**Co přinášejí e-shopům i kamenným prodejnám nové technologie spojené s gamifikací?**

**Praha, 10. prosince 2018** – Rondo.cz poskytuje provázaný systém služeb zaměřených na posilování věrnosti a motivace zákazníků. Spolu s nejnovějšími technologickými trendy používá jako klíčový prvek gamifikaci, která vnáší do procesu nakupování hru a zábavu. Efektivitu těchto aktivit potvrzuje zkušenost dvou velkých retailových společností, Wormelen a Luxor.

Jedním z prvních klientů Rondo.cz je společnost Wormelen Group, která provozuje obchody s hračkami značek Království hraček Bambule, HM Studio Hračky a Sparkys. A právě pro Wormelen Rondo.cz připravilo a realizovalo koncept stíracích Lososů. Jedním z hlavních cílů zde vedle posilování věrnosti zákazníků je také identifikace a podchycení zákazníků kamenných prodejen. „Právě u kamenných obchodů musíme před efektivním motivováním jít ještě o krok zpět, identifikovat zákazníka, získat o něm elektronické informace a kontakt. Následují pak kroky navázání kontaktu, budování věrnosti a motivování k opakovaným nákupům. To vše zábavně, s prvky gamifikace, na které je náš projekt postaven,“ prozrazuje Lukáš Vršecký, jeden ze zakladatelů společnosti.

„Partnerství s Rondem má prokazatelně pozitivní vliv na naše obchodní výsledky. Získali jsme mimořádný marketingový nástroj, díky kterému dosahujeme naprosto ojedinělých konverzí. Na Rondo.cz obdivuji zejména jejich zapálení pro inovace, využívání moderních technologií a schopnost přinášet funkční řešení. Proto si spolupráce považuji a snažíme se ji neustále prohlubovat,“ řekl Miloš Adámek, kreativní ředitel společnosti Wormelen Group.

Rondo také spolupracuje s největším knihkupectvím v ČR - Luxor. Pomáhá s podporou prodeje, mapováním zákazníků kamenných prodejen, posílením jejich věrnosti a digitalizací kontaktu. Konkrétně při nákupu od 300 do 499 Kč získávají zákazníci kamenných prodejen po celé ČR stříbrný los a při nákupu nad 500 Kč zlatý los, se kterými mohou v Rondu vyhrát ceny v hodnotě 15 000 000 Kč.

S originálním nápadem nového řešení věrnostních a motivačních programů využívajících prvky gamifikace a nových trendů v e-commerce přišel Lukáš Vršecký, bývalý B2B manažer společnosti Alza. Nápad se zalíbil investorům Janu Hřebabeckému a Tomáši Kučerovi, kteří se rozhodli nově založenou firmu nejen zainvestovat, ale podílet se i na jejím dennodenním řízení a rozvoji.

Systém Rondo.cz spustili do ostrého provozu na jaře roku 2017, nyní sdružuje již 950 tis. registrovaných uživatelů. Originální a moderní řešení je první svého druhu na světě a využívají například značky Království hraček Bambule a Sparkys, AXA, sLéky.cz, Bonino.cz nebo ASUS.