

## Группа М.Видео-Эльдорадо стала лидером цифровой трансформации клиентского опыта в ритейле

22 октября 2024 года

**Группа М.Видео-Эльдорадо**, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), стала одним из основных лидеров рынка в области цифровизации клиентского опыта наряду с «Лентой» и «ВкусВиллом». Согласно исследованию, проведенному Фондом «Сколково», эти ритейлеры демонстрируют наивысшие показатели по внедрению цифровых решений, направленных на улучшение взаимодействия с клиентами.

Исследование выявило ключевые тренды текущего года в развитии клиентского опыта и цифровизации ритейла. По сравнению с прошлым годом, все компании значительно усилились в этих направлениях. Одним из главных трендов стало развитие Retail Media – более половины компаний активно внедряют этот инструмент для коммуникации с покупателями, продвижения товаров и монетизации рекламы, превращая его в отдельную статью доходов.

Другим важным трендом стал фудшеринг. Такие компании как «Лента» и X5 Retail Group регулярно жертвуют продукты на благотворительность и расширяют географию социального проекта. Кроме того, заметно увеличилось количество магазинов самообслуживания: «М.Видео» тестирует внедрение киосков самообслуживания, а «ВкусВилл» совместно с резидентом «Сколково» «Neurus» запустил пилотный проект с 30 круглосуточными магазинами без продавцов в Москве и Московской области.

Большинство компаний стремятся реализовывать долгосрочные цифровые проекты, направленные на повышение удобства сервисов и улучшение пользовательского опыта, что отражает общую тенденцию к усилению цифровизации в отрасли.

«Лента» выделяется гиперперсонализированными настройками поиска продуктов для каждого клиента. Компания также предлагает систему оценки товаров на основе отзывов покупателей, короткие видео с рекомендациями и рецептами, а также чат-бот в приложении и чат «Лента на связи». Помимо этого, ритейлер запустил навигацию по 150 гипермаркетам в мобильном приложении. До конца года эта функция будет доступна во всех отделениях. Кроме того, «Лента» внедрила разработанную резидентом «Сколково» систему Upmetric для создания персонализированных электронных чеков, что дополнительно повышает уровень индивидуализации обслуживания клиентов.

### **Сергей Сергеев, директор по цифровым инновациям и IT компании «Лента»:**

«"Лента" стремится стать чемпионом российского ритейла, и этой цели мы планируем достичь в том числе благодаря лучшей индивидуализации, которая включает в себя персональные предложения. Поэтому мы постоянно совершенствуем наши сервисы, улучшаем клиентский опыт, внедряем цифровые сервисы и выстраиваем омниканальность. Мы объединили сайты и приложения торговой сети и сервиса доставки, запустили мобильную навигацию в наших гипермаркетах, устанавливаем кассы самообслуживания. Особое внимание мы уделяем нашему мобильному приложению, в котором покупатель может найти всю необходимую информацию – от наличия товара в конкретном магазине и персональных скидках до развлекательного контента».

М.Видео вместе с CGI-студией ITSALIVE и креативным агентством Instinct развивает виртуального амбассадора Эм.Ви, а «ВкусВилл» применяет компьютерное зрение для оптимизации процессов в дарксторах.

### **Дмитрий Марыкин, директор по клиентскому сервису и цифровому опыту Группы М.Видео-Эльдорадо:**

«Мы активно развиваем сервисы на основе анализа данных и машинного обучения для создания персонализированного покупательского опыта. Искусственный интеллект анализирует поведение покупателей и формирует ассортимент под разные группы клиентов, регионы и сезоны. Мы объединяем физическую розницу и онлайн-каналы вокруг мобильной платформы, позволяя клиенту бесшовно перемещаться между ними. В сентябре 2024 года мы объединили программы лояльности М.Видео и Эльдорадо. Кроме того, мы используем чат-ботов на основе машинного обучения, которые

обрабатывают более половины письменных обращений клиентов и подстраиваются под их интересы. Также планируем использовать нейросеть для генерации описаний товаров».

## **Наталья Цеберс, управляющая клиентского пути в онлайн «ВкусВилл»:**

«Улучшение клиентского опыта неразрывно связано с цифровизацией. Технологии ИИ используются во всех направлениях: от рекомендаций до аналитики. Цифровизация – это инструмент, чтобы покупатели получали свежие продукты быстрее. Ночные магазины, кассы самообслуживания, гиперперсонализация поиска – все это помогает сделать сервисы удобнее и создавать для покупателей сервис высочайшего уровня».

Исследование проводилось среди топ-20 российских розничных компаний, которые оценивались на основе DCI-индекса (Digital Customer Index) по 58 ключевым параметрам цифровизации. Оценивались такие критерии, как удобство пользования мобильными приложениями, персонализация, наличие чат-ботов, автоматизация покупок, а также вклад в ESG-повестку и другие. Первое место в рейтинге заняла компания «Лента» с итоговым баллом 37,2 из возможных 58. «М.Видео» и «ВкусВилл» разделили второе и третье места с результатами 33,2 и 32,4 балла соответственно.

## **Ольга Стрелова, директор центра технологий для ритейл Фонда «Сколково»:**

«По сравнению с индексом цифровизации клиентского опыта прошлого года мы заметили новые тренды и внесли новые критерии: в первую очередь это касается применения ИИ-технологий – теперь они все больше используются в процессах генерации таргетированной рекламы, оценки действий и эмоциональной настроенности покупателя и его предпочтений, роботизации операционных процессов. В Retailtech Hub Фонда «Сколково» на сегодня 563 резидента с решениями, применяемыми в процессах торговых сетей – и в «дорожных картах» развития этих компаний также прослеживается тренд на использование ИИ во всех процессах».

Сравнение рейтингов за 2023 и 2024 годы демонстрирует значительные изменения в позициях ведущих ритейлеров. «Лента» совершила рывок с 3-го места в 2023 году на 1-е место в 2024, увеличив показатель с 43,4% до 64,1%. «М.Видео», лидировавший в 2023 году, опустился на 2-е место, но при этом улучшил результат с 52,9% до 57,3%. «ВкусВилл» показал наиболее динамичный рост, поднявшись с 7-го места на 3-е и увеличив показатель с 38,5% до 55,8%.

Исследование «Сколково» наглядно демонстрирует, что российские ритейлеры активно внедряют передовые цифровые технологии для улучшения клиентского опыта. Лидеры рынка не только адаптируются к меняющимся потребностям покупателей, но и формируют новые стандарты в отрасли. Развитие искусственного интеллекта, персонализации и омниканальности становится ключевым фактором конкурентоспособности в современном ритейле. По мере того как цифровая трансформация продолжает набирать обороты, можно ожидать появления еще более инновационных решений, которые будут способствовать повышению удобства и качества обслуживания клиентов во всех каналах взаимодействия.

С полным исследованием можно ознакомиться [по ссылке](#).

## **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 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:** [pr@mvideo.ru](mailto:pr@mvideo.ru)