

М.Видео-Эльдорадо масштабирует первую в России систему видеоаналитики с доказанной экономической эффективностью

06 августа 2021 года, Москва, Россия

ПАО «М.видео» (Группа М.Видео-Эльдорадо, «Компания» или «Группа»; МосБиржа: MVID), ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, до конца года планирует расширить проект по видеоаналитике на порядка 50 магазинов. По результатам пилота анализ видеопотока доказал коммерческую эффективность – коэффициент привлечения клиентов в пилотных магазинах рос на треть быстрее за счёт повышения качества клиентского сервиса и реализации сценария «одинокий покупатель». Собственное решение, разработанное компанией, в среднем в пять раз дешевле рыночных аналогов и позволяет окупать установку с первого месяца.

М.Видео-Эльдорадо масштабирует систему видеоаналитики, разработанную собственным дата-офисом Группы. В июне компания настроила решение по видеоаналитике в пяти дополнительных локациях в Москве, и до конца года планирует увеличить их число до 50 в столице и области – таким образом, число камер, подключённых к нейросети, вырастет до 250. Решение, созданное командой разработчиков Группы, задействует данные с уже установленных в магазинах камер видеонаблюдения, что сводит к минимуму затраты на внедрение. Разворачивать решение персонал магазина может самостоятельно в течение одного дня.

В рамках пилота ритейлер уже реализовал три основных сценария использования полученных данных: «одинокий покупатель», «очередь у касс» и «тепловая карта магазина». Первым направлением стала быстрая помощь покупателям, которые уже некоторое время стоят у полки или перемещаются по торговому залу в поисках консультанта. ИТ-решение оперативно выявляет таких клиентов и отправляет уведомление сотрудникам магазина через чат-бот. Технология способствует повышению внимательности персонала к покупателям и росту качеству сервиса. С начала проекта количество уведомлений о необходимости помочь клиенту или открыть дополнительные кассы сократилось на 75%, а коэффициент конверсии вырос на 35% по сравнению с сопоставимыми магазинами.

Руководитель направления видеоаналитики М.Видео-Эльдорадо Максим Шакура:

Уникальность архитектуры видеоаналитики М.Видео-Эльдорадо состоит в небольших затратах на подключение одного магазина и высокой скорости развёртывания. При этом инвестиции полностью оправданы за счёт более эффективного управления розничными процессами и повышения конверсии магазинов. По нашим подсчётам, внедрение сервиса окупается уже с первого месяца, принося дополнительные продажи. Более того, мы работаем над расширением KPI технологии, закладывая в анализ оценку эффективности разных категорийных и бренд-зон, выявление наиболее удачных конфигураций торгового зала и скорости подхода и обслуживания покупателей.

Команда видеоаналитики дата-офиса М.Видео-Эльдорадо создала простой и быстрый алгоритм масштабирования системы. Теперь ее могут развернуть сотрудники магазина самостоятельно в течение одного-двух дней: достаточно подключить компьютер к сети, привязать и настроить позиционирование камер, а также разметить зоны, которые требуют анализа.

Система видеонализа разработана дата-офисом М.Видео-Эльдорадо. Данные с IP-камер магазина обрабатываются нейронной сетью на основе YOLO – решения для детекции множественных объектов на изображении. Для обработки видеопотока используются облачные решения и инфраструктура на основе Raspberry. Интеллектуальное решение по заданным параметрам в режиме реального времени анализирует поток данных из магазина, может отличить сотрудников от посетителей, а затем «накладывает» данные о местоположении людей на план магазина. Нейросеть также анализирует количество посетителей в зоне выдачи товара и касс. В случае превышения нормы персонал получит сообщение и предпримет действия для разрешения ситуации.

М.ВидеоЭльдорадо

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.

По состоянию на 30 июня 2021 года Группа объединяет 557 магазинов под брендом М.Видео, 580 магазина под брендом Эльдорадо в более чем 300 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов складской инфраструктуры Группы составляет 2 047 тыс. м кв.

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), в свободном обращении находится 24% акций компании. 60% уставного капитала ПАО «М.видео» прямо или косвенно контролируется Саидом Гучериевым, 15% принадлежит «Медиа-Сатурн-Холдинг ГмбХ» (Media-Saturn-Holding GmbH) и ещё 1% акций находится у ООО «МВМ», 100% дочерней компании ПАО «М.видео».

Пресс-служба:

Валерия Андреева

Руководитель департамента по связям с
общественностью
М.Видео-Эльдорадо
valeriya.andreeva@mvideo.ru
Тел.: +7 (916) 978 02 10