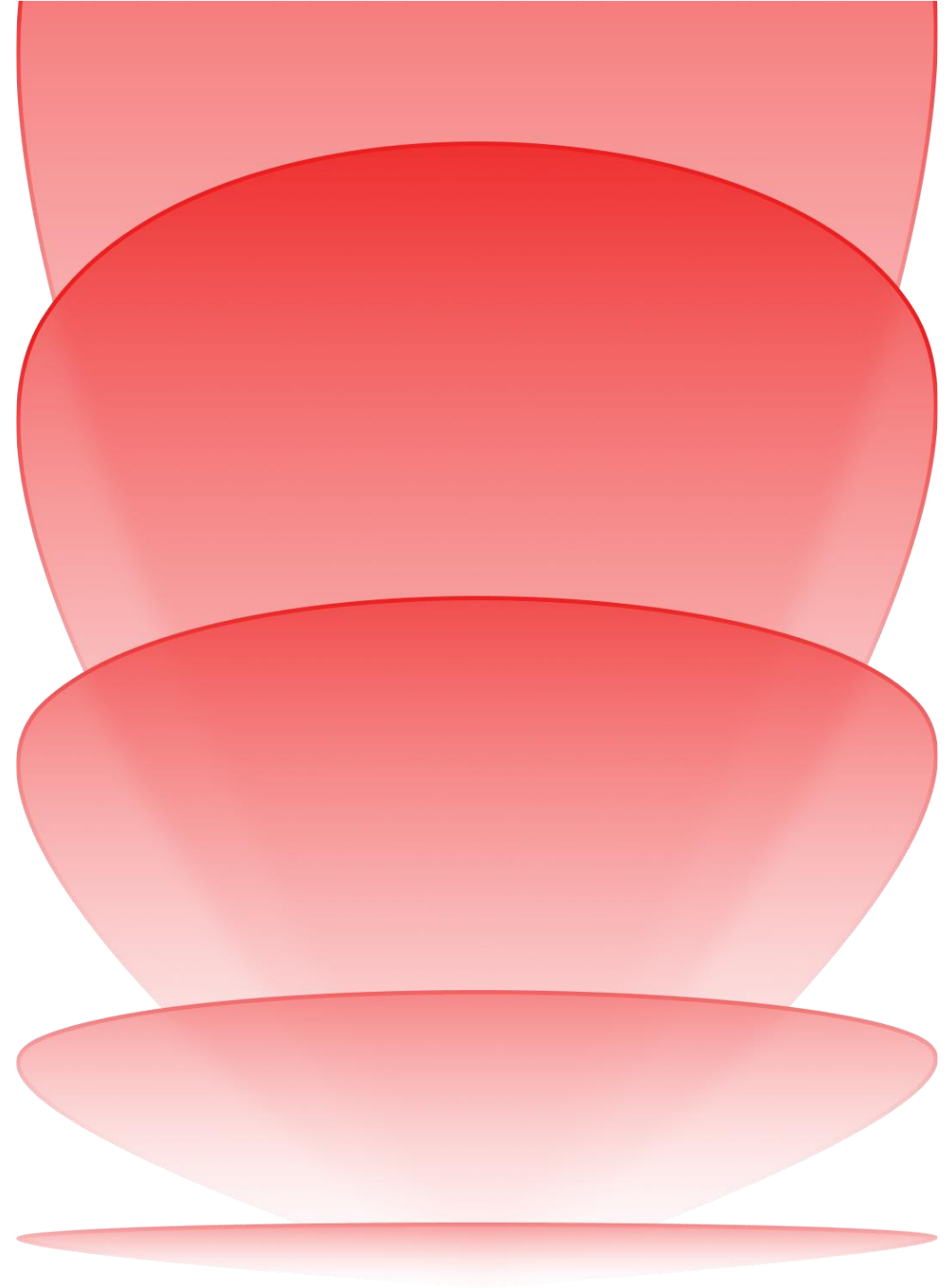


Человек и автомобиль

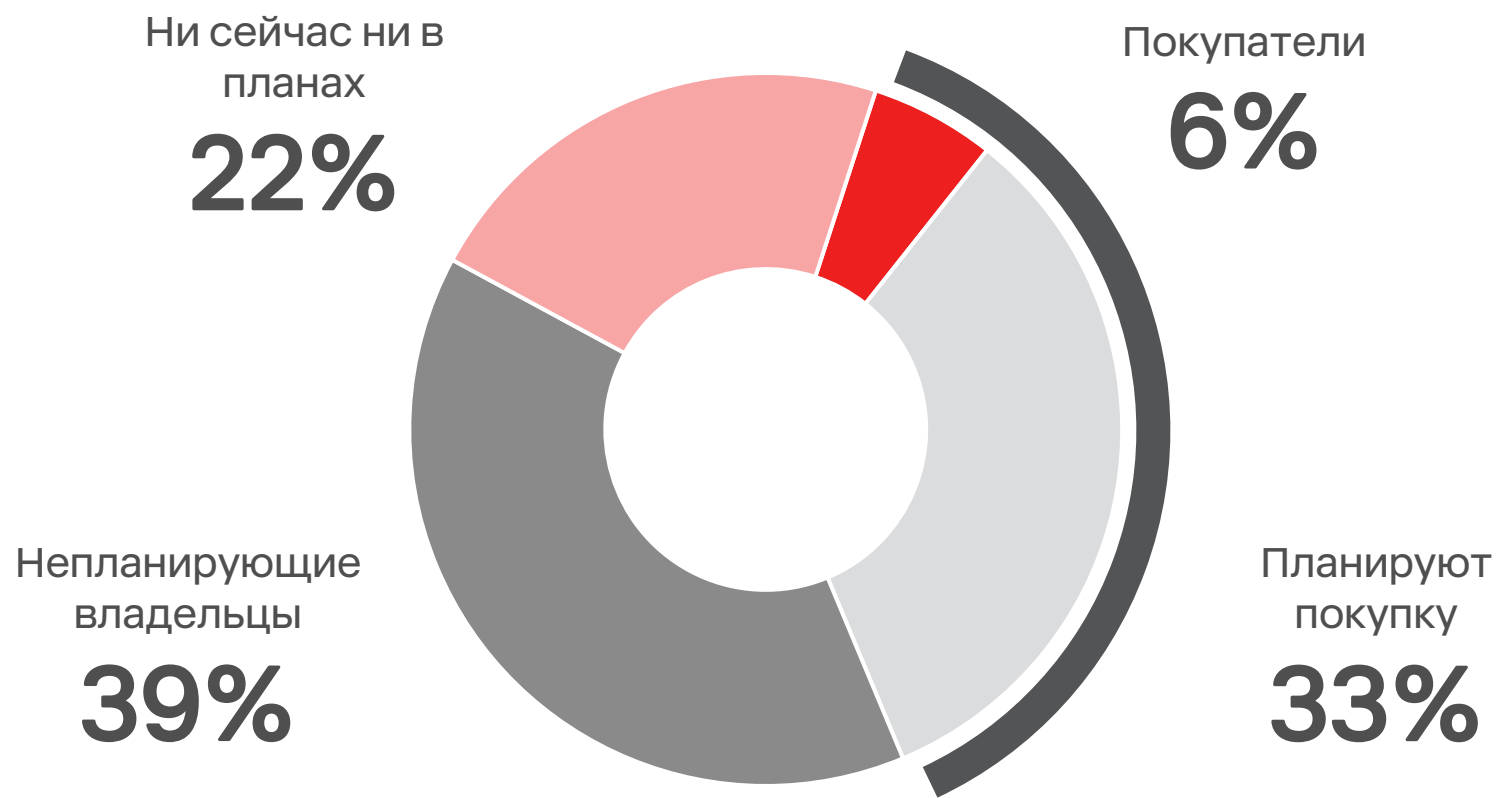
Как поменялись
отношения между
ними



Наше исследование

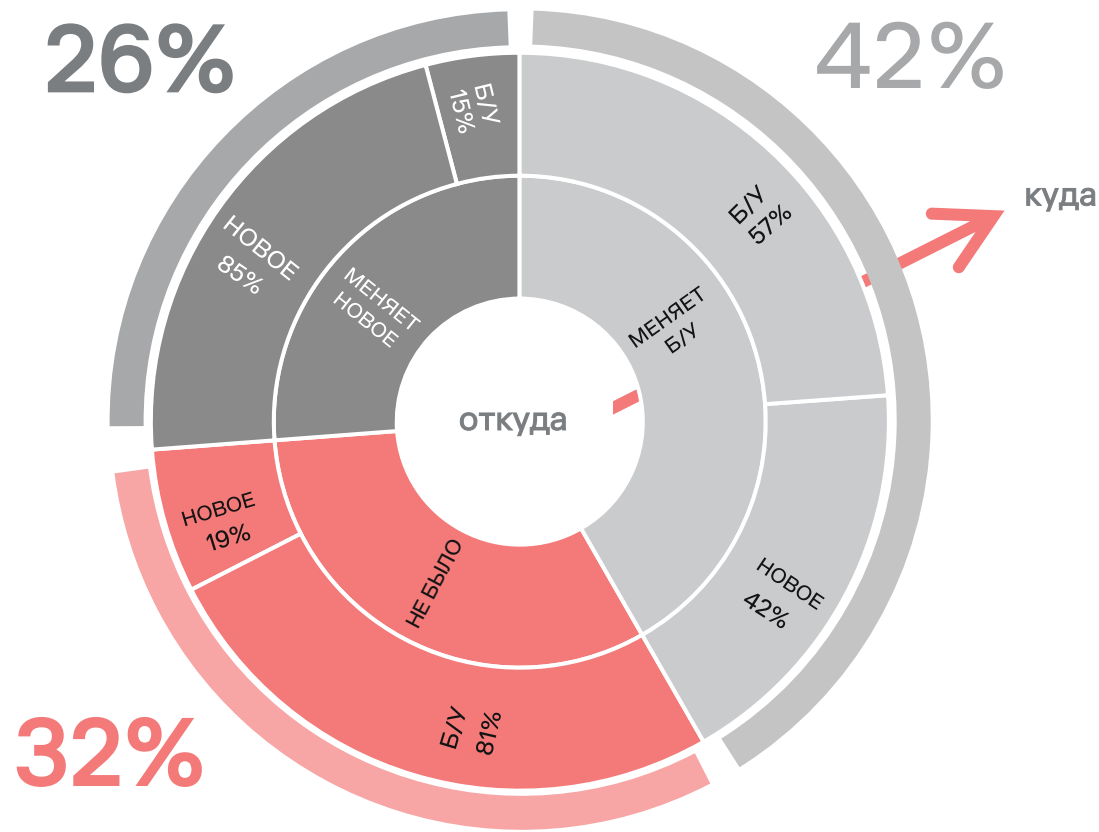
	Часть 1	Часть 2
Фокус	Перетоки. Отношение к маркам. Путь потребителя	Тачпоинты с привязкой к стадиям и задачам
Период	август-сентябрь 2024	ноябрь-декабрь 2024
ЦА	Все 16–54, лет	Все 18–54 лет
	Пользуются авто как водитель/пассажир	Купили авто в прошлом году или планируют в ближайшие 6 месяцев
Гео	РФ 0+	РФ 0+
Выборка	2000	3500
Квоты	отражают структуру населения	отражают авто рынок: новые / б/у авто
Метод	CAWI	CAWI

Только 39% всех пользователей авто — потенциальные покупатели



Покупатель — кто он?

Владелец в прошлом нового авто пересядет только на новое.
Первое авто в 80% будет б/у



~1/3

Составляет каждый сегмент по текущему типу владения

>84%

Купленное ранее новое авто меняют только на новое

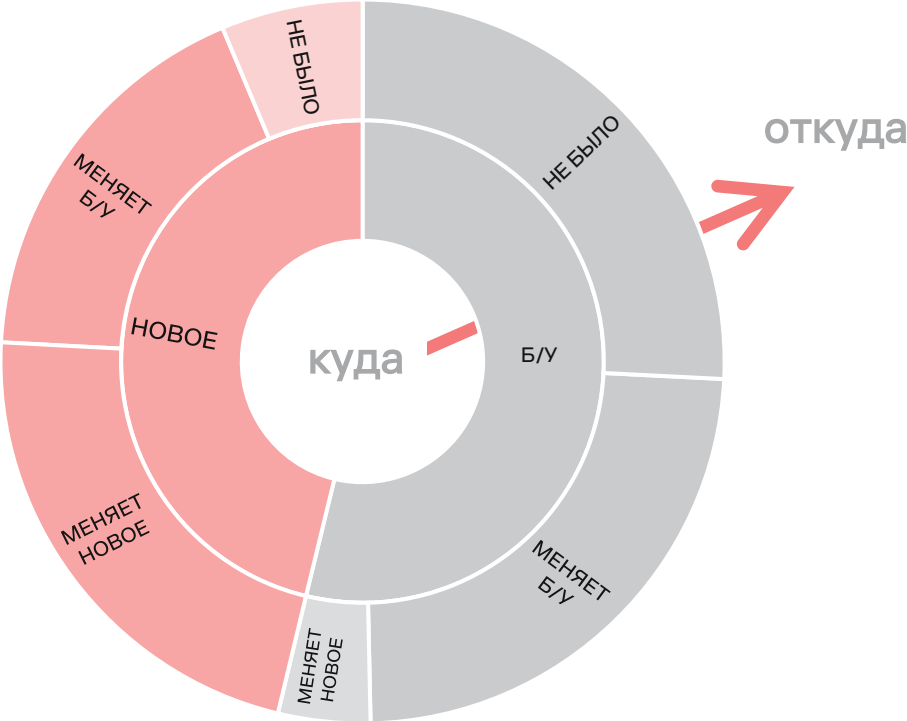
>80%

Выберут в качестве первого авто б/у

42/57%

Владельцы б.у. с почти равной вероятностью меняют на новые и б/у

Если вы продаете новые авто, ваш источник бизнеса — исключительно прежние владельцы



- <14%** Покупатели первого авто из всех покупателей новых
- <8%** Покупателей б/у авто пересаживаются с купленного ранее нового
- 48%** Покупателей б/у авто пересаживаются с купленного ранее б/у
- 48%** Покупатели первого авто из всех покупателей б/у

У новых «европейцев» — самый длинный срок владения
б/у «японцы» — самые возрастные

3

марки
рассматривают

9/7,5 лет

срок владения
новым / б/у авто

10/16 лет

средний возраст авто в
момент замены для
новых / б/у

2 года

достаточная
выгода в возрасте
при замене б/у авто

18 лет

возраст японского
б/у авто в момент
замены

18 лет

возраст авто, которое
выбирают в качестве
первого

Наибольший объем пересадок — на авто той же страны, что и была. Китайские авто уже в топ-2 во многих группах

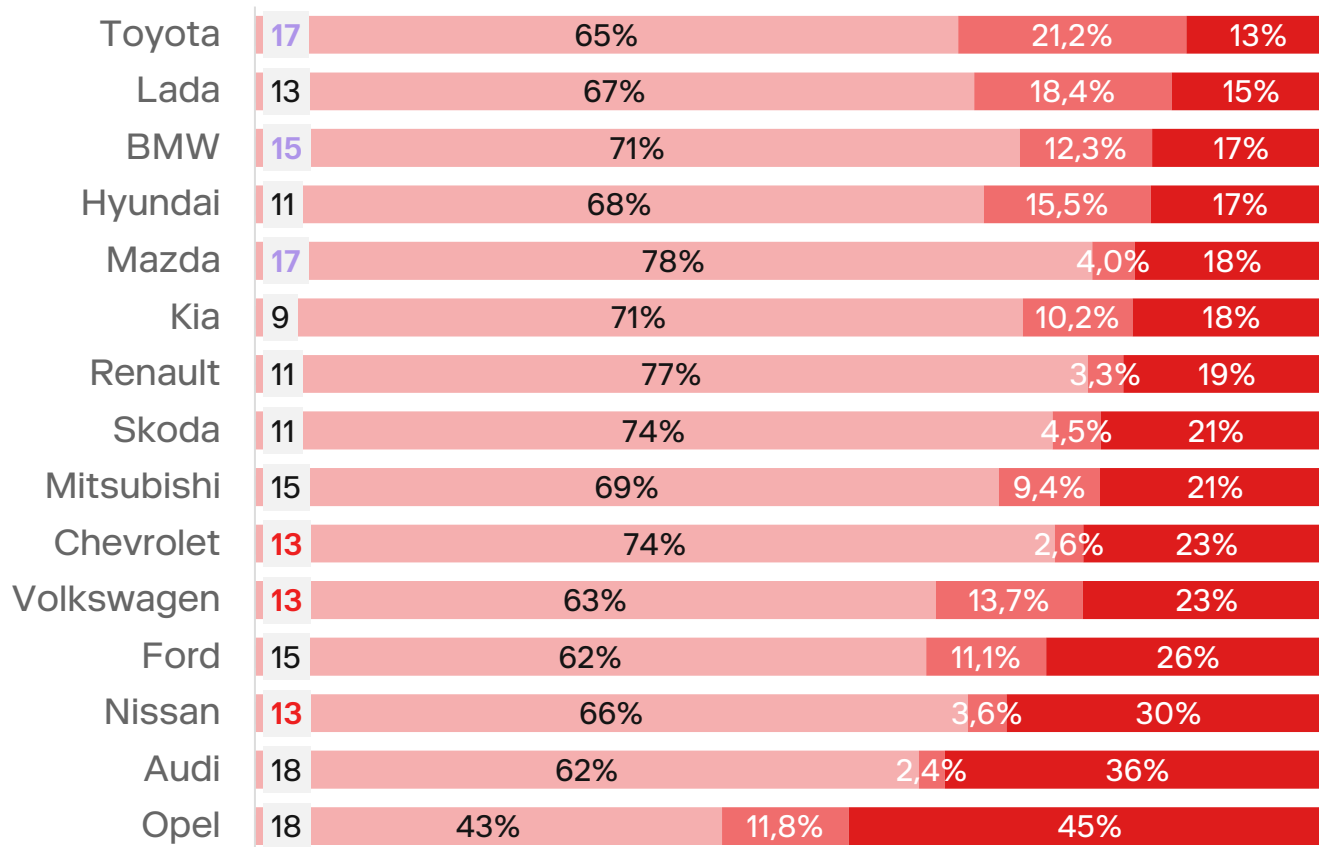


 **Высокая лояльность** во всех группах, кроме б/у европейцев. С б/у на б/у еще выше

 **Выбор нового китайца** в топе во всех основных перетоках, кроме перетоков с российских новых и с европейских б/у

 **Первым б/у** в 62% случаев выбирают российское авто

Любовь к конкретным брендам угасает с возрастом (за исключением некоторых марок)



Высокая лояльность,
несмотря на возраст

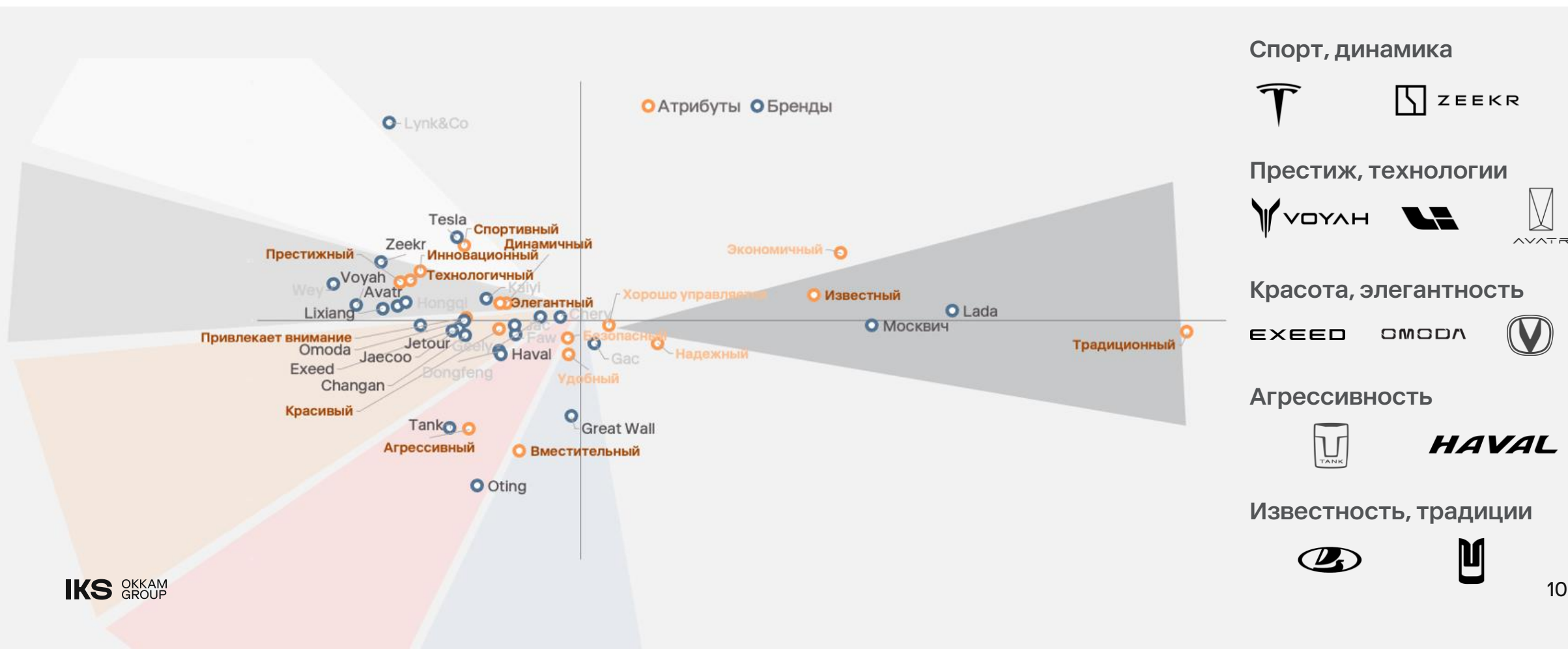


Ниже лояльность при среднем
возрасте авто



Остаются на своей
 Пересаживаются на свою же марку
 Пересаживаются на другую марку
 x Возраст текущего авто

Несмотря на относительно короткое время становления новых брендов, большинство из них уже заняли свои ниши



Европеец
 Был куплен новым
 Во владении 11 лет



50%

Европеец
 Новый



44%

Японец
 Новый



40%

Китаец
 Новый



М 35—54 С
 ГЕО **ЦФО**, ПФО

Со средним или высшим
 образованием

Руководитель организации
 или специалист без
 подчиненных

Морально устарел,
 стало сложно найти
 запчасти

Рассматривает
машину для коротких
путешествий

Надежность, комфорт

BMW, Audi, Volkswagen

ДВС, Гибрид

Кроссовер,
средняя-максимальная
 комплектация

Безопасность,
происхождение марки

Toyota

ДВС

Кроссовер,
 средняя комплектация

Тактильные ощущения,
 богатая комплектация,
надежность

Naval, Chery, Omoda

ДВС

Кроссовер,
 средняя комплектация

Дизайн внешнего вида,
 богатая комплектация,
доступность сервиса

Рассматривают Trade-in

Кореец
 Был куплен новым
 Во владении 8 лет



55%

Кореец
 Новый



55%

Китаец
 Новый



32%

Японец
 Новый



М 35–54 ВС
 ГЕО **ЮФО**, ПФО
 Со средним или
 высшим
 образованием
 Специалист без
 подчиненных

Надоел

**Рассматривает машину
 для выезда на природу**

Цена, дизайн,
 надежность, комфорт

Hyundai, KIA

ДВС, Гибрид

Кроссовер,
 средняя комплектация

Экономия топлива,
эргономика, безопасность

Рассматривают Trade-in

Haual, Chery, Omoda

ДВС

Кроссовер,
 средняя комплектация

**Дизайн внешнего вида,
 богатая комплектация,
 доступность сервиса**

Рассматривают Trade-in

Toyota

ДВС

Кроссовер,
 средняя комплектация

**Тактильные ощущения,
 богатая комплектация**

Японец
 Был куплен новым
 Во владении 11 лет



51%

Японец
 Новый



43%

Китаец
 Новый



41%

Россия
 Новый



М 25–54 ВС

ГЕО Москва

С высшим образованием

Руководители отдела
 или специалисты без
 подчиненных

Слишком старый

Рассматривает
 машину для поездок
 на дачу

Цена, надежность,
 комфорт

Toyota

ДВС

Кроссовер,
 средняя комплектация

Тактильные ощущения,
 богатая комплектация

Naval, Chery, Omoda

ДВС

Кроссовер,
 средняя комплектация

Дизайн внешнего вида,
 богатая комплектация,
 доступность сервиса

Рассматривают Trade-In

Lada

ДВС

Седан, экономичная комплектация

Цена,
 топливная эффективность

Автокредит с господдержкой

Японец
 Был куплен как б/у
 Во владении 9 лет



67%



Японец
 б/у до 14 лет



63%



Японец
 Новый



43%



Китаец
 Новый



Все 35—54 ВС
 из СФО, города до
 700 тысяч

С высшим
 образованием

Специалист без
 подчиненных

Стал требовать
 постоянного ремонта

Рассматривает машину
 для коротких
 путешествий

Цена, разгонная
 динамика, стоимость
 после продажи

Toyota, Nissan, Honda

ДВС

Седан,
 средняя комплектация

Разгонная динамика,
 ликвидность на рынке

Toyota

ДВС

Седан,
 средняя комплектация

Тактильные ощущения,
 богатая комплектация

Naval, Chery, Omoda

ДВС

Кроссовер/седан,
 средняя комплектация

Дизайн внешнего вида,
 богатая комплектация,
 доступность сервиса

Рассматривают Trade-in

Европеец

Был куплен как б/у
Во владении 9 лет



49%

Европеец Новый



42%

Японец

б/у до 14 лет



39%

Китаец Новый



М 25—44 ВС
ГЕО ЦФО (без Москвы), ПФО

Со средним или высшим
образованием

Специалист без
подчиненных

Стал требовать
постоянного ремонта

**Рассматривает машину
для передвижений по
городу**

Надежность,
экономия топлива,
комфорт

BMW, Audi, Volkswagen

ДВС

Седан,
средняя комплектация

Безопасность,
происхождение марки

Toyota, Nissan, Honda

ДВС

Седан,
средняя комплектация

**Разгонная динамика,
ликвидность на рынке**

Naval, Chery, Omoda

ДВС

Кроссовер/седан,
средняя комплектация

**Дизайн внешнего вида,
богатая комплектация,
доступность сервиса**

Рассматривают Trade-in

Россия
 Был куплен как б/у
 Во владении 9 лет



66%

Россия
 б/у до 16 лет



64%

Россия
 Новый



57%

Китаец
 Новый



М 25–54 В
 из ПФО, города
 <100 тысяч

Со средним специальным
 образованием

Рабочий, водитель

Слишком старый, стал
 требовать постоянного
 ремонта

**Рассматривает машину
 для передвижений по
 городу с семьей**

Цена, надежность,
 безопасность, год выпуска

Lada, УАЗ

ДВС

Седан,
 средняя комплектация

**Стоимость владения (налоги),
 низкий расход топлива**

Lada

ДВС

Седан,
 средняя комплектация

**Цена,
 топливная
 эффективность**

Naval, Chery, Omoda

ДВС

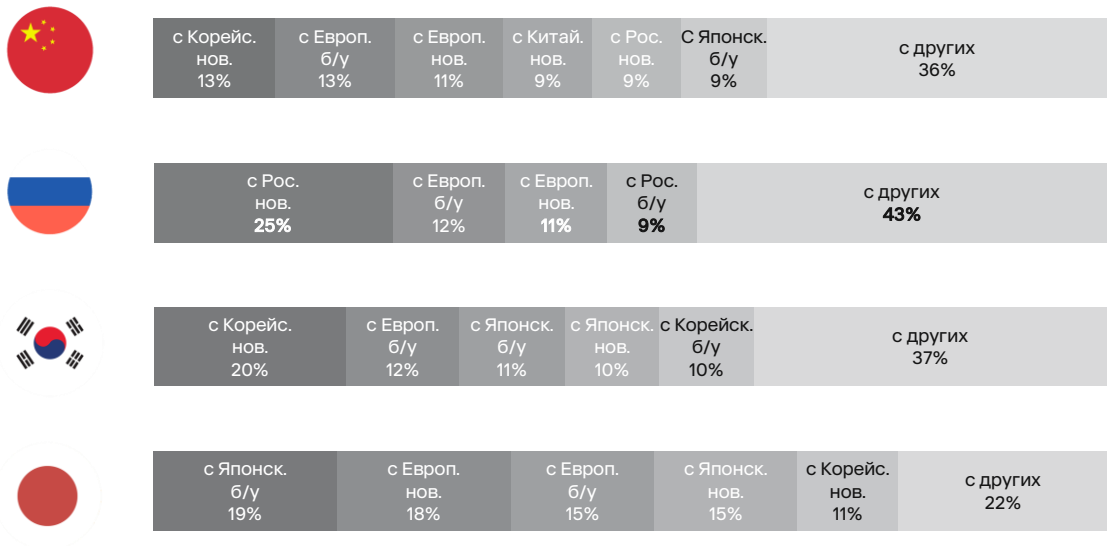
Кроссовер/седан,
 средняя комплектация

**Дизайн внешнего вида,
 богатая комплектация,
 доступность сервиса**

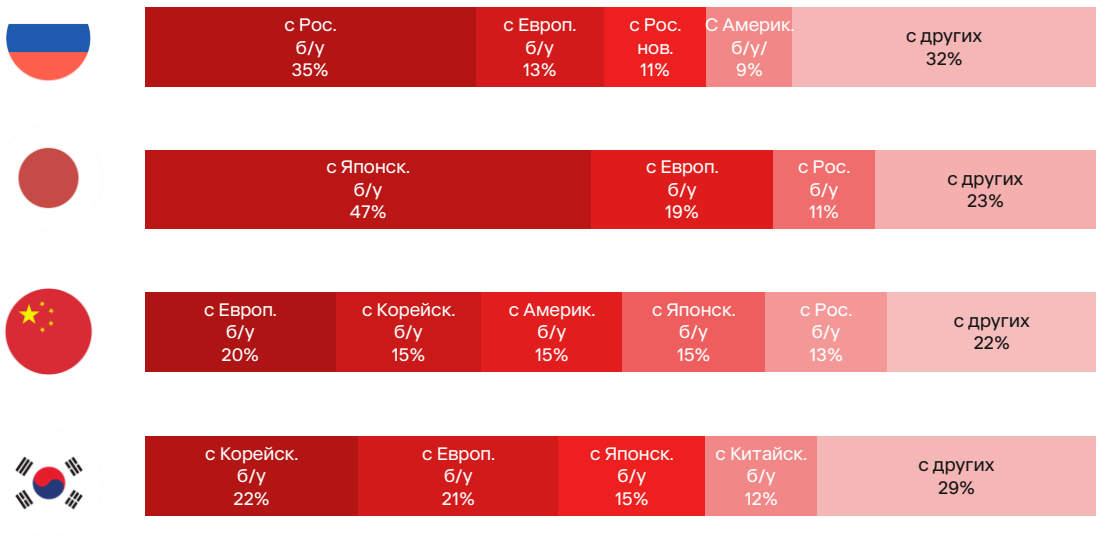
Рассматривают Trade-In

В отличие от б/у источники бизнеса для продавцов новых авто более сегментированы > работа с несколькими группами и их индивидуальными ожиданиями

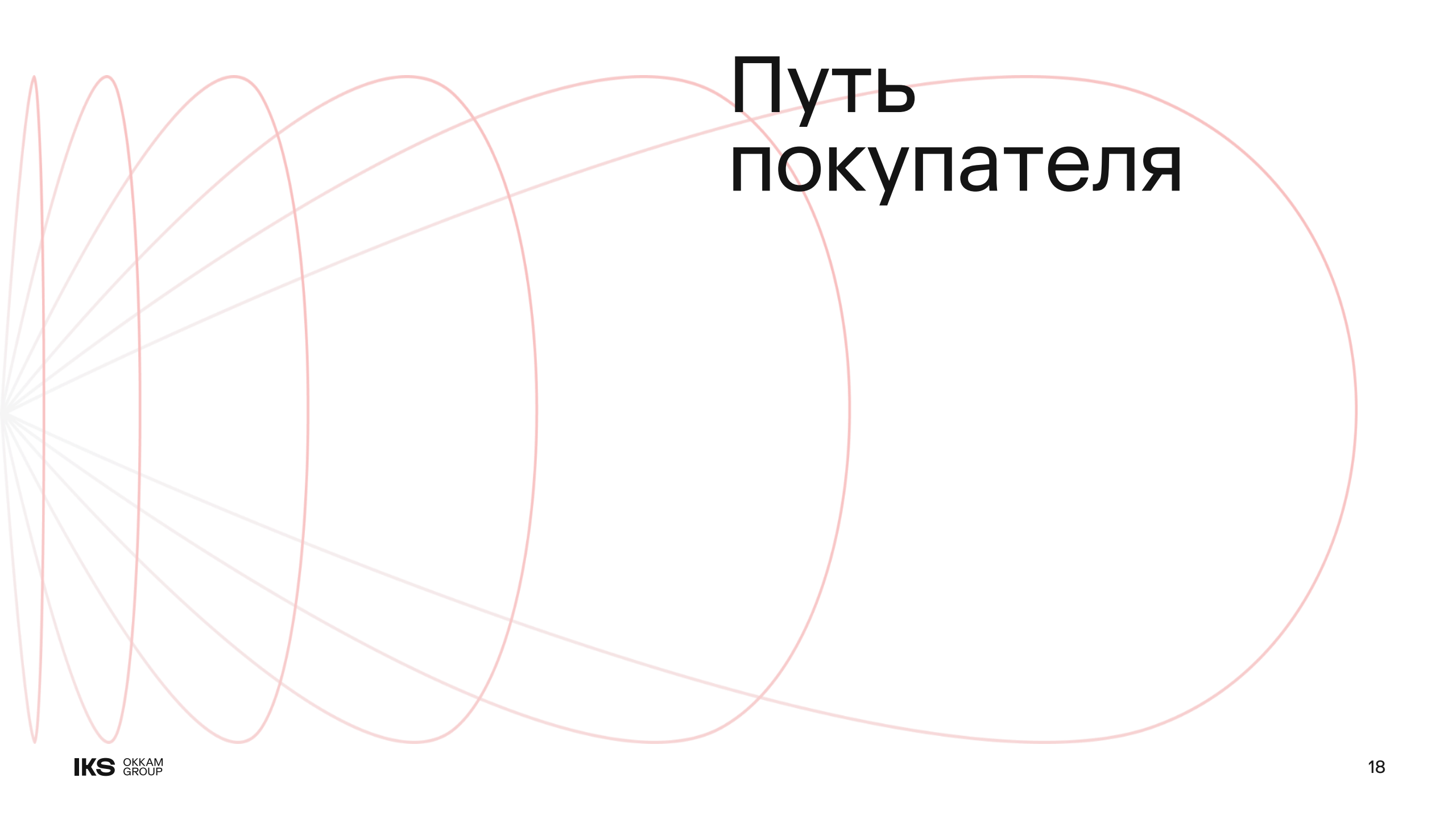
на новое



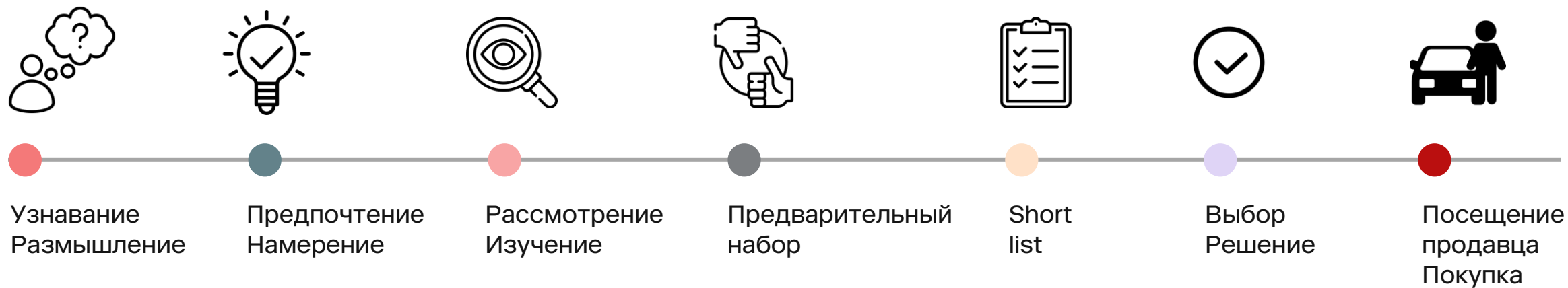
на б/у



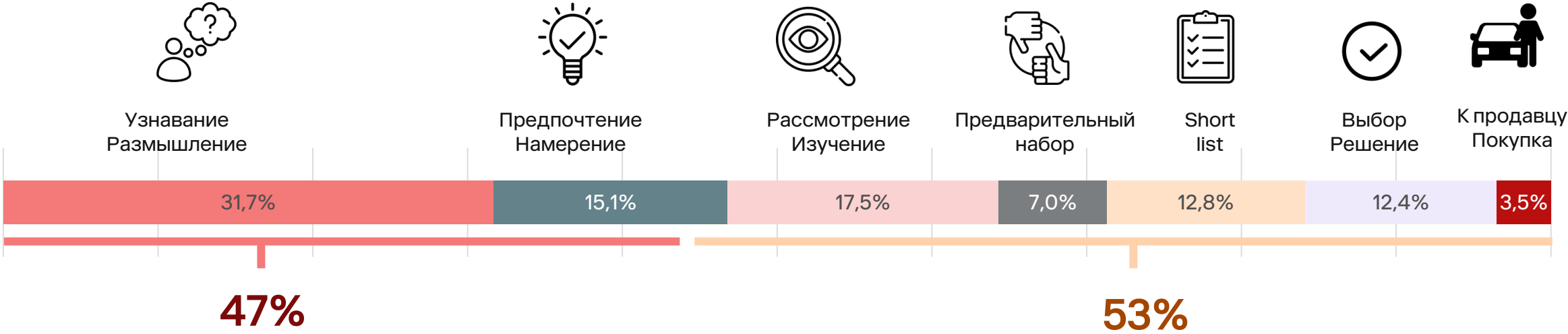
Путь покупателя



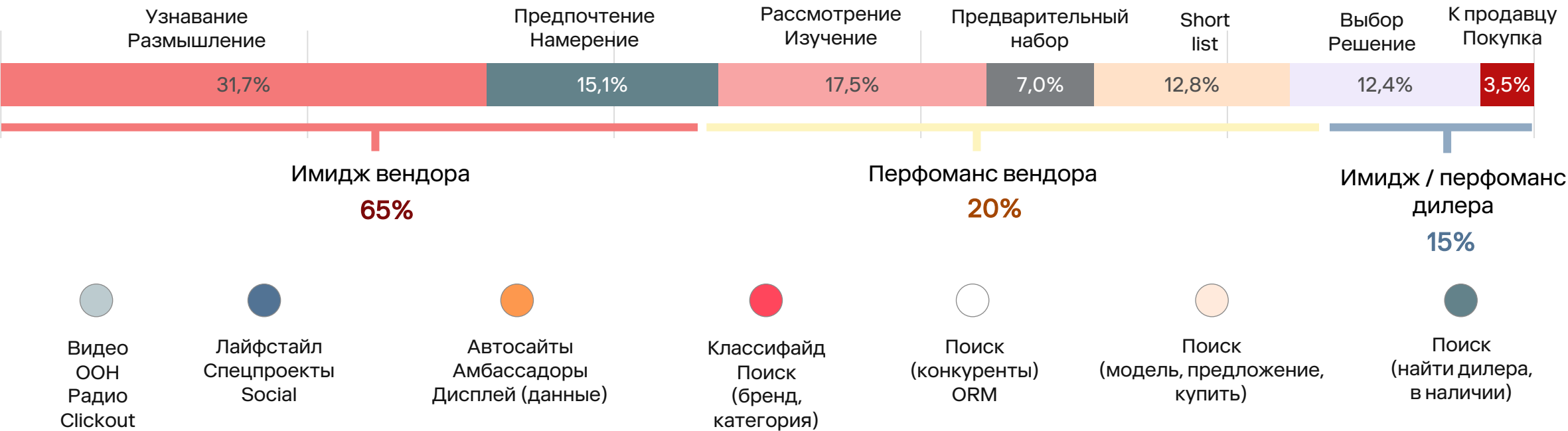
Мы оценивали 7 стадий, от идеи до покупки



В активном поиске в моменте находится только половина аудитории



Бюджетный микс и медиаинструментарий продвижения для вендора и дилера необходимо балансировать по стадиям



Каждую из стадий реальный покупатель проходит в 2,5 раза быстрее, чем предполагает планирующий покупку



x 2,5—3 раза

Короче реальное время покупателя на каждой стадии по сравнению с прогнозами планирующего

6-7 недель

Тратит покупатель на каждой из первичных стадий

4 недели

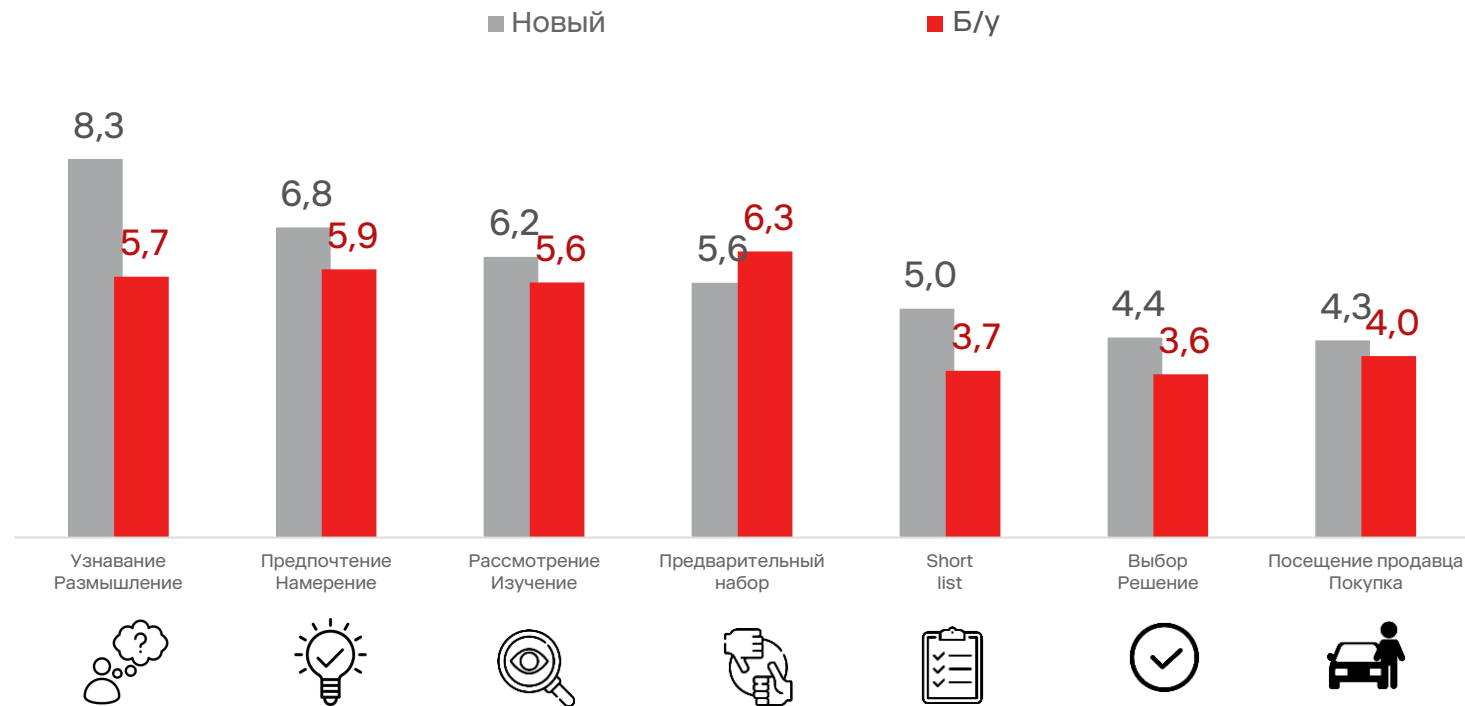
Тратит покупатель на каждой из заключительных стадий

У покупателей новых авто путь дольше и сложнее, но покупатели б/у могут столкнуться с неожиданностями

Время на стадии, недели

■ Новый

■ Б/у



Покупатели новых авто тратят больше времени на первых стадиях по сравнению с б/у, с каждой новой стадией процесс ускоряется



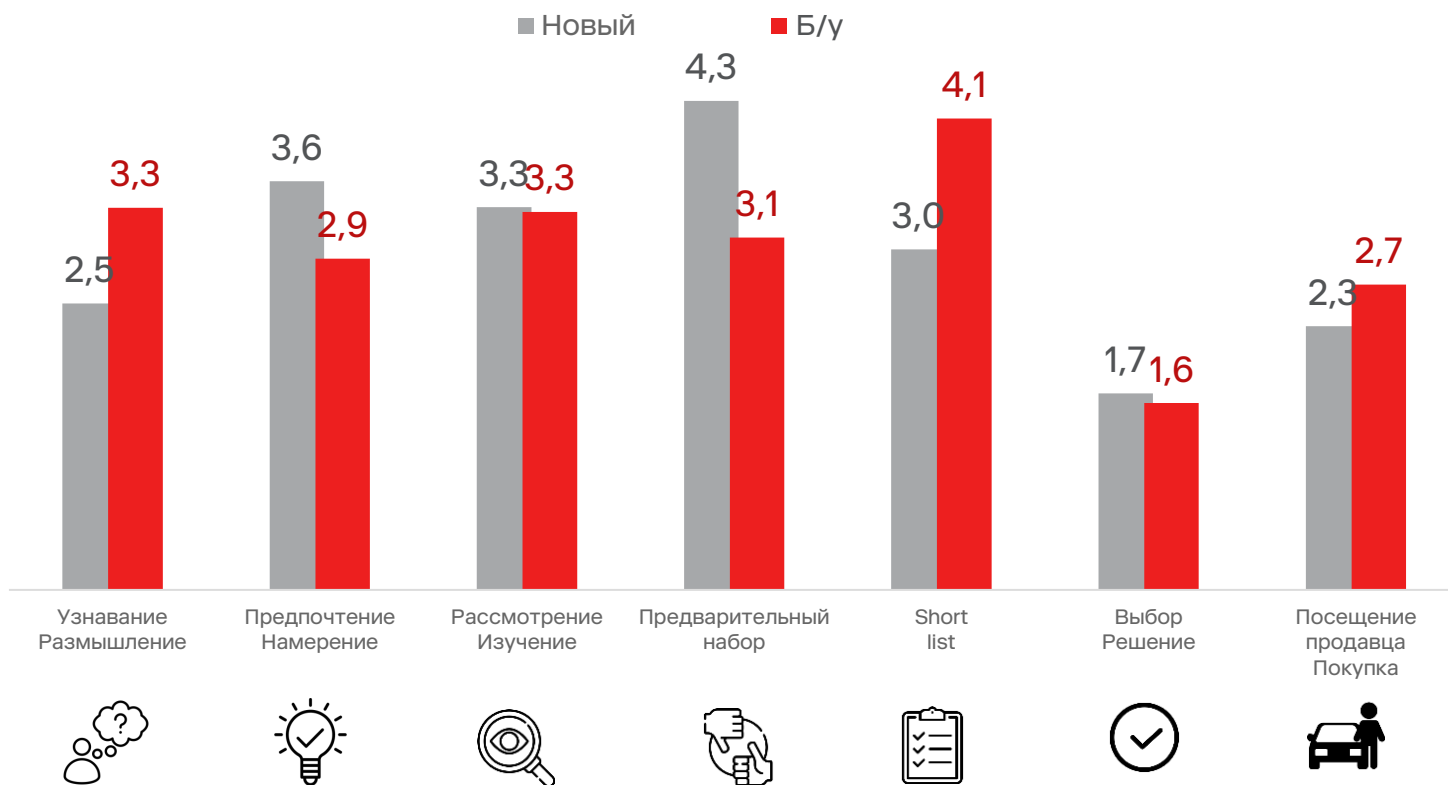
Покупатели б/у тратят меньше времени на знакомство с моделями, но стадия выбора у них длится дольше. После определенности с выбором процесс проходит быстрее, чем с новыми авто



Этапы предварительного выбора б/у (предложения) и непосредственной покупки (встреча с продавцом) могут принести сюрпризы, поэтому на этих стадиях путь удлиняется

Переключить аудиторию еще не поздно на этапе предварительного выбора для новых авто и формирования short list для б/у

Число рассматриваемых марок по стадиям



У покупателей новых авто в начале пути мало понимания, из чего выбирать. Работает ТОМ — пара марок



Небольшое количество марок для выбора б/у увеличивается минимум в два раза к моменту, когда они более серьезно начинают изучать рынок

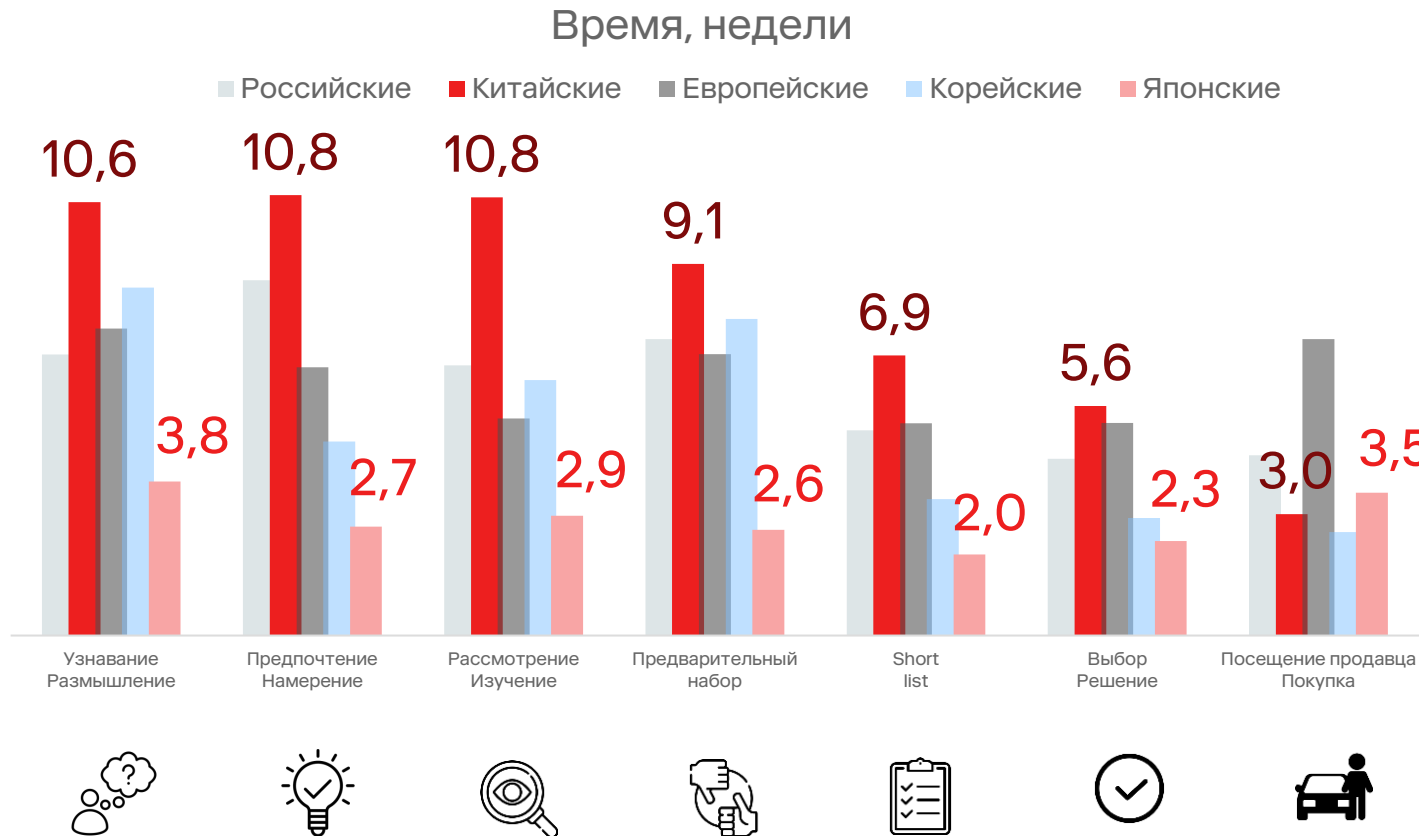


Для б/у пик достигается на этапе, когда список должен сокращаться: еще не все решено окончательно



Для обеих групп последний этап с продавцом также может мотивировать рассматривать альтернативы

Если сложить все стадии, это бы заняло 9 месяцев.
Но процессы идут параллельно, поэтому весь путь
длится 8 недель



➤ Процессы нелинейные, не идут друг за другом, многие идут параллельно

➤ **7,6 недели** занимает весь срок от задумки до покупки авто в среднем

➤ Практически не отличается в случае покупки б/у и новых авто в целом, хотя и отличается по стадиям

➤ Значительно отличаются для авто разных стран:
10,9 – Китай
5,0 – Япония

Архитектура кампании — 8 недель, охватные медиа — 6 недель, конверсионный перформанс — с 4-5 недели

Стадия / Неделя	1	2	3	4	5	6	7	8
 Узнавание Размышление								
 Предпочтение Намерение								
 Рассмотрение Изучение								
 Предварительный набор								
 Short list								
 Выбор Решение								
 Посещение продавца Покупка								

Для продвижения новых китайских авто срок нужно удлинять, для рынка японских б/у авто он максимально сжат

Новый китаец											
Стадия / Неделя	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
 Узнавание Размышление											
 Предпочтение Намерение											
 Рассмотрение Изучение											
 Предварительный набор											
 Short list											
 Выбор Решение											
 Посещение продавца Покупка											

➤ Продвигая новые китайские авто, необходимо продлевать общую поддержку с фокусом на охватные медиа и параллелить большинство инструментов

б/у японец				
1	2	3	4	5

➤ Дилерам японцев надо действовать молниеносно

iks-agency.ru

123112 г. Москва, Пресненская наб., 6, ст 2
Башня «Империя»

