

## М.Видео-Эльдорадо за год вдвое расширила инфраструктуру для поставщиков маркетплейса

23 апреля 2024 года, Москва, Россия

**Группа М.Видео-Эльдорадо**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), продолжает развитие собственного маркетплейса электроники. За год ритейлер вдвое увеличил логистическую инфраструктуру для поставщиков за счёт расширения зон хранения 3P-ассортимента в Ростове-на-Дону, Новосибирске, Казани и Самаре.

Селлерам во всех регионах присутствия доступны схемы FBS (Fulfillment by Seller) и FBM (Fulfillment by ООО «МВМ»). За год Группа М.Видео-Эльдорадо удвоила объёмы хранения товаров от селлеров, на сегодняшний день складская сеть состоит из объектов в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге, Казани, Новосибирске и Самаре. Увеличение логистической инфраструктуры для поставщиков позволило сократить сроки доставки заказов с маркетплейса в среднем на один день.

По итогам первого квартала 2024 года ассортимент маркетплейса увеличился в 1,5 раза в годовом сопоставлении и достиг 160 тыс. наименований техники и комплиментарных товаров. На конец первого квартала с площадкой работает уже 860 поставщиков, что вдвое больше, чем в начале 2023 года. Средний чек партнёрских товаров увеличился в 1,5 раза, достигнув 7,5 тысяч рублей. Позитивной динамике способствовал рост доли продаж товаров с высокой средней стоимостью и повышение частоты покупок на клиента.

Покупателям доступны партнёрские товары как в привычных категориях бытовой техники и электроники, так и в комплиментарных: электроинструменты, товары для сада, спорта и здоровья, сантехника, товары для авто и др. Среди партнёров площадки такие отечественные бренды, как Yamaguchi, Kitfort, Simfer, «Смоленскмебель», «Ресанта» и другие. Помимо онлайн-витрины М.Видео-Эльдорадо предлагает селлерам уникальную возможность представления продукции на полках магазинов.

По итогам первого квартала в годовом сопоставлении М.Видео-Эльдорадо отмечает рост штучных продаж целого ряда партнёрских товаров. В частности, спрос на ПК и ноутбуки вырос в 4,5 раза, на телевизоры - в 3 раза, на технику для ухода за телом - в 2,7 раза, на кофемашины – в 2,7 раза, на смартфоны – на 69% и на технику для кухни и дома на 54%.

### Директор маркетплейса «М.Видео-Эльдорадо» Александра Иванченко:

«М.Видео-Эльдорадо» продолжает предлагать партнёрам различные форматы выгодного сотрудничества, а также хранение товаров на собственных складах, федеральную логистику и фулфилмент, продвижение товаров как онлайн, так и в розничных магазинах. В начале этого года мы запустили «умный» чат-бот для поддержки поставщиков, а также улучшили функциональность заведения товаров и значительно увеличили количество промоакций. На целый ряд категорий по-прежнему действует сниженная комиссия, которая делает продажи техники и электроники на нашем нишевом маркетплейсе самыми маржинальными на рынке. В первом квартале этого года мы также продолжили расширять географию складов с хранением 3P-товаров для сокращения сроков доставки. В частности, с 1 апреля заработал седьмой склад для 3P-поставщиков в Самаре. Кроме того, мы запустили пилотный проект во Владивостоке».

## Директор по логистике «М.Видео-Эльдорадо» Андрей Кротов:

«Одна из наших ключевых задач – улучшение процессов складской логистики и «последней мили». Плотная и распределённая логистическая инфраструктура является конкурентным преимуществом М.Видео-Эльдорадо перед маркетплейсами и другими онлайн-игроками. Наша региональная и городская инфраструктура хранения, распределения и доставки товаров по всей России включает в себя порядка 390 тысяч кв. м только складской площади без учёта магазинов. Мы держим около 70% товарных запасов в магазинах, а также расширяем объёмы хранения партнёрских товаров на городских складах. Такая система призвана существенно ускорить самовывоз и клиентскую доставку онлайн-заказов от наших партнёров».

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 финтех-платформа «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает онлайн-платформу и розничную сеть из более чем 1 200 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплиментарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общий трафик двух сетей составляет порядка 1,2 млрд контактов в год.

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 М.Видео-Эльдорадо  
[pr@mvideo.ru](mailto:pr@mvideo.ru)