**ZOOT spustil marketplace, pomáhá vyprodat zboží prodejců během krize (1.6.2020)**

ZOOT připravil program podpory pro prodejce módy. Jedná se o zajímavý finanční produkt v podobě marketplace. Zavření módních obchodů v Česku způsobilo velké hromadění zboží z kolekce jaro/léto 2020. A český e-shop ZOOT by rád všem těmto obchodům nabídl pomocnou ruku. Během karantény tak zmobilizoval své IT oddělení a v těchto dnech oficiálně spouští na svém webu marketplace. Tento počin tak postupně mění běžný módní e-shop na platformu, která bude nabízet i zboží ostatních dodavatelů.

*“První značka Under Armour už je na webu k dispozici našim zákazníkům. V další vlně nasazujeme Pietro Filipi, Karu, Styx nebo třeba eko zboží e-shopu Econea. Naší zásadní podmínkou jsou kvalitní fotky, a tak jsme chtěli vyřešit i ty situace, kdy je partneři nebudou mít v dostatečné kvalitě. Dáváme tak k využití i ateliér v naší centrále v Říčanech a vytvořili jsme rovnou službu, díky které jsme schopni pro partnery fotky dofotit,”* říká Robert Vojáček, ředitel odpovědný za růst.

ZOOT už jedná s desítkami českých módních firem, které během následujících týdnů postupně na e-shopu vystaví své produkty. Tyto budou moci využít i síť výdejen radosti, kterých je v tuto chvíli 20 vlastních a přes 60 partnerských, které jsou součástí různých módních obchodů po celé zemi. Všechny mají zkušební kabinky, a tak si produkty zákazník může ještě před zaplacením vyzkoušet.

Jelikož jen v dubnu ZOOT navštívilo 1,5 milionu uživatelů, tak se pro mnoho prodejců může stát silným prodejním kanálem, který jim skvěle pomůže odprodat přeplněné sklady a postavit se zpátky na nohy.

Zároveň ZOOT připravil program financování skladových zásob ostatních fashion hráčů na trhu, jež by jim pomohl částečně pokrýt cash flow potřeby provozu. *“Tento program v první fázi finančně kryje ZOOT z prostředků majoritního akcionáře, kterým je investiční skupina Natland, ale zároveň jej připravujeme do podoby bankovního produktu spolu s finanční institucí působící na Českém trhu,”* říká Lukáš Uhl, CEO.

Technicky napojení probíhá podobně, jako když e-shopy vystavují své produkty na Heureku. Všechny údaje o produktu včetně fotek se použijí z feedu a hlídání dostupnosti a stahování ze skladu partnera je přes jednoduché API napojení, aby vše probíhalo v reálném čase a zákazník měl při výběru a nákupu plný komfort.

*“Chceme opravdu důsledně u partnerů hlídat kvalitu zboží a chceme si udržet velkou rychlost dodání, a tak jsme se rozhodli, že poslední míli k zákazníkovi si chceme držet pod svou kontrolou. Když si tedy na ZOOTu objednáte dvoje šaty z našeho skladu, kde stále držíme zásoby v hodnotě kolem 150 milionů Kč, a jedno tričko od našeho partnera, tak my vše zkompletujeme u nás na expedici a vám zašleme v jedné zásilce z našeho skladu,”* dodává Vojáček.

ZOOT si dal za cíl na rok 2021 mít v marketplace 20 000 nových produktů od zajímavých a ověřených partnerů.

*Zoot*

Český prodejce módy a doplňků Zoot se soustředí na unikátní koncept omnichannel prodeje prostřednictvím internetu, ale také díky stále širší síti vlastních výdejen radosti a partnerských provozoven. Neustále rozšiřuje sortiment zboží, zákazníkům Zoot nabízí nové a zavedené značky. V současné době spustil projekt marketplace a po vystoupení z insolvence připravuje mnoho skvělých novinek a změn. Vlastníkem obchodu je společnost Company New, která je součásti investiční skupiny Natland.