

Уникальное ценностное предложение для покупателей

Широкий ассортимент по крайне выгодным ценам

~2 000 товарных позиций

в 20 различных категориях

Ассортиментный ряд Fix Price включает в себя около 2 000 товарных позиций в 20 различных категориях, таких как 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 широкий выбор товаров собственных торговых марок (СТМ) и сторонних брендов, а также небрендируемых товаров. В Fix Price покупки превращаются в настоящую охоту за сокровищами. За счет своего масштаба деятельности, опыта и участия в производственном процессе мы можем предложить гораздо более привлекательные цены на товары, аналоги которых зачастую стоят дороже в других сетях, что создает WOW-эффект и способствует росту трафика и интереса покупателей.

28%

товары СТМ

38%

товары крупных брендов

34%

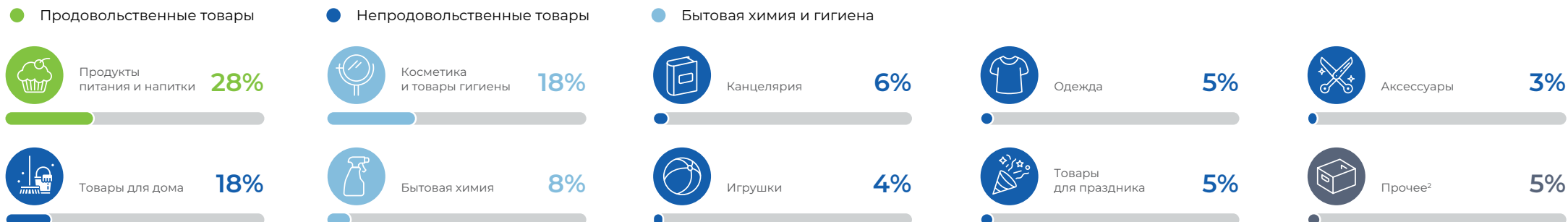
товары малоизвестных брендов и небрендируемые товары

Примерно треть всех розничных продаж Fix Price приходится на товары постоянного спроса, а оставшиеся две трети обеспечиваются регулярно обновляемыми позициями. Fix Price стремится быть ценовым лидером по всем категориям товаров и товарным позициям, продающимся в сети. Как правило, корзина товаров из Fix Price стоит дешевле аналогичной корзины с сопоставимыми товарами из других российских продовольственных и непродовольственных розничных сетей, работающих в традиционном формате или онлайн. Мы прилагаем все усилия, чтобы предложить исключительно выгодные покупки в девяти основных ценовых категориях (все ниже уровня в 350 руб. на конец 2022 года).

Fix Price дает своим покупателям возможность приобретать самый широкий спектр товаров с большой выгодой, чему способствуют четкое следование стратегии EDLP¹, постоянное обновление ассортимента, а также сбалансированный и разнообразный продуктовый микс. Наша программа лояльности позволяет держателям карт Fix Price экономить благодаря целому ряду выгодных преимуществ

¹ Everyday Low Prices – низкие цены каждый день

Структура категорий товаров в 2022 году, в % от розничных продаж



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

Ключевой особенностью управления нашим ассортиментом является частая ротация товарных позиций

Еженедельно мы запускаем

~50

новых товаров, при этом

~67%

розничных продаж сгенерированы ассортиментом, который обновляется до шести раз в год

Остальные

33%

приходятся на товары постоянного спроса (например, туалетная бумага, алюминиевая фольга, мешки для мусора и др.), которые не нуждаются в ротации, поскольку покупатели приобретают их регулярно



Ассортимент

Как правило, Компания ежегодно выпускает восемь сезонных коллекций, приуроченных к таким отмечаемым в России праздникам, как Новый год, Рождество, Хеллоуин, 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. Регулярное добавление интересных новинок в наш ассортимент, а также включение элемента «охоты за сокровищами» в наше ценностное предложение для покупателей позволяют нам удивлять их и мотивировать на повторное посещение.

В нашей сети продаются главным образом продукты питания, которые 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, (например, мороженое) поставляются поставщиками напрямую в магазины.

Мы тщательно подходим к отбору товарных позиций с тем, чтобы удовлетворить запросы потребителей, а также оптимизировать оборачиваемость запасов и сократить количество позиций, реализация которых занимает большое количество времени. Высококвалифицированные сотрудники отдела закупок быстро заводят новые товары на полки благодаря отработанному процессу тестирования и быстрой системе принятия решений. Мы регулярно пересматриваем ассортимент, ориентируясь на рыночную динамику, поведение покупателей, информацию от поставщиков и т. д.

В 2022 году мы также продолжали изучать возможности закупок у ряда российских, а также зарубежных (например, турецких) производителей с целью расширения предлагаемого ассортимента в наиболее популярных категориях и снижения рисков, связанных с изменением поставщиками своей стратегии в отношении рынков присутствия Компании.

Категории товаров

В группу товаров постоянного ассортимента входят позиции, которые всегда представлены на наших полках: прежде всего это продукты питания, включая бакалею, кондитерские изделия, напитки и снеки, а также товары для дома, бытовая химия, косметика и средства гигиены. Ассортимент общего назначения и обновляемые позиции включают в себя непродовольственные товары: игрушки, канцелярские товары и книги, одежду, товары для праздников и галантерею.

Структура розничных продаж Fix Price в разбивке по типу ротации, %



Наш подход к управлению ассортиментом заключается в одновременном стимулировании роста трафика и рентабельности. Категории товаров постоянного ассортимента традиционно способствуют увеличению трафика, поскольку покупатели нуждаются в них на регулярной основе, в то время как ротируемый ассортимент выступает ключевым драйвером рентабельности. К наиболее рентабельным товарам традиционно относятся непродовольственные категории, реализуемые по более высоким ценам и с более высокой валовой маржой по сравнению с остальными представленными позициями.

Структура розничных продаж Fix Price в 2022 году в разбивке по категориям, %



Около 38% нашего ассортимента (в процентах от розничных продаж) составляют продукты крупных брендов, около 34% – товары малоизвестных брендов и небрендовые товары и около 28% – товары под СТМ.

Товары крупных брендов

Лидирующее положение на рынке низких фиксированных цен и закупочная сила позволяют Компании согласовывать с поставщиками производство товаров сторонних брендов по индивидуальному заказу, оговаривая такие свойства, как упаковка, размеры, дизайн, вкус, вес и многие другие характеристики. Благодаря этому, а также за счет масштаба бизнеса Fix Price имеет возможность предлагать своим покупателям товары по более привлекательным ценам. Товары крупных брендов по-прежнему составляют важную часть нашего предложения, занимая значительную долю в представленном ассортименте, особенно в сегментах продовольственных товаров, косметики и средств гигиены.

Товары малоизвестных производителей и небрендовые товары

Товары малоизвестных производителей и небрендовые товары – наиболее подходящая категория для тестирования спроса и регулярной ротации. Как правило, у поставщиков отсутствуют

обязательства по непрерывному производству такой продукции. Наличие на полке товаров, не относящихся к линейке наиболее узнаваемых брендов, позволяет проводить более гибкую ассортиментную политику за счет оперативного запуска новых товаров в соответствии с актуальными потребительскими запросами и тенденциями.

Собственные торговые марки (СТМ)

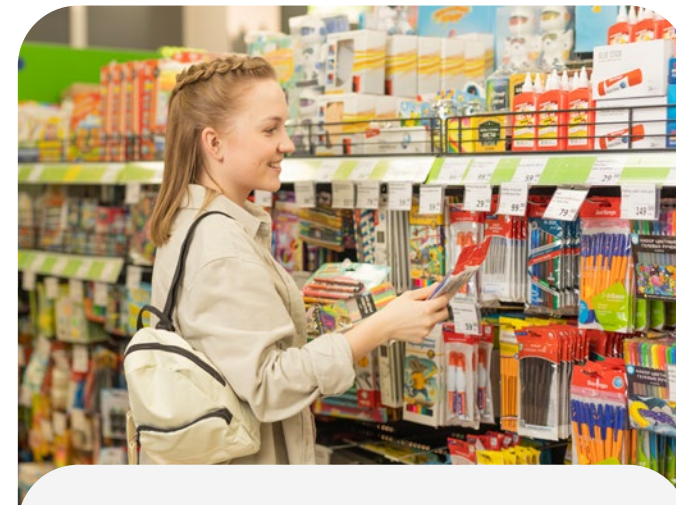
Важным элементом бизнес-стратегии Компании служат СТМ, позволяющие нам предлагать широкий ассортимент товаров для каждой категории потребителей, выгодно отличаясь от конкурентов. Наши СТМ не уступают по качеству и внешнему виду товарам известных сторонних брендов, широко представленным на рынке.

Мы стремимся обеспечить наиболее привлекательное ценовое предложение товаров, реализуемых под брендами СТМ, за счет эффективного управления цепочками поставок и активного взаимодействия с ключевыми поставщиками.

Товарами СТМ в Компании занимаются профильные специалисты, которые в рамках департамента категорийного менеджмента работают над созданием максимально привлекательного ассортимента, а в рамках департамента маркетинга определяют оптимальную стратегию его продвижения.

Мы активно занимаемся продвижением СТМ, используя различные маркетинговые инструменты. Так, Компания зарегистрировала несколько доменных имен под собственные торговые марки для их активного продвижения на соответствующих сайтах. Компания может время от времени проводить ребрендинг отдельных СТМ, чтобы вдохнуть новую жизнь в привычные товары.

Товары собственных торговых марок Fix Price преимущественно закупаются у иностранных поставщиков, в основном из Китая.



На конец 2022 года портфель собственных торговых марок Fix Price насчитывал около 60 брендов

Наши самые популярные бренды СТМ



Cotte, O'Kitchen, Flarx, Homestar и Manfort (товары постоянного ассортимента)



Play the Game и Kid's Fantasy (игрушки категории ассортимента общего назначения и обновляемого ассортимента)



Greenart, With Love и «Снежное кружево» (товары для праздников в категории ассортимента общего назначения и обновляемого ассортимента)

Для каждой из этих СТМ мы разрабатываем свою стратегию развития, включая товарный ряд и целевую аудиторию.

Ценообразование

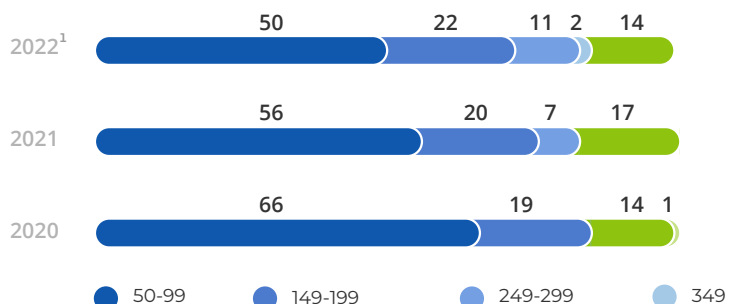
Мы предлагаем товары по нескольким низким фиксированным ценам, что находит отклик как у целевой аудитории Компании, так и у остальных покупателей, ориентированных на экономное потребление. В 2022 году цена около 87% всех представленных товаров не превышала 99 руб. (включая дробные цены). Обычно товары, предлагаемые по более высокой цене (249, 299 и 349 руб.), относятся к WOW-категории и включают в себя, например, игрушки для детей и предметы интерьера. Учтя, что в большинстве случаев аналогичная продукция других ритейлеров и интернет-магазинов стоит намного дороже, покупатели зачастую впечатлены выгодным предложением (WOW-эффект).

~87%

всех товаров, представленных в нашем ассортименте в 2022 году, были не дороже 99 руб.

Нам очень важно, чтобы покупатели воспринимали Fix Price как магазин товаров по низким ценам, доступных в наших торговых точках в девяти основных ценовых категориях. Мы регулярно мониторим цены конкурентов на аналогичные товары, чтобы нашим покупателям было гарантировано наиболее выгодное предложение.

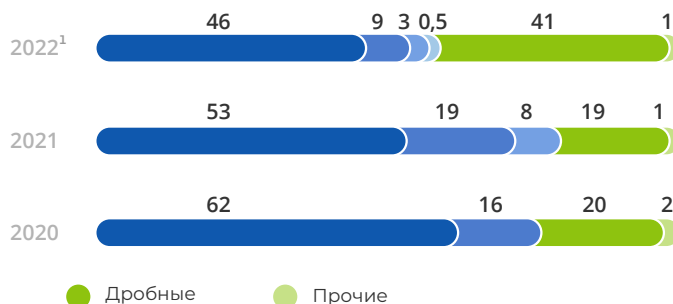
Ценовые категории Fix Price в % от розничных продаж в 2020–2022 годах



Разнообразие ценовых категорий позволяет Fix Price оперативно реагировать на рыночные тренды за счет введения новых товарных позиций в более высоких ценовых категориях или через оптимизацию затрат. Для поддержания маржинальности мы используем ряд эффективных решений, позволяющих сохранить выгоду для покупателей. Например, мы улучшаем товар или делаем размер упаковки (и количества товара) больше и, соответственно, предлагаем его по более высокой цене. Наш многолетний опыт позволяет эффективно комбинировать эти подходы, обеспечивая быструю оборачиваемость запасов и непрерывную ротацию продуктового ряда.

Ассортиментная политика и связанные с ней решения принимаются на основе тщательного анализа статистических данных и прогнозирования. При определении цен на продукцию мы также учитываем рыночную конъюнктуру и поведение покупателей. Стремясь поддерживать целевой уровень цен, Компания также достигает существенного сокращения издержек благодаря эффективно использованию логистической инфраструктуры.

Ценовые категории Fix Price в % от общего числа товарных позиций в 2020–2022 годах



Удобство покупок и удовлетворенность покупателей

Как правило, магазины Fix Price удобно расположены в хорошо доступных местах с высокой проходимостью. Мы хотим, чтобы при посещении наших магазинов у покупателей формировался положительный опыт, делая в их глазах наше уникальное ценовое предложение более привлекательным.

Согласно исследованию, проведенному в 2022 году компанией Vector, индекс лояльности покупателей (NPS) – показатель готовности рекомендовать продукты или услуги компании – составил 60%. Это достаточно высокий уровень NPS для российского рынка розничной торговли. Кроме того, наши покупатели высоко оценивают сам сервис в магазинах Fix Price (обслуживание, чистоту в торговом зале и т. п.), при этом 89% респондентов высказали удовлетворение форматом магазинов Компании в целом.

60%

индекс лояльности покупателей (NPS)

89%

респондентов высказали удовлетворение форматом магазинов Компании

¹ Сумма показателей не равна 100% из-за округления

Быстрорастущая программа лояльности Fix Price с исключительно выгодными условиями

В Fix Price действует популярная и эффективная программа лояльности, насчитывающая около 21,9 млн зарегистрированных обладателей бонусных карт. В 2022 году на фоне целевых маркетинговых кампаний количество зарегистрированных участников программы выросло на 4,9 млн (или 29%), при этом 56% всех розничных продаж¹ были сгенерированы покупками с использованием карт лояльности. Доля активных участников программы² составила 54%. Программа выгодна как для покупателей, так и для самой Компании.

~22 млн

зарегистрированных обладателей бонусных карт

В 2022 году средний чек обладателей бонусных карт Fix Price в 1,8 раза превысил средний чек покупателей, не участвующих в программе. К тому же посещаемость магазинов среди участников программы лояльности была в среднем на 15% выше, чем среди других покупателей сети. Согласно исследованию Vector, участники бонусной программы посещают магазины Компании в среднем четыре раза в месяц. Кроме того, программа лояльности способствует повышению узнаваемости бренда Fix Price среди потребителей.

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

Держатели карт также получают эксклюзивные предложения от сети. Кроме того, программой лояльности предусмотрены акции и скидки от партнеров, индивидуальные предложения и дополнительные бонусы за покупку любимых товаров, а также разовые начисления баллов, приуроченные к различным мероприятиям Fix Price.

Мы поддерживаем связь с владельцами бонусных карт посредством электронной почты, СМС и push-уведомлений, а также регулярно проводим опросы относительно новых продуктов, цен и т. п. История покупок участников программы служит для нас ценной информацией, которая позволяет изучать потребительские тренды, мгновенно получать обратную связь и принимать решения относительно стратегии будущих маркетинговых кампаний для стимулирования роста продаж и дальнейшего повышения уровня удовлетворенности покупателей.

Средний чек держателей карт лояльности в 1,8 раза выше, чем у остальных покупателей

¹ Данные актуальны для магазинов Fix Price, работающих на территории России

² Участники программы лояльности, совершившие за месяц минимум одну покупку в магазинах сети