

М.Видео-Эльдорадо кардинально меняет программу лояльности М.Club в рамках трехлетней стратегии развития: теперь можно списать до 50% от стоимости покупки бонусами

12 мая 2025 года

М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), в рамках реализации трехлетней стратегии развития, ключевые направления которой одобрены Советом директоров, объявляет о старте трансформации объединенной программы лояльности М.Club. С 12 мая при оплате покупки клиенты М.Видео-Эльдорадо смогут списывать до 50% от стоимости товара бонусными баллами, в то время как ранее опция ограничивалась 30%. Изменения направлены на улучшение пользовательского опыта и повышение гибкости клиентов в вопросе планирования трат.

Генеральный директор Компании М.Видео-Эльдорадо Феликс Либ:

«Развитие программы лояльности – один из ключевых элементов нашей новой трехлетней стратегии, на которую мы делаем большую ставку с точки зрения развития нашей бизнес-модели. Происходящими изменениями мы показываем, что во главе всех процессов для нас стоит клиент, его впечатления и эмоции от взаимодействия с нашими каналами продаж. Как Главный эксперт по технике мы понимаем, что каждое касание с покупателем должно быть для него позитивным, экономически выгодным, простым и предсказуемым. Текущее обновление позволит нарастить долю списания баллов и сможет добавить нам дополнительных очков в глазах покупателей за счет существенного влияния на конечную стоимость заказа.

Таким образом, обновление М.Club – это не просто корректировка условий, а шаг к более зрелой, технологичной модели лояльности, в которой клиент получает понятные преимущества за свой выбор и доверие к нашему бренду, приобретая при этом только качественный товар, удобный сервис и гарантию на купленную технику».

По итогам 2024 года общее количество клиентов компании превысило 75 млн человек, рост год к году составил более 5 млн пользователей.

Несмотря на существенные изменения в порядке списания бонусных баллов, условия начисления остаются прежними: 3% от суммы чека при покупке техники, 5% – при покупке аксессуаров и 10% – за оплату сервисных услуг и расширенных гарантий. Все бонусы начисляются зарегистрированным пользователям на карту лояльности и становятся активными через 15 дней. Срок действия остается прежним – 180 дней. При этом важно отметить, что алгоритм начисления и истечения жизни бонусов в рамках промокампаний определяется отдельно правилами конкретных акций.

Участники программы лояльности М.Видео-Эльдорадо продолжат получать персональные предложения – специальные акции и скидки с учетом их покупательских предпочтений. Возможность частичной оплаты бонусами сохранится и для ряда товаров партнеров за исключением отдельных позиций. Информацию о том, доступна ли на заинтересовавший товар частичная оплата бонусными баллами, можно уточнить в карточке продукта в разделе «Персональная цена» или очно у консультанта в магазине. На услуги доставки, установки и другие дополнительные опции списание бонусов пока не распространяется.

Напомним, объединение программ лояльности «М.Видео» или в «Эльдорадо» под единым брендом М.Club завершилось в сентябре 2024 года. Это дало клиентам возможность копить и списывать бонусные рубли в любом из более чем 1,2 тыс. магазинов М.Видео-Эльдорадо, а также использовать функцию кросс-покупки. Теперь заказ можно забрать в любом удобном магазине независимо от того, где он был оформлен: в «М.Видео» или в «Эльдорадо».

Ссылка на фотографии:

<https://disk.yandex.ru/d/kj6NyvmXbhIPsA>

Ссылка на баннер-анимацию с Ламой Пополомой:

<https://drive.google.com/file/d/1pIpSFphDeP6gqtB7-3ykG3dN15D032e6/view?usp=sharing>

О Компании

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 Компании 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.

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

Пресс-служба: pr@mvideo.ru