

М.Видео-Эльдорадо планирует до конца года открыть до 60 магазинов компактного формата

25 августа 2023 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), расширяет региональное присутствие благодаря развитию формата магазинов М.Видео с торговой площадью 500-600 кв. метров и системой вертикального хранения товаров. В этом году в новой концепции уже открыты 17 компактных розничных объектов бренда, до конца текущего года планируется масштабирование до 60 магазинов более чем в 45 населённых пунктах.

Небольшие магазины позволяют ритейлеру гибко и с меньшими инвестициями подходить к развитию розничной инфраструктуры, а также расширению аудитории онлайн-покупателей. На данный момент уже действуют 17 торговых объектов М.Видео нового формата по всей стране: от «миллионников» до населённых пунктов с менее чем 100 тыс. жителей. Розничные точки в Воткинске, Ишимбае, Копейске, Шадринске стали первыми для компании в этих населённых пунктах. М.Видео также усилил своё присутствие в Москве, Казани, Мурманске, Зеленодольске, Сургуте и ряде других городов.

До конца года М.Видео-Эльдорадо планирует открыть до 60 магазинов нового формата. Примерно 30% новых торговых объектов будут находиться на Урале, 20% в Поволжье, по 15% в Центральной части России и в Сибири, более 10% на Юге страны, остальные – на Севере и на Дальнем Востоке.

Директор по развитию сети и эксплуатации Группы М.Видео-Эльдорадо Борис Огарков:

«Розничная сеть из порядка 1 200 магазинов в 370 городах остаётся для нас ключевой площадкой для контакта с покупателями, выступает логистическим хабом и важной частью онлайн-инфраструктуры. Поэтому нашей стратегической задачей становится точечное развитие сети и расширение географии для «приближения» к нашим клиентам. Для этого мы развиваем компактный формат и продолжаем использовать полномасштабные объекты, которые предполагают ряд дополнительных возможностей для клиентов и интеграции производителей.

Магазины малого формата предполагают более плотную загрузку товарами меньшей площади, включая крупногабаритную технику, что позволяет нам соответствовать ожиданиям по ассортименту и сервису, при этом сократить операционные затраты и инвестиции в открытие до трёх раз. Концепция также открывает для нас больше вариантов локаций, чем раньше, поэтому мы готовы рассматривать доступные варианты от стрит-ритейла до более крупных площадей в развивающихся районах. Уже по итогам первых месяцев мы можем говорить об эффективности таких точек, которые становятся удобным местом покупки и активно привлекают трафик. Продажи первых 17 компактных магазинов в среднем на 15% превышают плановые».

Новый формат магазинов М.Видео отличает площадь 500-600 кв. метров, что в среднем вдвое меньше стандартных розничных объектов. При этом посетители получают привычный ассортимент – около 4 500 наименований востребованной бытовой техники и электроники. Пространство используется максимально эффективно за счёт торгового оборудования, предполагающего вертикальную выкладку на нескольких ярусах. Компактные магазины предлагают также привычный комфорт при выборе и высокий уровень сервиса. В торговом зале посетители могут лично оценить интересующие товары, получить экспертную консультацию и оперативно получить онлайн-заказ.

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.