

«Время добрых дел» – как мы помогли помогать

Fix Price и VK Добро



VK Добро



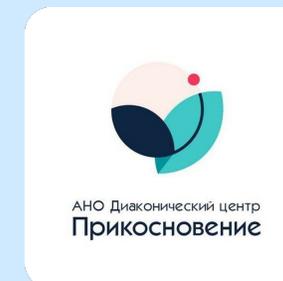
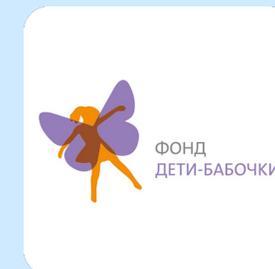
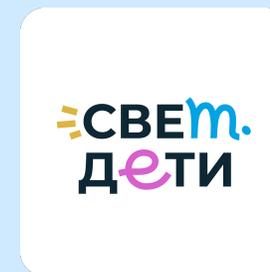
«Время добрых дел» – программа социальной ответственности

Fix Price с 2024 года развивает социальную программу совместно с сервисом VK Добро.



В рамках этого сотрудничества компания поддержала уже 15 региональных благотворительных фондов.

Важной частью проекта стало просвещение: используя игровые механики мы постепенно погружали аудиторию в контекст благотворительности, раскрывали различные аспекты, развеивали мифы и рассказывали о том, какой вид поддержки наиболее эффективен.





«Fix Price развивает различные благотворительные проекты, в том числе с привлечением наших покупателей. И мы видим, что у многих из них есть потребность оказывать посильную помощь нуждающимся, однако нет возможности тратить на это большое количество времени и сил. Это привело нас к тому, чтобы немного изменить нашу программу с VK. Который в итоге помог нам вовлечь в эту программу тысячи участников», –
Надежда Шевлякова, начальник отдела операционного развития маркетинга Fix Price, куратор программы





В 2025 году мы перевели программу в формат интегрированной благотворительности

Покупатели Fix Price, зарегистрированные в Программе лояльности, смогли переводить накопленные бонусы в пользу фондов в мобильном приложении всего в пару кликов.

 **1 балл = 1 рублю**



Как это работает



Компания определяет благотворительные фонды с тщательной проверкой сервиса VK Добро



Покупатели Fix Price направляют свои баллы в пользу одного из фондов



Деньги перечисляются напрямую в фонд без комиссий





Дополнительная вовлекающая механика

Мы предложили аудитории возможность выполнять простые задания в чат-боте на официальной странице Fix Price в социальной сети ВКонтакте, получать баллы и перечислять их в адрес фондов.

 **1 балл = 1 рублю**





Итоги акции в 2025 году:

Компании расширили сотрудничество и запустили акцию «Баллы на благотворительность»

Общая аудитория проекта в диджитале 40+ млн пользователей

100 000 пользователей приняли активное участие в программе, используя разные инструменты



Итого за 6 месяцев мы собрали:

1,2 млн рублей

при среднем чеке Fix Price в России – 490 рублей





«Фонд борьбы с лейкемией поддерживает тех, кому не очень охотно помогают, взрослых с диагнозом «рак крови». Я очень рада, что создаются коллаборации, которые простыми словами рассказывают об очень сложном! Огромное спасибо VK Добру, Fix Price и каждому участнику этой инициативы. Вместе нам удалось собрать деньги на срочное лечение взрослых пациентов и дать им шанс вернуться к семье и привычной жизни! Подобные проекты поднимают уровень осознанной благотворительности на качественно другой уровень», – **Ануш Овсепян, генеральный директор Фонда борьбы с лейкемией.**

«Мы признательны покупателям и партнёрам Fix Price за важный вклад в благополучие старшего поколения. Казалось бы, всего пара кликов и такой результат. Нуждающиеся бабушки и дедушки получают качественные лекарства, продукты, средства реабилитации. И, главное, ощущение, что они не остаются с проблемами один на один, а получают регулярную и действенную помощь и поддержку. Благодарим компанию и покупателей Fix Price за осознанный выбор поддержать именно людей старшего возраста, нужды которых не всегда слышны в потоке обращений. Спасибо за помощь, друзья!», – **Наталья Шведовченко, исполнительный директор фонда «Долго и счастливо».**

«Мы благодарны сети Fix Price и всем неравнодушным людям-участникам акции за поддержку важнейшей для нашего фонда миссии — помощи детям с пороком сердца. Собранные средства пойдут на реализацию обучающего проекта для детской оперирующей команды. Кардиохирурги и анестезиологи во время практических мастер-классов со специалистами экстра-класса в области кардиологии смогут повысить мастерство и профессиональные навыки, чтобы маленькие пациенты сегодня и в далекой перспективе получали только высококвалифицированную помощь. Совместными усилиями мы делаем большой шаг к тому, чтобы каждый ребенок обрел шанс на здоровое будущее», – **Александр Санюк, исполнительный директор НО «КБФ «Детское сердце».**

«Для Ассоциации «Аутизм-Регионы» эта акция стала возможностью не только поддержать семьи с детьми с аутизмом. Здорово, когда в сотрудничестве бизнеса и фондов есть место просвещению и взаимодействию с людьми. Именно эта часть проекта, которая выразилась в квизе для всех желающих, тронула нас больше всего. Очень благодарны за сотрудничество и его результаты!», – **Ксения Афанасьева, исполнительный директор Ассоциации «Аутизм-Регионы».**



Выводы:



Даже если основной формат вашей деятельности – офлайн, вы можете эффективно масштабироваться через цифровые инструменты



Чем проще решение – тем выше вовлеченность аудитории



Аудитория ожидает от брендов социальной ответственности и импакт-инициатив



Барьер благотворительности — не равнодушие, а сложность действия





**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!**

