

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ

~90%

доля на российском рынке
товаров по низким
фиксированным ценам¹

17 лет

последовательной
экспансии

Fix Price занимает лидирующие позиции на рынке благодаря уникальному ценностному предложению для покупателей и формату со значительным потенциалом роста до ~18 600 магазинов в странах присутствия¹. Гибкая операционная модель, высокая степень унификации и автоматизации процессов на базе передовых ИТ-решений позволяют стабильно демонстрировать высокорентабельный и масштабируемый рост

¹ Источник: INFOline

Обращение Генерального директора

Дмитрий Кирсанов,
Генеральный директор



291,9 млрд руб.
выручка



18,6%
рентабельность
по скорр. EBITDA

Уважаемые акционеры!

Прошедший год был непростым, тем не менее в условиях изменчивой внешней среды наша команда оставалась верной своим стратегическим приоритетам и использовала все возможности для обеспечения интересов покупателей, сотрудников и акционеров.

Вызовы, с которыми столкнулась Компания в 2023 году, подчеркнули силу и гибкость ее бизнес-модели: способность адаптироваться и развиваться, при этом стабильно предоставляя покупателям уникальный ассортимент качественных товаров по привлекательным ценам.

В отчетном году мы продолжили движение по траектории роста – реализовали план по чистым открытиям и обеспечили прирост выручки, тем самым укрепив лидерство Группы на рынке товаров по низким фиксированным ценам. Мы в очередной раз продемонстрировали эталонный для отрасли уровень рентабельности и генерации денежных потоков, а также существенно снизили долговую нагрузку Группы.

Расширение сети и укрепление цепочки поставок

В отчетном году Fix Price продолжил расширять географию своего присутствия как на территории России, так и за рубежом, выйдя на новые рынки Монголии и Армении. В 2023 году мы также сохранили темпы экспансии и увеличили розничную сеть на 751 магазин, включая 672 магазина под управлением Компании и 79 франчайзинговых магазинов.

Важно отметить, что нам удается поддерживать высокую эффективность открытия новых торговых точек. Так, средний срок окупаемости магазинов в 2023 году составил 10 месяцев, а капитальные затраты на открытие магазинов остались на уровне прошлого года (что существенно ниже непродольственной инфляции) благодаря оптимизации процесса открытий, фокусу на поиск помещений в высокой степени готовности и успешным переговорам с арендодателями и подрядчиками по ремонту помещений.

В 2023 году мы ввели в эксплуатацию два распределительных центра в России: в Домодедове общей площадью 67 тыс. кв. м и Екатеринбурге общей площадью 68 тыс. кв. м.

Обращение Генерального директора



Эффективная работа с ассортиментом, строгий контроль качества продукции и повышенное внимание к потребностям покупателей позволяют Fix Price неизменно оставаться лидером на рынке товаров по низким фиксированным ценам, потенциал которого в ключевых странах присутствия Компании составляет

~18 600
магазинов ²

+792 общее количество
открытых магазинов ¹
под управлением Компании

+141 тыс. кв. м
прирост площади
РЦ в 2023 году

+3 РЦ
в 2023 году

Мы также арендовали распределительный центр в Астане площадью 3 тыс. кв. м для снабжения наших магазинов в Республике Казахстан. К концу 2023 года Компания располагала 13 современными РЦ общей площадью более 484 тыс. кв. м.

Горжусь тем, что в условиях внешних вызовов прошедшего года и благодаря слаженной работе команды мы смогли обеспечить бесперебойные поставки востребованных товаров для наших покупателей, несмотря на постоянное изменение логистических процессов и маршрутов глобальных перевозок. Мы значительно расширили базу отечественных поставщиков, при этом сохранив сотрудничество с ключевыми зарубежными производителями.

Устойчивые финансовые результаты

В 2023 году выручка Fix Price увеличилась на 5,1% по сравнению с предыдущим годом и достигла 291,9 млрд руб. Благодаря эффективной работе с ассортиментом и поставщиками мы смогли нарастить валовую маржу и частично нивелировать рост расходов на персонал, связанный с высокой конкуренцией на рынке труда. В результате в прошедшем году, несмотря на сохраняющуюся рыночную неопределенность, мы показали высокую рентабельность на всех уровнях – валовая маржа выросла до 34,0%, рентабельность по скорр. EBITDA составила 18,6%, а рентабельность чистой прибыли достигла 12,2%.

¹ Без учета закрытий

² Источник: INFOLine

Хотел бы отметить, что в 2023 году состоялась первая выплата в рамках программы долгосрочной мотивации сотрудников (LTI), созданной для развития и удержания ключевых талантов Компании. Программа вызывает большой интерес среди сотрудников, поэтому служит не только удерживающим стимулом для уже участвующих в программе, но и мотивацией к росту для кадрового резерва.

Лидерство на рынке товаров по низким фиксированным ценам

Эффективная работа с ассортиментом, строгий контроль качества продукции и повышенное внимание к потребностям покупателей позволяют Fix Price неизменно оставаться лидером на рынке товаров по низким фиксированным ценам, потенциал которого в ключевых странах присутствия Компании составляет порядка 18 600 магазинов ².

В 2023 году мы продолжили совершенствовать уникальное ценностное предложение для покупателей. Наши специалисты находятся в постоянном поиске актуальных трендов, изучают изменения потребительских предпочтений, а также тестируют новые товары из разных ценовых категорий. При этом 77% всех товарных позиций, представленных в нашем ассортименте в 2023 году, были не дороже 99 руб.

9 стран
присутствия в 2023 году

13
современных РЦ

>484 тыс. кв. м
общая площадь
наших РЦ

6 414
магазинов

Обращение Генерального директора

Программа лояльности остается важным инструментом стимулирования продаж магазинов, а также источником ценной обратной связи по нашим товарам и услугам. Около 3,8 миллионов человек присоединились к нашей бонусной системе за последний год; в результате база участников программы в России сегодня составляет почти 26 миллионов пользователей.

Улучшение покупательского опыта и совершенствование операционных процессов

Улучшение покупательского опыта при посещении магазинов Fix Price также находится в фокусе нашего внимания. Так, в 2023 году в семи магазинах сети мы протестировали технологию компьютерного зрения для контроля очередей на кассах. Сервис анализирует картинку с камер видеонаблюдения и определяет загруженность магазина. Если количество людей превысило заданный лимит, заведующему приходит уведомление с просьбой открыть дополнительную кассу. Спустя два месяца после внедрения технологии в пилотных магазинах, их средний трафик вырос на 2%, по сравнению с магазинами, где технология не применялась. В результате мы приняли решение о масштабировании данного сервиса на все магазины под управлением Fix Price в России.

С 2022 года во всех новых магазинах сети мы устанавливаем терминалы самообслуживания, которые помогают уменьшить очереди и быстрее обрабатывать оплату, что создает дополнительные возможности для повышения трафика и оптимизации затрат. В 2024 году мы будем устанавливать такие терминалы не только в новых, но и в действующих магазинах сети.

Еще одним важным нововведением в отчетном году является автоматизация сбора и хранения данных о товарах для онлайн-витрины fix-price.com на основе системы PIM. Система позволила создать единую базу всей информации о товарах, восполнить недостающие данные в первую очередь благодаря партнерам и поставщикам, автоматизировать и упростить процессы заполнения информации о товаре, обеспечить выгрузку данных для других систем и уменьшить срок ввода товара на онлайн-витрину.

В 2023 году мы провели глобальное обновление системы WMS Logistic, предназначенной для управления технологическими операциями на складах в режиме реального времени. Миграция системы на новую унифицированную версию позволила оптимизировать процессы доработок, сократить сроки внедрения нового функционала и обеспечить бесперебойную работу всех распределительных центров.

Мы ожидаем существенного увеличения доли цифровых сервисов в организации операционных процессов Компании. Мы будем искать, адаптировать и внедрять перспективные цифровые решения российских разработчиков, в том числе на основе технологий искусственного интеллекта, с целью повышения эффективности бизнеса и его устойчивости к внешним вызовам.

В отчетном году важным изменением в области корпоративного управления стало решение о редомиляции Группы в Республику Казахстан. Эта страна является одним из крупнейших зарубежных рынков для Fix Price – на конец 2023 года здесь работало 280 магазинов (более 4% от всей торговой сети) и более 1,8 тыс. сотрудников.

Фокус на корпоративном управлении в интересах стейкхолдеров

В отчетном году важным изменением в области корпоративного управления стало решение о редомиляции Группы в Республику Казахстан. Эта страна является одним из крупнейших зарубежных рынков для Fix Price – на конец 2023 года здесь работало 280 магазинов (более 4% от всей торговой сети) и более 1,8 тыс. сотрудников.

Будучи публичной компанией, Fix Price всегда стремится обеспечить равные возможности для всех акционеров и инвесторов. В условиях приостановки торгов ценными бумагами Группы на Лондонской бирже мы предприняли шаги, направленные на предоставление инвесторам доступа к нашим ГДР – в октябре 2023 года ГДР Компании были включены в котировальный список международной биржи Астаны (AIX). При этом Группа намерена сохранить листинг на Лондонской и Московской биржах.

Горжусь тем, что в условиях инфраструктурных ограничений мы смогли запустить процесс выплаты дивидендов нашим акционерам. 15 января 2024 года Совет директоров Fix Price одобрил промежуточные дивиденды в размере 9,84 руб. на ГДР/акцию, в общей сложности 8,4 млрд руб.

Вклад в общее благополучие

Мы осознаем, что в условиях турбулентной бизнес-среды важно продолжать обеспечивать качественное предложение товаров по выгодным ценам для покупателей, оставаться открытыми к новым партнерствам, создавать условия для развития регионов присутствия, а также поддерживать наших сотрудников.

Перспективы

В будущем мы продолжим укреплять лидерство Fix Price путем экспансии как в России, так и за ее пределами, в том числе планируем открыть первый магазин сети в Объединенных Арабских Эмиратах. Мы будем развивать взаимоотношения с действующими поставщиками и формировать новые партнерства, расширять ассортимент в соответствии с трендами в покупательских предпочтениях и предлагать увлекательный опыт совершения покупок в наших магазинах.

Я благодарю Совет директоров, менеджмент и всех сотрудников Компании за общий вклад в достижение результатов 2023 года. Это было бы невозможно без слаженной работы команды профессионалов, чей опыт, знания и преданность делу позволяют нам идти по пути роста и развития, сохраняя лидерские позиции Компании на протяжении многих лет.

Дмитрий Кирсанов,
Генеральный директор

Обзор рынка

Макроэкономическая ситуация в России и рынок розничной торговли¹

2023 год оказался еще одним непростым годом для российской экономики: инфляционные ожидания росли, а Банк России неоднократно принимал решения о повышении ключевой ставки для поддержания жестких денежно-кредитных условий. При этом за счет благоприятной внешнеэкономической конъюнктуры и комплекса внутренних экономических стимулов ВВП в реальном выражении вырос на 3,6% в 2023 году против снижения на 2,1% в 2022 году, а инфляция в декабре 2023 года к аналогичному месяцу предыдущего года оказалась на уровне 7,4%, что в рамках прогнозного диапазона 7,0–7,5% по сравнению с 11,9% годом ранее.

В течение года наблюдался рост внутреннего спроса, который был поддержан увеличением реальных заработных плат и потребительских расходов, что несколько ограничивалось высокими процентными ставками и замедлением кредитования. На фоне нормализации цепочек поставок и ужесточения кредитно-денежной политики рост индекса потребительских цен на продовольственные товары в Российской Федерации в 2023 году замедлился до 4,4% с 14,9% в 2022 году, а на непродовольственные – до 4,2% в сравнении с 15,2% в 2022 году. Курс национальной валюты оставался волатильным в течение года, при этом среднегодовой курс доллара США по отношению к российскому рублю составил 85,3 по сравнению с 68,5 руб. / долл. США в 2022 году.

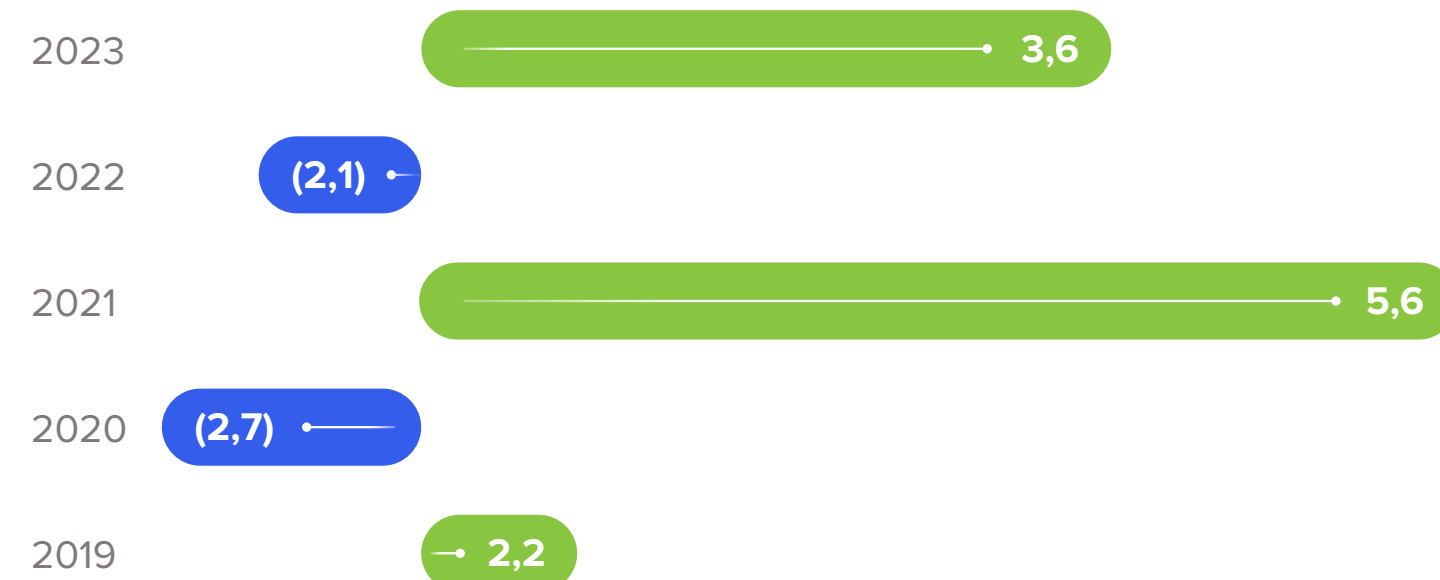
¹ Все цифры в данном разделе приведены на основе официальных данных по России, опубликованных Федеральной службой государственной статистики (Росстат) на дату публикации настоящего Отчета, если не указано иное

² Индекс потребительских цен, среднее значение за год

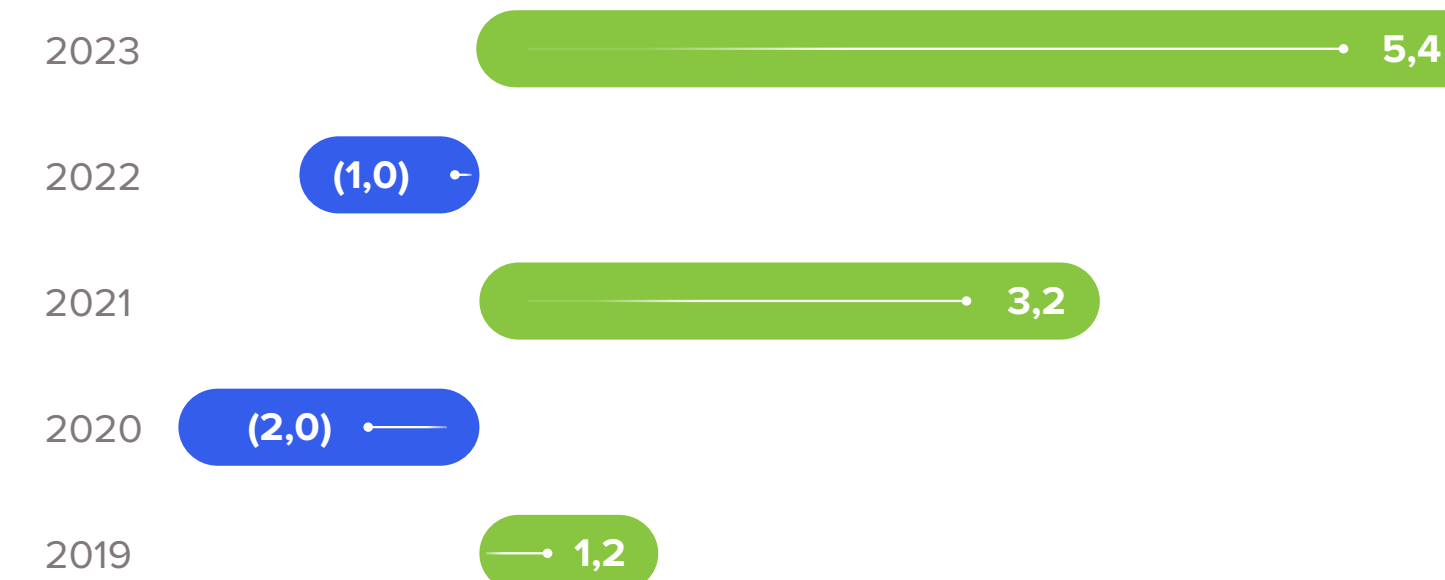
³ Источник: INFOLine, 2023 год

Ключевые стратегические преимущества Fix Price — лидирующие позиции на российском розничном рынке товаров по низким фиксированным ценам, команда топ-менеджеров с глубоким знанием отрасли, уникальное ценностное предложение для покупателей, операционная эффективность, развитые логистика и прямой импорт, существенный потенциал роста и высокая рентабельность бизнеса.

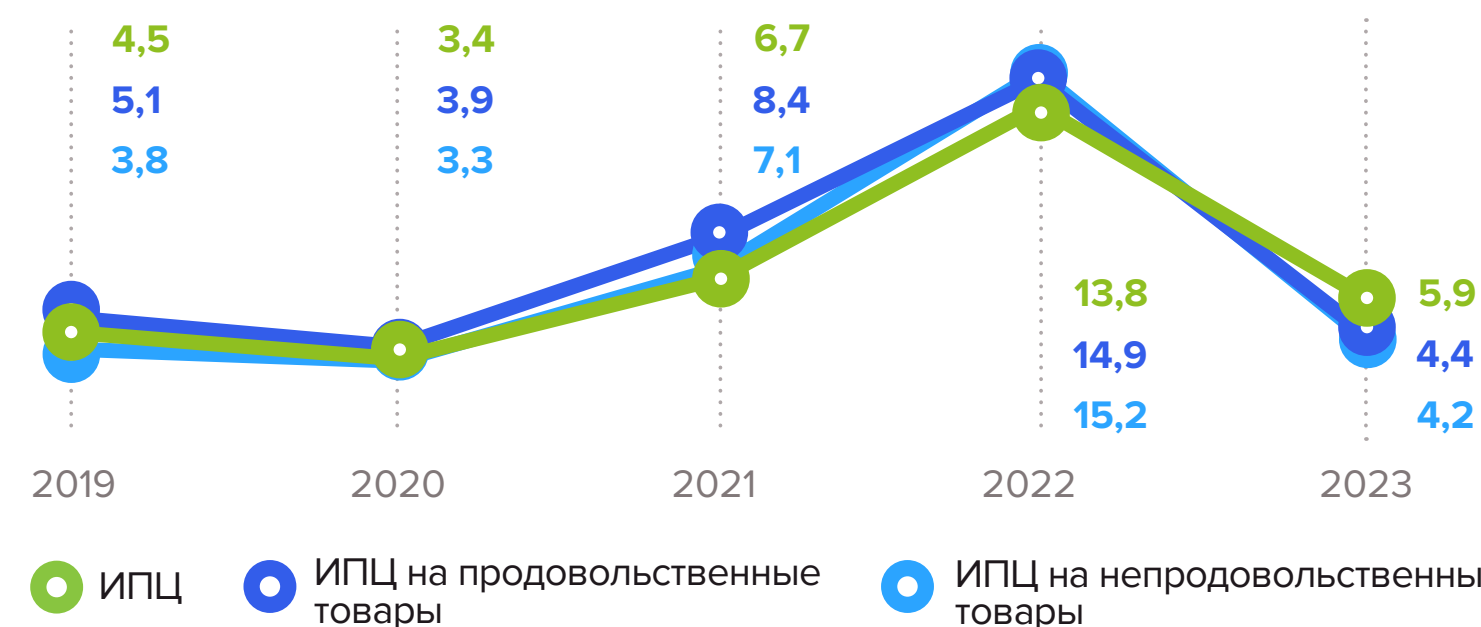
Реальный ВВП Российской Федерации в 2019–2023 годах, изменение, %



Реальные располагаемые доходы населения в Российской Федерации в 2019–2023 годах, изменение, %



Потребительская инфляция (изменение ИПЦ²) в Российской Федерации в 2019–2023 годах, %



Fix Price является абсолютным лидером на российском рынке товаров по низким фиксированным ценам с долей рынка

~90%³

Обзор рынка

Безработица в России остается рекордно низкой: согласно последним данным Росстата, в 2023 году она составила 3,2% по сравнению с 4,0% в 2022 году на фоне высокой конкуренции на рынке труда и роста заработной платы. Реальные располагаемые доходы населения выросли на 5,4%, а уровень потребительской уверенности в течение всего года постепенно восстанавливался.

Оборот розничной торговли в 2023 году в денежном выражении вырос на 11,3% (при росте на 7,9% в 2022 году) и достиг 47,4 трлн руб. Рост потребительского спроса обеспечивается за счет устойчивого роста доходов населения, несмотря на инфляционные риски и волатильность национальной валюты.

В 2023 году отмечалось увеличение расходов потребителей на относительно дорогостоящие товары длительного пользования: бытовую и компьютерную технику, электронику, одежду и обувь, строительные материалы, мебель, товары для автомобилей. Этот тренд во многом был связан с реализацией отложенного спроса, сформированного в 2022 году. Помимо этого, зафиксировано существенное увеличение депозитов в российских банках, объем которых вырос на рекордные 8,3 трлн руб. При этом расходы на продовольственные и непродовольственные товары повседневного спроса в офлайн-сегменте рынка оказали умеренный рост, на 8,2% и 11,1% соответственно ¹.

В 2023 году доля продовольственных товаров в обороте розничной торговли снизилась с 49,4 до 48,0% на фоне восстановления спроса на непродовольственные товары, доля которых выросла до 52,0% с 50,6% в 2022 году.

¹ По оценкам INFOline

² Общий объем целевого рынка включает в себя розничную торговлю товарами, которые по цене и ассортименту схожи с товарами по низким фиксированным ценам, но в настоящее время доступны через различные розничные каналы. Источник: INFOline

+

+11,3%

рост оборота розничной торговли в денежном выражении в 2023 году

Доля современных форматов розничной торговли в общем объеме розничного рынка продолжила расти и в 2023 году достигла 81,3% (+1,7 п.п. год к году), а доля топ-10 FMCG-рейтингов выросла на 2 п.п., до 40,5%. Современные форматы укрепляют свои позиции благодаря привлекательному ценностному предложению и улучшению качества обслуживания.

Помимо этого, активно растет доля электронной коммерции: в этом сегменте совокупный среднегодовой темп прироста в 2019–2023 годах составил 42,4% на фоне развития служб экспресс-доставки и маркетплейсов.

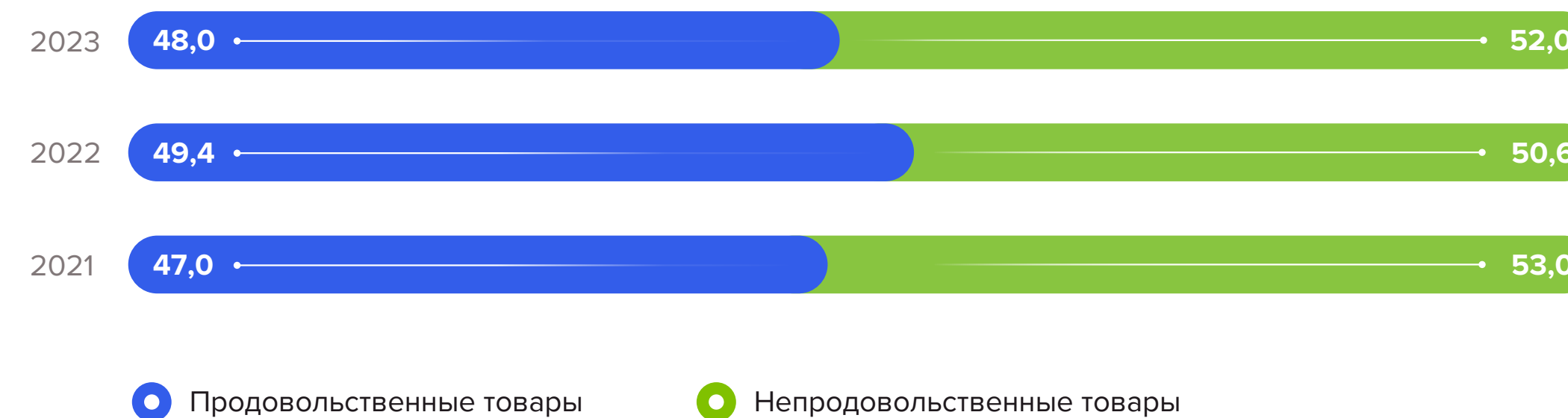
✓

Доля современных форматов розничной торговли в 2023 году достигла

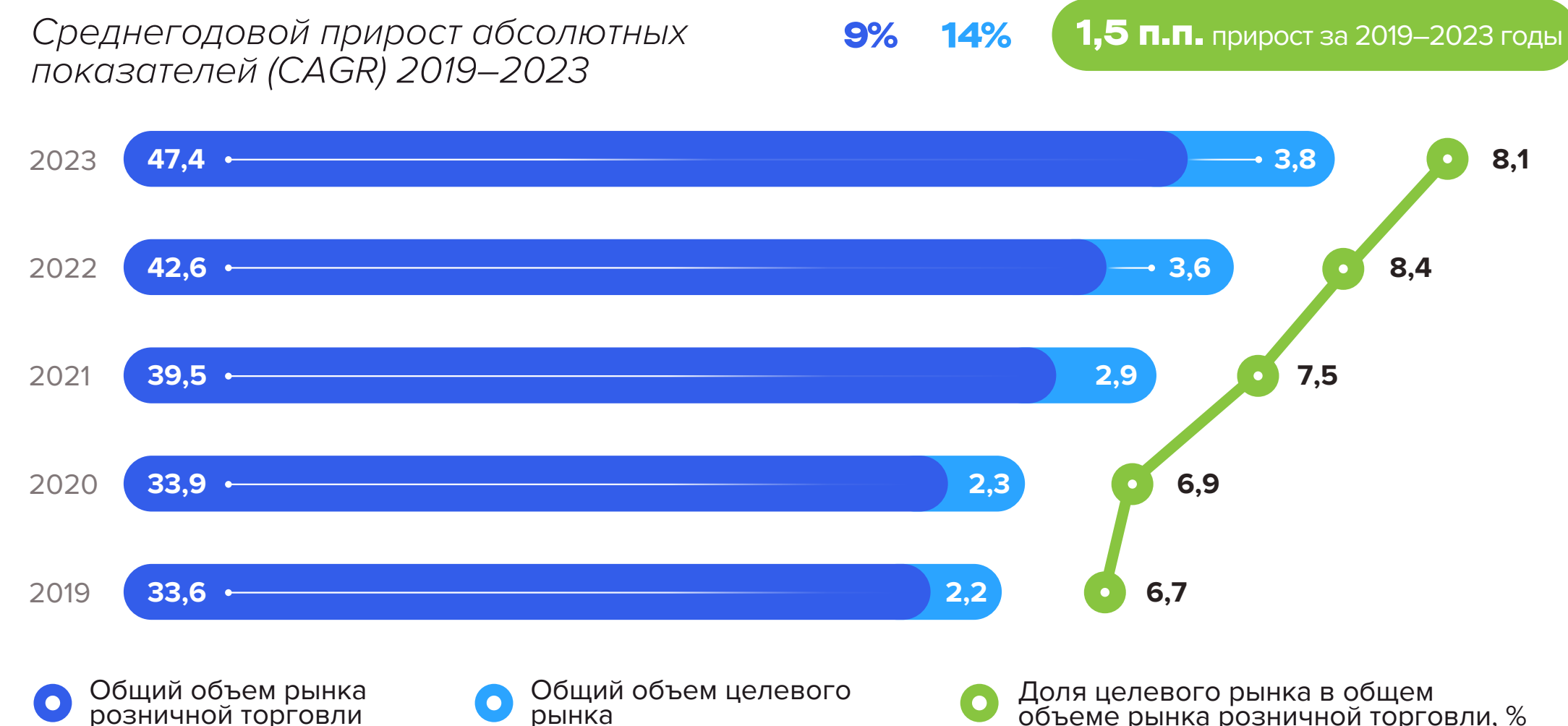
81,3%

(+1,7 п.п. год к году)

Структура российского рынка розничной торговли в 2021–2022 годах, %



Общий объем российского рынка розничной торговли и целевого рынка ² в 2019–2023 годах, трлн руб.



Обзор рынка

Общий объем целевого рынка (ТАМ)¹

Общий объем целевого рынка включает в себя розничную торговлю товарами, которые по цене и ассортименту схожи с товарами по низким фиксированным ценам, но в настоящее время доступны через различные розничные каналы. В 2023 году общий объем целевого рынка оценивался в 3,8 трлн руб., или 8,1% от общего объема рынка розничной торговли в России; при этом непродовольственные категории неизменно составляли более половины общего объема целевого рынка.

В последние годы изменилась и структура каналов сбыта: магазины у дома и магазины низких фиксированных цен продолжают набирать популярность, в то время как доля традиционных форматов на рынке сокращается.

Тщательный подход к оценке целевого рынка в 2023 году²

1 **Общий объем рынка розничной торговли**

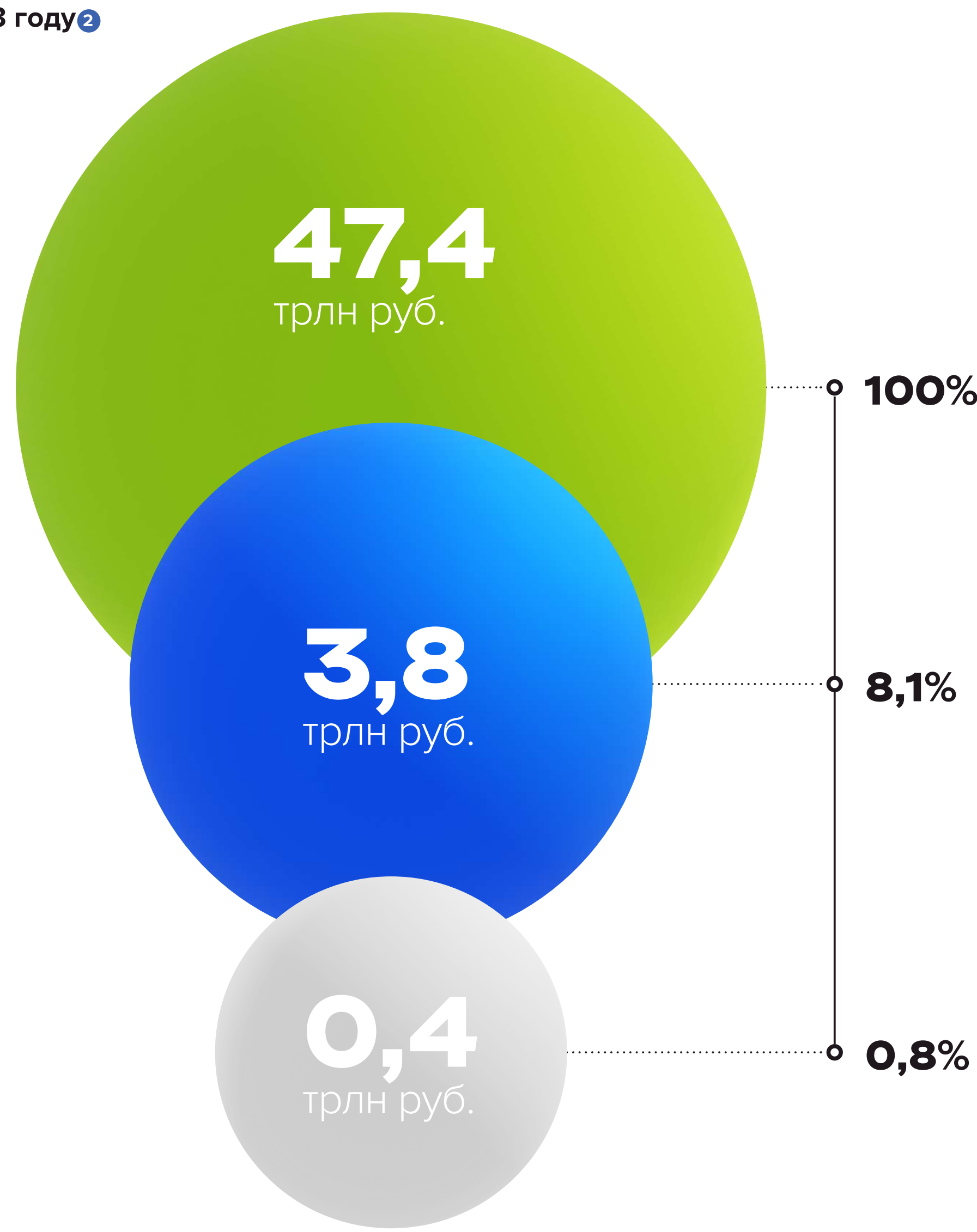
Общий объем рынка розничной торговли, включая все каналы, категории (продуктовые и непродуктовые сегменты) и регионы

2 **Выявление общего целевого рынка**

Товары, актуальные для сети магазинов низких фиксированных цен в ценовом выражении, с учетом профилей клиентов и с ассортиментом, ограниченным средней площадью магазина и соответствующими категориями

3 **Рынок сетей низких фиксированных цен**

Рынок сетей низких фиксированных цен охватывает розничные магазины, специализирующиеся на продаже товаров общего назначения, таких как одежда, автомобильные запчасти, бакалейные товары, игрушки, скобяные изделия, товары для дома и продукты питания, как правило, по низким ценам, иногда с использованием одной или нескольких фиксированных ценовых категорий



¹ Все цифры в данном разделе приведены на основе данных INFOLine, если не указано иное. ТАМ – total addressable market

² Все данные по объему рынка включают НДС

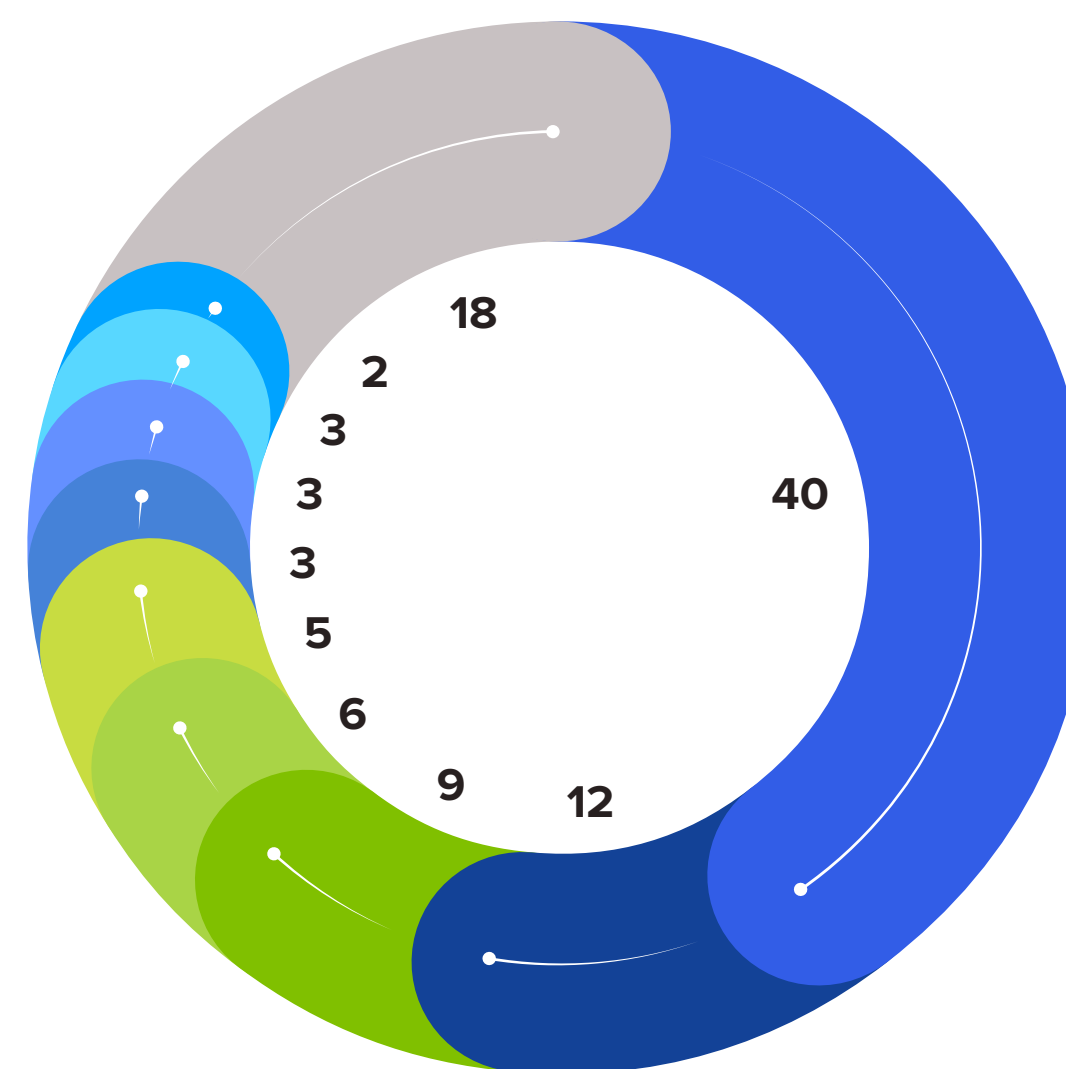
Обзор рынка

Отбор актуальной для целевого рынка продукции из разных категорий, % в категории ❶

Доля категории целевого рынка в общей структуре категории рынка розничной торговли, %



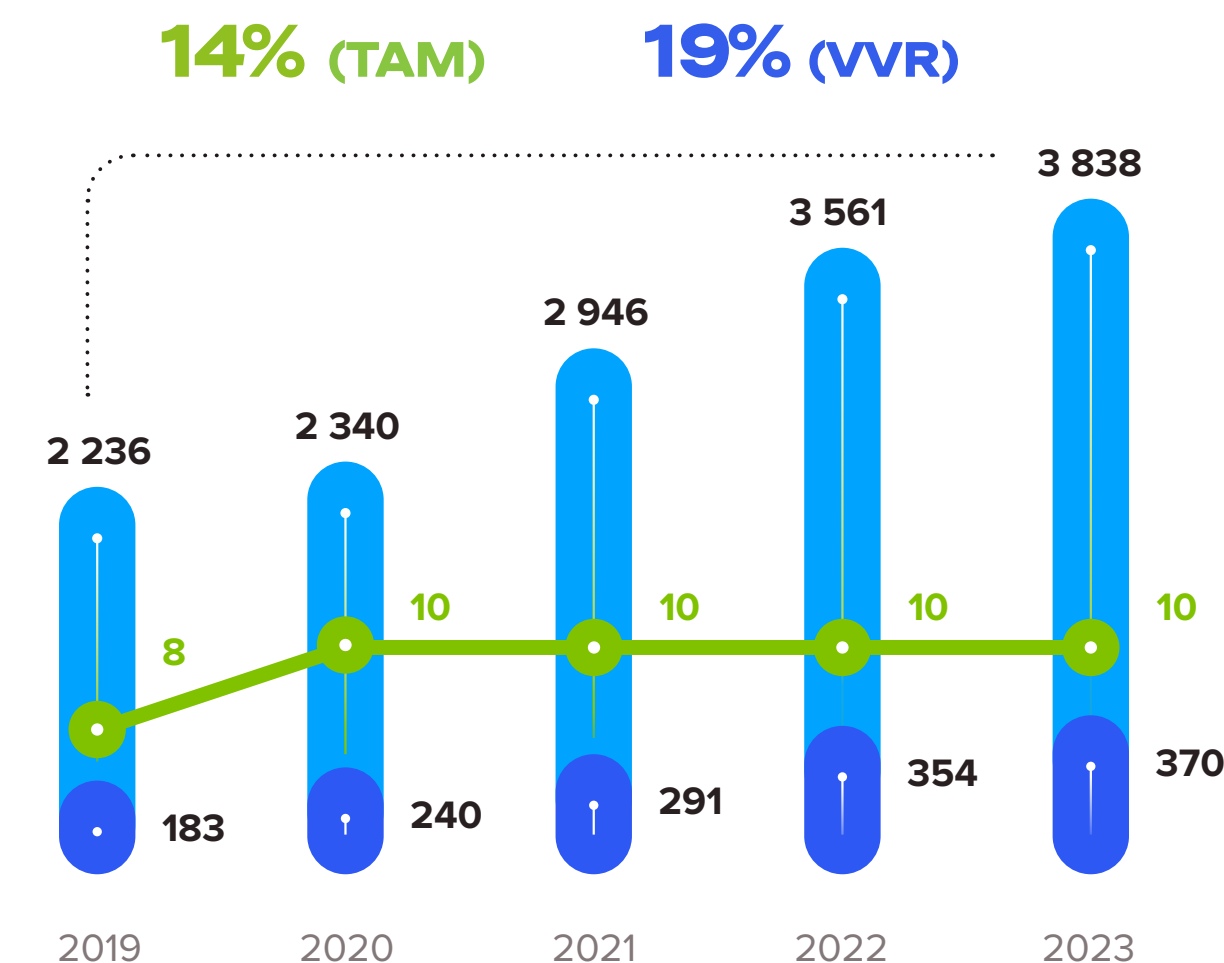
Структура целевого рынка ❷, %



❶ Рассчитывается как категория целевого рынка, деленная на соответствующую категорию в общем объеме рынка розничной торговли
 ❷ Сумма не равна 100% из-за округления
 ❸ Источник: INFOline

Устойчивый рост целевого рынка и рынка товаров по низким фиксированным ценам в 2019–2023 годах, млрд руб.

Среднегодовой темп прироста (CAGR) 2019–2023



- Другие каналы целевого рынка
- Доля рынка товаров по низким фиксированным ценам в целевом рынке (TAM), %
- Канал рынка товаров по низким фиксированным ценам (VVR)

Доля магазинов низких фиксированных цен в целевом рынке составляет ~10%. Ожидается, что этот сегмент станет одним из ведущих с точки зрения доли рынка, в то время как доля традиционных форматов будет сокращаться и далее ❸.

Обзор рынка

Рынок товаров по низким фиксированным ценам

Fix Price открыл свой первый магазин в России в 2007 году. За 17 лет рынок товаров по низким фиксированным ценам, на котором Компания занимает лидирующие позиции, значительно вырос. При этом объем этого сегмента в России все еще существенно меньше, чем в других странах. Структура сегмента постепенно эволюционировала в сторону укрупнения. По мере того как лидеры рынка увеличивали региональный охват и продажи, часть небольших ретейлеров ушла с рынка. В 2023 году доля продаж товаров по низким фиксированным ценам составляла 0,8% от общего объема розничной торговли в России. При этом, по оценкам аналитиков, этот сегмент рынка обладает существенным потенциалом для роста.

¹ По данным Всемирного банка по состоянию на 2022 год, включая текущие страны присутствия Fix Price: Россию, Армению, Беларусь, Грузию, Казахстан, Кыргызстан, Латвию, Монголию и Узбекистан

² По данным Всемирного банка по состоянию на 2022 год, включая страны СНГ (Азербайджан, Армению, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Молдову, Россию, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан), Грузию, Латвию и Монголию

³ Население с уровнем дохода до 60 тыс. руб. в месяц. На основе данных Росстата по состоянию на 2022 год

⁴ На основе [исследования «Ромир М-Пульс»](#) в 2023 году

⁵ На основе данных о продажах, включая НДС

⁶ Количество магазинов в России

⁷ Два отдельных формата магазинов Группы Гала-Центр: Галамарт и МПР (Магазин Постоянных Распродаж)

⁸ Доля рынка оценена INFOline исходя из ассортимента, соответствующего целевому рынку формата низких фиксированных цен

⁹ Перед уходом с рынка произошло слияние сетей Home Market и «Заодно»

>226 млн человек

численность населения в России и других основных странах присутствия Fix Price¹

>256 млн человек

численность населения в странах СНГ и близлежащих странах²

>77%

населения России являются непосредственной целевой аудиторией³

9 из 10 покупателей

на фоне сложной экономической ситуации продолжают экономить⁴

Fix Price – лидер на рынке магазинов низких фиксированных цен в России

Компания	Количество магазинов на конец года, шт.		Доля рынка ⁵ , %		Год входа/ухода с рынка
	2017	2023	2017	2023	
FIX price	2 477	5 756 ⁶	89	89	2007
Галамарт МПР ⁷	181	1 045 ⁶	9 ⁸	11 ⁸	2009
home market ЗАОДНО ⁹	116				2013/2021
КОЗЬЮШКА	22				2010/2019
еврошоп МАГАЗИН С ОДНОЙ ЦЕНОЙ	27				2015/2018
ОХАПКА	50				2012/2018

Закрыты

Обзор рынка

Возможности для расширения сети

По оценкам INFOLine, количество действующих в формате низких фиксированных цен торговых точек в России, Казахстане и Беларуси может увеличиться примерно в три раза, до 18,6 тыс. магазинов. При этом вывод на рынок новых игроков в данном формате затруднен необходимостью значительных инвестиций на первоначальных этапах, сложностью выстраивания надежной цепочки поставок и других операционных процессов для достижения эффекта масштаба и предложения конкурентного уровня цен на качественный, преимущественно непродовольственный ассортимент.

В дальнейшем Fix Price продолжит укреплять свое лидерство в перспективном формате низких фиксированных цен. Мы сосредоточим свои усилия на дальнейшем росте бизнеса за счет экспансии сети магазинов на существующих и новых рынках, улучшения нашего ценностного предложения и повышения уровня клиентского сервиса.

- 1 Ближнее зарубежье включает Казахстан и Беларусь
- 2 Количество магазинов Fix Price по состоянию на 31 декабря 2023 года
- 3 6 328 магазинов Fix Price в России, Беларуси и Казахстане
- 4 Текущее количество магазинов низких фиксированных цен в России, Беларуси и Казахстане. Источник: INFOLine
- 5 Сибирский, Уральский, Дальневосточный и Северо-Кавказский регионы
- 6 Беларусь и Казахстан
- 7 Общий потенциал рынка России, Беларуси и Казахстана (для Fix Price и конкурентов; включая действующие торговые точки)

Потенциал роста количества магазинов низких фиксированных цен в России и в ближнем зарубежье 1

6 414

Количество магазинов в сети Fix Price 2

18 600



Уникальное ценностное предложение для покупателей

Широкий ассортимент по исключительно выгодным ценам

Для развития уникального ассортимента в 2023 году Fix Price продолжил взаимодействовать с уже знакомыми производителями, а также инициировал сотрудничество с новыми поставщиками, активно вовлекаясь в процесс разработки, дизайна и производства новых товаров.

Компания предоставляет своим покупателям широкий ассортиментный ряд, который включает в себя около 2 тыс. товарных позиций в 20 различных категориях. К основным категориям относятся товары для дома, косметика и средства гигиены, канцелярия и книги, одежда, игрушки, бытовая химия, а также продукты питания и напитки, не требующие специальных условий хранения. Мы предлагаем разнообразный выбор товаров собственных торговых марок (СТМ) и сторонних брендов, а также небрендируемых товаров.

За счет впечатляющего масштаба своей деятельности, опыта и участия в производственном процессе мы можем обеспечить более привлекательные цены на товары, аналоги которых зачастую стоят дороже в других сетях – это способствует поддержанию интереса покупателей к нашему ассортименту.

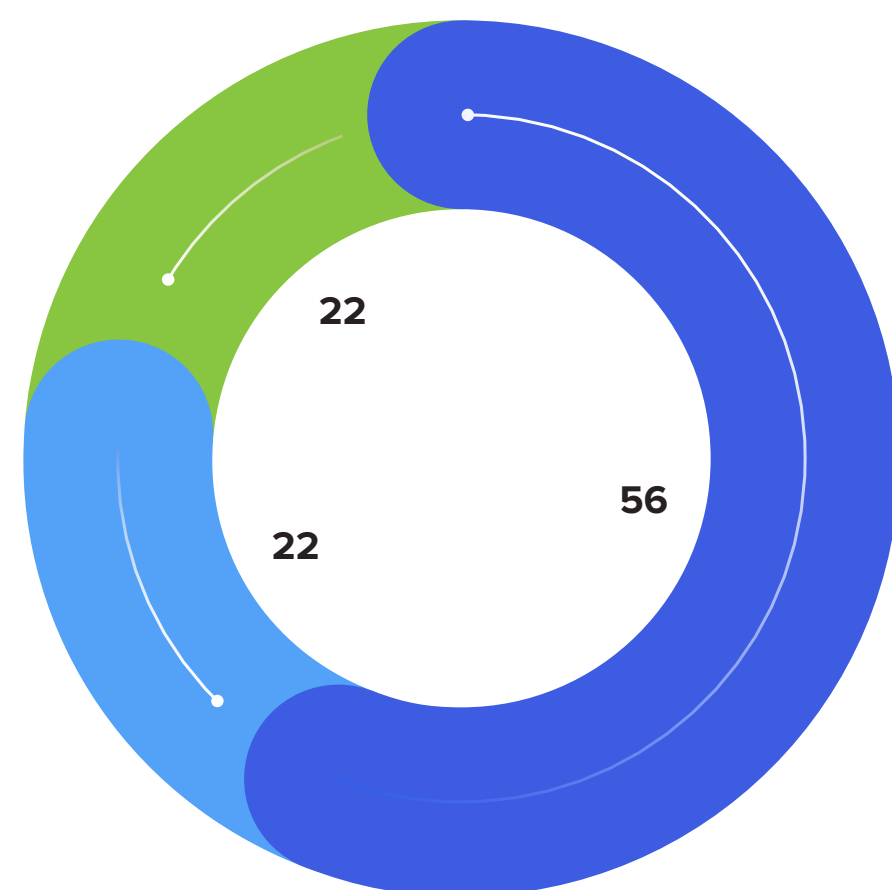
В Fix Price покупки превращаются в настоящую «охоту за сокровищами»



В Fix Price покупатели могут приобретать широкий спектр товаров с большой выгодой, чему способствуют постоянное обновление ассортимента, четкое следование стратегии EDLP¹, а также сбалансированный и разнообразный продуктовый микс. Наша программа лояльности позволяет держателям карт Fix Price экономить и оптимизировать свои повседневные траты благодаря целому ряду преимуществ.

¹ От англ. Everyday Low Prices – низкие цены каждый день

Структура розничных продаж Fix Price в 2023 году по типу бренда, %



~2 тыс. товарных позиций в 20 различных категориях

- Товары от малоизвестных брендов и небрендируемые товары
- Товары СТМ
- Товары крупных брендов

Структура категорий товаров в 2023 году, % от розничных продаж

Продовольственные товары

Продукты питания и напитки 26%

Бытовая химия и гигиена

Косметика и товары гигиены 17%

Бытовая химия 8%

Непродовольственные товары

Товары для дома 20%

Канцелярия 6%

Товары для праздника 6%

Одежда 5%

Игрушки 3%

Аксессуары 3%

Прочее² 6%

² К «Прочему» относится электроника, товары для здорового образа жизни, аксессуары для автомобилей, товары для домашних животных и прочие промтовары

Уникальное ценностное предложение для покупателей

Частая ротация товарных позиций является основой уникальности нашего ассортимента

Еженедельно мы запускаем

~50

новых товаров,

при этом

71%

розничных продаж

приходится на ассортимент, который обновляется до шести раз в год

Остальные

29% – это товары

постоянного спроса,

такие как туалетная бумага, алюминиевая фольга, мешки для мусора и др., которые не нуждаются в ротации, поскольку покупатели приобретают их на регулярной основе



На товары постоянного спроса приходится примерно треть всех розничных продаж Fix Price, а оставшиеся две трети занимает ассортимент из регулярно обновляемых позиций. Fix Price стремится предложить лучшие цены по всем категориям товаров и товарным позициям. Мы делаем все возможное, чтобы сформировать исключительно выгодное предложение в девяти основных ценовых категориях. Как правило, стоимость корзины Fix Price существенно ниже стоимости аналогичной корзины из других российских розничных сетей, работающих в традиционном формате или онлайн.

В 2023 году Fix Price укрепил свои позиции в перспективных для Компании товарных категориях из непродовольственной линейки, пользующихся популярностью у покупателей. Их доля в структуре нашего предложения выросла за счет тщательной работы с ассортиментом, а также привлечения новых поставщиков и брендов из России и Китая.

Мы видим большой потенциал в дальнейшем развитии категорий товаров для дома и праздника, которые пользовались стабильным спросом в отчетном году наряду с товарами для кухни, аксессуарами, инструментами и декоративной продукцией. Мы наблюдали некоторое снижение доли категории продовольственных товаров в розничных продажах на фоне аномально высокой базы прошлого года. Высокий спрос на стратегически важные для нас категории drogery (косметику, бытовую химию и гигиену) оставался устойчивым, при этом доля drogery в розничных продажах удерживалась на уровне предыдущего года.

Ассортимент

Компания ежегодно выпускает порядка восьми сезонных коллекций, приуроченных к таким отмечаемым в России праздникам, как Новый год, Рождество, Сезон урожая (Harvest Time), День святого Валентина, 1 Сентября (кампания «Снова в школу»), 8 Марта (Международный женский день), 23 Февраля и Пасха. Кроме того, к сезонным товарам также относятся товары для садоводства.

В 2023 году Fix Price провел уникальную акцию, пригласив покупателей поучаствовать в отборе новогодней коллекции товаров для своих магазинов.

Компания одной из первых на рынке приняла решение использовать живую обратную связь от своих покупателей как инструмент отбора ассортимента наряду с более традиционным анализом исследований и трендов.

В ходе кампании было протестировано 500 образцов новогоднего декора, посуды, светильников и елочных украшений. Из них было отобрано 40 образцов, которые мы доработаем совместно с поставщиками и представим на полках наших магазинов к следующему новому году.

Регулярное пополнение ассортимента привлекательными новинками и включение элемента «охоты за сокровищами» позволяют нам удивлять покупателей и мотивировать их на повторное посещение наших магазинов



Большинство представленных в нашей сети продуктов питания не нуждаются в заморозке или хранении в холодильнике и имеют длительный срок годности, что позволяет поддерживать единую температуру во всех распределительных центрах и сохранять относительно невысокий уровень капитальных затрат. Продукты питания, требующие особых условий хранения, поставляются поставщиками напрямую в магазины.

Мы регулярно обновляем ассортимент, ориентируясь на анализ рыночных трендов, результаты продаж, поведение покупателей, информацию от поставщиков и другие источники. В процессе отбора товарных позиций мы стремимся как удовлетворить запросы потребителей, так и оптимизировать показатель оборачиваемости запасов. В этом нам помогают гибкая ассортиментная линейка и умение нашей команды оперативно реагировать на запросы покупателей. Новые товары быстро поступают на полки благодаря отлаженному процессу тестирования и эффективной системе принятия решений внутри Компании.

Fix Price вносит существенный вклад в развитие взаимовыгодного сотрудничества с новыми для Компании поставщиками. Так, в 2023 году мы продолжили привлекать к партнерству как российских, так и зарубежных (в основном китайских) производителей с целью расширения предлагаемого ассортимента в наиболее популярных категориях. Приоритетом для Компании является развитие взаимодействия с местными производителями, что позволяет не только оптимизировать сроки поставки, но и предлагать нашим покупателям качественную продукцию отечественного производства.

Уникальное ценностное предложение для покупателей

Категории товаров

В 2023 году мы продолжили совершенствовать наш подход к управлению ассортиментом, во многом опираясь на обратную связь от покупателей. Регулярно проводились исследования потребительских предпочтений, что позволило повысить качество и разнообразие нашей продуктовой линейки. Помимо этого, мы активно тестировали новые товарные позиции, представленные на полках наших магазинов, и увеличили долю ротируемого ассортимента в розничных продажах до 71%.

В 2023 году произошли изменения в структуре категорий реализуемых товаров. Благодаря увеличению почти в 1,6 раза доли малоизвестных брендов и небрендовых товаров до 56%, Компания обеспечила необходимую гибкость в управлении ассортиментом и повысила скорость его ротации.



Структура ассортимента в разбивке по типу ротации

Ротируемый
71%

Постоянный
29%

- Одежда
- Товары для праздников
- Канцелярские товары и книги
- Игрушки
- Галантерея

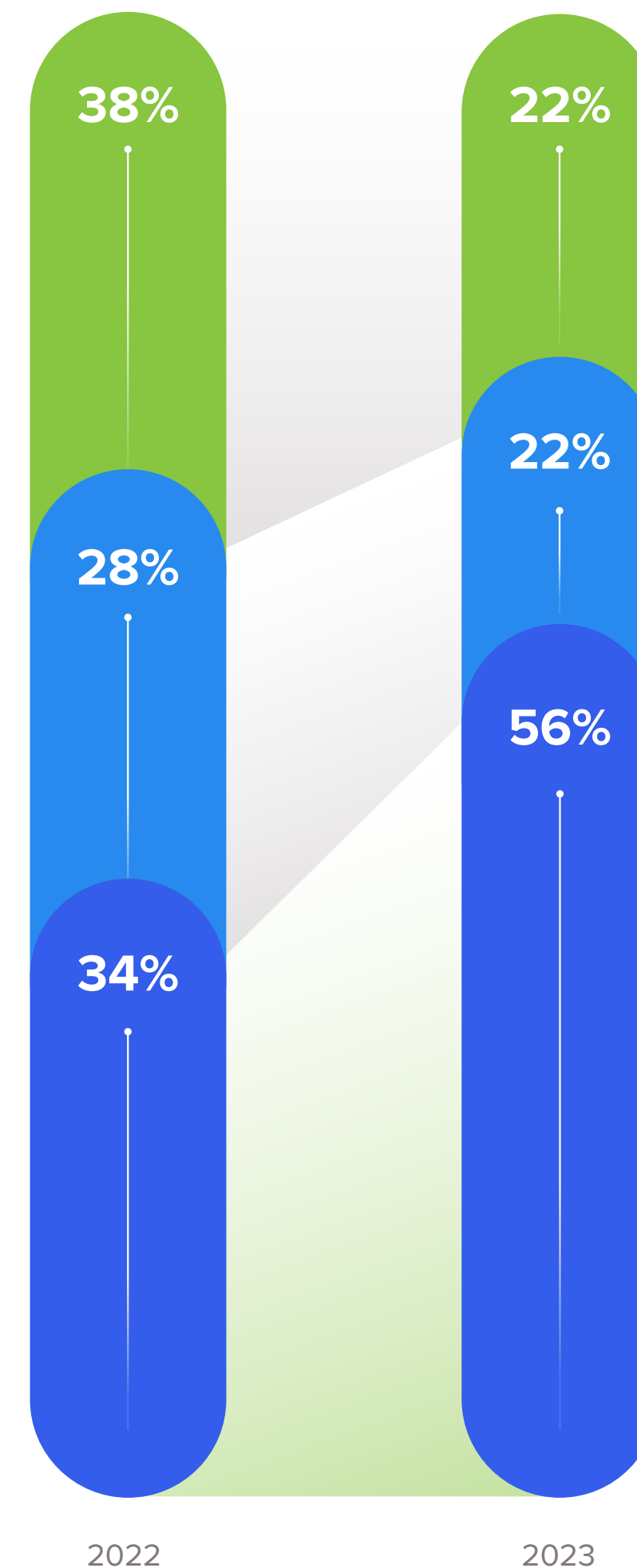
Товары для дома

Продукты питания
(включая бакалею, кондитерские изделия, напитки и снеки)

Косметика и средства гигиены

Бытовая химия

Изменение структуры розничных продаж Fix Price в 2023 году



- Товары от малоизвестных брендов и небрендовые товары
- Товары STM
- Товары крупных брендов

Уникальное ценностное предложение для покупателей

ТОВАРЫ МАЛОИЗВЕСТНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И НЕБРЕНДИРОВАННЫЕ ТОВАРЫ

В отчетном году мы значительно увеличили долю данной категории товаров в ассортиментной матрице, что позволило нам стабильно обеспечивать наших покупателей необходимой продукцией в соответствии с их потребностями и финансовыми возможностями. Данные товары широко представлены как в продуктовых, так и в непродуктовых категориях. Наши покупатели положительно реагируют на ротацию поставщиков и готовы пробовать новинки.

Fix Price использует товары малоизвестных производителей и небрендированные товары для тестирования спроса, а также для обновления ассортимента, поскольку у поставщиков отсутствуют обязательства перед Компанией по регулярному производству такой продукции. За счет размещения на полках ранее неизвестных и уникальных товаров в соответствии с актуальными потребительскими трендами посещение наших магазинов становится еще более увлекательным для покупателей.



ТОВАРЫ КРУПНЫХ БРЕНДОВ

Товары крупных брендов по-прежнему составляют важную часть нашего предложения, особенно в части продовольственных товаров, косметики и средств гигиены. Лидирующее положение товаров по низким фиксированным ценам и закупочная сила позволяют Компании согласовывать с поставщиками производство товаров сторонних брендов по индивидуальному заказу, оговаривая такие характеристики, как упаковка, размеры, дизайн, вкус, вес и многие другие. Благодаря этому, а также за счет масштаба бизнеса Fix Price предлагает своим покупателям такие товары по более привлекательным ценам.

За подбор оптимального ассортимента СТМ и стратегию его продвижения в Компании совместно отвечают сотрудники департамента категорийного менеджмента и департамента маркетинга, что делает процесс подбора, разработки и продвижения СТМ наиболее эффективным.

Для продвижения товаров СТМ Fix Price активно использует специальные маркетинговые инструменты, которые позволяют повышать узнаваемость и популярность каждого бренда среди покупателей. Для каждой собственной торговой марки разрабатывается уникальный дизайн и регистрируется свой бренд, создаются промосайты для продвижения продукции среди покупателей. Мы регулярно проводим ребрендинг наиболее востребованных СТМ, чтобы актуализировать важные для покупателя свойства и характеристики привычных товаров.

СОБСТВЕННЫЕ ТОРГОВЫЕ МАРКИ

Создание уникальных товаров СТМ выгодно отличает Компанию от конкурентов и позволяет предлагать широкий ассортимент товаров для наших потребителей. Продукция СТМ Fix Price включает в себя более 60 брендов, а ее качество находится на неизменно высоком уровне, не уступая товарам более известных сторонних брендов. Товары собственных торговых марок Fix Price преимущественно закупаются у иностранных поставщиков, в основном из Китая.

Наиболее востребованные бренды СТМ в 2023 году

Косметика и гигиена /
товары для дома /
бытовая химия

Cotte, O'Kitchen, Flarx
и Homestar



Игрушки /
товары для детей

Play the Game и Kid's
Fantasy



Товары для праздника

Greenart, With Love
и «Снежное кружево»



На конец 2023 года
портфель собственных
торговых марок Fix Price
насчитывал

~60 брендов

Уникальное ценностное предложение для покупателей

Сбалансированное ценообразование

Для Fix Price важно оставаться магазином первого выбора для покупателей, ориентированных на экономное потребление и «охоту за сокровищами». Для достижения этой цели мы уделяем особое внимание вопросам ценообразования и обеспечиваем наиболее выгодное предложение среди товаров повседневного спроса.

В 2023 году около 77% всех представленных товарных позиций в наших магазинах реализовывались по цене, не превышающей 99 руб. При этом Fix Price формирует предложение и в более высоких ценовых категориях: 249, 299 и 349 руб. Сюда относятся крупные форматы упаковок бытовой химии, товары для дома, одежда и игрушки для детей, декор. Эти товары не относятся к категории повседневного спроса, но производят WOW-эффект на покупателей за счет уникального соотношения цена/качество. Стоимость таких товаров чаще всего выгодно отличается от аналогов у других ретейлеров и интернет-магазинов и является триггером для повышения продаж.

В течение 2023 года в магазинах Fix Price продавались товары в девяти основных ценовых категориях, а также по дробным ценам. Товары по дробным ценам дают дополнительное преимущество в части управления себестоимостью, а также в управлении ассортиментом – за счет них мы можем ввести дополнительные товарные позиции в наших магазинах.

Для поддержания маржинальности мы используем ряд эффективных решений, позволяющих сохранить выгоду для покупателей.

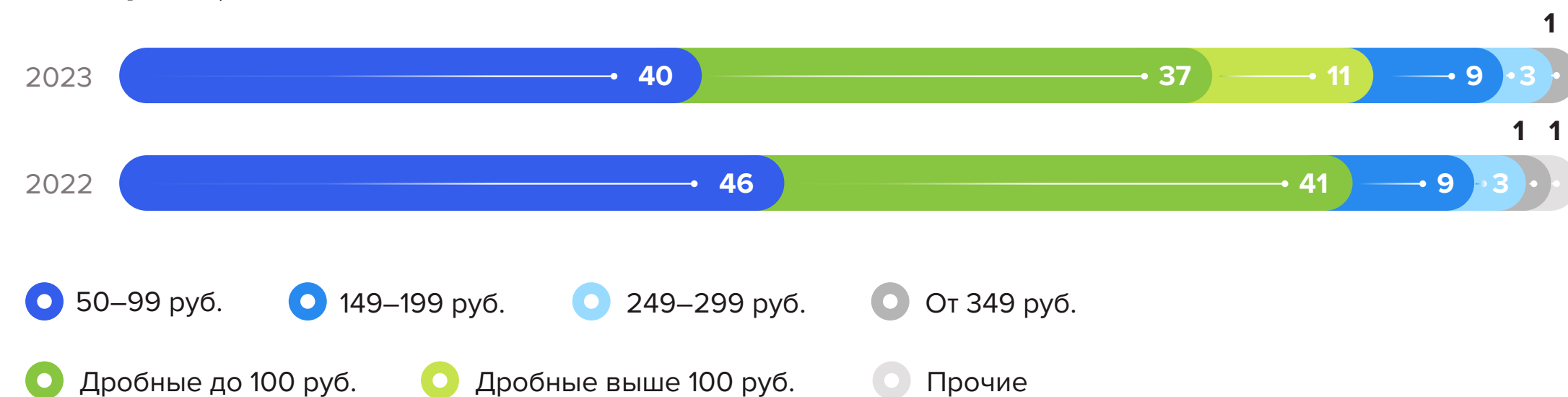
Разнообразие ценовых категорий позволяет Fix Price оперативно реагировать на рыночные тренды за счет расширения линейки прайс-пойнтов, перемещения товаров между ценовыми категориями или через оптимизацию затрат. К примеру, мы вносим улучшения в товар или делаем размер упаковки (и количества товара) больше, что позволяет предлагать его по более высокой цене. Наша глубокая экспертиза в работе с товаром позволяет эффективно комбинировать эти подходы, обеспечивая быструю оборачиваемость запасов и непрерывную ротацию продуктового ряда.



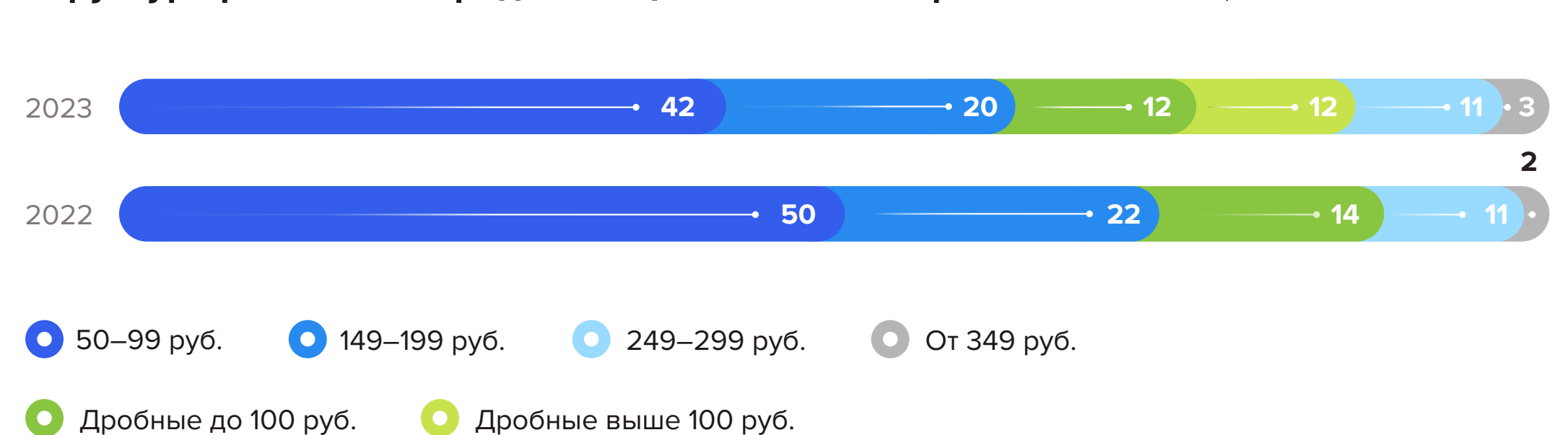
Ассортиментная политика реализуется на основе анализа статистических данных за все время работы Компании

В нашей базе данных хранится историческая информация о рыночных трендах, данные тестовых продаж для новых товаров и обратной связи от покупателей. Сочетание глубокого анализа текущих трендов с архивными данными обеспечивает высокую точность прогнозирования. При определении цен на продукцию мы также учитываем рыночную конъюнктуру и целевые показатели маржинальности по различным категориям товаров. Низкий уровень цен также поддерживается благодаря комплексной работе с ассортиментом, поставщиками и эффективному использованию логистической инфраструктуры.

Структура ассортимента по ценовым категориям Fix Price от общего числа товарных позиций ¹, %



Структура розничных продаж по ценовым категориям Fix Price ¹, %



¹ Сумма показателей не равна 100% из-за округления

Уникальное ценностное предложение для покупателей

Удобство покупок и удовлетворенность покупателей

Главное в нашей работе – покупатель и его потребности, и мы стремимся к тому, чтобы посещение наших магазинов оставляло только приятные впечатления. Мы открываем магазины в хорошо доступных местах с высокой проходимостью, в реальном времени отслеживаем загруженность точек в пиковые часы и уделяем большое внимание уровню сервиса.

Согласно исследованиям, проведенным в 2023 году компанией Vector, индекс лояльности покупателей (NPS) – показатель готовности рекомендовать продукты или услуги компании – составил 63% ¹, увеличившись на 3 п.п. по сравнению с предыдущим годом. Это является достаточно высоким уровнем NPS для российского рынка розничной торговли. Кроме того, наши покупатели высоко оценивают сам сервис в магазинах Fix Price, включая обслуживание, чистоту в торговом зале и др. – 91% ¹ респондентов высказали удовлетворение форматом магазинов Компании в целом.

¹ Расчет показателя произведен как среднее арифметическое на основании результатов двух проведенных в течение 2023 года исследований



63%
индекс лояльности
покупателей

+3 п.п. год к году

91% респондентов
высказали
удовлетворение
форматом магазинов
Компании

Уникальное ценностное предложение для покупателей

Быстрорастущая программа лояльности Fix Price с исключительно выгодными условиями

В Fix Price действует популярная и эффективная программа лояльности, позволяющая нашим покупателям получать дополнительную выгоду и оптимизировать свои повседневные траты. По состоянию на конец 2023 года общее количество участников программы лояльности насчитывало более 27 млн пользователей во всех странах присутствия, включая ~25,7 млн зарегистрированных обладателей бонусных карт на территории России.

В 2023 году на фоне целевых маркетинговых кампаний количество зарегистрированных участников программы в России выросло на 4 млн человек (+18% год к году), в Республике Беларусь – более чем на 300 тыс. человек (+51% год к году), а в Казахстане количество новых участников программы лояльности превысило 443 тыс. человек, тем самым показав рост более чем в три раза (+367% год к году).

>27 млн
зарегистрированных
обладателей
бонусных карт в странах
присутствия

62% – доля розничных продаж ¹, которая приходится на покупки лояльных покупателей. Доля активных участников программы ² составила 53%. Программа выгодна как для покупателей, так и для самой Компании: обладатели бонусной карты не только получают выгоду от участия в программе лояльности Fix Price, но и одновременно дают ценную обратную связь по нашим товарам и услугам.

В 2023 году средний чек обладателей бонусных карт Fix Price почти в два раза превысил средний чек покупателей, не участвующих в программе лояльности. Наряду с этим участники программы лояльности в среднем на 23% чаще посещали магазины Fix Price ³, чем другие покупатели сети. Кроме того, программа лояльности способствует повышению узнаваемости бренда Fix Price среди потребителей.

У покупателей есть возможность приобрести карты лояльности на кассе в магазине по цене 55 руб. либо зарегистрировать виртуальную карту через мобильное приложение или на сайте. На карту начисляются баллы в размере до 30% от стоимости покупки, а накопленными баллами можно оплатить до 50% от суммы следующих покупок. В среднем каждый магазин Fix Price ежедневно реализует по две бонусные карты.

- ¹ Данные актуальны для магазинов Fix Price, работающих на территории России
- ² Участники программы лояльности, совершившие за месяц минимум одну покупку в магазинах сети
- ³ Согласно исследованиям целевой аудитории Fix Price в городах с населением более 1 млн человек, проведенным компанией Vector осенью 2023 года



Средний чек держателей карт лояльности

в **1,9** раза

выше, чем у остальных покупателей

Держатели карт получают эксклюзивные предложения от сети, а также могут участвовать в специальных акциях и получать скидки от наших партнеров. Участникам программы лояльности доступны индивидуальные предложения и дополнительные бонусы за покупку любимых товаров, а также разовые начисления баллов, приуроченные к различным мероприятиям Fix Price.

Для коммуникации с владельцами бонусных карт мы используем каналы электронной почты, СМС и push-уведомления, а также регулярно проводим опросы, касающиеся новой продукции, цен и пр. История покупок участников программы служит для нас ценной информацией, которая позволяет изучать потребительские тренды в реальном времени, оперативно принимать решения относительно стратегии будущих маркетинговых кампаний для стимулирования роста продаж и дальнейшего повышения уровня удовлетворенности покупателей.

+18% год к году

прирост числа участников программы лояльности в России

+51% год к году

прирост числа участников программы лояльности в Республике Беларусь

+367%

прирост числа участников программы лояльности в Казахстане



Фокус на покупателе

Ключевым приоритетом Fix Price является удовлетворение потребностей покупателей в разнообразном ассортименте качественных товаров по наиболее привлекательным ценам. Мы уделяем особое внимание созданию уникального ценностного предложения, а также совершенствуем уровень обслуживания и улучшаем атмосферу в наших магазинах.

Женщины являются ядром нашей целевой аудитории — их доля в общей структуре покупателей Fix Price достигает

66%



Целевой рынок Fix Price и потребительские тренды

Стандартный магазин Fix Price ориентирован прежде всего на семьи с детьми и покупателей с низким и средним уровнем дохода. Наше ценностное предложение находит наибольший отклик у покупателей с ежемесячным доходом менее 60 тыс. руб., к которым относится порядка 77% россиян ¹. В 2023 году мы продолжили работать над привлечением покупателей с более высоким уровнем дохода за счет расширения ассортимента и предложения уникальных товаров, которые вызывают wow-реакцию — к ним относится продукция, у которой нет аналогов по цене и потребительским свойствам на полках других магазинов. В результате такой работы доля покупателей Fix Price с доходом более 40 тыс. руб. выросла на 6 п.п. ² по сравнению с 2022 годом.

Среди покупателей Fix Price есть как офисные работники и служащие, так и рабочие, пенсионеры, студенты и учащиеся.

В 2023 году доля покупателей сети, которые заняты преимущественно умственным трудом, снизилась на 6 п.п. и составила 56%, а доля тех, кто занимается физическим трудом, увеличилась на 6 п.п. (31%). Доля руководителей среднего звена и собственников бизнеса составила 10 и 3% соответственно.

¹ Источник: публичные данные Росстата

² Согласно исследованиям целевой аудитории Fix Price в городах с населением более 1 млн человек, проведенным компанией Vector осенью 2023 года

³ Внутренние данные программы лояльности Компании за 1-е полугодие 2023 года



Покупатели Fix Price в разбивке по полу в 2023 году

66%
женщины

34%
мужчины

~50% женской аудитории — это замужние женщины в возрасте 25–55 лет с одним-двумя детьми ³

Доля покупателей в разбивке по видам занятости в 2023 году

56%

Занятые преимущественно умственным трудом

31%

Занятые преимущественно физическим трудом

10%

Руководители среднего звена

3%

Собственники бизнеса

Фокус на покупателе

Паттерны поведения массового покупателя³

52%

не любят спешить и обходят весь магазин при посещении



44%

используют мобильное приложение магазина как источник информации о новинках и акциях



36%

считают привлекательные акции достаточным поводом для покупки онлайн



29%

стараются выбирать продукты, произведенные в России



В 2023 году среди покупателей наметился тренд на восстановление потребительской уверенности в купе с ростом внимания к рынку развлечений и дополнительным возможностям себя порадовать. При этом аналитики Ромир фиксировали сохранение тенденции к экономии и кросс-категорийную миграцию покупателей в сторону более доступной продукции и брендов, а также товаров по акциям¹. Так, девять из десяти россиян на фоне сложной экономической ситуации продолжают экономить². В исследовании NielsenIQ 2023 года³ отмечается, что каждый пятый россиянин стал чаще посещать сети дискаунтеров, а доля таких магазинов в структуре розничных продаж на российском рынке превысила 55%.

Fix Price учитывает меняющиеся потребительские настроения и тренды при формировании своей продуктовой линейки, а также использует эту информацию для непрерывного улучшения качества клиентского сервиса в магазинах. Фокус на покупателе наряду с привлекательными ценами и широким, часто обновляемым ассортиментом позволяет нам оставаться одним из самых популярных ретейлеров на рынке. Для повышения уровня обслуживания мы внедряем дополнительные онлайн-сервисы. В частности, в 2023 году наши покупатели получили возможность оформить и оплатить заказ различными способами: на нашем сайте, в мобильном приложении, на витринах крупнейших маркетплейсов («Яндекс Маркет», «Яндекс Еда», Delivery Club и др.), с которыми мы начали сотрудничество в отчетном году.

Согласно результатам исследований рынка, проведенных компанией Vector, 74% потребителей выбирают наши магазины из-за низких цен, которые наряду с широким ассортиментом остаются главной причиной для рекомендации Fix Price знакомым. Более половины наших покупателей (51%) считают, что у наших магазинов нет конкурентов по соотношению цены и качества товаров на полках.

Изменения в потребительском поведении российских покупателей в 2023 году³

46%

покупают только самое необходимое

39%

выбирают магазины с более низкими ценами

32%

покупают более дешевые товары/марки

Наша аудитория



74% покупателей

выбирают Fix Price из-за низких цен в сочетании с широким ассортиментом

51% покупателей

считают, что у Fix Price нет конкурентов в ценообразовании

¹ По данным исследования Ромир

² По данным исследования Ромир

³ NielsenIQ: «Новые правила рынка товаров повседневного спроса», октябрь 2023 года

Фокус на покупателе

Контроль качества

Мы заботимся о безопасности наших покупателей и обеспечиваем их качественной продукцией от проверенных производителей. Для соблюдения высоких стандартов качества по всей цепочке поставок Fix Price следует строгим процедурам контроля, которые позволяют осуществлять тщательный мониторинг качества товаров на полках магазинов и его проверку на всех этапах – от производства до дистрибуции. Особое внимание Компания уделяет проверкам на производствах товаров под СТМ.

Данные меры позволяют нам сохранять доверие покупателей и своевременно удалять с полок товары, не соответствующие нашим стандартам.

В Компании также внедрена эффективная система менеджмента качества (СМК), которая включает критерии выбора поставщиков, комплексные процедуры контроля качества продукции, регулярные аудиты поставщиков и складов хранения продукции, а также получение обратной связи от покупателей и принятие необходимых мер по результатам проверок.

Меры Fix Price по контролю качества

Мониторинг производственных условий и контроль соблюдения технологии производства на предприятиях поставщиков



Проведение лабораторных исследований



Дегустацию продукции



Оперативные проверки обращений покупателей



Среди ключевых приоритетов Fix Price – поддержание высокого уровня покупательского опыта, обеспечение надежности производства наших товаров и соблюдение стандартов качества



Подробнее см. «[Продукт](#)» на с. 69

Вопросы улучшения работы каналов обратной связи для покупателей также неизменно находятся в фокусе внимания Компании. В Fix Price внедрена система обработки обращений, которая гарантирует своевременные и детальные проверки всех инцидентов, связанных с качеством товаров. Такие проверки проводятся совместно с нашими поставщиками.

В Компании действуют два основных канала взаимодействия с покупателями. К ним относятся горячая линия и специальные формы обратной связи, представленные как на корпоративном сайте Fix Price, так и в мобильном приложении. Удобные инструменты коммуникации помогают нам оперативно осуществлять мониторинг обращений покупателей и реагировать на них.

Компания на регулярной основе реализует инициативы по улучшению эффективности СМК, что оказывает положительное влияние не только на качество нашей продукции, но и на деятельность Fix Price в целом.

С 2023 года **формы обратной связи** доступны нашим покупателям в мобильном приложении Fix Price



Результаты работы системы обработки обращений покупателей в 2023 году:

4 250 обращений получено по всем каналам связи

1 825 обращений поступило по вопросам качества товаров

По каждому пятому обращению была проведена проверка

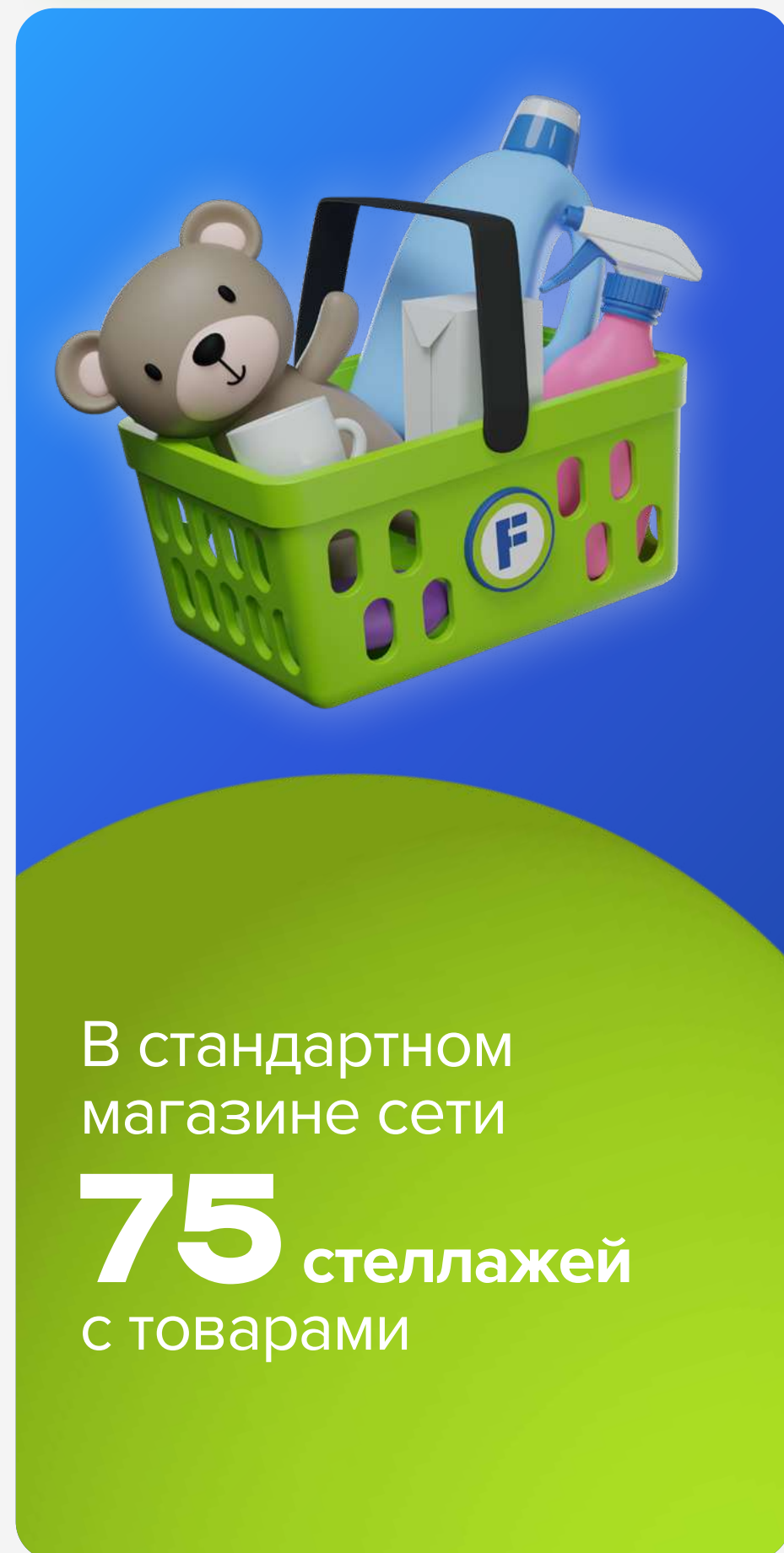


Фокус на покупателе

Планировка магазинов Fix Price

Fix Price придерживается единого стандартизированного подхода к планировке и дизайну магазинов. Открытая планировка, чистые и хорошо освещенные торговые залы, четкие и информативные указатели делают посещение магазинов комфортным и понятным. Внутри магазина товары размещаются в открытом доступе в нескольких зонах по категориям, таким как продовольственные товары, непродовольственные товары, бытовая химия, игрушки, декор и др. Эта схема планировки торгового зала применяется для всех магазинов сети.

Функциональная и визуально привлекательная выкладка товаров в магазинах Fix Price делает поиск нужных товаров максимально удобным. Кроме того, в магазине все организовано таким образом, чтобы стимулировать кросс-продажи, формировать опыт «охоты за сокровищами» и вызывать wow-эффект. Так, на специальных полках с пометкой WOW представлен ассортимент востребованных товаров по исключительно выгодным ценам, что вызывает желание приобрести их как можно скорее – сочетание уникальности и низкой стоимости делает данные товары наиболее популярными. В большинстве случаев товары первой необходимости размещают в глубине торгового зала, чтобы покупатели проходили к ним через весь магазин. Как правило, планировка стандартного магазина сети предусматривает размещение 75 стеллажей с товарами. Такой принцип не только способствует эффективной организации мерчандайзинга, но и делает ассортимент сети более узнаваемым для покупателей.



В наших магазинах становится меньше очередей

Мы оснащаем наши магазины достаточным количеством работающих касс, чтобы не допускать очередей на протяжении всего дня. Как правило, в магазине одновременно работает от двух до трех касс.

С 2022 года во всех новых магазинах сети мы устанавливаем терминалы самообслуживания, которые помогают уменьшить очереди, быстрее обрабатывать оплату и снизить нагрузку на персонал магазинов в пиковые часы. В 2024 году мы будем устанавливать такие терминалы не только в новых, но и в действующих магазинах сети.

В 2023 году в семи магазинах Fix Price мы запустили пилотный проект по внедрению технологии распознавания очередей на кассах с помощью компьютерного зрения. Данное решение позволит не только автоматизировать контроль очередей в наших торговых точках, но и более оперативно принимать меры для их минимизации.

Внедрение передовых технологий в наше взаимодействие с покупателями способствует тому, чтобы сделать пребывание в наших магазинах более комфортным, особенно в моменты повышенной нагрузки.



Фокус на покупателе

Стандартная планировка магазина Fix Price

- Продовольственные товары
- Непродовольственные товары
- Бытовая химия, косметика и гигиена

299 руб.

«Ого! Дешевле этот товар нигде не найти!»

1

59 руб.

«Мне нужен шампунь...»

2

79 руб.

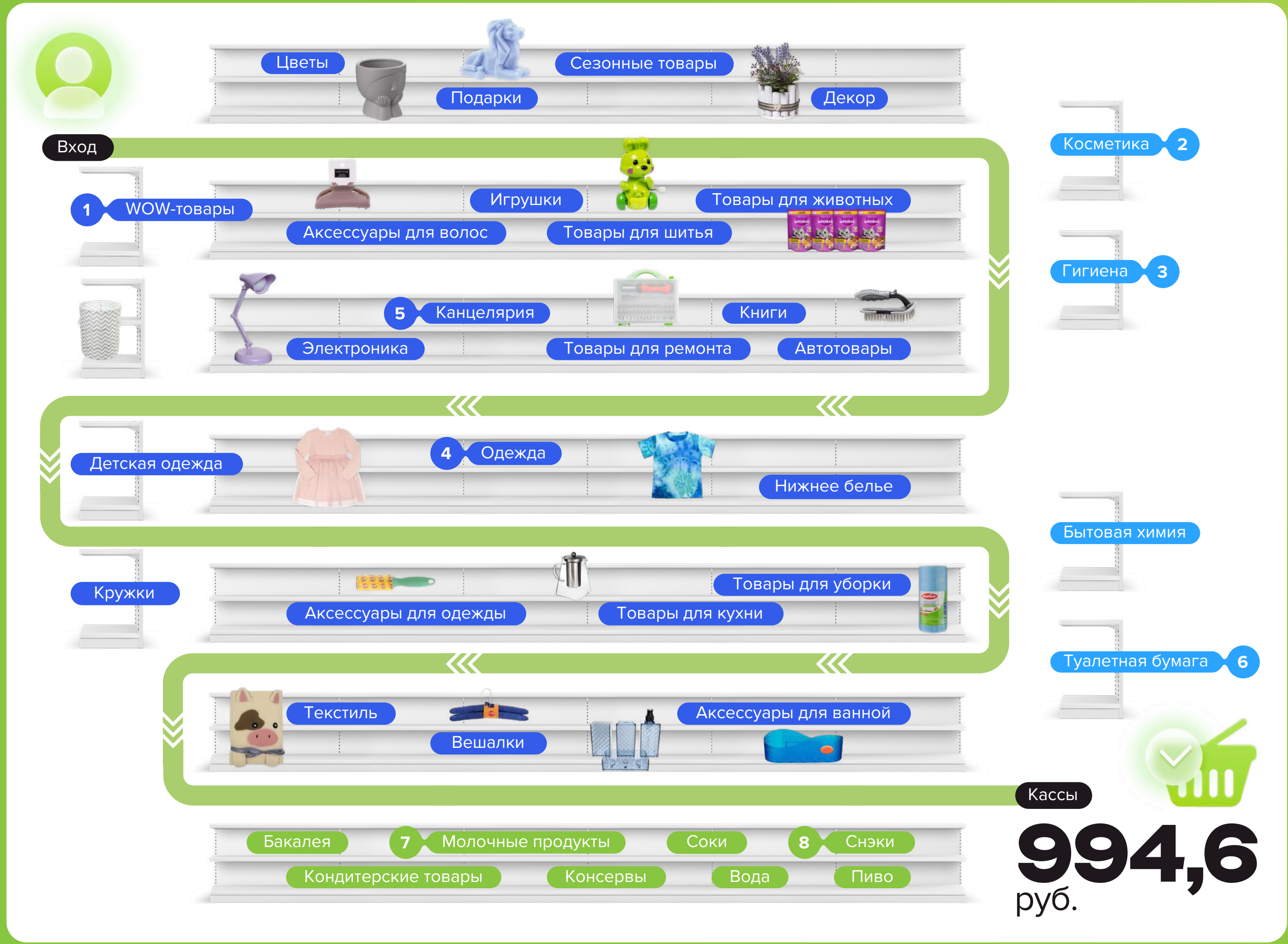
«Отлично, здесь продаются ватные диски, и цена не запредельная!»

3

299 руб.

«Выглядит модно, и как раз по карману!»

4



69 руб.

«Какое выгодное предложение!»

5

101,5 руб.

«Надо запастись мылом и туалетной бумагой!»

6

79 руб.

«По-моему, я обещал купить молоко... Пожалуй, овсяное молоко даже лучше»

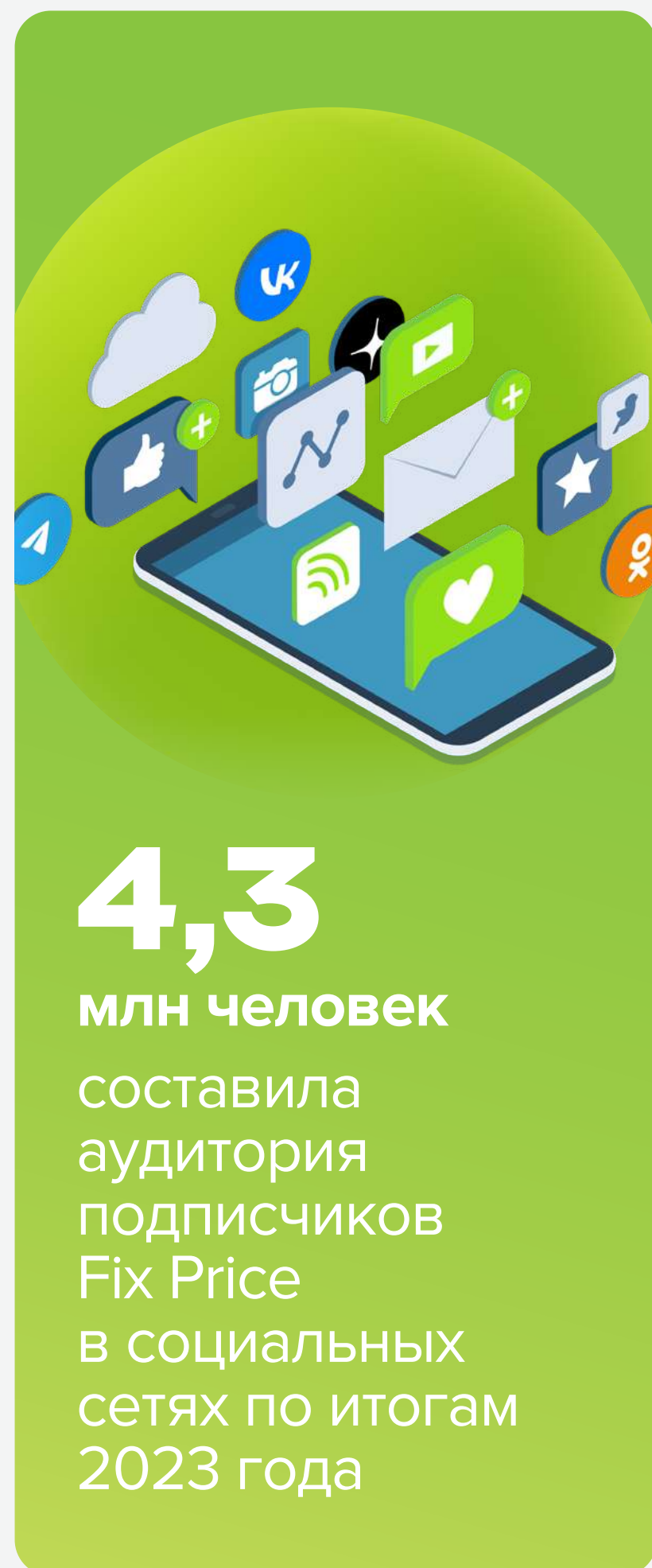
7

9,1 руб.

«Столько покупок сделано – мне точно нужен перекус!»

8

Фокус на покупателе



Маркетинг и реклама

В 2023 году мы применяли ряд маркетинговых стратегий с фокусом на использование наиболее подходящих для охвата нашей целевой аудитории каналов коммуникации. В Компании организована эффективная работа по производству рекламного контента и запуску рекламных акций, что позволяет нам одновременно управлять несколькими десятками акций и запускать дополнительные активности для наших покупателей в кратчайшие сроки, от одного до пяти дней.

С целью сделать коммуникацию с потребителями уникальной и запоминающейся, в своих рекламных кампаниях мы используем амбассадора бренда, а с 2023 года – еще и маскот в качестве фирменного образа. Маскот будет появляться в рекламно-информационных материалах Fix Price, информируя покупателей о новых акциях, преимуществах программы лояльности и новинках в ассортименте.

В 2023 году популярный актер и телеведущий Сергей Бурунов стал новым, вторым по счету, амбассадором бренда, сменив в этой роли Сергея Светлакова. Согласно маркетинговым опросам, проведенным Компанией, Сергей Бурунов вызывает исключительно положительные эмоции у покупателей.

Рекламная кампания с новым амбассадором была запущена в январе 2023 года на ведущих федеральных каналах, а также в соцсетях и на других онлайн-площадках.

В 2023 году мы продолжали работу над совершенствованием нашего сайта для покупателей и мобильного приложения, что **позволило увеличить трафик**

на **35%** год к году¹

Нам удалось:

значительно улучшить составляющие клиентского пути на всех наших веб-витринах



запустить мобильное приложение в Беларуси и Казахстане



внедрить использование промокодов при заказе товаров на сайте и в мобильном приложении



расширить возможности использования карт лояльности при совершении онлайн-покупок



¹ Среднее количество посетителей в день

Фокус на покупателе

Мы активно взаимодействуем с нашей целевой аудиторией и развиваем официальные каналы Fix Price на наиболее популярных социальных ресурсах. Цифровое присутствие Fix Price позволяет поддерживать непрерывный диалог с подписчиками и эффективно продвигать наше уникальное предложение среди потенциальных покупателей при минимальных затратах.

Компания активно работает с молодой аудиторией, а также старается привлекать покупателей с более высоким уровнем дохода. Дополнительными маркетинговыми инструментами Fix Price, направленными на увеличение охвата, повышение узнаваемости и лояльности покупателей являются:

- взаимодействие с инфлюенсерами в социальных сетях
- использование новых каналов продвижения
- улучшение визуальной составляющей товаров и их упаковки
- персонализация маркетинговых предложений

В 2023 году основной фокус Компании был направлен на автоматизацию операционных процессов в области управления рекламным контентом и размещения рекламы в целом.

Так, наши сотрудники активно внедряли в свою работу новые маркетинговые инструменты: в пилотном режиме была запущена система CDP (Customer Data Platform) для персонализации рекламных предложений и проведения массовых рассылок по электронной почте, через push-сообщения и СМС. Такие рассылки в тестовом режиме были направлены менее активным покупателям и покупателям, не совершавшим покупки в наших магазинах определенный период времени.

В отчетном году мы также разработали специальный онлайн-конструктор для быстрого запуска лендинговых страниц на сайте fix-price.com, которые используются для рекламы товаров. В конце 2023 года такой сайт-страница был адаптирован для ассортимента новогодних товаров, а в 2024 году аналогичные сайты-странички будут использоваться и для других сезонных акций и мероприятий.

Также в 2023 году мы начали сотрудничать с крупными банками по проведению совместных рекламных акций и запустили рекламу на кассах самообслуживания нашей сети и в банкоматах.

В 2023 году мы впервые начали применять нейросети и другие технологии искусственного интеллекта для создания большого количества уникального рекламного контента, в том числе в видеоформате



Развитие канала онлайн-продаж

Для привлечения целевой аудитории и повышения охвата более состоятельных покупателей Fix Price продолжает изучать различные способы улучшения покупательского опыта. В 2023 году наши товары появились на площадках маркетплейсов Delivery Club, «Яндекс Еда» и «Яндекс Маркет». К концу года к этому сервису было подключено 598 магазинов нашей сети. В 2024 году мы планируем увеличить их количество до более чем 1 тыс. точек, а также реализовать экспресс-доставку в сотрудничестве с другими крупными маркетплейсами.

Для покупателей Fix Price доступна опция онлайн-заказа с самовывозом из магазина. На протяжении нескольких лет интерес к нашему онлайн-сервису постоянно растет, что позволяет этому каналу продаж стабильно демонстрировать высокие результаты. В 2023 году наши покупатели сделали более 1,2 млн заказов онлайн, что на 20% больше, чем годом ранее. Объем выкупленных покупателями заказов вырос на 18% по сравнению с показателем 2022 года.

Покупатели могут заказать товары через наш сайт, мобильное приложение или через маркетплейсы-партнеры. При заказе на сайте и в мобильном приложении предоставляется возможность выбрать один из нескольких способов получения товара, включая курьерскую доставку через партнерские сервисы до двери и получение в пунктах самовывоза в магазинах Fix Price.

Мобильное приложение Fix Price с возможностью просматривать ассортимент товаров и копить бонусные баллы по программе лояльности является эффективным инструментом взаимодействия с покупателями.

В 2023 году число пользователей нашего мобильного приложения выросло на **5,9** млн человек, достигнув

20,2 МЛН

