

## Группа «М.Видео-Эльдорадо» разместила дата-офис в Яндекс.Облаке

20 августа 2020 года, Москва, Россия. Группа «М.Видео-Эльдорадо», крупнейшая российская розничная компания по торговле электроникой и бытовой техникой, входящая в ПФГ «САФМАР» Михаила Гуцериева, перенесла проверку гипотез, обучение и тестирование моделей, а также запуск data science сервисов на платформу Яндекс.Облако. Это позволило ритейлеру всего за несколько месяцев увеличить количество одновременно пилотируемых проектов в сфере аналитики данных более чем в десять раз.

Группа «М.Видео-Эльдорадо» перенесла разработку и эксплуатацию продуктов дата-офиса на платформу Яндекс.Облако. Пандемия ускорила трансформацию ритейлера в онлайн-бизнес, переход на «умные» сервисы и автоматизированные операции, что потребовало быстрого масштабирования мощности собственного дата-центра. «Облачные» решения обеспечивают надёжное хранение информации и доступ к технологиям быстрых вычислений при прозрачном контроле затрат. С переходом на платформу Яндекс.Облако «М.Видео-Эльдорадо» в три раза увеличила объем ресурсов для ML-разработки, это даёт возможность одновременно проводить порядка 100 пилотов и экспериментов.

«За два года с открытия Data Science центра мы значительно расширили область своей компетенции, штат сотрудников и объёмы разработки выросли в несколько раз. Сейчас дата-офис «М.Видео-Эльдорадо» на постоянной основе разрабатывает и выводит в продуктив целый ряд решений для автоматизации и повышения эффективности бизнеса во многих направлениях: коммуникации с клиентами, формирование персонализированных предложений, работа с ассортиментом и промо-планом. Такой рост требует гибкого подхода к мощностям. Облачные технологии позволяют нам масштабировать инфраструктуру буквально в течение часа и также быстро свернуть, когда она не используется, оптимальным образом используя финансовые ресурсы без масштабных инвестиций в закупку и поддержку собственного оборудования», – **рассказал директор дата-офиса «М.Видео-Эльдорадо» Кирилл Иванов.**

Компания начала активно использовать графические ускорители (GPU) и перешла на модель потребления вычислительных мощностей в объёме, необходимом только для решения конкретной задачи. Для оперативной обработки данных дата-офис ритейлера с помощью сервиса Yandex Cloud Interconnect соединён с дата-центром Яндекс.Облака. Построение собственного ЦОДа для задач дата-офиса «М.Видео-Эльдорадо» привело бы к существенному увеличению сроков проекта и капитальных затрат.

Группа «М.Видео-Эльдорадо» с 2018 года использует инструменты машинного обучения и анализ данных в интернет-маркетинге, коммерции, логистике, управлении финансами и персоналом для повышения продаж и эффективности бизнес-процессов. Основные проекты компании связаны с разработкой рекомендательных сервисов, которые помогают понять потребности покупателей и сделать персонализированное предложение, а также прогнозируют наиболее востребованный ассортимент, необходимое количество розничных сотрудников, объем логистических перевозок и оптимальный уровень цен. Более того, «М.Видео-Эльдорадо» использует ИИ для создания решений на основе аналитики видеоданных. Они помогут глубже оценивать эффективность работы розницы, снизить загруженность конкретных зон, выстроить более персонализированный опыт для каждого клиента.

### Контакты для прессы:

**Валерия Андреева**, руководитель  
департамента по связям с общественностью,

[valeriya.andreeva@mvideo.ru](mailto:valeriya.andreeva@mvideo.ru)

Тел: +7 (495) 644-28-48, доб. 7386

## О Группе

**Группа М.Видео-Эльдорадо** (ПАО «М.видео») – крупнейшая российская розничная компания на рынке бытовой техники и электроники, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. Совокупный годовой оборот компаний превышает 435 млрд рублей с НДС по итогам 2019 года. Группа 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).

По состоянию на 30 июня 2020 года Группа объединяет 532 магазинов под брендом М.Видео, 505 магазинов под брендом Эльдорадо и 20 магазинов m\_mobile в более чем 250 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов Группы составляет 1 450 тыс. м кв., общая площадь – 1 984 тыс. м кв. на 30 июня 2020 года.