М.Видео отметили двукратный рост выдачи заказов через ПВЗ в период с апреля по сентябрь 2026 года

09.11.2026 14:10

ПАО «М.Видео», первый мультикатегорийный маркетплейс с опорой на собственную розницу и сеть партнерских ПВЗ (МосБиржа: MVID), подвел итоги развития канала выдачи заказов через собственные и партнерские ПВЗ с апреля по сентябрь 2026 года. В рассматриваемом периоде объем продаж в денежном выражении вырос на 101%, в штучном — на 74%. Средняя стоимость проданного товара с выдачей в ПВЗ составила 3 359 рублей, прибавив за аналогичный промежуток 16%. Рост выдачи через канал, прежде всего, связан с активным развитием собственного мультикатегорийного марктеплейса, в рамках которого Компания в мае инициировала создание сети партнёрских ПВЗ под брендом М.Видео, наращиванием эффективности сотрудничества с ранее действующими партнерами — СДЭКом, Яндекс.Маркетом и 5Post, а также стартом сотрудничества с Магнитом.

Ранит Валеев, руководитель направления развития ПВЗ Компании М.Видео:

«Развитие ПВЗ — важный элемент стратегии оптимизации затрат Компании: на фоне существенного сокращения розничной сети за счет масштабирования пунктов выдачи мы приближаем выдачу заказов к клиентам и существенно расширяем географию без крупных капитальных затрат. За апрель—сентябрь продажи через канал выросли на 101% в деньгах и на 74% в штуках, а партнерские ПВЗ под брендом М.Видео уже работают более чем в 700 точках в 13 регионах. В сентябре они сформировали уже около 14,2% общего оборота выдачи через ПВЗ в денежном выражении.

Для предпринимателей открытие ПВЗ под брендом М.Видео — это низкий порог входа: помещение от 20 кв. м, обучение персонала и быстрая процедура оформления. Партнерские ПВЗ могут работать в мультибрендовом формате — оформление точки исключительно под М.Видео не требуется. Такой подход дает партнерам гибкость, а нам позволяет масштабировать сеть и развивать выдачу в регионах без значительные инвестиций, что критически важно в текущих экономических реалиях.

Мы также активно наращиваем партнерские выдачи через Яндекс.Маркет, СДЭК, Магнит и 5Post — это позволяет быстро увеличивать покрытие

и делать получение заказов максимально удобным с точки зрения клиента. Активно прорабатываем подключение новых партнерских сетей, чтобы еще больше расширить географию и покупательскую доступность ассортимента М.Видео, в том числе в сильно удаленных населенных пунктах, опять же без существенных бюджетных затрат».

На текущий момент Компания активно развивает ПВЗ под собственным брендом — на конец октября действовало более 800 точек пунктов выдачи М.Видео в 13 регионах России, а именно в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге, Самарской, Ростовской, Новосибирской, Свердловской, Омской, Кемеровской и Томской областях, а также в Татарстане, Башкирии и Краснодарском крае. В сентябре канал замыкал на себе порядка 14,2% от общего оборота выдачи через ПВЗ в денежном выражении, увеличившись в абсолюте по отношению к августу сразу на 84,2% за счет запуска второй волны регистрации и расширения общей географии проекта. Средний чек заказа в канале выдачи составлял на конец сентября 5 244 рублей, что выше среднего по всему направлению ПВЗ за счет доверия к бренду. Условия открытия при этом не предполагают капитальных затрат со стороны Компании и чрезмерных усилий со стороны предпринимателей — требуются минимальное оформление входной группы, которое М.Видео предоставляет со своей стороны, и прохождение обучения работе с системой персоналом. Также до согласования заявки на регистрацию специалисты Компании проверяют локацию и документы на помещение. Подать заявку на открытие ПВЗ можно на сайте «М.Видео». Для запуска партнерского ПВЗ достаточно помещения от 20 м². Компания предоставляет базовые материалы для брендирования точки, а запуск не требует существенных дополнительных инвестиций.

Также М.Видео производит выдачу заказов через более 15,3 тыс. пунктов Яндекс.Маркета, 9,5 тыс. пунктов СДЭК, 5 тыс. пунктов Магнита и через почти 24,6 тыс. точек инфраструктуры 5Post. Таким образом, параллельно наращиванию ассортимента и расширению категорийной матрицы Компания последовательно развивает выдачу товаров через ПВЗ и нативно встраивается в повседневный клиентский путь, обеспечивая при этом дополнительное удобство для совершения покупок и создавая потенциал регионального развития сети без существенного задействования оборотного капитала.

Ссылка на фотографии: clck.ru/3Wv3Wh