

«М.Видео» впервые в России запустит новый формат онлайн-торговли

15.09.2016 13:55

15 сентября 2016 г., Москва, РФ – ПАО «М.видео» (Московская Биржа: MVID), крупнейший российский розничный продавец электроники и бытовой техники, сообщает о том, что Совет Директоров компании одобрил стратегию, в рамках которой «М.Видео» среди прочих инициатив планирует развитие новой для российского рынка универсальной торговой интернет-площадки (маркетплейс, marketplace).

Торговая платформа «М.Видео» впервые в России объединит все преимущества различных форматов онлайн-торговли. В отличие от уже существующих на рынке площадок маркетплейс возьмет на себя не только представление товаров, ценовое сравнение и возможность заказа у разных продавцов через одну корзину, но и ключевые сервисные вопросы – оплату, общую доставку или возможность самовывоза товаров от разных продавцов, единые удобные условия по возврату и обмену товара. «М.Видео» планирует направить на развитие торговой площадки до 25% ежегодных утвержденных капитальных затрат в течение первых трех лет.

Маркетплейс не планирует самостоятельно закупать товары и формировать товарный запас. Помимо бытовой техники и электроники на новой интернет-площадке будут представлены товары для дома и ремонта, детские, спортивные и авто товары. Универсальный онлайн-магазин планирует начать работу в 2017 году в Москве и Московской области и в перспективе может выйти в города-миллионники до конца 2020 года. В среднесрочной перспективе «М.Видео» рассчитывает привлечь в рамках проекта более 5 000 партнеров и занять лидирующие позиции на российском рынке онлайн торговли с долей не менее 15%. Маркетплейс будет вести расчеты с партнерами по модели cost per sale (комиссии за выполненный заказ) и оказывать ряд дополнительных услуг по логистике, маркетингу, аналитике, а также иные сервисы.

«М.Видео» за 23 года успешной работы на российском рынке аккумулировала огромный опыт и экспертизу в сфере розничных операций, маркетинга, партнерских отношений, развивая одну из самых успешных в

стране торговых омниканальных экосистем. Мы готовы предложить свой опыт и возможности рынку в формате универсальной торговой платформы, которая объединит клиентов и продавцов. Онлайн рынок в России демонстрирует устойчивый рост, и создание маркетплейса позволит компании укрепить и расширить свои позиции в сфере розничной торговли как за счет нового, уникального для российского рынка формата торговой площадки, так и за счет синергии с основным бизнесом компании», - отметил президент «М.Видео» Александр Тынкован.

Стратегия «М.Видео» нацелена на укрепление лидерских позиций на рынке бытовой техники и электроники за счет дальнейшего развития омниканальной модели взаимодействия с клиентами и эффективной работы с операционными расходами и ценовой политикой. Компания также сосредоточится на внедрении инноваций, развитии онлайн-платформ и продажах связанных устройств, финансовых и интернет-услуг, что расширит сферу деятельности и создаст новые возможности для роста.