**ZOOT se v listopadu poprvé v historii firmy přehoupl do zisku (19.12.2019)**

PRAHA - Ozdravná kúra ZOOTu v rámci ohlášené transformace značně prospěla. Největší český online obchodník vůbec poprvé se ve své historii dostal do černých čísel a to konkrétně v listopadu.

**Provozní zisk činil 0,6 ml. korun.** *“Drastické osekání nákladů a nastavení nového směřování firmy, které využívá konkurenční výhody, kterou je možnost vyzkoušet si zboží před placením, přineslo svůj kýžený výsledek. Stále však zůstávají jisté výzvy,”* přiblížil Lukáš Uhl, který byl na začátku roku dosazen jako nový ředitel firmy.

Nové vedení nastoupilo do společnosti na začátku letošního roku. V rámci na jaře ohlášené insolvence připravilo ozdravný plán, který mimo jiné počítal se zeštíhlením společnosti. A to jak v počtu zaměstnanců, tak například uzavířením některých Výdejen radosti. Zároveň však společnost připravilo na vstup do offline prodeje.

Na konci srpna **ZOOT otevřel vůbec první kamenný obchod v nákupním centru a to v Praze na Černém mostě**. Funguje jako klasický obchod se zbožím doplněný o výdejní místo se skladem. Jeho výhodou je umožnit nákup i bez procházení internetových stránek, kde je zároveň možné online objednávky vyzkoušet co nejrychleji. Obchod je totiž zásobený i několikrát denně. V následujících měsících bude tento koncept vyhodcen a případně rozšířen.

**Posilují regiony i private label**

**Firma zároveň posílila svoji přítomnost v regionech**. Na podzim začala budovat **partnerskou síť výdejen**. Jde o výdejní místa přímo u některého z lokálních prodejců s módou. Výhodou je opět dobrá dostupnost a možnost vyzkoušení zboží bez nutnosti vlastního nájmu a najímání personálu. Přičemž zákazníky obslouží kvalifikovaný člověk zvyklý pracovat v oděvním segmentu. *“Začínali jsme s pěti prodejnami a do začátku prosince jsme otevřeli dalších deset. Navíc v lokalitách, kde jsou výdejny otevřené, již sledujeme růst ve výši 118 % proti minulému roku. Výsledku se podařilo dosáhnout i přesto, že firma je celkově menší než kdysi,”* vyzdvihuje další z krizových manažerů Robert Vojáček zodpovědný za růst společnosti.

Podle něj se firma rovněž více zaměřuje na **posílení v segmentu vlastních značek**. Ty by měly do budoucna tvořit až třetinu obratu. V rámci tohoto kroku ZOOT rozšířil své dosavadní spolupráce. Aktuálně připravil limitovanou kolekci s designérkou Alex Monhart, která je známá svými minimalistickými batohy. *“Je to první takový projekt, do budoucna bychom chtěli mít i několik takových exkluzivních kolekcí ročně. Již teď v posledních týdnech je náš private label ZOOT třetí nejprodávanější značkou,”* přiblížil Vojáček.