

Оборот маркетплейса М.Видео-Эльдорадо за 8 месяцев этого года вырос в 3,5 раза

13 октября 2023 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), продолжает развитие собственного маркетплейса электроники и сопутствующих товаров. По итогам января-августа 2023 года оборот платформы увеличился в 3,5 раза относительно того же периода прошлого года. Доля площадки в онлайн-продажах компании удвоилась до 11%, чему способствовали привлечение новых спеллеров, уже 30% из которых работают на УСН (+10 п.п. год-к-году), а также расширение ассортимента техники и комплементарных товаров.

М.Видео-Эльдорадо в рамках профильного маркетплейса предлагает более 140 000 партнёрских товаров, что вдвое больше показателей прошлого года. За 8 месяцев этого года количество партнёров на площадке выросло в два раза год к году, до более 700. Ассортимент включает как привычные бытовую технику, смартфоны и аксессуары, компьютерную технику, так и комплементарные категории: электроинструменты, товары для сада, спорта и здоровья, электронные игрушки, камины, товары для авто и спорта. В третьем квартале в ассортименте также появились новые категории – модульные кухни и компьютерные комплектующие, ассортимент которых вырос за месяц в 10 раз, а на конец года будет насчитывать около 10 000 наименований.

По итогам 8 месяцев в топ-5 городов по объёму продаж маркетплейса вошли Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург и Казань. Наибольшим спросом пользовалась встраиваемая и крупная бытовая техника, в том числе пылесосы и телевизоры, а также электроинструменты. Товары с наибольшей динамикой роста в деньгах в годовом выражении – электросамокаты, телевизоры, садовая техника и смартфоны.

Помимо онлайн-витрины ритейлер предлагает селлерам уникальную возможность представления товаров в магазинах М.Видео и Эльдорадо. Омниканальный формат позволяет покупателям принять решение о покупке на основе личного опыта и консультаций, а поставщикам – напрямую взаимодействовать с аудиторией и расширять инструменты продаж. За 8 месяцев этого года на фоне старта продаж на полках магазинов интерес, например, к садовой технике увеличился более чем втрое.

Директор направления цифровизации партнёрского опыта и развития ассортимента М.Видео-Эльдорадо Александра Иванченко:

«Маркетплейс продолжает усиливать ассортимент М.Видео-Эльдорадо и выступать уникальной омниканальной площадкой для технологичных товаров. На конец года мы рассчитываем увеличить выбор техники, электроники и сопутствующих товаров на маркетплейсе до 160 тыс. наименований, для чего планируем привлечь ещё около 100 новых партнёров. Мы активно работаем как с малым и средним бизнесом, так и партнёрами из регионов, которых привлекает развитая логистическая инфраструктура. В июле мы запустили пилотный проект, который позволит получать товары напрямую от продавцов из стран ближнего зарубежья. На первом этапе на маркетплейсе стала доступна электроника и бытовая техника от нескольких продавцов из Казахстана. Группа предлагает поставщикам конкурентный уровень комиссий с продаж и различные форматы работы, в том числе выгодные условия хранения и взаиморасчётов, а также постоянное совершенствование ИТ-инфраструктуры для удобства ведения бизнеса и проведения федеральных промокампаний».

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 электронной коммерции, и крупнейшая в России финтех платформа по объёму выданных кредитов «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает как онлайн-платформу, так и сеть магазинов под обоими брендами, общий трафик компании составляет порядка 1,3 миллиардов контактов в год. «М.Видео» и «Эльдорадо» лидируют по уровню общего спонтанного упоминания бренда в категории магазинов, торгующих бытовой техникой и электроникой.¹

Группа М.Видео-Эльдорадо управляет сетью из более чем 1200 магазинов в 370 российских городах от Калининградской области до Камчатки и развивает собственный маркетплейс техники и электроники, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны.

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).

Пресс-служба:

Андрей Петров

Andrey.Petrov@mvideo.ru
pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 684 76 22

¹ По данным количественного маркетингового трекингового исследования, проведённого ООО «Миллвард Браун АРМИ-Маркетинг» в период с 04.07.2022 г. по 25.12.2022 г. среди 3825 респондентов, проживающих в 348 городах России.