

«Мой папа помогает Деду Морозу» – сотрудники складов М.Видео-Эльдорадо и их дети стали героями новогодней рекламной кампании

24 декабря 2021 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), запустила новогоднюю рекламную кампанию в поддержку стратегического развития логистической функции, ориентированную на персонал. В основу креативной концепции легли ответы детей сотрудников центрального склада на вопрос, чем занимаются их родители. По мнению малышей, их мамы и папы помогают Деду Морозу собирать и развозить подарки.

Численность складского персонала М.Видео-Эльдорадо превышает 3700 человек. В 2021 году их количество выросло на 10%. Чтобы поддержать растущие онлайн-продажи и увеличение количества доставок, ритейлер планирует нарастить ресурсы логистических функций в 2022 году еще на 15%, и запускает специальную коммуникационную кампанию, направленную не на покупателей, а на сотрудников складов и их семьи.

Руководитель департамента внутренних коммуникаций и развития бренда работодателя Екатерина Фролова:

«Любому человеку важно, чтобы его работу ценили и замечали окружающие, и актёру, и курьеру. Сотрудники наших логистических центров даже в канун Нового года работают не покладая рук, чтобы праздничное настроение было доставлено в каждый дом. А что об этой работе думают их дети? Мы спросили детей наших логистов, чем занимаются их родители. И знаете, порой взгляд ребёнка на привычные вещи открывает их с совсем неожиданной стороны».

Проект «Работа, которой гордятся дети» - одна из возможностей для компании выразить благодарность и признание сотрудникам логистических функций. С 25 декабря в подмосковном Чехове, где находится центральный склад Группы, и близлежащих городах стартует рекламная оффлайн-кампания, героями которой стали сотрудники Группы – кладовщики и водители грузоподъёмников. Они ежедневно собирают десятки тысяч заказов, обеспечивая клиентам быстрый доступ к огромному ассортименту техники, а своим семьям – достойный уровень жизни. Их главный стимул к работе и реализации – дети, которые ждут их дома, которые верят, что родители – волшебные помощники Деда Мороза в создании праздника.

Рекламные макеты разместят на улицах, в общественном транспорте и локальных печатных изданиях. [Ссылка](#) на визуалы.

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 сентября 2021 года Группа объединяет 563 магазина под брендом М.Видео, 615 магазинов под брендом Эльдорадо в более чем 300 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов складской инфраструктуры Группы составляет 2 081 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 Гуцериевым, 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

valeriya.andreeva@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 978 02 10

Андрей Петров

pr@mvideo.ru