

М.Видео-Эльдорадо расширяет штат собственных экспертов по установке техники и запускает через них новый формат продаж

06 апреля 2022 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), планирует в течение текущего года нарастить численность собственного автопарка на треть, до 210 машин, а количество собственных сервисных сотрудников на 15% до 575 человек. Сервисный персонал ритейлера может не только установить уже приобретённую технику, но и «на месте» порекомендует новые покупки с учётом потребностей семьи, поможет с оформлением заказа через специальное мобильное приложение. Сейчас специалисты компании осуществляют более 50% от всех проданных установок, в перспективе компания планирует довести этот показатель до 70%.

М.Видео-Эльдорадо развивает собственный сервис доставки и установки с 2018 года, наличие собственных автомобилей и специалистов позволяет компании объединить доставку и установку крупной бытовой техники в один визит, что экономит время покупателей. Автопарк приобретён через операционный лизинг и насчитывает более 150 машин, сервис доступен в 69 городах. За прошлый год услугами по установке воспользовались более 500 000 покупателей, более 50% от общего числа установок пришлось на доставку и установку в один день, которую компания осуществляет своими силами. Чаще всего клиенты заказывают установку для стиральных и сушильных машин, холодильников, ТВ, кухонной встраиваемой и климатической техники. По итогам января-марта этого года установки домашней техники выросли почти на 20%.

Компания запустила новый проект по оснащению сервисных бригад смартфонами со специальным ПО, таким же, которое используют продавцы в магазине. Приложение позволяет аккредитовать покупателя по номеру телефона и подобрать персональные предложения с учётом рекомендаций на основе аналитики данных, предложение стало востребованным, компания планирует оснастить этим решением всех сервисных экспертов.

М.Видео-Эльдорадо как один из ведущих игроков рынка крупной бытовой техники развивает «экосистему» сопутствующих услуг и сервисов и стремится максимально удовлетворять потребности покупателей как на этапе выбора техники, так и после её покупки.

Директор по клиентскому сервису и цифровому опыту розничной сети М.Видео-Эльдорадо Станислав Горшенин:

«М.Видео-Эльдорадо имеет уникальную экспертизу не только в ассортименте и обслуживании при продаже крупной бытовой техники, но и в пост-продажном сервисе. Творчески развивая подход «Нам не всё равно», вместе с бесшовным клиентским путём, мы стараемся делать его качественным и гибким и одновременно с доставкой предлагаем услуги установки и дополнительные сервисы – подключение, настройка, демонтаж, обучение, вывоз ненужной техники на утилизацию. В этом году мы намерены активно развивать сервис «под ключ» по доставке и установке в один день, который можно назвать уникальным для российского рынка, и считаем его одним из ключевых конкурентных преимуществ и ценностей для нашей компании.

Развивая идеологию OneRetail, мы также оснастили экипажи специальным мобильным приложением, которое позволяет специалистам, лично оценив потребности клиента находясь в его квартире, показать наиболее выгодные предложения с экрана своего смартфона и тут же закрыть сделку. Уже сейчас в пилотных экипажах мы видим высокий уровень доверия клиентов мнению наших специалистов. В текущем году М.Видео-Эльдорадо примерно на треть расширит количество собственных

брендированных машин, до более чем 200, а также увеличит штат специалистов, что позволит повысить удовлетворённость клиентов, доверие, скорость и качество обслуживания».

Услуги можно оформить при покупке крупногабаритной техники как в магазине, так и онлайн. Их оказание осуществляется по всей стране профессиональными бригадами (более чем 670 собственных специалистов и 1000 аутсорс-партнеров) в радиусе 150–200 км от магазина, в удобное время для покупателя время и вне зависимости от этажа, на котором находится офис или квартира. Гарантия на выполненную работу – два года.

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 570 млрд руб. с НДС по итогам 2021 года.

По состоянию на 31 декабря 2021 года Группа объединяет 599 магазинов под брендом М.Видео, 659 магазинов под брендом Эльдорадо в более чем 370 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов складской инфраструктуры Группы составляет 2 147 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 23,8% акций компании. 60,4% уставного капитала ПАО «М.видео» прямо или косвенно контролируется Саидом Гуцериевым, 15% принадлежит «Медиа-Сатурн-Холдинг ГмбХ» (Media-Saturn-Holding GmbH) и ещё 0,8% 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