



ПУТЬ ПОКОЛЕНИЯ X К ПОКУПКЕ НОВОГО АВТОМОБИЛЯ (35-60 ЛЕТ)

ТОП-3 ИСТОЧНИКА ИНФОРМАЦИИ ПО ЧАСТОТЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЯМИ:



поисковые системы



онлайн видео



посещение/
звонок дилеру

ВИДЕО: ключевой инструмент привлечения покупателей

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

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



91%

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

Онлайн Видео Помогает Достичь Целей Бренда



63%

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



55%

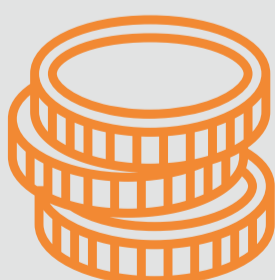
покупателей сказали, что онлайн видео открыло для них бренд, который они до этого не рассматривали

Онлайн-видео приближает к покупке



59%

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



51%

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



51%

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