**Marketplace na ZOOTu se rozrostl trojnásobně (16.11.2020)**

PRAHA - Marketplace, který vytvořil ZOOT během první vlny pandemie, se od svého spuštění na jaře ztrojnásobil. Meziměsíčně rostou tržby z tohoto zboží o desítky procent. Největší český online prodejce módy očekává, že ještě do konce tohoto roku budou tržby z marketplace tvořit až desetinu celkového obratu.

Firma plánuje, že během předvánočního období se nabídka rozšíří o 10 až 20 tisíc nových produktů. Díky rostoucí oblibě mezi zákazníky a obchodními partnery se z marketplace postupně stane jeden z pilířů e-shopu. Již nyní se díky širší nabídce ZOOT posunul směrem k lifestylové platformě. Kromě oblečení, bot a doplňků módních i těch do bytu nabízí například kosmetiku.

*“Předpokládáme, že do konce příštího roku může zboží z marketplace tvořit dokonce více než 50 % naší nabídky a bude generovat až čtvrtinu příjmů,”* pochvaluje si Martin Vrána, který je zodpovědný za veškeré komerční aktivity ve společnosti ZOOT.

K rozmachu nové služby, která usnadňuje vyprodávat skladové zásoby například i obchodníkům s tradičními kamennými prodejnami, pomáhá současný růst online nakupování. *"Díky tomu, co se děje na trhu a poli e-commerce v této době, je marketplace pro nás velkou příležitostí efektivně rozšířit portfolio a nabídnout naší cílovou skupinu nejen gigantům, ale i menším a žádaným značkám. A to nejen z tuzemského trhu. Přistupujeme k tomu strategicky a díky komerčnímu propojení všech oddělení v marketplace rosteme,”* vysvětluje Vrána.

Jaké jsou další plány a novinky? Podle Vrány chce firma do příštího roku zefektivnit a zautomatizovat možnost vstupu nových partnerů do nabídky. *“Chceme právě dát možnost i mnoha českým novým značkám a podpořit je jejich vlastním shop-in-shopem,”* dodává s tím, že v rámci marketplace testuje i české lokální designéry a značky jako třeba českou kosmetiku Beviro nebo dětské oblečení UNUO.

Podpořit lokální výrobce je jednou ze strategických iniciativ společnosti a to nejen v online podobě, ale třeba i v rámci Výdejen radosti. *“Chceme s nimi více spolupracovat, radit jim a pomáhat. Věříme, že tento přístup ocení jak zákazníci, tak i sami partneři. Díky tomu budeme schopni nadále rozvíjet celou skupinu kolem značky ZOOT,”* doplňuje ředitel rozvoje Martin Souček.