**Přichází nová éra nakupování. Zábava a hra přinesou více radosti, zážitků a spokojených zákazníků**

**Praha, 3. července 2017** – Jak uvádí aktuální studie Accenture [Painting the Digital Future of Retail and Consumer Goods Companies](https://www.accenture.com/us-en/insight-painting-digital-future-retail-cpg), postoje spotřebitelů se celosvětově mění a jsou stále vstřícnější vůči inteligentním technologiím, které hrají aktivní roli při rozhodování o nákupech. V českém prostředí otevírá svým novým pojetím věrnostních systémů a motivačních programů společnost Rondo.cz novou kapitolu nakupování. Přináší gamifikaci nakupování. Pomocí moderních technologií nabízí spotřebiteli hravou a napínavou zkušenost, a tak zcela nový zážitek.

„Gamifikaci si lze jednoduše představit tak, že do běžně vykonávaných činností přidáme prvek zábavy a všeho příjemného, co s ní souvisí,“ vysvětluje Jan Hřebabecký, spoluautor a jednatel Rondo.cz. „Dobře známým a úspěšným příkladem gamifikace je „Škola hrou“ J. A. Komenského. Zapojení hravých prvků do vyučování zde přináší zlepšení výukového prostředí a zároveň větší snahu školáků přijímat tolik cenné informace a znalosti.“

Podle nové zprávy Accenture mohou maloobchodníci a výrobci spotřebního zboží během příštího desetiletí získat 2,95 bilionů dolarů urychlením digitální transformace. Investice do nových, digitálně řízených obchodních modelů zpřístupní spotřebitelům další způsoby nakupování zboží a služeb, a umožní tak společnostem poskytovat lukrativní a diferencované zážitky. Odvětví maloobchodu a spotřebního zboží se v příštích 10 letech změní více než tomu bylo za posledních 40 let. Vzhledem k tomu, že se požadavky zákazníků na ceny, výběr, pohodlí a nákupní zážitek nadále zvyšují, jsou výzvou pro odvětví, které se bude muset vyvíjet a inovovat. To povede k obrovskému rozvoji digitálního obchodu.

Posláním Ronda je dělat zákazníkům radost. Na pozadí tohoto tvrzení se skrývá prostý fakt, že se Rondo snaží eliminovat nebo přinejmenším snížit míru frustrace. Jak z procesu nakupování jako takového, tak ze způsobu přijímání marketingových sdělení. Zapojením herního atributu chce dosáhnout vyšší vnímavosti k reklamním pobídkám a jednotlivým značkám zapojených obchodníků, které aktuálně blednou pod tlakem strojově orientovaných cenových srovnávačů a cenových válek.

Rondo.cz se jako první v České republice zabývá gamifikací nakupování. Již během prvních tří měsíců si získalo důvěru partnerů, mezi něž patří např. Království hraček Bambule, Sparkys, AXA Assistance, Asus, Ageo.cz, Sleky.cz, Different.cz, Leontyna.cz a mnoha dalších.

Další zajímavá čísla (ke 3. 7. 2017)

* Rondo má již téměř 130 000 registrovaných uživatelů
* Rondo rozdělilo od spuštění více než 6 700 věcných výher
* Více jak 410.000x již hráči slavili vítězství
* Uživatelé vyhráli doposud věcné výhry za více než 4 milióny korun
* Ve hře jsou produkty v hodnotě 1.000.000 Kč každý měsíc
* Každou neděli se hraje o nový Samsung Galaxy S8