

М.Видео-Эльдорадо открыла в ТЦ Botanica магазин в новой концепции и совместно со Sber Metaverse Tech и СберМаркетингом запустила ИИ-консультанта Эм.Ви

14 марта 2025 года

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), в рамках празднования своего 32-летия открыла новый магазин в Москве в торговом центре Botanica Mall, в котором запущен инновационный формат обслуживания клиентов. В магазине начал работать виртуальный консультант Эм.Ви — проект реализован совместно со Sber Metaverse Tech, СберМаркетингом и агентством Instinct. В рамках мероприятия также было подписано соглашение о сотрудничестве и взаимодействии между М.Видео-Эльдорадо и СберМаркетингом по совместным технологическим разработкам в области цифровых аватаров и других технологий в сфере ИИ.

Виртуальный амбассадор Эм.Ви в магазине М.Видео в ТЦ Botanica мгновенно понимает потребности посетителей и дает консультации по ассортименту бытовой техники и электроники. Цифровой консультант разработан с использованием ИИ-технологий, включая обучение LLM-моделей, голосовое управление, распознавание речи и технологии синхронизации движения губ и звукового ряда (липсинк) в режиме реального времени, — а также у него простой и интуитивно понятный интерфейс. За разработку отвечали команды Sber Metaverse Tech и СберМаркетинга, а за проектирование креативной и продуктовой концепции — агентство Instinct. Эм.Ви помогает подобрать технику, предоставляет информацию о характеристиках товаров, подсказывает актуальные акции и скидки в М.Видео, а также может оформить заказ или вызвать сотрудника магазина для дополнительной консультации.

Это первый публичный запуск цифрового консультанта с полной визуализацией, который в режиме реального времени отвечает на запросы пользователей, обеспечивая релевантность ответов. Это достигается благодаря интеграции с поисковым движком М.Видео, а также специально разработанной системе анализа запросов и базе знаний, использующей технологию RAG (Retrieval-Augmented Generation).

Большая языковая модель (LLM) настроена так, чтобы соответствовать характеру и «библии» персонажа, созданным командой Instinct. Благодаря этому Эм.Ви передает фирменный стиль и манеру общения бренда в каждом ответе.

Директор по маркетингу Группы М.Видео-Эльдорадо Василий Большаков:

«Цифровые технологии становятся неотъемлемой частью розничной торговли. Как Главный эксперт по технике мы внедряем самые передовые решения для удобства наших клиентов. К 32-летию компании мы не только запустили новый магазин в ТЦ Botanica, где представлена новая концепция, но и создали уникальное решение для непродуктового ритейла — цифрового консультанта Эм.Ви, которая помогает клиентам быстро получать информацию о товарах, сравнивать характеристики и оформлять покупки. Она дополняет работу наших консультантов, повышая скорость обслуживания и улучшая клиентский опыт».

Руководитель Hott — отдела инновационных продуктов и сервисов агентства Instinct Наталия Аметова:

«Мы знаем, что люди выбирают технику, изучая отзывы на сайте или спрашивая у консультанта в магазине, либо у своих знакомых. Три этих пути можно объединить, создав абсолютно новый клиентский опыт в выборе техники. Тогда мы придумали первого в мире ИИ-консультанта — Эм.Ви».

Также Эм.Ви обладает эмоциональным интеллектом, что делает ее взаимодействие с клиентами естественным и приятным. Она отвечает на вопросы в течение нескольких секунд, а ее интерфейс позволяет покупателям просматривать товары, получать рекомендации и быстро переходить по QR-кодам для оформления покупки. Такой формат значительно ускоряет процесс выбора техники.

Руководитель Sber Metaverse Tech Максим Козлов:

«Наше сотрудничество с М.Видео-Эльдорадо позволило нам объединить передовые технологии в интерактивного цифрового консультанта – Эм.Ви, которая мгновенно анализирует данные о товарах и обеспечивает эмоциональное вовлечение пользователя.

Это будущее ритейла, где искусственный интеллект становится неотъемлемой частью клиентского сервиса, создавая глубокую вовлеченность и эмоциональную связь с пользователями».

Руководитель отдела технологий СберМаркетинга Константин Поляничев:

«Вместе с М.Видео-Эльдорадо мы уже не первый год работаем над развитием технологий. Год назад мы создали сервис, который позволяет быстро и удобно создавать контент с ЭмВи, сейчас представляем интерактивный формат взаимодействия цифрового амбассадора. И это только начало, поэтому мы заключили Соглашение о сотрудничестве с М.Видео-Эльдорадо, чтобы продолжать работу над совместными технологическими разработками в области цифровых аватаров и других технологий: virtual production, metaverse и многие другие».

Помимо внедрения ИИ-консультанта, новый магазин в Botanica Mall отличается современным дизайном и удобным зонированием. Фирменный стиль М.Видео, разработанный агентством LINII, органично интегрирован в интерьер: узнаваемый красный цвет, динамичные элементы логотипа и функциональные торговые стеллажи создают комфортную среду для покупателей. Использование текстуры дерева светлого оттенка в интерьере помогает создать ощущение уюта и легкости. Фирменный паттерн в графитовом цвете над пристенными стеллажами по всему периметру магазина визуально добавляет объем. Красные торцы стеллажей, оформленные в фирменном цвете бренда, помогают клиентам легко ориентироваться в пространстве магазина. Это позволяет покупателям быстро находить нужные товары и услуги, что значительно ускоряет процесс покупки.

Одной из ключевых особенностей стало пространство «М.Кафе» — редкое решение для непродуктового ритейла, где посетители могут обсудить покупку, получить консультацию и насладиться чашкой ароматного кофе. Также в новом формате оформлена зона центра обслуживания клиентов, где представлены сервисы «М.Финанс» и «М.Мастер». Здесь клиенты получают помощь в установке и обслуживании техники и смогут осуществить все необходимые операции — покупку, оформление кредита, заказ доставки и установки — в одном месте.

Группа М.Видео-Эльдорадо эффективно управляет розничной сетью и гибко подходит к вопросу поиска новых локаций для открытия магазинов, ориентируясь на удобство для клиентов, показатели трафика и наиболее выгодные предложения от арендодателей. В 2025 году компания планирует продолжить открытие новых торговых точек преимущественно компактного формата, а также реализацию программы по оптимизации неэффективных магазинов.

Группа также запускает новые форматы обслуживания в магазинах: мультибрендовые зоны складных и раскладных смартфонов, премиальные зоны бытовой техники, моно- и мультибрендовые зоны премиальных смарт-часов.

М.Видео-Эльдорадо также развивает сервисное направление и в 2024 году запустила 30 фирменных зон «М.Мастер» для оказания полного спектра услуг ремонта и сервисного обслуживания в магазинах в 8 крупных городах России. Новые пространства позволяют получить различные сервисные услуги, а также осуществить ремонт техники из ассортимента любых российских магазинов как в оперативном режиме, так и с выездом специалистов. Также в 8 магазинах «М.Видео» в 6 городах (Москва, Екатеринбург, Санкт-Петербург, Казань, Краснодар и Нижний Новгород) были запущены продажи восстановленной техники, которая отремонтирована специалистами «М.Мастер», сдана клиентами в трейд-ин или в рамках услуги выкупа.

О Группе

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. В периметр Группы входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла, и финтех-платформа «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает онлайн-платформу и розничную сеть из более чем 1 200 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплиментарных

товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общий трафик двух сетей составляет порядка 1,2 млрд контактов в год.

Группа М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идет на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

Пресс-служба: pr@mvideo.ru