

М.Видео-Эльдорадо тестирует новый формат магазинов, объединяющих оба бренда

09 декабря 2022 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), в рамках пилота в Тольятти и Рязани открывает кобрендинговые магазины нового формата «Эльдорадо + М.Видео», совмещающие преимущества обеих розничных сетей. Компания в магазинах этого формата объединила использование программ лояльности, товарных стоков, промо и сервисов доставки двух брендов, что может дать больше возможностей для клиентов и способствовать росту трафика и среднего чека в магазинах. При этом продолжают работать магазины и в обычном формате под брендами М.Видео и Эльдорадо.

Кобрендинговый концепт двух ведущих розничных брендов с разным позиционированием объединит конкурентные преимущества М.Видео и Эльдорадо в сервисе, ассортименте и промо. В магазинах формата «Эльдорадо + М.Видео» покупателям доступен полный ассортимент Группы, возможность заказать отсутствующий товар с доставкой домой или в любой магазин М.Видео или Эльдорадо, получение онлайн-заказов с платформы любого бренда, применения бонусных рублей двух ритейлеров.

Для интеграции и тестирования совместных магазинов Группа выбрала два города – Тольятти и Рязань, в них уже начали работу девять магазинов формата «Эльдорадо + М.Видео» на площадках Эльдорадо, это и стрит-ритейл, и небольшие форматы площадью до 600 кв. м и более крупные объекты с торговым залом более 1 000 кв. м. Дизайн обновлённых торговых помещений, единых рекламных материалов и айдентики разработаны силами экспертов компании с учётом специфики каждого из розничных брендов.

Объединение сервисов онлайн

М.Видео-Эльдорадо развивает One Retail-формат, предоставляя покупателям все преимущества онлайн-покупок и возможность протестировать товары лично и получить консультацию в магазинах. Доля общих онлайн-продаж в обороте М.Видео-Эльдорадо по итогам первого полугодия 2022 года составила 67%. Группа в рамках такого подхода объединяет и сервисы самовывоза при онлайн-заказах – теперь покупатели могут получать заказы с сайта Эльдорадо в магазинах М.Видео. Компания интегрировала друг с другом исторически разные CRM- и торговые системы, в частности сайт Эльдорадо научился отображать в режиме реального времени информацию об объединённых локальных стоках и остатках необходимых пользователю товаров в М.Видео. Объединение информации о доступных товарах в магазинах М.Видео позволит существенно расширить выбор для покупателей Эльдорадо – как с точки зрения ассортимента, так и вариантов самовывоза.

За полтора месяца пилотного проекта, в среднем несколько десятков тысяч россиян уже воспользовались услугой, чаще всего кобрендинговой самовывоз используют для смартфонов, телевизоров, кухонной техники, товаров для красоты и здоровья.

Совместная реклама

М.Видео-Эльдорадо в этом году впервые консолидировала усилия двух брендов в рамках промокампании «Чёрной пятницы» и запустила общую рекламу – с момента объединения в одну компанию М.Видео и Эльдорадо всегда имели отдельное позиционирование и собственный креатив. Конкуренцию двух брендов за покупателей и выгодные цены иллюстрировало креативное решение, построенное на эстетике рестлинга.

Главный операционный директор Группы М.Видео-Эльдорадо Сергей Ли:

«Объединение силы двух брендов по ряду направлений, включая ИТ, бэк-офис, логистику и маркетинг, уже конвертировалось в рост экономической эффективности компании и оптимизацию инвестиций, а также в дополнительные преимущества для покупателей. Новый пилот, по нашим прогнозам, может вывести синергию М.Видео-Эльдорадо на новый уровень, и способен дать рознице более рациональное использование её возможностей и больше преимуществ для покупателей.

В рамках концепции OneRetail магазины теперь обеспечивают не только бесшовный переход для клиентов между онлайн и офлайн, но и позволяют «путешествовать» физически и эмоционально между инфраструктурами и стоками двух брендов. М.Видео обогатит потенциал Эльдорадо, позволит привлечь новых покупателей. Кобрендинговый проект в сочетании с перестройкой части бизнес-процессов, интеграции пикап-доставки и программ лояльности может увеличить посещаемость магазинов на 10-15%. По итогам пилотного периода и оценки обратной связи от потребителей мы примем решение о масштабировании нового формата магазинов».

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. Общие продажи (GMV) Группы превышают 570 млрд руб. с НДС по итогам 2021 года. 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).

По состоянию на 30 июня 2022 года Группа объединяет 601 магазин под брендом М.Видео, 647 магазинов под брендом Эльдорадо в 369 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов Группы составляет 2 135 тыс. м кв.

Пресс-служба:

Андрей Петров

Andrey.Petrov@mvideo.ru

pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 684 76 22