**ZOOT se mění na lifestylovou platformu, nově zařadil kosmetiku (27.7. 2020)**

PRAHA - Největší tuzemský online prodejce s módou ZOOT se postupně mění na lifestylovou platformu. Po nedávno spuštěném marketplace, díke kterému nabízí už i módu a doplňky prodejců třetích stran, přichází s nabídkou kosmetiky. Mezi prvními značkami na ZOOTu se představují Econea a Folly.

*“Nechceme na ZOOTu běžné produkty z drogerií. Chceme se zaměřit především na přírodní a biokosmetiku, která se vhodně doplňuje s módním segmentem. I v módě je naší strategií vybírat ty nejzajímavější módní kousky. Chceme předvýběrem zákazníkům nabídnout jistou přidanou hodnotu,”* přibližuje ředitel společnosti Milan Polák s tím, že v nabídce se objeví jak tělová, vlasová, pleťová kosmetika, tak třeba i výrobky určené na zubní hygienu.

Z jednotlivých značek z portfolia Econea nebo Folly je již možné nakoupit například Natura Siberica, což je přírodní kosmetika pocházející ze Sibiře, Annemarie Börlind, což je německá rodinná značka vyráběná v Černém lese, nebo také slovenský Kvítok. Ten se rovněž vyrábí převážně z čistých přírodních surovin rostlinného původu, jeho devízou je i to, že dokáže pomoci i při specifických problémech jako je ekzém, akné, suchá pokožka, celulitida či lupy.

“*Kategorie Beauty by se měla postupně stát jedním z pilířů ZOOTu. Je to ideální doplňkový produkt a než přeskakovat na jiný e-shop a muset dělat další objednávku, je pro naše zákaznice výhodou si přihodit šampón a krém do jednoho košíku. Věřím, že se můžeme dostat na 10 procentní podíl celého obratu v horizontu 2 let,”* dodává Polák s tím, že většinu zákazníků eshopu tvoří ženy, proto vidí v kosmetice nemalý potenciál.