



# ФОКУС НА РЫБНУЮ КАТЕГОРИЮ

НИКОЛАЙ Семёнов  
Руководитель категории «Рыба и рыбная продукция»,  
розничная сеть «Магнит»



# Тренды и особенности потребительского поведения



1

Покупатели становятся более притязательными к ассортименту и цене – у них больше выбора, информации для покупки и возможности сравнить цены

2

Рациональное потребление:

- сокращение частоты потребления дорогостоящих продуктов
- поиск продуктов с более приемлемой ценой, увеличение покупок по промо ценам

3

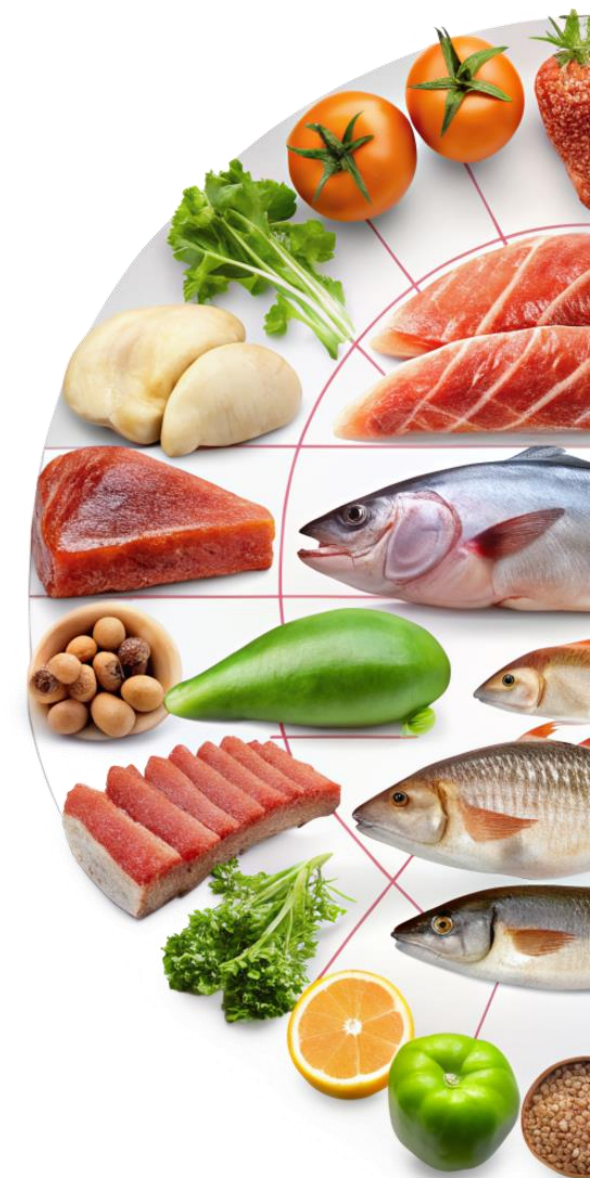
Смещение продаж на рыбную продукцию в упаковках с меньшим весом

4

Усиление тренда на продукты разделки, полуфабрикаты

5

Покупатели легко переключаются на разные виды белка - с рыбы на мясо, с рыбной гастрономии - на мясную гастрономию



## 1. СТОИМОСТЬ И ПРОМО

- Цена определяет выбор
- Дорогие деликатесы только на праздники
- Поиск альтернативы среди других производителей
- Акция – главный стимул к спонтанной покупке



## 3. СВЕЖЕСТЬ ТОВАРА

Остаточный срок годности – «красный флаг» для покупателя

ПРИОРИТЕТ: более свежий товар даже по товарам с длительным сроком годности



## 2. ВНЕШНИЙ ВИД

Несоответствующий внешний вид – барьер к покупке



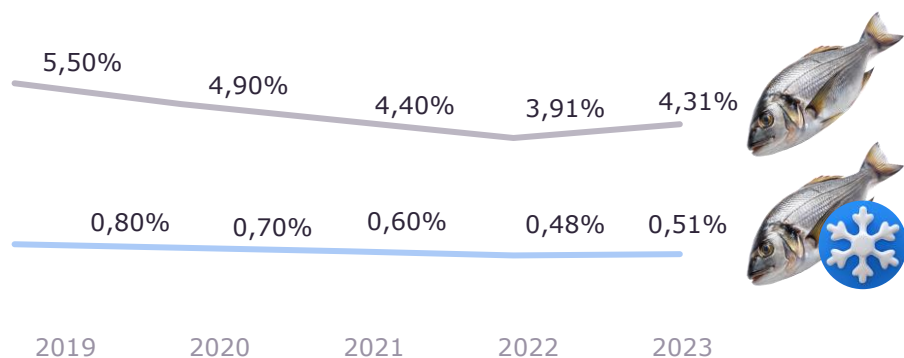
## 4. БРЕНД/ПРОИЗВОДИТЕЛЬ

Знакомый и проверенный бренд гарантирует стабильное качество и свежесть продукции



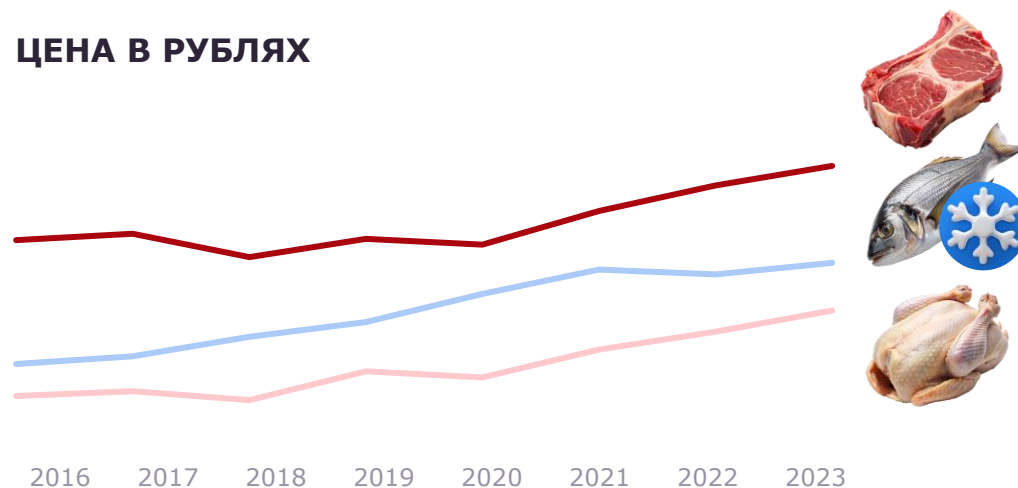
# Продажи рыбы зависят от цены на курицу

## ПЕНЕТРАЦИЯ, %



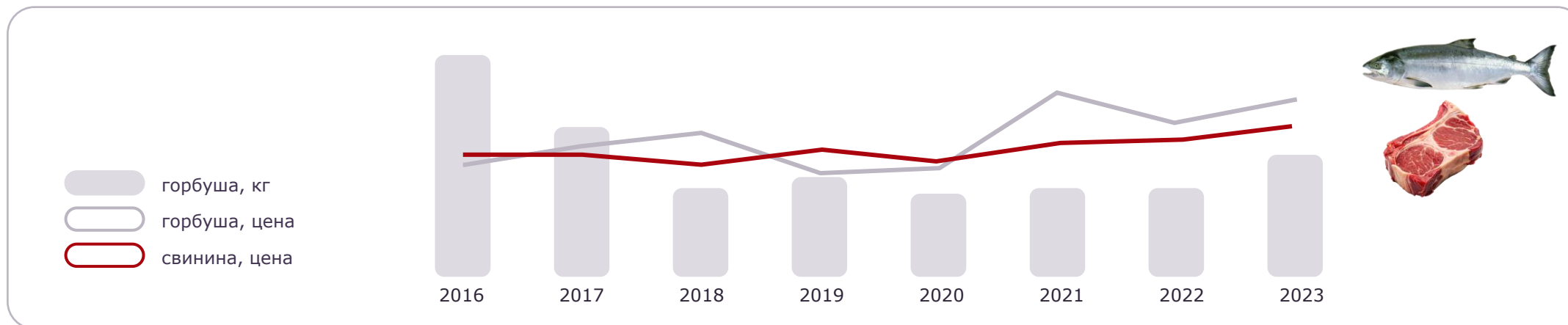
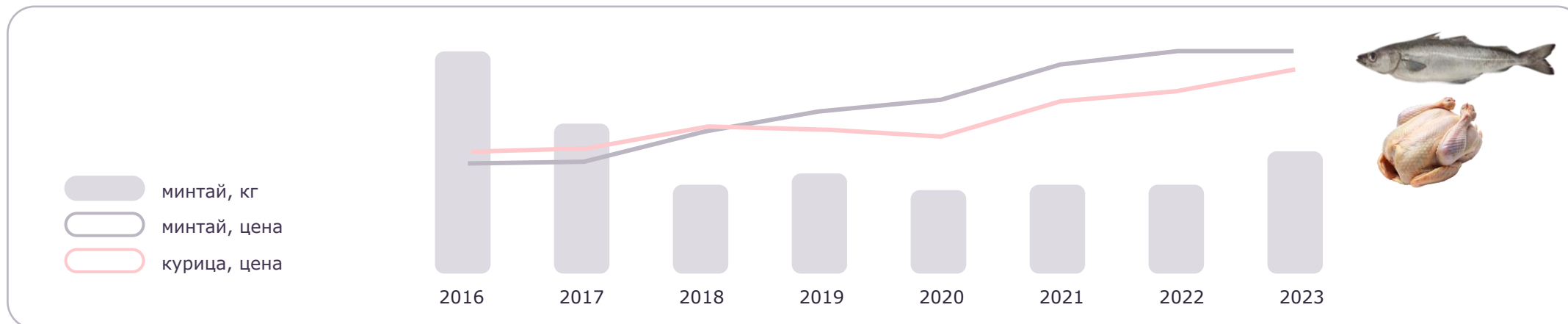
- рыбная гастрономия
- замороженная рыба

## ЦЕНА В РУБЛЯХ



- говядина, свинина
- замороженная рыба
- курица, индейка

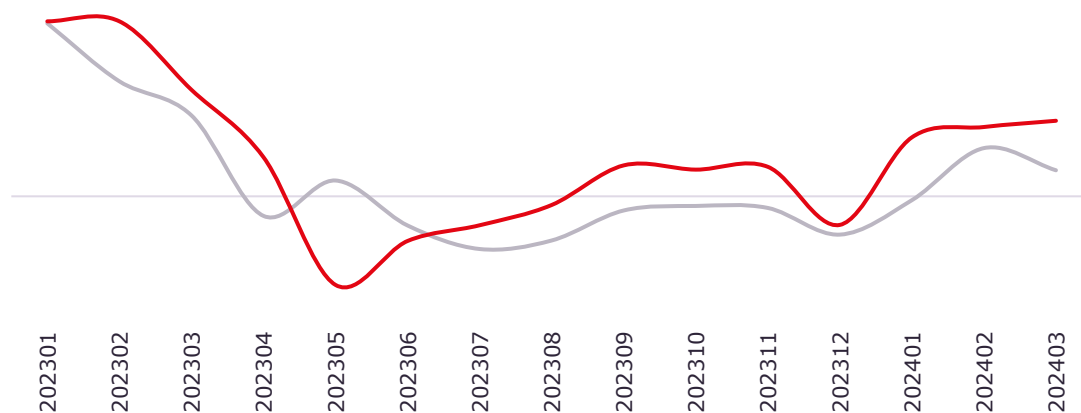
# Продажи рыбы зависят от цены на курицу и свинину



# Оптимальные цены для покупателя



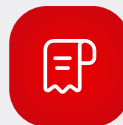
## ИНФЛЯЦИЯ ФАКТИЧЕСКИХ ПОЛОЧНЫХ И ВХОДНЫХ ЦЕН ПО ГРУППЕ РЫБА И РЫБНЫЙ ГАСТРОНОМ, % Г-К-Г



Инфляция фактических продажных цен, %  
Инфляция фактических закупочных цен, %

10-й МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ

НЕДЕЛЯ  
РОССИЙСКОГО  
РИТЕЙЛА 2024



Стабилизация полочных цен за счёт инициатив «Магнита»



### РЕЗУЛЬТАТ

LFL-продажи в натуральном выражении растут более чем на 10% последние 2 года

# Что мы делаем для роста потребления рыбной продукции



## РАБОТА С АССОРТИМЕНТОМ

- Нарращиваем предложения в базовых категориях, закрываем все потребности
- Новинки в ассортименте - мотив к покупке
- Мультиформатность



## ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ/ МАРКЕТИНГ

- Нарращиваем долю продаж по оптимальной цене для покупателя
- Промопредложение
- Коммуникация промо
- Оптимизация издержек производителя



## РАБОТА С ПОСТАВЩИКАМИ

- Развитие новых поставщиков
- Развитие локальных поставщиков до уровня федеральных
- Длительная контрактовка
- Портал для подачи коммерческих предложений – SRM 2.0
- Аналитический портал поставщика - эффективные решения для вашего бизнеса



## СВЕЖЕСТЬ/ КАЧЕСТВО

- Контроль качества в сети
- Контроль качества на стороне партнёра
- Сокращение логистических плеч, квантов



**Николай Семёнов**

Руководитель категории, формат магазин «у дома»,  
розничная сеть «Магнит»

8 915 **61 41 887**

8 861 **210 98 10**, доб. 42601

[semenov\\_ns@magnit.ru](mailto:semenov_ns@magnit.ru)