

М.Видео собрал и передал на переработку 400 000 пластиковых карт в рамках цифровизации программы лояльности

16 июля 2021 года, Москва, Россия

Бренд М.Видео (Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), в рамках цифровизации программы лояльности собрал и отправил на переработку более 2 тонн или 400 000 пластиковых карт собственной программы лояльности «М.Club: максимум для своих». Бонусный счёт М.Видео привязан к номеру телефона, пластиковая карта клиентам не нужна.

Программа лояльности М.Видео «М.Club: максимум для своих» насчитывает более 40 млн участников и является одной из наиболее востребованных в непродуктовом ритейле, 11 миллионов совершили как минимум одну покупку за последний год. Бренд полностью отказался от пластика и идентифицирует покупателей по номеру телефона. Виртуальная бонусная карта интегрирована во все электронные кошельки, доступные в различных экосистемах (Apple Wallet, Google Pay, «Кошелёк» и т.д.).

При покупке в М.Видео клиенты могут авторизоваться как онлайн, так и в магазине – через своё мобильное приложение или приложение продавца. Авторизованные покупатели получают персональные скидки, могут воспользоваться специально подобранными рекомендациями по аксессуарам, сервисам и другим услугам.

Оформление виртуальной карты и регистрация в «М.Club: максимум для своих» возможна в розничных магазинах (без заполнения бумажных анкет), на сайте на mvideo.ru и в мобильном приложении сети. В рамках программы лояльности бренда М.Видео пользователи получают кэшбэк 3% за любые покупки и до 25% по персональным предложениям. Каждый бонусный рубль доступен для оплаты до 50% новых покупок. Бонусные рубли становятся доступны для использования через 14 дней после получения заказа, при этом они не имеют срока годности при совершении любой покупки в течение полугода.

Руководитель департамента программ лояльности и CRM М.Видео Михаил Дадов:

«В рамках программы лояльности мы стремимся развивать обширную базу довольных и приверженных бренду клиентов, предлагая им ещё больше персонализированных и выгодных предложений во всех точках контакта с брендом. Используя смартфон, клиент может в любом месте управлять своим бонусным счётом, а в розничных магазинах совершить ещё более выгодную покупку помогут консультанты. В своём рабочем приложении они авторизуют клиента, увидят профиль, дадут рекомендации и помогут списать доступное количество бонусных рублей. Отказ от пластика, утилизация уже выпущенных карт, снижение собственного экологического следа – логичный для компании шаг в рамках устойчивого развития, которая также включает программы по утилизации техники и батареек».

М.Видео-Эльдорадо с 2019 года организует сбор и корректную переработку электронных отходов – бытовой техники и батареек. С момента старта проекта обе сети собрали более 1700 тонн или 140 000 единиц бытовой техники и 40 тонн или 2 000 000 штук батареек.



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 500 млрд руб. с НДС по итогам 2020 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 31 марта 2021 года Группа объединяет 545 магазинов под брендом М.Видео, 553 магазина под брендом Эльдорадо в почти 300 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов Группы составляет 2 020 тыс. м кв.

Пресс-служба:

Валерия Андреева

Руководитель департамента по связям с общественностью

valeriya.andreeva@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 978 02 10

Андрей Петров

pr@mvideo.ru