

# 1500

Tolik stálých odběratelek nějaké formy předplatného by služba Fashion in the Box ráda nasbírala do konce tohoto roku.

24. 4.–1. 5. 2017

# Osobní stylistka v krabici

Po vzoru předplacených krabiček s kosmetikou, které se u nás moc neujaly, ale v zahraničí úspěšně fungují, tu český start-up rozjel předplacené outfity od stylistů.

Platforma Fashion in the Box (FITB) začala fungovat 31. ledna. Po dvou měsících předobjednávek s různými bonusovými nabídkami a dubnovém ostrém provozu má nyní asi 160 stálých zákazníků. Ty si mohou vybrat ze tří úrovní předplatného a různých cenových kategorií značek. Silver (990 Kč) s H&M, Bershkou, C&A aj., Gold (1690 Kč), který nabízí mj. Mango, Next či Stefanel, a Diamond (2490 Kč), jenž zahrnuje např. Guess, Diesel nebo Tom Tailor. „Některé značky jako Fracomina nebo Silvan Heach nejsou v Česku tak běžně dostupné. I tím chceme zvýšit atraktivitu služby,“ řekl MSM Ondřej Holbík, jeden ze tří zakladatelů FITB. V každém balíčku jsou tři kusy oblečení a na svém webu služba zároveň garantuje, že alespoň jeden ze tří zaslaných kousků je hodnotnější než souhrnná cena zásičky.

Společnost má jednoho dodavatele, od kterého všechny značky odebírá, partnerství po vzoru inzerce vybraných brandů zatím neplánuje. „Pokud nás nějaká značka osloví, že by se chtěla stát součástí naší nabídky, tak jsme rádi. Že bychom ale nabízeli např. placené bannery, a tím přeměrovali zákaznice do obchodů jednotlivých brandů, to nikoli,“ dodal Holbík.

Podle jeho slov vznikla myšlenka na projekt na Start-up Summitu, kde je s dalším společníkem zajišťovala služba Pivní zásička. Funguje stejně, jen cílí na muže. Každý měsíc vám v krabici přijde náhodný výběr pivních speciálů. „Přemýšleli jsme o další kategorii, v které by takový model mohl fungovat. Móda se ukázala jako ideální. V USA jsou služby na této bázi už zavedené a oblíbené, ale v Evropě, natož v ČR jsme nic podobného nenašli.“

## Muži se také dočkají

Během února FITB kontaktovala společnost SizeID, která se e-shopům s módou snaží snižovat vratky pomocí jednotného systému velikostí a vznikla z toho



**Kanibalizace** se Ondřej Holbík, spoluzakladatel Fashion in the Box (třetí zleva), nebojí. I když zboží odebírá od jednoho dodavatele jako prostředníka, značky za své výrobky dostanou zapláceno.

FOTO FASHION IN THE BOX

úzká spolupráce. „Ze začátku jsme měli na výběr jen z klasických konfekčních velikostí S až XL, ale neukázalo se to jako optimální. SizeID nám pomohlo službu výrazně vylepšit. Do budoucna plánujeme ještě umožnit uživatelkám nahrávat do systému své fotografie v oblíbených outfitech, což stylistkám lépe poslouží personalizovat balíčky,“ komentuje Holbík spolupráci s dalším českým start-upem (viz. Box).

Do konce roku chce FITB prostřednictvím platformy FundLift sehnat investora, zvýšit počet stálých odběratelek na 1500 a detailněji vypracovat strategii marketingové komunikace, na kterou si čerstvě najal agenturu. Dosud používá převážně Facebook a Instagram včetně rozjíždějící se spolupráce s fashion blogerkami. Začátkem roku 2018 by platforma ráda spustila obdobnou službu také pro muže. „Tady bude potřeba trochu pozměnit koncept a neorientovat jednotlivé balíčky podle značek, ale spíš podle stylů, protože muži značky neřeší tolik jako ženy,“ dodal Holbík.

## PROZRAĎTE NÁM SVOJE MÍRY...

**Vratky jako noční můru e-shopů s oblečením se snaží minimalizovat český start-up SizeID. Spolupracuje s e-shopy, zároveň ale slouží skrz aplikaci jednotlivcům díky databázi značek.**

Projekt funguje už více než dva roky, v současnosti podporuje přes 400 značek v rámci své uživatelské aplikace a je integrován v systému zhruba desítky e-shopů včetně Snowbitch.cz

a českého Desigualu. Po zadání rozměrů různých partií postavy vyhodnotí, že vám např. u mikiny velikost S sedí v ramenou, ale budou vám krátké rukávy apod. Jedním z prvních e-shopů, který systém integroval, je Snowbitch.cz. Zatímco výše vrátek po vánočních svátcích obvykle dosahovala 20 %, se SizeID vratky po Vánocích 2015 klesly o 15 %. Výměna zboží klesla od října 2015 do března 2016 meziročně v průměru o 23 %. SizeID plánuje další zahraniční expanzi, kte-

rou už nastartoval loňským uzavřením partnerství se Zásilkovnou. „Naším cílem je kromě zahraničních trhů dostat se plošně na e-shopové platformy typu Shoptet apod.“ uvedl pro MSM zakladatel a CEO Adam Bičíště a dodal: „Plná integrace ze strany Fashion in the Box je pro nás velkou událostí. Systém umožní zákaznici dokončit objednávku balíčku až poté, co si vytvoří profil přes SizeID. Tím se nabízené služby výrazně personalizují.“