Tisková zpráva, 8. 6. 2020

**MAKRO ČR rozjíždí e-shop pod značkou Můj obchod**

**Společnost MAKRO, stojící za projektem nezávislých maloobchodů Můj Obchod, se v této nelehké době snaží usnadnit nakupování, a proto připravilo možnost online prodeje pro členy aliance Můj obchod. Nový projekt má šetřit čas zákazníkům prodejen Můj obchod, který by museli strávit nakupováním, a ti tak nemusí mít obavu z návštěvy prodejen.**

Projekt je zdarma pro členy aliance Můj obchod a funguje na principu klasického online nakupování. Provozování e-shopu vedle kamenné prodejny je v dnešní době velkou konkurenční výhodou, rozjezd online prodeje však není jednoduchý a vyžaduje mnoho znalostí. O to se členové aliance nemusí starat, protože prodej zaštituje online platforma značky Můj obchody.

Koncoví zákazníci si na internetu nákup objednají a poté si pro něj jen dojdou do kamenné prodejny Můj obchod nebo si jej mohou nechat od někoho přivézt. Zákazníci tak získají možnost nakoupit u svého prodejce bez nutnosti chodit mezi regály. Díky tomu, že síť prodejen Můj obchod pokrývá celou republiku, je možné tuto službu využívat také mimo velká města.

„*V této nelehké době se snažíme přemýšlet o řešeních, které zjednoduší nakupování a zároveň pomohou obchodníkům zlepšovat své služby a podpoří tradiční trh. E-shop Můj obchod zatím funguje v testovacím provozu, ale očekáváme, že počet zapojených prodejen i nabídka potravin se bude rozšiřovat. Tímto projektem chceme pomoct našim partnerům zviditelnit jejich obchod službou, která ulehčí nakupování koncových zákazníků. Do budoucna počítáme nejen s rozšířením prodejen, ale také vylepšením projektu například o možnosti online plateb, donášku či rozvoz. Věříme, že zejména pracující lidé ocení možnost objednat si nákup předem a vyzvednout si jej například při cestě z práce,“* vysvětluje **Romana Nýdrle, manažerka komunikace MAKRO.**

Zapojené prodejny získají konkurenční výhodu oproti nezávislým obchodníkům, kteří nespadají pod značku Můj obchod. Majitelé členských prodejen potřebují pouze počítač, připojení k internetu a funkční e-mail, poté stačí do intuitivního a jednoduchého programu zadat zboží, které chtějí na internetu prodávat a jeho ceny. Jaký sortiment bude v nabídce daného obchodu je pouze v kompetenci prodejců.

\*\*\*

METRO, mezinárodní velkoobchodní lídr, se specializuje na prodej potravinářského
a nepotravinářského sortimentu. Zaměřuje se na potřeby hotelů, restaurací a stravovacích zařízení (HoReCa) i nezávislých obchodníků. METRO má po celém světě 16 milionů zákazníků, kteří si mohou vybrat, zda budou zboží nakupovat v jednom z velkoformátových obchodů nebo online. Při objednávce zboží online si mohou své nákupy vyzvednout v obchodě nebo nechat doručit. METRO využívá digitálních řešení, čímž podporuje konkurenceschopnost podnikatelů a přispívá tak ke kulturní rozmanitosti v oblasti pohostinství
a maloobchodu. Klíčovým pilířem podnikání společnosti METRO je udržitelnost, kde podle indexu Dow Jones zastupuje pozici evropského lídra.

METRO/MAKRO Cash & Carry je zastoupeno ve 34 zemích a celosvětově zaměstnává více než 100 000 lidí. Ve finančním roce 2018/19 dosáhla společnost METRO obratu 27,1 miliardy EUR. V září 2018 zahájila společnost METRO proces odprodeje potravinového maloobchodního řetězce Real se svými 34 000 zaměstnanci. Více informací naleznete na [www.metroag.de](http://www.metroag.de)

**Pro více informací kontaktujte:**

**Martina Suková**

FleishmanHillard
tel.: +420 606 185 593

e-mail: sukova@fleishman.com

**Romana Nýdrle**

Manažerka korporátní komunikace MAKRO Cash & Carry
tel.: +420 251 111 112

e-mail: romana.nydrle@makro.cz

[www.makro.cz](http://www.makro.cz)

[www.facebook.com/makro.cz](http://www.facebook.com/makro.cz)

[www.twitter.com/makrocr](http://www.twitter.com/makrocr)