

М.Видео предлагает каждому покупателю персональную цену на основе искусственного интеллекта

03 августа 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), запустил персонализированные ценовые предложения на основе технологий искусственного интеллекта (ИИ) для пользователей мобильной платформы. Сервис предлагает авторизованным клиентам гарантированную скидку с учётом истории прошлых покупок и доступных бонусов. Продажи через мобильную платформу во втором квартале 2021 года выросли в 3,3 раза по сравнению с аналогичным периодом годом ранее до 52,1 миллиарда рублей. Оборот мобильной платформы достиг 64% от общих онлайн-продаж.

М.Видео продолжает выстраивать долгосрочные отношения с покупателями за счёт высокой персонализации сервиса и развития цифрового бесшовного опыта. Компания внедрила модель с предложением персональной цены на основе искусственного интеллекта в мобильное предложение продавца и клиента, и авторизованный пользователь уже на раннем этапе при просмотре товаров видит возможную финальную стоимость покупки с учётом индивидуальной скидки и других акций, а также накопленных бонусов. Потратить бонусы сейчас или продолжить копить на новые покупки, клиент выбираем сам.

Персональное ценовое предложение определяет искусственный интеллект на основе истории покупок и целого ряда доступных скидочных инструментов. Сейчас персональная цена доступна в мобильном приложении М.Видео для самостоятельного шоппинга и в мобильном приложении консультанта, если клиенту требуется помощь при покупке в магазине. В результате, конверсия в мобильном приложении клиента выросла в 1,5 раза. В ближайшее М.Видео планирует запустить персональную цену и для покупателей сайта.

Управляющий директор блока OneRetail Группы М.Видео-Эльдорадо Дагмара Иванова:

«Мы стремимся создать для наших клиентов удобную единую цифровую среду с максимально персонализированным опытом. Для это мы регулярно совершенствуем возможности мобильного приложения и внедряем новые технологии. Так, персональное ценообразование помогает клиентам совершать наиболее выгодные покупки, а нам узнать больше про их предпочтения, что в дальнейшем даст для потребителей ещё больше преимуществ. Механика позволяет нам также увеличить базу авторизованный клиентов и перевести их на платформу OneRetail. Это не только увеличивает лояльность, но и частоту взаимодействия с нами, что в свою очередь влияет на рост среднего чека и частоту покупок. В ближайшее время мы планируем расширить механику и для пользователей веб-платформы».

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.

По состоянию на 30 июня 2021 года Группа объединяет 557 магазинов под брендом М.Видео, 580 магазина под брендом Эльдорадо в более чем 300 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов складской инфраструктуры Группы составляет 2 047 тыс. м кв.

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), в свободном обращении находится 24% акций компании. 60% уставного капитала ПАО «М.видео» прямо или косвенно контролируется Саидом Гуцериевым, 15% принадлежит «Медиа-Сатурн-Холдинг ГмбХ» (Media-Saturn-Holding GmbH) и ещё 1% акций находится у ООО «МВМ», 100% дочерней компании ПАО «М.видео».

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