

Оборот маркетплейса М.Видео-Эльдорадо за год вырос втрое

26 апреля 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. По итогам первого квартала 2023 года оборот платформы увеличился более чем в три раза относительно того же периода прошлого года. Доля площадки в онлайн-продажах компании удвоилась до 11%, чему способствовали привлечение новых продавцов, 20% из которых работают на УСН, и расширение ассортимента до 120 тыс. наименований техники и сопутствующих товаров.

На конец первого квартала текущего года М.Видео-Эльдорадо в рамках маркетплейса предлагает более 120 000 партнёрских товаров, что вдвое больше показателей прошлого года. Ассортимент включает как привычные бытовую технику, смартфоны и аксессуары, компьютерную технику, так и сопутствующие категории: электроинструменты, товары для сада, спорта и здоровья, электронные игрушки, товары для авто. Лучшими категориями по приросту продаж на платформе М.Видео-Эльдорадо в январе-марте стали встраиваемая техника, смартфоны, холодильники, телевизоры и электроинструменты.

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

«Маркетплейс продолжает активное развитие и помогает гибко реагировать на потребности покупателей, усиливая экспертный статус М.Видео-Эльдорадо. Предложения от партнёров дополняют выбор техники как в основных категориях техники и электроники, так и в сопутствующих товарах, привлекая дополнительную аудиторию. Таким образом, мы обеспечиваем необходимую ширину ассортимента без создания собственных запасов и финансовой нагрузки. В свою очередь для продавцов мы выступаем уникальной площадкой с многомиллионной целевой и лояльной аудиторией, расширяем их возможности для продаж за счёт высококонверсионных инструментов и инфраструктурной поддержки в федеральном масштабе. На конец года мы рассчитываем увеличить выбор на маркетплейсе до 180 тыс. товаров, для чего продолжим привлекать новых поставщиков, усиливать меры поддержки продавцов и совершенствовать условия ведения бизнеса».

Помимо онлайн-витрины М.Видео-Эльдорадо предлагает продавцам уникальную возможность для представления продукции в розничных магазинах с высоким потенциалом для категории. На данный момент партнёрские товары физически доступны в 350 магазинах М.Видео и Эльдорадо, в числе которых товары для ремонта и сада, кардиотренажёры и гаджеты для спорта. С начала этого года посетителям розницы также стали доступны актуальные для весеннего сезона велосипеды, а в ближайшее время появятся багажники для автомобилей. Омниканальный формат позволяет покупателям принять решение о покупке на основе личного опыта и полученных консультаций, а поставщикам - получить дополнительную точку взаимодействия с нужной аудиторией и расширить инструменты продаж.

База продавцов торговой площадки М.Видео-Эльдорадо относительно прошлого года показала также двухзначную позитивную динамику, в том числе за счёт региональных поставщиков. На маркетплейсе работают как крупные производители техники, ритейлеры и дистрибуторы, так средний и малый бизнес. Со второй половины прошлого года доступ к площадке получили предприниматели, которые действуют на упрощённой системе налогообложения, на конец марта они занимают уже более 20% от общего пула партнёров. Группа предлагает поставщикам конкурентный уровень комиссии с продаж и

различные форматы работы, включая хранения товаров на собственных складах, логистику и фулфилмент.

М.Видео-Эльдорадо также продолжает совершенствование ИТ-решений для удобства партнёров. В рамках единого интерфейса личного кабинета поставщики проходят регистрацию и аудит, управляют карточками товаров и ценами, отслеживают заказы, получают аналитику и рекомендации по улучшению продаж, а также необходимую поддержку. Из новых функций раздела – упрощение заведения и расширенные возможности для промо.

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 магазинами 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.