřejnit jména zákazníků, kteří nepřebírají svoje objednávky. Tím byste porušili zákon na ochranu osobních údajů.

Péče o zákazníky

Usilujte o pravidelného zákazníka

Vybudovat si pravidelnou klientelu je velmi náročný proces. Pravidelní zákazníci nebo také dlouhodobí, kteří u vás nakupují, vám totiž přináší několik výhod:

- Mají svůj podíl na celkovém obratu e-shopu
- Jste pro ně ověřeným a plnohodnotným prodejcem
- I oni jsou pro vás poctivými zákazníky, kteří dostojí svým objednávkám
- Mohou se podílet na tvorbě vašich referencí
- Péče o pravidelného zákazníka je často levnější než hledání nových

Jak si získat stálého zákazníka?

Když se vám podaří dostat nového zákazníka na váš e-shop a on u vás nakoupí, můžete si patřičnými kroky zajistit, aby se z tohoto jednorázového zákazníka stal pravidelný kupující. Možností je několik; mezi dvě hojně používané patří:

- Nabídka souvisejících produktů. Nabízejte další produkty, které souvisí se zakoupeným zbožím. Nakoupí-li u vás zákazník např. jídelní servis o 16 kusech (hluboký, mělký a de-

zertní talíř), můžete ho po čase znovu oslovit a nabídnout mu specifický kávový servis, který se k zakoupenému jídelnímu servisu hodí.

- Vzájemná komunikace. Touto komunikací se myslí zájem o potřeby zákazníka a získávání zpětné vazby. Např. když si u vás zákazník objedná zboží ve vyšší ceně, stojí za to se ho telefonicky dotázat, jak je se zbožím spokojený. Také můžete zjišťovat, zdali zákazníkovi současný objednávkový proces vyhovoval, zdali se potýkal s něčím, co mu nevyhovovalo, a podobně.

Podíl stálých zákazníků na obratu e-shopu

O tom, nakolik jsou pro vás důležití stálí (pravidelní či vracející se) zákazníci, se dozvíte tehdy, když si budete pravidelně vyhodnocovat jejich podíl na celkovém obratu vašeho e-shopu. V praxi se často stává, že provozovatelé tuto záležitost nemají patřičně ošetřenou. Svoje finance investují do reklamních kampaní, které mají za úkol přinášet nové a nové zákazníky a tím zvyšovat obrat e-shopu. Není vhodné se na chvíli zamyslet nad tím, co vás to vůbec stojí?

Pro vyhodnocení prodeje na vašem e-shopu v souvislosti s podílem nových a stálých zákazníků vám poslouží koeficient počtu objednávek a koeficient objemu tržeb. Oba koeficienty nám sdělují následující údaje:

- kolik % z celkového počtu objednávek od nových a stálých zákazníků má podíl na všech objednávkách
- kolik % z celkové hodnoty všech objednávek od nových a stálých zákazníků má podíl na objemu tržeb



Poznámka: Abychom mohli vyjádřit koeficient zastoupení v procentech, musíme výsledné desetinné číslo násobit 100. Např. koeficient 0,36 znamená 36 %.

Koeficienty počtu objednávek

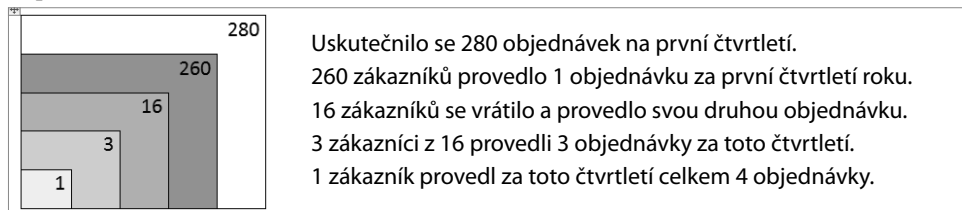
Na následujícím příkladu si ukážeme, jak tyto koeficienty fungují v praxi. Představte si e-shop, který prodává kancelářské potřeby. Podrobně si rozebereme množství objednávek a celkové obraty v jednotlivých čtvrtletích roku. K dispozici máme za první čtvrtletí tyto údaje:

- Realizovalo se celkem 280 objednávek.
- Těchto 280 objednávek uskutečnilo 260 zákazníků.
- Z těchto 260 zákazníků jich 16 objednávalo opakovaně.
- Opakovaných objednávek bylo celkem 20.

Pořadí objednávky	Celkový počet objednávek za každé čtvrtletí roku				Roční hodnoty
	1	2	3	4	
1	260	320	230	340	1150
2	16	21	15	18	70
3	3	2	2	4	11

Pořadí objednávky	Celkový počet objednávek za každé čtvrtletí roku				Roční hodnoty
	1	2	3	4	
4	1	1	0	0	2
Celkem	280	344	247	362	1233

Při podrobnějších zkoumání zjistíme bližší zastoupení objednávek ze strany stálých zákazníků za první čtvrtletí roku:



Obrázek 5.7 Počty zákazníků

Můžeme tak říci, že za první čtvrtletí jsme vyřídili 280 objednávek od celkového počtu 260 zákazníků. Z těchto 280 objednávek bylo 244 od nových zákazníků ($260 - 16 = 244$), zbývajících 36 bylo od stálých zákazníků ($280 - 244 = 36$). Z těchto 36 objednávek bylo evidováno 16 jako první objednávka, proto 20 bylo opakovaných.

	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	Rok
Objednávky od nových zákazníků	244	299	215	322	1080
Objednávky od stálých zákazníků	36	45	32	40	153
Koeficient zastoupení nových zákazníků	0,87	0,87	0,87	0,89	0,88
Koeficient zastoupení stálých zákazníků	0,13	0,13	0,13	0,11	0,12

Koeficient zastoupení nových zákazníků na všech objednávkách činí 0,87 (87 %). Toto číslo jsme zjistili tak, že 244 (objednávky od nových zákazníků) jsme vydělili 280 (celkovým počtem všech objednávek v prvním čtvrtletí). Z toho vyvodíme obecný vzorec pro výpočet koeficientu zastoupení nových zákazníků na celkovém počtu všech objednávek:

$$\text{koeficient objednávek nových zákazníků} = \frac{\Sigma \text{objednávek nových zákazníků}}{\Sigma \text{všech realizovaných objednávek}}$$

Koeficient zastoupení stálých zákazníků činí 0,13 (13 %) a došli jsme k němu stejným způsobem, jen jsme vydělili objednávky stálých zákazníků celkovým počtem všech objednávek.

$$\text{koeficient objednávek stálých zákazníků} = \frac{\Sigma \text{objednávek stálých zákazníků}}{\Sigma \text{všech realizovaných objednávek}}$$