**ZOOT plně nahrazuje vlastní Výdejny radosti rozsáhlou sítí v módních obchodech po celé ČR (25.1.2020)**

PRAHA - Rok 2020 zásadně proměnil nákupní chování. Největší český online prodejce s módou toho chce využít jako příležitost k posunutí směrem k udržitelnějšímu byznys modelu. Firma například eviduje skokový nárůst objednávek s doručením domů místo pro ZOOT tolik obvyklých Výdejen radosti. Definitivně se tak rozloučí s posledními vlastními pobočkami výdejen. Ty naopak naplno nahrazuje rozsáhlá síť více než 120 módních obchodů se zkušební kabinkou. Během tohoto roku jich přibudou ještě další desítky.

*“Chceme dosáhnout větší udržitelnosti a chovat se k planetě odpovědně, což obnáší i trošku větší zodpovědnost při nakupování. K tomu nám paradoxně pomohla pandemie, která radikálně změnila spotřebitelské chování. Během loňského roku se poměr objednávek doručených domů zvýšil z 20 % na 60 %. Díky tomu nám klesla průměrná vratka ze 70 % na 50 % a letos máme cíl dostat se postupně na průměrných 35 %,”* vysvětluje změny ve firmě i u zákazníků CEO společnosti Milan Polák.

Právě Výdejny radosti byly jedním z pilířů při zrodu módního eshopu ZOOT. Dlouhé roky se však potýkaly s vysokými náklady a zejména náročným systémem vratek, protože mnozí zákazníci si pod vidinou doručení zdarma bez placení předem objednávali mnohem více věcí, než bylo reálně potřeba.

*“Máme zákazníky, kteří si objednali ročně věci dohromady za 600 tisíc korun, ale koupili zboží za 20 tisíc korun. Díky tomu jsme si spočítali, že 20 % celých zásob máme neustále na cestě mezi naším skladem a Výdejnami radosti, což chceme změnit, protože jedna z hodnot naší společnosti je udržitelnost. Budeme tak odpovědné zákazníky motivovat různými odměnami a VIP službami a věříme, že tak vratku dokážeme dostat na úroveň, která je rozumná pro zákazníka, pro nás i pro naši planetu,”* dodává Polák.

**Benefity pro zákazníky zůstávají stejné**

ZOOT měl původně přes dvě desítky vlastních výdejen, kde si zákazníci zkoušeli věci rovnou při vyzvednutí. Jejich počty se začaly postupně snižovat a aktuálně už není v provozu žádná. Naopak síť Výdejen radosti v rámci módních obchodů po celém Česku a Slovensku, kterých je teď 120 a do konce roku by jich mělo být kolem 150, chce ale ZOOT dále rozšiřovat. Tímto způsobem firma snižuje své náklady, ale zároveň podporuje lokální byznys, protože těmto obchodům platí za každou vydanou objednávku.

Samozřejmostí je i nadále možnost si věci v klidu vyzkoušet. Každý obchod totiž disponuje zkušebními kabinkami, což je zásadní podmínkou a tvoří to vlastně přidanou hodnotu oproti jakýmkoliv jiným logistickým službám, kde si vždy módní zboží musíte odnést domů a vyzkoušet až tam.

“*My mnoha českým módním butikům pomůžeme v nesnadné době, přivedeme jim do obchodů spoustu potenciálních zákazníků a ony zas pomůžou nám – vydávat naše objednávky a dál rozšiřovat naši službu „vyzkoušení rovnou při vyzvednutí. Zároveň chceme, aby se z Výdejen radosti stala místa, kde si zákazník užije každou minutu své návštěvy – a máme k tomu velkou spoustu nápadů. Třeba prodej našich privátních značek přímo v těchto obchodech. Tento koncept již teď testujeme na 13 pobočkách. Pro zákazníky se toho příliš nemění. Mají i dál možnost vyzkoušet si zboží rovnou při vyzvednutí a co jim nesedí na výdejně rovnou nechat. Nemusí tak zboží nosit domů a následně zpět na poštu,”* dodává Polák.