

Маркетплейс М.Видео-Эльдорадо удвоил оборот и количество селлеров в 2023 году

06 февраля 2024 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), подводит итоги развития собственного маркетплейса электроники и сопутствующих товаров. По итогам 2023 года оборот платформы увеличился в два раза год к году, чему способствовал рост числа партнёров, развитие возможностей площадки и расширение ассортимента новыми категориями комплементарных товаров.

М.Видео-Эльдорадо в рамках профильного маркетплейса предлагает более сотни тысяч партнёрских товаров. За год количество партнёров на площадке выросло почти в два раза год к году до более 800, а ассортимент вырос в 1,5 раза относительно показателей 2022 года. Около трети партнёров составили субъекты малого бизнеса, работающие на упрощённой системе налогообложения.

Ассортимент включает как привычные, так и комплементарные категории: электроинструменты, товары для сада, спорта и здоровья, электронные игрушки, камины, товары для авто. Во второй половине года в ассортименте появились модульные кухни, компьютерные комплектующие и сантехника, которая насчитывает около 23 тысяч наименований мебели для ванной, смесителей, раковин, душевых систем и других товаров.

Помимо онлайн-витрины ритейлер предлагает мерчантам уникальную возможность демонстрации товаров на полках магазинов М.Видео и Эльдорадо. Омниканальный формат позволяет покупателям принять решение о приобретении товара на основе личного опыта и консультаций, а селлерам – напрямую взаимодействовать с аудиторией и расширять инструменты продаж. В 2013 году такой возможностью воспользовалось 50 поставщиков телевизоров, встраиваемой, садовой и мелкой бытовой техники, категорий для здоровья и спорта. За год продажи товаров, представленных одновременно на полках и онлайн, выросли более чем в 15 раз.

По итогам года в топ-5 городов по объёму продаж маркетплейса вошли Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург и Казань. Наибольшим спросом пользовались товары для дома – встраиваемая, крупная и мелкая бытовая техника. Товарами с наибольшей динамикой роста в деньгах в годовом выражении оказались телевизоры, смартфоны, продажи которых выросли в 6 раз, а также садовая техника и оборудование, продажи которых увеличились почти втрое относительно предыдущего года.

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. Группа предлагает конкурентные комиссии, разнообразные форматы сотрудничества, выгодные условия хранения и взаиморасчётов для поставщиков. Постоянное совершенствование ИТ-инфраструктуры обеспечивает удобство ведения бизнеса и промокампаний. Селлерам доступны различные механики продвижения в рамках федеральных промоакций, а также широкие рекламные возможности, включая баннерную рекламу на сайте и in-store-рекламу на цифровых поверхностях в магазинах, а также управление рекламой в поиске с использованием ставок. С начала ноября 2023 года мы пошли на беспрецедентный шаг и снизили комиссии на 5-10 процентных пункта в 11 категориях товаров. Улучшение логистической инфраструктуры позволило сократить сроки доставки заказов с маркетплейса в среднем на один день. В ближайших планах – расширение инфраструктуры для поставщиков с открытием новых складов во

Владивостоке и Самаре. Все эти изменения свидетельствуют о стремлении улучшить условия сотрудничества и оптимизировать процессы, сделав площадку ещё более привлекательной для наших партнёров и покупателей».

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.