

Gelová ramínka

VYHOĎTE

Vášeň pro módu byla pro **MAGDU KAŠPAROVOU (27)** osudová. Získala práci snů a pro Zoot.cz teď pracuje jako nákupčí spodního prádla. Jejím denním chlebem je výběr produktů, po kterých se pak jen zapraší. Vkus českých zákaznic zná dokonale a prozradila, jak na tom jsme se spodním prádlem.

Máte práci snů! Chodíte ráda nakupovat, i když to děláte skoro každý den?

Bohužel pořád ráda chodím nakupovat. Sama si říkám, že bych to měla trochu omezit, ale moc se mi to nedaří. A pak nakupuji i na Zoot.cz.

Jak jste se k práci pro Zoot dostala?

Byla to hrozná náhoda, která přišla v pravý čas. Dokončila jsem humanitní studia na Univerzitě Karlově, což s módou nemá nic společného, ale pak jsem jako i další lidé nevěděla, co dál. Skončila jsem na pracovním úřadě a všimla si na Facebooku, že Zoot shání copywritery. Odepsala jsem na nabídku a pozvali mě na pohovor. A už jsem tam byla.

Při práci copywritera ale nepřijedete s módou tolik do kontaktu jako nákupčí, na jehož pozici v současnosti jste. Co vás přimělo ke změně?

Bylo to přirozené. Bude to už dva a půl roku, co pro Zoot pracuji. Jako copywriter jsem popisovala jednotlivé produkty, potom jsem zaskakovala za kolegyni, jež měla na starosti veškeré kampaně, které dělám. A více jsem se dala dohromady s lidmi z oddělení nákupu, kteří zrovna někoho nového hledali. Nabídlí mi pozici asistentky pro dámské oblečení.

Baví vás tato práce více než odvětví reklamy?

Moc mě to baví. Není to sice jen o excelových tabulkách, ale nečekala jsem, že mě i ony budou tak bavit. (smích)

Co vás na tom konkrétně zaujalo?

Můžu se kreativně zapojit. Dát do toho svůj pohled na módu, zároveň reagovat na potřeby a přání zákazníků a neustále hledat něco, co by se jim líbilo. Mám pocit, že moje práce má smysl a je vidět. Baví mě kolektiv Zootu. Ačkoli je tam hodně lidí, všem nám jde o spokojenost zákazníka. A je to vidět i ve zpětné vazbě.

Jaký je váš vztah k módě?

Hodně vřelý. (smích) Sleduji trendy, blogy i časopisy. Ráda jezdím na veletrhy, protože jsou zajímavé nejen z hlediska produktů, ale i práce jiných nákupčích. Líbí se mi sledovat ruch kolem.

Změnila vám práce nákupčí pohled na módu?

Así ano. Více si vybírám. I díky práci pro Zoot.cz jsem si našla svůj styl, který mi vyhovuje. Aniž bych se snažila do něčeho násilně stylizovat, tak jsem se díky tomu našla.

E-shopu Zoot.cz se skvěle daří. V čem se liší od ostatních?

Koncept Zoot.cz je celkově unikátní. A to neříkám z dů-

vodu, že tam pracuji, ale říkám to jako zákazník. Sama bych asi jen tak k nějakému e-shopu neměla důvěru, ale my o sobě ani jako o klasickém e-shopu nepřemýšlíme. Zoot.cz má výhodu výdejen. Několik je jich v Praze, další po celé České republice, pak na Slovensku a loni jsme expandovali do Rumunska. Zákazník si může objednané zboží nechat doručit samozřejmě až domů, ale sedmdesát procent z nich si zboží nechává připravit na výdejnu. Může si objednat několik barev, několik velikostí – je to zadarmo – a všechno si může vyzkoušet. Pak si koupí jen to, co mu sedí, zbytek tam nechá. Myslím si, že to přispívá k důvěryhodnosti Zoot.cz, protože zákazníci vidí, že se je nesnažíme napálit ani obejít při nákupu. Jednáme napřímo.

Jaké schopnosti jsou podle vás pro práci nákupčího klíčové?

Určitě jazyk a nemít strach mluvit. Devadesát procent komunikace s dodavateli se odehrává v angličtině. A pak také umět řešit víc věcí najednou, protože nákupčí má pod sebou několik desítek značek. Hlídá se proces od nakoupení až po případné reklamace, kdy nákupčí reflektuje, co se zákazníkům nelíbilo.

Za jaké konkrétní oblečení, které prodává Zoot.cz, zodpovídáte?

Mojí doménou se stalo spodní prádlo. Je jednou z našich nejrychleji rostoucích kategorií. Osobně to беру jako výzvu, protože bych naše portfolio ráda rozšířila a přidala nové značky. Tím, jak Zoot rychle roste, bylo potřeba, aby se jeden člověk samostatně věnoval i menším kategoriím.

Co jste se o něm naučila nového?

Spodní prádlo není jen něco, co není vidět. Našemu tělu je nejbližší, a pokud ho dobře vybereme, je základem pro to, aby se žena cítila sebevědomě a zvládla i náročné dny. Sama ze sebe pak má dobrý pocit a vidí to i ostatní, ale její tajemství neznají.

Je něco, co byste v rámci spodního prádla chtěla na Zootu zlepšit, zavést nebo změnit?

Momentálně se snažím rozšířit kategorii větších velikostí. Obzvláště na českém trhu je těžké sehnat podprsenku od košíčku velikosti D a více. Snažím se hledat to, co nám chybí.

Nemáte problém oddělit požadavky zákaznic od svých? Preferujete třeba kousky, které by se vám osobně líbily?

V Zootu se snažíme hodně reflektovat zákazníka a jeho zpětnou vazbu na značky. Je těžké, když se mi něco líbí a ráda bych koupila jenom to, ale samozřejmě vím, že nemůžu. Vnímám to, co se prodává a co zase ne, pak dělám jen menší změny, když je něco více trendy. Snažím se, aby můj nákup nebyl ovlivněn jen svým vlastním vkusem. ▶



Jemné krajky jsou v kurzu. Magda Kašparová doporučuje i trendy pásky, které decentně ozdobí dekolt.

Prozradíte, jaké jsou aktuální trendy v oblasti spodního prádla?

Teď jsem byla na veletrhu v Paříži. Dříve platilo, že ženy se snažily, aby jejich spodní prádlo neprosvívalo nebo nevyčlázalo z oblečení. Teď je to naopak. Nosí se podprsenky téměř bez vycpávek. Myslím si, že je to fajn. Je to návrat k přirozenosti a pohodlí. Hodně módní je přiznanost spodního prádla. Třeba strappy bra, tzv. tkaničkové podprsenky. Znamená to, že podprsenka má ozdobné pásky třeba ve výstřihu nebo ornamenty a krajky na zádech. Je to nenucené a sexy.

Jsou teď ve spodním prádle nějaké žhavé novinky?

Ano, pod některé stříhy šatů se klasická podprsenka zkrátka neschová. Neviditelné podprsenky jsou skvělým řešením. Nemají vzadu zapínání. Je pravda, že ženy s menším poprsím mají výhodu. V košíčku je silikonová vrstva, která se nalepí na kůži. Musím říct, že to byl jeden z našich nejprodávanějších produktů.

Je aktuálně nějaký trend, který se vám absolutně nelíbí?

Nemám ráda divoké vzory. Líbí se mi minimalismus. Co mi přijde úplně nejhorší, jsou gelová ramínka. Nevypadá to dobře a nejsou neviditelná. Každá žena, která je má, ať se jich prosím raději zbaví. (smích)

Kupovat spodní prádlo přes internet... Není to třeba zrovna u podprsenek riskantní?

Díky systému výdejen to není o nic riskantnější než v kamenné prodejně. Zákazníci mají možnost výběru díky naší nabídce na stránkách, pak si jich mohou objednat hned několik na výdejnu, v klidu si je vyzkoušet a pak se teprve rozhodnout. Podle mého je to ideální kombinace.

Obecně by se dalo říct, že málokterá žena zná svou velikost podprsenky. Jak tento problém řešíte vy jako nákupčí, když jim musíte vyhovět v tom, co kupují, ale zároveň mít pokrytý i zbytek velikostí?

Je pravda, že ženy mají většinou pocit, že mají velikost podprsenky 75 B. Snažím se opírat o statistická data, která mám k dispozici. Týkají se nejprodávanějších velikostí. U velikostí B a C se zadávají větší množství, když se pak větší velikosti vyprodají, pokud to jde, doobjednám je. A z každé další sezony jsem vždycky o nějaký poznatek chytřejší.

Jak to udělat, aby se zákaznice trefila do správného modelu?

Pro menší velikosti jsou ideální podprsenky bez výztuhy. Nikde je nebudou tlačit a jsou moderní. Pro větší prsa samozřejmě výztuhy a širší ramínka, aby nebolela záda. U spodního prádla dvojnásobně platí, že by žena měla co nejvíce dbát na pohodlí, protože i když známe správnou velikost, jednotlivé značky mají číslování různé.

Podle čeho – kromě trendů – vybíráte stříhy, barvy a materiály spodního prádla?

Jezdím do showroomů značek a na veletrhy. Všichni naši nákupčí se snaží eliminovat výběr pouze z katalogů, protože si na zboží chtějí sáhnout, zjistit, jak je materiál příjemný, jak je model kvalitně ušitý, nebo naopak není... Pak mě zajímá i barevnost, jak ve skutečnosti vypadá nebo jak jsou do podprsenky všity kostice, jestli se nebudou lámat. Také ale sázím i na reakce zákazníků, protože těch značek máme v portfoliu hodně. Když na některou přijde hodně negativních reakcí, neinvestujeme do ní potom tolik.

Zajímáte se podrobněji o materiály, ze kterých je spodní prádlo vyrobeno? Třeba čím je barveno?

Všechny naše produkty procházejí rukama našich copywriterů, kteří ke každému produktu píší přesné složení i to, jak se o jednotlivé kusy starat, pokud je potřeba nějaká speciální péče. Všechno, co zákazník potřebuje vědět, se dozví.

A vy osobně?

Když nabírám nové značky, ptám se přímo dodavatelů, jestli je nějaký problém. Oni sami mi doporučí, co ano, co ne. A taky si produkt chci osahat. Když je nějaký problém, zboží okamžitě vrátíme a spolupráce končí.

Vzpomenete si na svůj první nákup pro Zoot.cz? Jak jste to prožívala?

Dělala jsem kolegyni asistentku a bylo potřeba doobjednat nějaké zboží. Převážně jsem sama vybírala, co se dokoupí. Pak jsem si hlídala, kdy zboží přijde, jestli se bude prodávat,

nebo nebude. Říkala jsem si, že jsem utratila horentní částku a teď se to nebude prodávat. Naštěstí se to nestalo.

Na co obecně by si měli dát zákazníci pozor při nákupu spodního prádla?

Je důležité, aby tolik nesázeli na trendy, ale ohlíželi se spíše na to, jací jsou a co jim vyho-

zí, v čem se žena cítí dobře. Asi bych to nezobecňovala. Nejdůležitější je osobní preference.

A jaké druhy spodního prádla by podle vás měla mít každá žena ve svém šatníku?

Určitě by to měla být podprsenka na běžné nošení. Měla by být tělová a hladká. Potom určitě nějaké krajky, protože

Co se oblečení týká, Češky dávají přednost tmavým barvám a konzervativnějším střihům. Sázejí na jistotu a s barvami příliš neexperimentují. Oproti třeba rumunskému trhu mají Češky rády oversized střihy. Rumunky by si ho neoblékly, ty naopak mají rády obepnuté kousky.

A u spodního prádla?

Zrovna nedávno jsme vyhodnocovali analýzu prodeje v Čechách, na Slovensku a v Rumunsku. Musím říct, že u spodního prádla fungují krajky, černá barva, potom béžová a bílá. Na konci jsou ostatní barvy.

Jaké konkrétní kousky jdou nejvíce na odbyt u nás?

V současné době jdou na odbyt nejvíce krajkové nevytuzené podprsenky.

Alžběta ZENINGEROVÁ

„ČEŠKY DÁVAJÍ PŘEDNOST TMAVÝM BARVÁM A KONZERVATIVNĚJŠÍM STŘIHŮM.“

vuje. Pokud je člověk spokojený, pak to z něj i vyzařuje. U spodního prádla to platí dvojnásobně.

Existuje nějaký střih podprsenky, který sedí snad každé ženě?

Určitě klasická podprsenka s kosticí a bez výplně. Pak zále-

ká každá žena se chce cítit sexy a výjimečně. Pak i nějakou divočinu, třeba červenou. Další už záleží na vkusu a potřebách ženy od ženy.

Znáte vkus českých zákaznic. Můžete ho nějak charakterizovat? Co kupují nejčastěji?