

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

ГИБКАЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ СОЗДАЁТ ОСНОВУ ДЛЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ГРУППЫ КАК НАИБОЛЕЕ СИЛЬНОГО, ИННОВАЦИОННОГО И ЭФФЕКТИВНОГО ИГРОКА НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ.

Принцип «одна компания, одна бизнес-модель и два бренда» обеспечивает высокую эффективность операционной модели, позволяя в полной мере реализовать эффекты масштаба и синергии от объединения «М.Видео» и «Эльдорадо».



2018 – 2022
2014
2012

Многоканальность

- Расширение традиционной розничной сети за счёт интернет-магазина и кол-центра.
- Увеличение географии онлайн-бизнеса и развитие онлайн-сервиса.

Оmnиканальность

- Выравнивание ассортимента, цен и подходов к продажам онлайн и офлайн.
- Развитие онлайн-маркетинга.

ONE RETAIL

- Единая цифровая розничная среда с бесшовным переходом между каналами продаж.
- Единое видение клиента во всех точках взаимодействия с покупателями.
- Решения на основе мобильного интернета, анализа данных, машинного обучения, VR- и AR-технологий.

БРЕНДЫ И АУДИТОРИЯ



Бренды

Два ведущих бренда, открыто конкурирующих на рынке

26% совокупная доля рынка (25,6% Группы)



Клиенты

1 млрд клиентских контактов в год

От массовой розницы до премиального сегмента

АУДИТОРИЯ: ВСЕ КЛИЕНТСКИЕ И ЦЕНОВЫЕ СЕГМЕНТЫ

Технологии

ТЕХНОЛОГИИ ЛУЧШЕГО ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА



Персонализация сервиса через платформу m_RTD



Мобильный доступ к кредитованию

Конкурентные преимущества

УНИКАЛЬНЫЙ СЕРВИС И РЫНОЧНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

- Высокая узнаваемость брендов.
- Единственный игрок с покрытием всех клиентских сегментов и розничных форматов.
- Лучший опыт сервиса в России.

До 76% удовлетворённость клиентов по NPS

Стратегические инициативы

СТРАТЕГИЯ ДВУХ БРЕНДОВ

- «М.Видео» – укрепление позиций в верхних ценовых сегментах, «Эльдорадо» – фокус на бюджетном сегменте и удалённых регионах.
- Развитие новых эффективных форматов в премиальном сегменте («М.Видео», m_mobile) и массовой рознице («Эльдорадо 600»).

РОЗНИЧНАЯ СРЕДА



Онлайн-платформа

1 млн

уникальных посетителей в день

65%

доля клиентов, использующих интернет

22%

рыночная доля в онлайн-продажах



Розничная сеть

941 магазин в России

1 845 тыс. кв. м общей площади

ПАРТНЁРЫ И ИНФРАСТРУКТУРА



Поставщики

>300 поставщиков со всего мира

Локализация всех закупок в России



Логистическая система

>420 тыс. куб. м товаров – мощность ЦРС

2,6 млн куб. м годовые перевозки товаров

ПОЛНОЕ ПОКРЫТИЕ:
ВСЕ ФОРМАТЫ И РЕГИОНЫ

ЦИФРОВИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ



Решения на основе анализа данных, машинного обучения, AR/VR-технологий онлайн и в магазинах



Электронный обмен данными с поставщиками



Управление доставкой через мобильное приложение



Управление персоналом на основе компьютерного зрения

ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ

- Омниканальность и бесшовный сервис онлайн и офлайн.
- Самые популярные сайты сегмента «Бытовая техника».
- Единственная на рынке кредитная онлайн-платформа.
- Магазины – инструмент онлайн-продаж.
- Модель, не требующая инвестиций в активы (asset-light)

>74%

онлайн-заказов забираются в магазинах

>90%

магазинов в долгосрочной аренде

ЭКОНОМИЯ НА МАСШТАБЕ И СИНЕРГИИ

- Закупочная сила, статус якорного арендатора.
- Высокие стандарты отношений с поставщиками.
- Масштабная распределённая дистрибуционная сеть для двух брендов.
- Сочетание аутсорсинга и собственных операций, повышающее эффективность.

КОНЦЕПЦИЯ ONE RETAIL И РАЗВИТИЕ СЕТИ

- Полная цифровизация клиентского опыта.
- Развитие стратегических проектов и сервисов: сервиса m_RTD, мобильных приложений, кредитной платформы и др.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

- Построение организации, основанное на работе с данными.
- Проекты цифровизации фронт- и бэк-офиса.

ПОЛНАЯ ЦИФРОВИЗАЦИЯ
БИЗНЕС-МОДЕЛИ

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ ГРУППЫ ДО 2022 ГОДА



Доля рынка

>30%

ЕБИТДА маржа

>6%

Лучший покупательский опыт