

М.Видео «наняла» виртуального амбассадора Эм.Ви

23 мая 2023 года, Москва, Россия

Бренд М.Видео, входящий в Группу М.Видео-Эльдорадо, ведущую российскую компанию в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), [создал](#) при помощи игрового 3D-моделирования собственного цифрового инфлюенсера по имени Эм.Ви. Инфлюенсер будет вести социальные сети ритейлера, блоги на медийных площадках ритейлера и участвовать в рекламных кампаниях.

Виртуальный фотореалистичный аватар Эм.Ви станет новым инструментом М.Видео для коммуникаций с молодой аудиторией и экспериментальных проектов в сфере маркетинга, в том числе, в рамках коллаборации с брендами-производителями гаджетов и техники. Героиня создана под разные платформы, включая игровой движок Unreal Engine, имеет уникальное визуальное воплощение и собственный голос. Благодаря технологии motion capture, ИИ-моделям обработки речи и аудио Эм.Ви сможет самостоятельно проводить стримы, разговаривать с аудиторией через gpt-подобную языковую модель, а также помогать ориентироваться в товарах и сервисах.

Инфлюенсер будет вести социальные сети ритейлера, блог на М.Клик – медийной площадке М.Видео, участвовать в рекламных кампаниях, в том числе, на ТВ.

Аватар уже на старте имеет глубокую продуманную легенду «личности» - с точки зрения предпочтений, характера, эмоций, что отличает проект М.Видео от похожих виртуальных инфлюенсеров на рынке. Девушка обладает яркой внешностью, харизматична, мало что знает о реальной жизни, зато разбирается в технике для интересного и комфортного времяпрепровождения. Она воплощает в себе лучшие черты Аэлиты, персонажей видеоигр, а также v-tubing трендов на Twitch. Эм.Ви «своя девчонка», которая одевается ярко и в последних трендах моды. Она пытается понять людей, смысл жизни, любит кататься на скейте, музыку и вечеринки, но главное ее увлечение – вдохновлять людей смотреть на привычные вещи под новым углом: в технике видеть больше, чем просто технику, а в простых человеческих радостях заново находить источник вдохновения, который раньше мы возможно, просто, не замечали. Для приветствия она использует фирменных жест в виде буквы «М» и фразу «Всем Эм.Привет!»

Благодаря искусственному интеллекту и накопленному опыту М.Видео Эм.Ви знает все о гаджетах, умеет заинтересовать, полезно и интересно про них рассказывать, находясь на одной волне с широкой аудиторией, особенно зумерами.

Над образом, убедительностью, характером и другими деталями воплощения и «жизни» Эм.Ви в рамках экосистемы М.Видео несколько месяцев трудилась команда ритейлера совместно с известной российской студией запуска цифровых аватаров и высокотехнологичного контента ITSALIVE.

Директор по маркетингу и цифровому опыту клиента Группы М.Видео-Эльдорадо Василий Большаков:

«Эм.Ви выступит носителем ДНК-кода компании, нашим «голосом и лицом» в цифровом пространстве, адаптивным под различные задачи и инструменты. Героиня будет вовлечена в промо и контентные проекты, от ведения рубрики в бренд-медиа и социальных сетях или

генерирования CRM-рассылок, до товарных рекомендаций и проведения собственных распродаж в онлайн. Для виртуального аватара пишется специальный софт, который в будущем сможет генерировать автоматизированный контент».

На старте кампании у ЭМ.Ви появилась собственная страничка [на сайте М.Видео](#). ЭМ.Ви завела собственный блог [в журнале М.Клик](#), где ответила на вопросы о себе, и уже активно знакомится с аудиторией ВКонтакте и Telegram.

М.Видео на протяжении 30 лет делает технологии массовыми и доступными для россиян, ориентируется в своей работе на внедрении инноваций и ищет новые подходы в коммуникации с покупателями. Так, в сентябре 2022 года сеть М.Видео первой среди ритейлеров открыла виртуальный магазин в метавселенной Roblox, охватив десятки миллионов россиян в соцсетях, медиа и на самой площадке.

О Группе

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. В периметр Группы входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла и электронной коммерции, и крупнейшая в России финтех платформа по объёму выданных кредитов «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает как онлайн-платформу, так и сеть магазинов под обоими брендами, общий трафик компании составляет порядка 1,3 миллиардов контактов в год. «М.Видео» и «Эльдорадо» лидируют по уровню общего спонтанного упоминания бренда в категории магазинов, торгующих бытовой техникой и электроникой.¹

Группа М.Видео-Эльдорадо управляет сетью из более чем 1200 магазинами в 370 российских городах от Калининградской области до Камчатки и развивает собственный маркетплейс техники и электроники, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны.

Группа М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

**Пресс-служба:
Андрей Петров**

Andrey.Petrov@mvideo.ru
pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 684 76 22

¹ По данным количественного маркетингового трекингового исследования, проведённого ООО «Миллвард Браун АРМИ-Маркетинг» в период с 04.07.2022 г. по 25.12.2022 г. среди 3825 респондентов, проживающих в 348 городах России.