

М.Видео-Эльдорадо возглавила рейтинги цифровизации клиентского опыта в ритейле

23 июня 2023 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), получила наивысшие оценки цифровизации клиентского опыта по версии сразу двух влиятельных рейтингов - [Naumen](#) и [Фонда Сколково](#). Согласно исследованиям, ритейлеру удалось создать лучший в ритейле бесшовный опыт в мобильных приложениях, на сайтах и в магазинах обоих брендов, а также обеспечить качественное обслуживание клиентов как в контакт-центре, так и в цифровых каналах с помощью чата и собственного чат-бота.

Эксперты Naumen в «Исследовании контакт-центров ритейлеров 2023» отметили высокий уровень обслуживания клиентов М.Видео и Эльдорадо в контакт-центре и цифровых каналах, в том числе с помощью собственной разработки компании - чат-ботов с рекомендательными навыками во всех популярных мессенджерах. Цифровые каналы коммуникации М.Видео-Эльдорадо с клиентами заняли первые места в этих двух номинациях.

«Индекс цифровизации клиентского опыта в ритейле» Фонда Сколково присудил ритейлеру максимальные баллы среди ритейлеров, отметив клиентское приложение и сайт М.Видео, а также сервисы доставки и оплаты. В частности, функцию «Я в магазине», с помощью которой покупателям становятся доступны не только все ключевые сервисы компании, но и бесшовные возможности - сканирование QR-кода ценника для получения информации о товаре и персональной скидке, а также просьба вынести заказанный для самовывоза товар.

М.Видео-Эльдорадо выстраивает долгосрочные отношения со своей многомиллионной аудиторией при помощи собственных разработок на базе ML-технологий и аналитики данных — мобильных приложений покупателя и продавца. Приложение продавца анализирует каждую сессию с клиентом, предлагая консультанту индивидуальные рекомендации по улучшению сервиса, а покупателю — персональные товарные рекомендации и цены.

В М.Видео и Эльдорадо также реализован целый ряд уникальных для рынка бесшовных и персонализированных сервисов – например, безусловная и мгновенная рассрочка до 30 месяцев, самовывоз от 15 минут, доставка и установка в один день, доставка из круглосуточных магазинов Москвы, приём техники на утилизацию, клиентский чат-бот на базе технологии обработки естественного языка и бесплатное хранение покупок до 3 месяцев. Клиенты также могут воспользоваться доставкой покупок на такси в течение двух часов или к определённому времени.

Благодаря «умным» подборкам и поиску, регулярным федеральным акциям, а также бонусной программе, клиенты по всей стране могут совершать выгодные покупки с высочайшим уровнем сервиса в течение всего года.

Директор по клиентскому сервису и цифровому опыту розничной сети Группы М.Видео-Эльдорадо Дмитрий Марыкин:

«На протяжении всей своей тридцатилетней истории мы следуем принципу «нам не всё равно». Несмотря на вызовы 2022 года, мы возглавили престижные рейтинги клиентского сервиса Naumen и Фонда Сколково с максимальным среди ритейлеров результатом. Эксперты высоко оценили уникальную для рынка стратегию гибридного шопинга и высокий профессионализм наших

консультантов. Как один из лидеров ритейла мы продолжим цифровизацию отрасли и совершенствование собственного клиентского сервиса, как за счёт развития мобильных технологий и финтех-сервисов, так и логистики последней мили. В этом году мы усовершенствовали чекаут, а также внедрили сразу несколько удобных сервисов оплаты покупок - по частям с сервисом «Подели» и «у полки» с СБП. Сейчас мы тестируем последние AI-разработки, а также масштабируем фирменный сервис доставки и установки день в день. Мы также постоянно работаем над улучшением собственных back-процессов, делая опыт сотрудника таким же бесшовным, как и опыт клиента».

Ольга Стрелова, директор центра развития технологий для ритейла IT-кластера, Фонд «Сколково»:

«Фонд «Сколково» накопил значительную отраслевую экспертизу за годы проведения корпоративных программ, и естественным образом расширил аналитическую практику по оценке цифровизации различных функциональных направлений, а также по аналитике зрелости решений разработчиков. Сегодня статус участника Фонда «Сколково» имеют 3 663 компании, и, согласно карте решений для ритейла, автоматизация клиентского опыта занимает первое место по количеству решений, предлагаемых молодыми компаниями. Группа М.Видео-Эльдорадо уже второй раз занимает первое место в рейтингах Фонда «Сколково» по применению внешних инноваций, и мы желаем сохранить данную позицию и в последующих рейтингах».

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.