



Опросы общественного мнения в PR

Макурина Екатерина,
Руководитель пресс-службы, Fix Price





3. О компании

4. Какие задачи решает пресс-служба с помощью опросов

5. Как выбрать партнера для проведения опроса

6-11 Правила проведения опросов для топ-СМИ и питчинга СМИ

12. Выводы



Fix Price – одна из крупнейших в мире
и ведущая в России сеть магазинов низких
фиксированных цен **с долей рынка 92%**
в России



Открыто более
8200 магазинов



Магазины
в 10 странах



В компании работают свыше
50 000 сотрудников

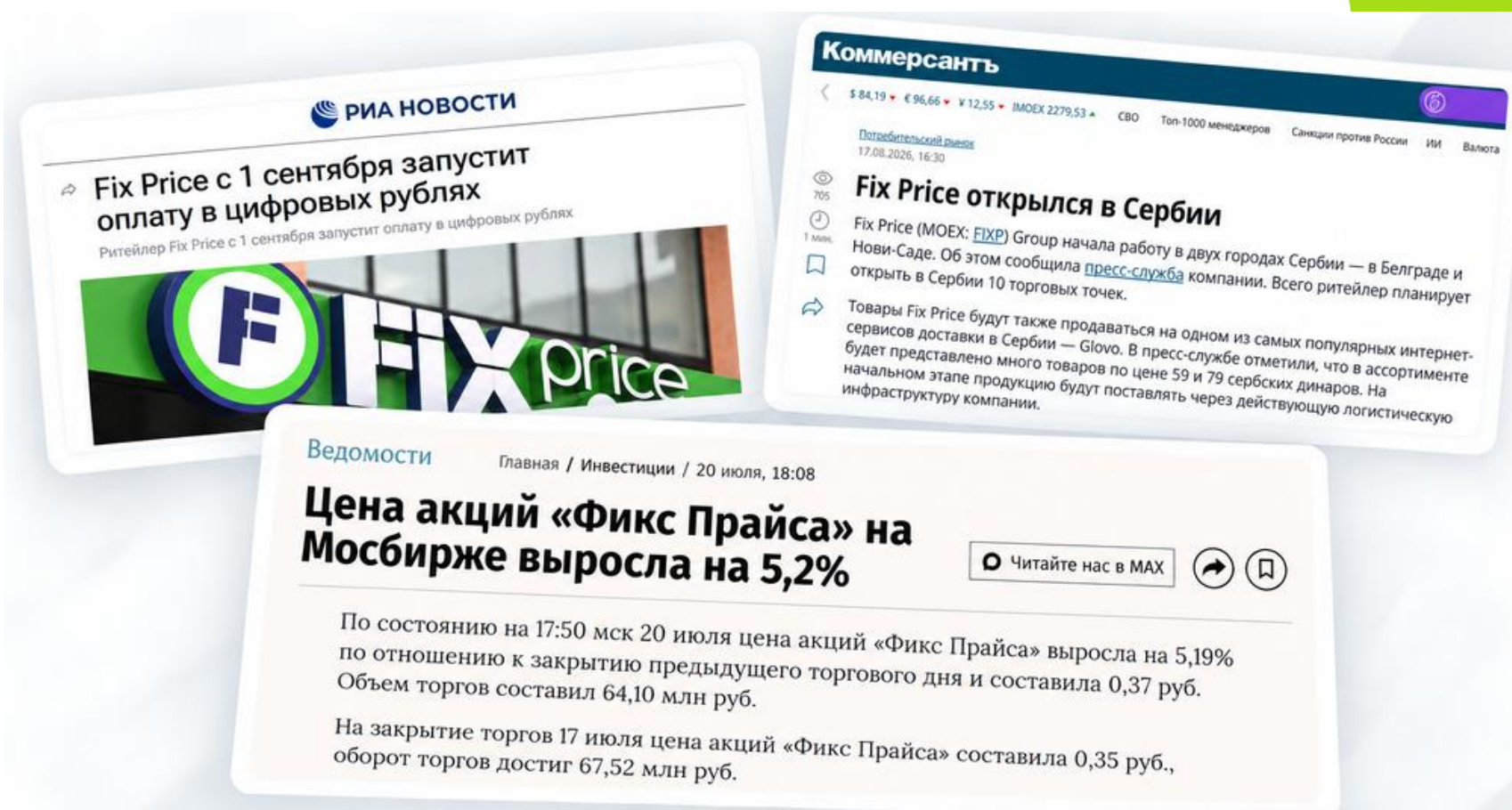


Выручка за 2025 год
313 млрд рублей



Перед пресс-службой стоят следующие задачи

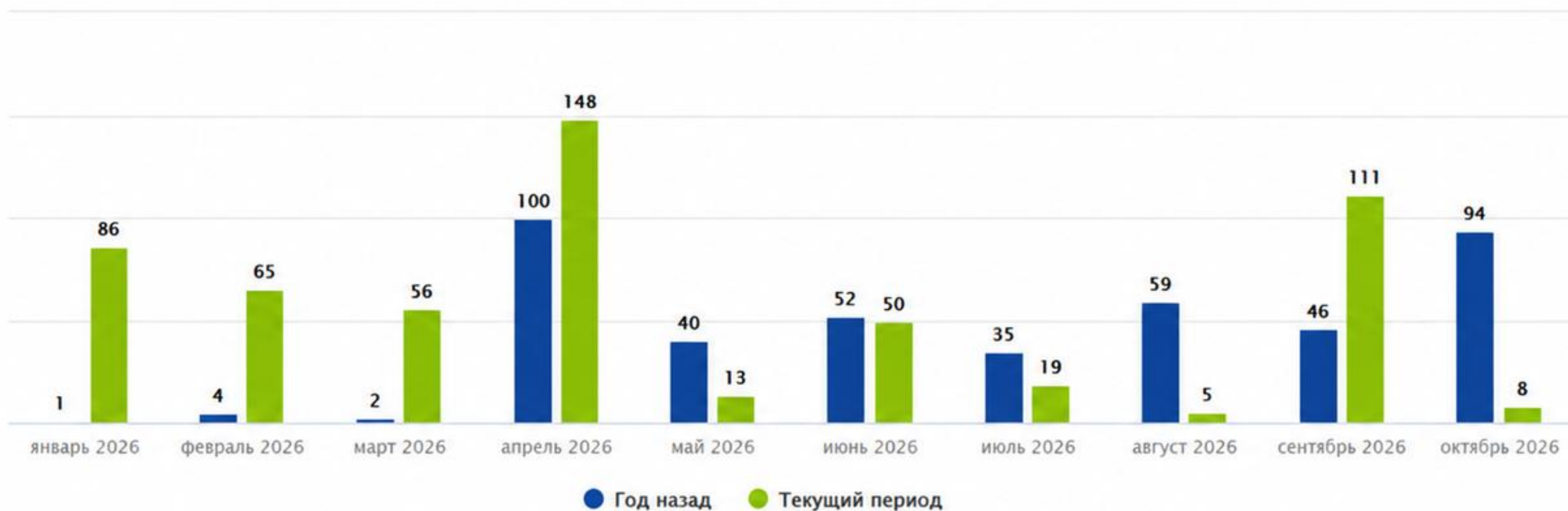
- ✓ Обеспечивать ежемесячно охваты в топ-СМИ в отсутствии больших инфоповодов
- ✓ Обращать внимание аудитории на наш ассортимент
- ✓ Повышать лояльность к бренду Fix Price



Публикации по опросам за 2025-26 гг.

Число публикаций по опросам с Ромир за 2 года

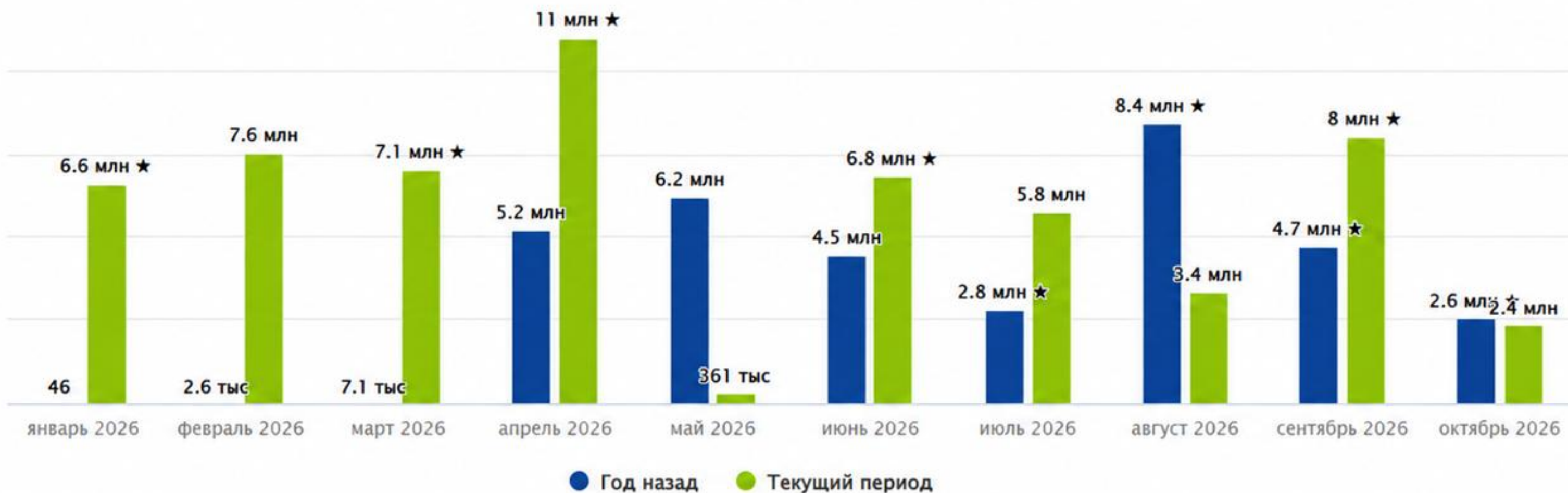
01.01.2026–15.10.2026



Охваты в СМИ по опросам за 2025-26 гг.

Охваты публикаций по опросам с Ромир за 2 года

01.01.2026-15.10.2026



Зачем мы работаем с опросами?

Опросы общественного мнения, которые мы проводим с аналитиками РОМИР, помогают нам:

- ✓ Выполнять наши KPI
- ✓ Укреплять экспертность компании,
- ✓ Повышать информированность широкой аудитории о товарах Fix Price
- ✓ Формировать связь бренда ретейлера с конкретными жизненными ситуациями, в которых оказываются покупатели

ВЕДОМОСТИ

Fix Price и РОМИР: россияне готовы тратить больше 2 000 рублей в месяц на азиатскую еду

Более половины россиян (54%) регулярно покупают и едят азиатские продукты

19.06.2025



Профессиональная экспертиза и релевантный опыт (опыт в отрасли, понимание специфики рынка)

Владение методологией (какие варианты методов исследований предлагают, аргументация выбора метода)

Наличие аналитики (для финальных отчетов важен анализ и интерпретация данных, а не просто набор цифр)

Качество сбора данных (как находят респондентов, какая система проверки анкет)

Готовность обсуждать методологию (нам важна совместная работа над анкетой и осуждение нюансов проведения исследования)

Цена

Важные технические моменты опросов



В исследовании должны участвовать **от 1500 респондентов**



СМИ могут просить предоставить не только выводы, но и все данные исследования по запросу



СМИ могут менять свою политику в отношении опросов



Исследование нигде не должно быть опубликовано ранее

The logo for RBC Life, featuring a green square with a white diagonal line and the text 'РБК Life' in bold black letters.

**Россиянки назвали
«антирейтинг» подарков
к 8 Марта. Что в него вошло**

Женщины ждут не «дежурный»
букет тюльпанов, а персональный
подход

24.02.2026



Выбор темы исследования

- ✓ График опросов и значимые события: национальные праздники, памятные даты работают лучше, чем креатив
- ✓ Тема должна быть оригинальной, но понятной
- ✓ Тему лучше связать с вашим ассортиментом либо вашими задачами
- ✓ Тема не должна быть «рекламной»



Лишь 9% родителей испытывают стресс от подготовки ребенка к школе — исследование

Совместное исследование Fix Price и РОМИР

Больше половины родителей положительно воспринимают начало учебного года

52% опрошенных считают, что с первого сентября у ребёнка появляется более организованный распорядок дня по сравнению с летом

19.08.2025



Только 9% родителей испытывают стресс при подготовке детей к школе

Совместное исследование Fix Price и РОМИР

Более половины участников опроса воспринимают начало учебного года позитивно

19.08.2025



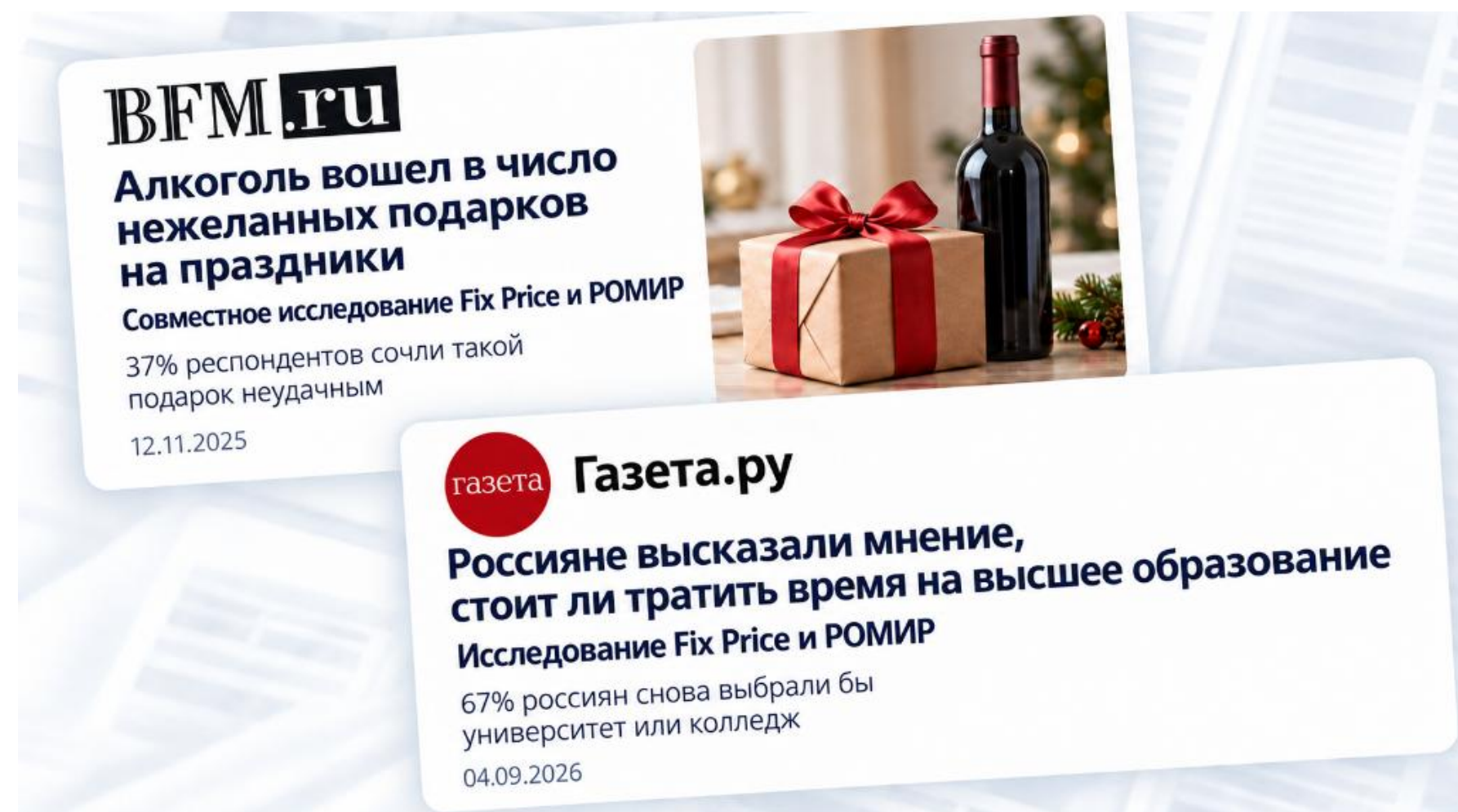
Выбор темы исследования

- ✓ Обращаться к остроактуальным темам - рискованно.
- ✓ Темы, которые исследует ВЦИОМ, ФОМ, Росстат брать не стоит



Составление анкеты

- ✓ Анкета в идеале должна содержать разные вопросы, которые можно предложить разным СМИ
- ✓ Анкета не должна быть большой
- ✓ Чем разнообразнее профиль вопросов, тем больше шансов на публикации в разных СМИ



Питчинг СМИ

✓ Сначала опрос – потом разговор со СМИ

✓ Лучше договориться раньше, чем позже

✓ Если журналист вам отвечает, что его издание не берет опросы в принципе, предложите – его коллеге

✓ Самый лучший вариант, если СМИ пишет отдельный материал по исследованию

ИЗВЕСТИЯ iz

Разовые розы: во сколько обойдется букет цветов к 1 сентября

Растительная композиция для учителя за год подорожала на 9%

На букеты к 1 сентября 2025 года родители потратят в среднем по 4 тыс. рублей

Покупая цветы поштучно, можно уложиться и в 1 тыс. рублей

26.08.2025



ТАСС

Более трети опрошенных россиян считают диплом важным лишь на старте карьеры
Совместное исследование Fix Price и РОМИР

39% опрошенных считают, что диплом важен на старте карьеры, но дальше всё зависит от самого человека

23% респондентов назвали хорошее образование большим преимуществом

01.09.2026

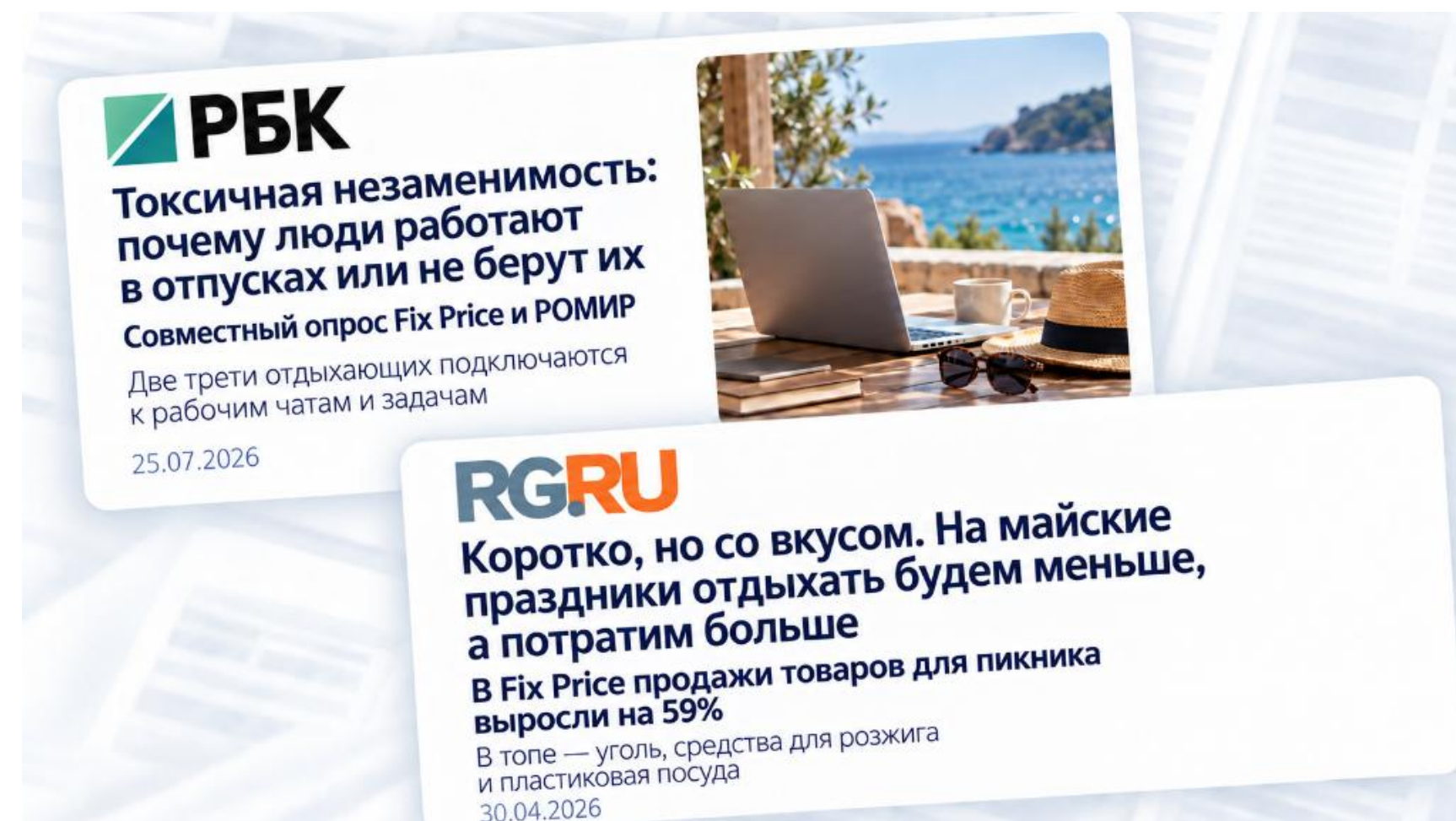
Питчинг СМИ

✓ Сначала опрос – потом разговор со СМИ

✓ Лучше договориться раньше, чем позже

✓ Если журналист вам отвечает, что его издание не берет опросы в принципе, предложите – его коллеге

✓ Не ждите, что поставят в заголовок



Питчинг СМИ

- ✓ Рассылаем не исследование, а сообщение по итогам исследования
- ✓ Дробим опросы на несколько смысловых частей и предлагаем каждую разным СМИ отдельно
- ✓ Делаем отдельные сообщения для региональных СМИ
- ✓ Делаем рассылку общего релиза после публикаций



Выводы



Опросы помогают генерировать публикации в топовых СМИ без затрат



Опросы должны быть качественными, не менее 1500 респондентов



Тему исследования лучше привязать к общенациональному празднику или важной дате, но сделать ее при этом «свежей»





**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!**

