



ПУТЬ ПОКОЛЕНИЯ Y К ПОКУПКЕ НОВОГО АВТОМОБИЛЯ (18-34 ГОДА)

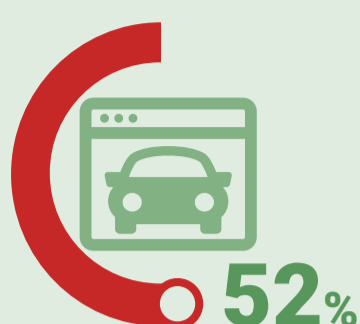
ТОП-3 ИСТОЧНИКА ИНФОРМАЦИИ ПО ЧАСТОТЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЯМИ:



поисковые системы



онлайн видео

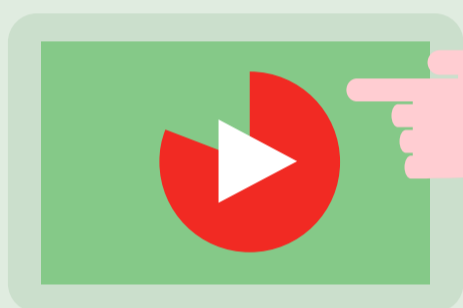


сайты с обзорами автомобилей

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



81%

покупателей авто поколения Миллениума согласились, что **YouTube видео были полезны** во время процесса покупки

Онлайн Видео Помогает Достичь Целей Бренда



67%

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



60%

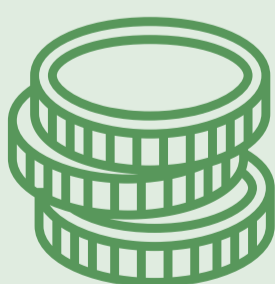
покупателей сказали, что **онлайн видео открыло для них бренд**, который они до этого не рассматривали

Онлайн-видео приближает к покупке



62%

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



46%

покупателей, посмотревших видео **запросили цену** авто, в котором они были заинтересованы



44%

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