

70% россиян обращаются к консультантам в магазинах при выборе техники

6 сентября 2022 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), выяснила в ходе опроса, что почти 70% россиян при выборе техники в магазине обращаются за помощью к специалистам. Для каждого третьего рекомендация консультанта становится доводом при принятии решения о покупке. Больше всего опрошенные покупатели ценят в розничном персонале профессионализм и компетентность.

Во втором квартале 2022 года россияне посетили магазины, сайты и приложения М.Видео и Эльдорадо 641 млн раз. Ритейлер провёл исследование* среди покупателей, и выяснил, что традиционные магазины по-прежнему востребованы большинством россиян: это не только шоу-румы технологий и точка выдачи онлайн-заказа, но и место, где можно получить квалифицированную консультацию перед покупкой технически сложных товаров. Почти 80% респондентов сообщили, что посещали магазины техники и электроники хотя бы раз за последний год.

К помощи консультанта при выборе техники и электроники в магазине время от времени прибегает каждый второй россиянин (53%), а регулярно – 15% опрошенных. Каждый пятый хотя бы однажды пользовался помощью колл-центра. Для женщин возможность получить помощь консультанта в магазине значимее, чем для мужчин – каждой второй женщине важна оценка приобретаемого товара со стороны консультанта.

Каждый второй опрошенный назвал качественным сервис М.Видео. По мнению трети (33%) покупателей, хорошую консультацию можно получить также в Эльдорадо. Среди покупателей больше всего ценится информированность, компетентность и профессионализм консультантов (68% опрошенных), а также вежливость и доброжелательность (52%). Грамотную речь отметил каждый четвёртый опрошенный, а честность и открытость – каждый третий (34%). Многие покупатели оценили такие важные для специалиста качества, как умение выслушать и помочь (44%) и инициативность (9%).

При выборе техники российские потребители наибольшее внимание уделяют цене (72% опрошенных) и техническим характеристикам (62%). Бренд играет второстепенное значение (36%), на отзывы и обзоры в первую очередь обращает только треть опрошенных. Чаще всего к продавцам консультантам обращаются, чтобы получить экспертизу по ассортименту категории и расширить возможности выбора (25%), чтобы сравнить модели (35%), а также, чтобы из всей широты ассортимента подобрать модель под персональные характеристики (34%).

Каждый третий покупатель обращается к консультанту с просьбой рассказать о товаре или порекомендовать выгодное акционное предложение. Женщинам, согласно опросу, консультанты в основном помогают с выбором среди большого количества моделей (41%), а мужчинам – разобраться в технических характеристиках (35%).

К рекомендациям продавцов прислушиваются 44% опрошенных. При этом для каждого третьего покупателя (36%) рекомендация консультанта является одним из главных факторов при принятии решения о покупке, а для 8% - ключевым во всех случаях.

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

«М.Видео-Эльдорадо реализует уникальную на рынке стратегию гибридного шопинга на платформе OneRetail и объединяет все точки контакта с клиентом воедино при помощи мобильных технологий. При этом 93% всех покупок клиентами происходит именно с использованием инфраструктуры магазина. Розничный персонал – профессиональное ядро нашей компании, воплощающее инновационный подход. Это высококлассные специалисты, чьё доброжелательное отношение, знание технологий и персональный подход помогают нашим клиентам экономить, узнавать о новинках и находить подходящие именно им девайсы.

Компания выстраивает долгосрочные отношения с покупателями при помощи собственной разработки на базе ML-технологии – мобильного приложения продавца. Приложение анализирует каждую сессию продавца и клиента, предлагая консультанту индивидуальные рекомендации по улучшению сервиса, а покупателю – персональные товарные рекомендации и цены. Мы продолжаем совершенствовать клиентский сервис, как за счёт развития мобильных технологий, так и логистики последней мили. Сейчас ритейлер тестирует возможности круглосуточной экспресс-доставки, совершенствует чекаут, а также внедряет «умную очередь», благодаря которой каждого покупателя автоматически будет обслуживать специалист выбранной категории».

**онлайн-опрос М.Видео-Эльдорадо (анкетирование), 2 000 респондентов, возраст: 18-54, РФ, период: август '22.*

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. Общие продажи (GMV) Группы превышают 570 млрд руб. с НДС по итогам 2021 года. 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).

По состоянию на 30 июня 2022 года Группа объединяет 601 магазин под брендом М.Видео, 647 магазинов под брендом Эльдорадо в 369 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов Группы составляет 2 135 тыс. м кв.

Пресс-служба:

Андрей Петров

Andrey.Petrov@mvideo.ru

pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 684 76 22