

М.Видео запускает «СКУУУЛЬНУЮ распродажу» новой рекламной кампанией по мотивам тренда 67 (Six Seven)

11 августа 2026 года

ПАО М.Видео, ведущая российская компания на рынке электронной коммерции, традиционно к сезону Back to school запускает сезонную рекламную кампанию «СКУУУЛЬНАЯ распродажа». С 11 августа по 7 сентября покупатели смогут подготовиться к новому учебному году со скидками до 67% на широкий ассортимент товаров — от техники и гаджетов до мебели, рюкзаков, канцелярии и других товаров мультикатегорийного маркетплейса. Ключевой промоотсылкой в новом ролике стал мем Six Seven, завирусившийся у детей и подростков в начале лета через узнаваемые всеми движения и сохраняющий свою популярность в соцсетях.

В конце лета все внимание приковано к школьникам и студентам: родители составляют списки покупок, выбирают технику, собирают канцелярию и обустраивают рабочее место. В этом году мультикатегорийный маркетплейс М.Видео предлагает приобрести все необходимое к началу учебного года в одном месте — и заодно говорит с молодой аудиторией на языке актуальных трендов.

В центре рекламного ролика знакомые школьные персонажи, которые по-новому раскрывают ассортимент распродажи. Учитель физкультуры появляется с рюкзаком и тетрадями, труда — с удобными компьютерными креслами, а классный руководитель предлагает современную технику для учебы — ноутбук и планшет. Созданные с помощью технологий искусственного интеллекта герои собирают полный набор для нового учебного года. При этом школьная сезонная акция уже не только про привычную для М.Видео электронику. Развитие маркетплейса позволяет собрать полноценный набор к новому учебному году в одной экосистеме: купить ноутбук, планшет или умные часы, подобрать компьютерное кресло и настольную лампу, а также найти рюкзак, тетради, канцелярию, аксессуары, одежду и другие необходимые товары.

«СКУУУЛЬНАЯ распродажа» со скидками до 67% отсылает к популярному тренду Six Seven, который этим летом стал одним из заметных культурных кодов молодежной аудитории. Визуальная концепция и коммуникация кампании также обыгрывают характерные элементы тренда, превращая знакомый цифровой код в часть сезонной акции М.Видео.

Андрей Скачёк, директор по маркетингу Компании М.Видео:

«Мы каждый год проводим сезонную кампанию Back to School, чтобы помочь покупателям комфортно подготовиться к началу учебного года и выгодно приобрести все необходимое. Но вместе с развитием М.Видео меняется и сам сценарий подготовки: клиенту нужна не только техника, но и мебель, аксессуары, одежда, канцелярия и множество других товаров, и теперь он может приобрести все у нас на маркетплейсе. В ходе подготовки рекламной кампании нашей основной задачей было донести эту мысль до конечного потребителя. Поэтому нам хотелось сделать сезонную коммуникацию ближе к самой аудитории. Как следствие, мы обратились к актуальному тренду Six Seven и превратили его в основу «СКУУУЛЬНОЙ распродажи» со скидками до 67%».

«СКУУУЛЬНАЯ распродажа» пройдет с 11 августа по 7 сентября 2026 года. В рамках акции действуют скидки до 67% на товары различных категорий, представленных в М.Видео и на маркетплейсе.

Команда проекта:

Андрей Скачёк — директор по маркетингу М.Видео

Пётр Стерлигов — руководитель управления маркетинговых коммуникаций

М.ВИДЕО

Алиса Борисова — руководитель отдела маркетинговых коммуникаций

Анна Фалкова — ведущий менеджер по маркетинговым коммуникациям

Ссылка на фотографии и промо: <https://disk.360.yandex.ru/d/NTPUuw8fTvDAAQ>

О Компании

«М.Видео» — мультикатегорийный маркетплейс с собственной развитой розницей и сетью из более чем 50 тысяч партнерских ПВЗ и постаматов. В периметр Компании входит сеть магазинов, маркетплейс, ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке авторских программных решений, а также сервисное направление «М.Мастер», развивающее услуги по доставке, установке, настройке, ремонту и обслуживанию техники, а также выкупу и продаже устройств в трейд-ин.

Компания развивает онлайн-платформу и розничную сеть брендов «М.Видео» и «Эльдорадо» из около 900 магазинов от Калининграда до Владивостока, федеральную логистическую инфраструктуру, а также мультикатегорийный маркетплейс, который позволяет селлерам торговать сразу на нескольких витринах одновременно, включая крупнейшие платформы электронной торговли. Общая клиентская база компании составляет более 80 млн человек.

Пресс-служба: pr@mvideo.ru