

Продукт

Наши достижения в 2022 году

Весной 2022 года Fix Price стал лауреатом XII ежегодной национальной премии в сфере товаров и услуг для детей «Золотой медвежонок»: награды удостоилась собственная торговая марка Kid's Fantasy, а именно обучающие карточки с водной раскраской, многоразовые водные раскраски и наборы цветных трафаретов



Осенью 2022 года на конкурсе качества пищевой продукции «Гарантия качества — 2022» золотыми медалями были отмечены три продукта Fix Price: вафли со сливочным вкусом, финики, а также арахис, обжаренный в скорлупе

Компания стала лауреатом премии «Время инноваций» с проектом «Программа лояльности»

Наш подход к ценообразованию и формированию ассортимента

С момента своего появления на рынке Fix Price постоянно работает над тем, чтобы предлагать покупателям наиболее конкурентоспособные цены без ущерба для качества и разнообразия ассортимента. Наше ценностное предложение направлено на удовлетворение потребностей всей семьи и повышение уровня жизни наших покупателей за счет экономии на товарах повседневного спроса. В наших магазинах посетители всегда могут найти интересующий их товар, поскольку мы предлагаем уникальный, постоянно обновляющийся ассортимент, при этом сохраняя доступные цены.

Магазины Fix Price есть даже в самых удаленных регионах: мы работаем в 80 субъектах Российской Федерации, а также в странах ближнего зарубежья. Наши магазины удобно расположены в густонаселенных жилых кварталах и на пересечении основных пешеходных и транспортных потоков, до них можно легко добраться общественным транспортом.

~2 000

товарных позиций
в ассортименте

60%

индекс лояльности
покупателей (NPS)

~22 млн

участников программы
лояльности

3 107

испытаний качества
и безопасности продукции¹,
включая

2 018

добровольных испытаний



По оценке Росстата, около 70% населения России имеют доход ниже 45 тыс. руб. в месяц². Учитывая это, мы нацелены и дальше предоставлять как можно более широкой аудитории доступ к необходимым товарам вне зависимости от уровня доходов или от общей экономической ситуации. Мы также отмечаем рост спроса среди покупателей с более высоким среднемесячным доходом на семью (выше 50 тыс. руб.). В 2022 году доля таких покупателей выросла на 4 п.п. по сравнению с предыдущим годом³. Рост популярности наших магазинов среди различных целевых сегментов и социальных групп показывает, что ценовая и ассортиментная стратегия Fix Price находит отклик у покупателей, а концепция «охоты за сокровищами» пользуется неизменным успехом.

¹ В том числе лабораторные исследования с целью сертификации и декларирования импортных товаров; испытания, проведенные внешними лабораториями для подтверждения состава, качества и безопасности продукции; проверки, осуществляемые собственным Центром контроля качества Компании, а также дополнительные испытания, проведенные внешними лабораториями после внутренних проверок силами специалистов Компании

² На основании публично доступных данных Росстата за 2021 год

³ Результаты маркетинговых исследований целевой аудитории магазинов Fix Price, проведенных компанией Vector Market Research в городах с населением более 1 млн человек осенью 2021 года и осенью 2022 года