**Xzone Praha Lužiny je vítězem Visa Czech Top Shop za srpen 2026**

**Prodejna Xzone Praha Lužiny získala ocenění Visa Czech Top Shop za měsíc srpen 2026. Koncept, který propojuje klasickou kamennou prodejnu s hernou a místem pro setkávání hráčské komunity, zaujal především tím, že zákazníkům nabízí mnohem víc než samotný nákup. Do Xzone se chodí pro merchandise, sběratelské karty či hry, které si zákazníci mohou spolu s dalšími fanoušky zahrát a zúčastnit se turnaje.**

Slavnostní předání diplomu proběhlo v září přímo v prodejně Xzone na pražských Lužinách za přítomnosti zástupců Visa Kateřiny Pauzarové, Petra Hauby, organizátorů soutěže Markéty Němcové a Jiřího Berana. Nechyběla ani Anna Hrazdirová, zástupkyně ČSOB. Vítězství v srpnovém kole zaručuje postup mezi dvanáct finalistů, kteří se utkají o titul nejlepší prodejny roku 2026.

**Od internetového obchodu ke komunitní prodejně**

Příběh prodejny Xzone se začal psát před v roce 2001. U jejího zrodu stáli studenti a zároveň nadšenci do počítačových her. V době, kdy se hry objednávaly na dálku telefonicky nebo dopisem prostřednictvím pošty, nebylo výjimkou, že objednaná hra došla k zákazníkovi i za několik týdnů od objednání, viděli spolumajitelé Jiří Pospíšil, Jan Hanuš a Martin Schovanec příležitost v nastupujícím internetovém prodeji, kdy nebyli vázáni na konkrétní lokalitu, ale mohli obsloužit zákazníky z celé republiky. Za čtvrtstoletí se prodej počítačových her zásadně proměnil. Původní hry ve velkých krabicích s množstvím doplňkového obsahu postupně nahradil digitální prodej prostřednictvím Steamu či stahování her přímo do herních konzolí.

Spolumajitelé Xzone začali vnímat pokles prodejů fyzických her, a proto rozšířili svoji nabídku o merchandise, zejména figurky, oblečení a sběratelské předměty spojené s herní a filmovou popkulturou. V posledních letech se nabídka Xzone rozšířila i o stolní deskové a karetní hry, u nichž společnost zajišťuje překlady do češtiny a uvedení na tuzemský trh. Právě tento posun se následně stal jedním ze základů dnešního konceptu jeho kamenných prodejen. Pilotní spojení obchodu a herny si společnost Xzone vyzkoušela nejprve v Brně, kde se ukázalo, že zákazníci nechtějí hry pouze nakupovat, ale chtějí se také setkávat, hrát a být součástí komunity. Tento princip proto Xzone přenesl také do Prahy.

**Prodejna, do které se chodí bez nákupního seznamu**

Původní prodejny v centru Prahy byly pro tyto účely nevyhovující, protože v nich nebyl prostor pro vytvoření herny, kde by se hráči mohli scházet a zahrát si deskové hry či uspořádat turnaj např. v Pokemonech. Společnost hledala moderní větší prostory a umístění pražské prodejny na Lužinách bylo vybráno záměrně. V okolí jsou velká sídliště, školy a početná mladší populace, lokalita je také dobře dostupná metrem. Výsledkem je moderní prodejna, která je současně místem osobního setkávání lidí se stejnými zájmy. *„Vždycky jsme si přáli mít prostor, kde budou mít zákazníci všechno: počítačové hry, fanouškovské předměty, karetní hry a zároveň místo, kam můžou chodit hrát a užívat si volný čas. A přesně to pro ně Xzone představuje,“* dodává Jiří Pospíšil, spolumajitel a obchodní ředitel Xzone.

Komunita přitom není jen jedna. Prakticky každá desková či karetní hra má své vlastní publikum, pravidla a způsob fungování. Zaměstnanci Xzone se v těchto komunitách sami dlouhodobě pohybují a někteří se z takové komunity přímo rekrutovali, takže zákazníkům dokážou nejen prodat produkt, ale také poradit a pomoci jim vstoupit do světa konkrétní hry.

**Pokémoni, Riftbound i návrat deskových her**

Velkým fenoménem současnosti jsou sběratelské karetní hry. Mezi nejpopulárnější patří Pokémon, který si udržuje popularitu napříč generacemi, a nově také Riftbound ze světa League of Legends či Lorcana. Silnou pozici mají rovněž deskové hry inspirované známými počítačovými tituly, např. Heroes of Might & Magic III nebo Gwint vycházející ze světa Zaklínače. A právě propojení digitálního a fyzického herního světa patří mezi silné stránky Xzone. Firma dokáže oslovit fanoušky počítačových titulů a nabídnout jim další způsob, jak se svým oblíbeným světem zůstat v kontaktu i mimo záři monitoru či televize.

**Hraní her nemá věkový limit**

Zajímavým poznatkem z návštěvy prodejny bylo také věkové rozpětí zákazníků. Rozhodně už nejde pouze o děti a teenagery. Do prodejny dnes přichází i starší generace zákazníků, která před lety sama nakupovala počítačové hry

nebo Pokémony, a dnes tuto vášeň pro hraní předává svým dětem. *"XZONE ukazuje další rozměr kamenného retailu. Prodejna se může stát místem, kde společný zájem propojuje generace a kde se vztah zákazníka ke značce vytváří prostřednictvím zážitku,"* říká Kateřina Pauzarová, manažerka Visa CZ z týmu pro akceptaci platebních karet.

**Prodejna jako flexibilní svět popkultury**

Vedoucí prodejny Xzone na Lužinách Jakub Weigl prozradil, že samotný interiér prodejny Xzone je koncipován tak, aby se mohl měnit průběžně podle aktuální nabídky i potřeb zákazníků. Mobilní regály umožňují prostor upravovat a jednotlivé produktové zóny jsou tematicky propojené. Návštěvník zde najde konzolové a počítačové hry, Pokémony, One Piece, Pána prstenů, Zaklínače, Naruto, Cyberpunk, deskové hry, knihy, artbooky, puzzle, figurky, oblečení, hrnky, lampičky nebo vinylové desky se soundtracky. Výrazné místo má také český fenomén Kingdom Come. Xzone totiž nabízí licencované produkty této značky a podle zkušeností personálu pro ně na Lužiny cíleně přijíždějí i zahraniční návštěvníci Prahy.

**Zákazník si může produkt skutečně vyzkoušet**

Důležitou součástí zákaznického zážitku je možnost některé produkty nejen vidět, ale také vyzkoušet. V herní části jsou například k dispozici konzole Nintendo Switch 2 a PlayStation 5. Návštěvníci si tak mohou přijít společně či individuálně zahrát, aniž by jejich návštěva musela být bezprostředně spojena s nákupem. Prodejna pořádá také turnaje a další komunitní aktivity. Zajímavým příkladem je kroužek barvení miniatur, který je pro návštěvníky zdarma. K dispozici není pouze vybavení, ale také zkušený lektor, který účastníkům poradí s technikou. A právě odborná znalost zaměstnanců je jednou z důležitých součástí celého konceptu.

**Hernu lze během chvíle přestavět**

Srdcem prodejny je samostatný herní prostor, kde jsou stoly navrženy tak, aby se s nimi dalo jednoduše manipulovat a hernu bylo možné přizpůsobit konkrétní akci. Někdy je potřeba vytvořit velkou plochu pro figurkové bitvy, jindy naopak co nejvíce míst pro karetní turnaj. V případě větších akcí lze přestavět prakticky celou prodejnu. Mobilní regály se posunou ke stěnám a doplní se další skládací stoly. Retailový prostor tak není statický, ale mění se podle toho, co právě zákazníci potřebují, říká vedoucí prodejny Jakub Weigl.

**E-shop prodává, prodejna buduje vztah**

Podle Jiřího Pospíšila připadá přibližně 80 % obratu společnosti na e-commerce a 20 % na kamenné prodejny. Xzone tak zůstává především silným internetovým obchodem, čemuž pomáhá expanze na další evropské trhy. Role kamenné prodejny je však unikátní, protože vytváří skutečné místo pro komunitu hráčů.

**Srpnový vítěz postupuje do finále**

Prodejna Xzone se na základě hodnocení exteriéru, interiéru, designu, vystavení zboží, navigace, POP komunikace, zákaznických služeb a způsobů placení v rámci mystery shoppingu stala vítězem Visa Czech Top Shop za měsíc srpen 2026. Xzone se tímto vítězstvím zařadila mezi dvanáct finalistů ročníku 2026. Přejeme jí proto hodně štěstí v klání o titul nejlepší prodejny roku 2026 a sami jsme zvědaví, jak odborná finálová porota vyhodnotí její jedinečný koncept – neprodávat pouze produkty, ale nabídnout zákazníkům důvod přijít, zůstat, vracet se a stát se součástí komunity.

HARDWARE
XZONE
1st Prize
VISA
XZONE