

Общее количество участников программ лояльности М.Видео и Эльдорадо превысило 100 млн человек

4 июля 2022 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, зафиксировала рост спроса на программы лояльности своих брендов на фоне роста экономической неопределённости. Около 90% покупок в М.Видео и Эльдорадо по итогам мая-июня совершаются авторизованными клиентами с применением бонусной программы – покупатели либо платят бонусными рублями, либо копят их. Общее количество пользователей программ лояльности М.Видео и Эльдорадо превысило 100 млн человек – 54 млн уникальных участников в М.Club и 49 млн – в «Эльдорадости».

М.Видео-Эльдорадо развивает программы лояльности брендов на основе российских решений и собственных разработок в рамках платформы OneRetail, что позволяет предоставлять покупателям бесшовный опыт онлайн и в магазинах, в том числе, при использовании программы лояльности. За каждую покупку клиенты получают бонусные рубли, которые могут потратить на оплату до 50% от стоимости следующих приобретений, все активности привязаны к мобильному номеру телефона – нет необходимости в физической карте. Покупатель может оперативно узнать баланс своей виртуальной бонусной карты и безопасно оплатить покупку благодаря sms-подтверждению.

Директор по маркетингу и цифровому опыту клиента Группы М.Видео-Эльдорадо Василий Большаков:

«Единое бесшовное пространство OneRetail позволяет идентифицировать наших покупателей не только онлайн, но также в магазине и приложении продавца. Полученные данные помогают выстраивать долгосрочные отношения с клиентами, предлагать персонализированный сервис и максимально выгодное ценовое предложение. Фокус на индивидуальном подходе к покупателям и на развитии собственных ИТ-продуктов позволил нам не только не закрыть программы лояльности, но и продолжать их активно развивать.

Для многих бонусы М.Видео или Эльдорадо – это реальная возможность существенно сэкономить на необходимой технике. Мы также регулярно проводим специальные акции, которые позволяют нашим клиентам получать повышенный кешбэк. Так в июне, [в рамках одной из них](#), более 1 000 покупателей М.Видео получили максимальный кешбэк 100%, эквивалентный почти 22 млн рублей, и смогут потратить его на новые покупки».

Около половины всех покупок в М.Видео и Эльдорадо совершается со списанием бонусов. В среднем, клиенты оплачивают бонусами 10% стоимости покупки – то есть это та скидка, которую каждый клиент получает к рыночной стоимости товара. Самыми продаваемыми товарами со списанием бонусов в обеих сетях по итогам полугодия стали: смартфоны, телевизоры и пылесосы.

В программах лояльности наблюдается равное соотношение мужчин и женщин. Половина покупателей обеих сетей – люди среднего возраста (30-60 лет). Клиенты в возрасте до 30 лет составляют около 14% от общего числа всех покупателей.

Каждый третий участник программы «Эльдорадости» живёт в городе-миллионнике. В М.Club жители городов с населением от 1 млн человек занимают 42% от общего количества участников. При этом в обеих программах лояльности состоит около 20% жителей крупных городов России (от 500 тысяч человек). Несмотря на то, что в целом доли покупателей остались неизменными, за год почти в 1,5

раза (до 0,5 млн) возросло количество участников из городов и населённых пунктов с населением до 50 тысяч человек.

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 марта 2022 года Группа объединяет 605 магазинов под брендом М.Видео, 664 магазинов под брендом Эльдорадо в более чем 375 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов Группы составляет 2 157 тыс. м кв.

Пресс-служба:

Валерия Андреева

valeriya.andreeva@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 978 02 10

Андрей Петров

pr@mvideo.ru