

Аналитика М.Видео-Эльдорадо: средний возраст сотрудника розничного магазина снизился до 32 лет

22 мая 2024 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), отмечает снижение среднего возраста консультантов в розничных магазинах за год на 10% до 32 лет, более 40% сотрудников компании находятся в возрасте до 30 лет, только около 5% – свыше 50 лет. Общий штат компании насчитывает 28 356 сотрудников в 370 городах России (13 369 – сотрудники розничных магазинов).

Около 22% от общего числа сотрудников составляют молодые специалисты в возрасте до 25 лет, преимущественно занимающие позиции экспертов розницы. Группа М.Видео-Эльдорадо активно продвигает несколько каналов для привлечения молодых талантов и формирования преемственности через молодое поколение. Во-первых, молодые специалисты, которые не имеют опыта работы, могут прийти в одну из крупнейших российских компаний на роль продавцов розничных магазинов. Компания полностью берет на себя обучение и формирование экспертизы у новых сотрудников в ассортименте товаров электроники и бытовой техники. Во-вторых, Группа М.Видео-Эльдорадо привлекает молодых специалистов через программу стажировок в головной офис. В 2023 году компания начала сотрудничать с 45 ведущими вузами России: Президентской академией (РАНХиГС), МГИМО, ГУУ, Финансовым университетом при Правительстве РФ и другими. На ИТ-стажировки чаще всего попадают выпускники МИФИ и МГТУ им. Баумана.

Средний стаж работы сотрудников Группы М.Видео-Эльдорадо составляет 5 лет, 4 182 сотрудника работают в компании более 10 лет (из них 3 070 – в рознице). Одна из стратегических целей компании – обучать и развивать сотрудников, поэтому в 2023 году бюджет на обучение специалистов компании был увеличен более чем на 20%. Сотрудники компании получают возможность не только повышать экспертизу и улучшать технические навыки, но и совершенствовать управленческие компетенции.

Такой подход позволяет распознать и взрастить таланты, а затем обеспечить их карьерный рост. В обучении мы придерживаемся гибридного формата. Например, в рознице обучение происходит с помощью чат-бота, учебного портала и прямого взаимодействия с наставником и непосредственным руководителем. Компания формирует экспертизу и клиент-ориентированность в рознице через human-to-human подход, а технические навыки – через диджитал-решения. Также гибридный формат используется в HiPo-программах, когда сочетаются офлайн- и онлайн-сессии, участие в кросс-региональных проектах. С помощью экосистемы технологичных решений и прозрачной системы мотивации М.Видео-Эльдорадо повышает эффективность внутренних hr-процессов и вовлеченность, а также стимулирует достижение сотрудниками высоких результатов.

Директор по персоналу Группы М.Видео-Эльдорадо Ирины Петрова:

«Компания активно реализует стратегию, направленную на повышение эффективности, вовлеченности и мотивации сотрудников через совершенствование культуры результативности и продвижение корпоративных ценностей, таких как клиентоориентированность с фокусом как на наших внешних, так и внутренних клиентов. Мы прикладываем значительные усилия для развития талантов и продвижения талантов внутри компании, что отражается на результатах. В частности, мы смогли значительно снизить текучесть. А в 2023 году более 30% пришедших в компанию стажёров были приняты на вакансии внутри Группы. Мы верим, что удержание сотрудников через развитие молодых талантов является ключевым фактором успеха компании на рынке».

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 финтех-платформа «Директ Кредит».

М.ВИДЕО | ЭЛЬДОРАДО

М.Видео-Эльдорадо развивает онлайн-платформу и розничную сеть из более чем 1 200 магазинов от Калининградской области до Камчатки, федеральную логистическую инфраструктуру, а также собственный маркетплейс электроники и комплиментарных товаров, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны. Общий трафик двух сетей составляет порядка 1,2 млрд контактов в год.

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 М.Видео-Эльдорадо
pr@mvideo.ru