



ПУТЬ К ПОКУПКЕ ПРЕМИАЛЬНЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

ТОП-3 ИСТОЧНИКА ИНФОРМАЦИИ ПО ЧАСТОТЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЯМИ:



поисковые системы



онлайн видео



социальные сети

ВИДЕО: ключевой инструмент привлечения покупателей

Покупатели, которые смотрели онлайн-видео во время последней покупки авто, отмечают, что:

является видео-ресурсом **YouTube #1** при выборе авто



90%

покупателей премиальных автомобилей согласились, что **YouTube видео были полезны** во время процесса покупки

Онлайн Видео Помогает Достичь Целей Бренда



60%

покупателей премиальных автомобилей смотрели онлайн видео, чтобы быть уверенными, что **автомобиль им подходит**



65%

покупателей сказали, что **онлайн видео открыло для них бренд**, который они до этого не рассматривали

Онлайн-видео приближает к покупке



64%

покупателей, которые посмотрели видео, согласились, что видео помогло им **сузить круг выбора**



46%

покупателей, посмотревших видео, **посетили сайт дилера**, который представляет данную марку



35%

покупателей, посмотревших видео про автомобиль, **записались на его тест-драйв**