

М.Видео запускает магазины в формате «управляй со смартфона», первый двухэтажный концепт-стор открылся в «МЕГА Химки»

04 июня 2021 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео», МосБиржа: MVID), ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, входящая в Группу САФМАР Михаила Гучериева, запускает новый формат магазинов М.Видео, полностью ориентированных на клиентский опыт в формате «управляй со смартфона». М.Видео отдаёт предпочтение цифровым информационным носителям перед бумажными, использует в оформлении преимущественно экологичные материалы. Первый магазин М.Видео в новой концепции открылся в СТЦ «МЕГА Химки». До конца года ритейлер планирует открыть новые магазины или провести редизайн ещё в 30 локациях по всей России.

Дизайн и зонирование нового формата М.Видео учитывает актуальные потребительские тренды – экологичность, модульное зонирование, использование смартфона и мобильного приложения как инструментов получения дополнительной информации о товарах, взаимодействия с персоналом магазина и оплаты, быстрый и лёгкий выбор товаров на полке. За разработку цветового решения розничного объекта и универсального модульного торгового оборудования отвечало европейское агентство ITAB.

В оформлении магазина использованы преимущественно натуральные материалы – дерево, стекло и бетон. Для информирования и привлечения внимания клиентов минимизированы бумажные носители, фокус сделан на цифровых поверхностях, что делает переход между розничным магазином и мобильным приложением бесшовным. Используя QR-ценники и QR-POSm клиенты через мобильное приложение получают все необходимые характеристики товаров, персональные цены, отзывы, а также доступ ко всему ассортименту через онлайн-платформу. Любой экран и телевизор в магазине также может использоваться в качестве «бесконечной полки». Оказать персонализированную экспертную поддержку смогут консультанты, которые оснащены смартфоном с приложением для авторизации покупателя.

Мобильная платформа М.Видео-Эльдорадо объединяет мобильное приложение покупателя и приложение консультанта. Средний чек клиентов, использующих мобильные решения в рознице, на 38% выше, чем у обычных покупателей за счёт персонализации, бесшовного опыта онлайн и офлайн. В 2020 году продажи через мобильную платформу заняли 31% от GMV М.Видео-Эльдорадо, по итогам первого квартала 2021 года – уже больше 40%, в среднесрочной перспективе Группа довести эту долю до 60%.

Директор розничных продаж М.Видео Вячеслав Корнилов:

«Новый концепт магазинов М.Видео выводит покупательский опыт за рамки стандартного представления об офлайн-шоппинге, и стал отражением в физическом пространстве нашей гибридной бизнес-модели и платформы OneRetail с фокусом на мобильные технологии. Несмотря на рост онлайн-продаж, магазины по-прежнему остаются ключевой точкой контакта с клиентами, в прошлом году более 90% заказов было выполнено с использованием их инфраструктуры. Розничная сеть также является продолжением покупательского онлайн-опыта и важной частью логистической платформы. Более трети ассортимента бренда доступно для самовывоза уже через 15 минут после оформления онлайн-заказа. Концентрация товарных запасов, которые формируются с учётом данных предиктивной аналитики, позволяет осуществлять более быструю доставку при помощи собственной курьерской службы, а также сервисов такси – клиент получает покупку в течение двух часов».

В обновлённом магазине М.Видео в «МЕГЕ Химки» на двух этажах общей площадью около 4 000 кв. м. представлено около 300 брендов ведущих производителей техники, действует более 10 активных зон с открытой выкладкой, где посетители могут протестировать технические новинки – от домашней техники до гейминга и спорта.

Среди ключевых интерактивных корнеров: смартфоны и телеком-товары, Smart home («умный свет», «умные шторы», «умная колонка», гейминг (зоны от Intel, PlayStation, Nintendo, и Microsoft Xbox, HTC с шлемом виртуальной реальности Cosmos), встраиваемая техника, премиальная техника. Новые отделы «M.Sport», «студия красоты» и «полезная кухня» раскрывают актуальную тему здоровья и красоты. Кухня разделена по темам – чай и кофе с возможностью дегустации, «выпечка», «гриль-бар» и «полезная кухня». Пространства будут задействованы для тренингов и мастер-классов от декораторов, дизайнеров кулинаров и стилистов. Отдел «музыка» представлен тремя направлениями – портативная музыка, музыка для вечеринок, музыка для дома. Обслуживание клиентов B2B стало ещё комфортнее и быстрее благодаря отдельной зоне. Для маленьких гостей доступен Мульт-театр. Обновление получил центр обслуживания клиентов с электронной очередью, где происходит выдача товара.

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. Общие продажи (GMV) Группы превышают 500 млрд руб. с НДС по итогам 2020 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 идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

По состоянию на 31 марта 2021 года Группа объединяет 545 магазинов под брендом М.Видео, 553 магазина под брендом Эльдорадо в почти 300 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов Группы составляет 2 020 тыс. м кв.

Пресс-служба:

Валерия Андреева
Руководитель департамента по связям с общественностью
valeriya.andreeva@mvideo.ru
Тел.: +7 (916) 978 02 10

Андрей Петров
pr@mvideo.ru