



ПУТЬ К РЕШЕНИЮ



НАЧАЛО



Исследование Gearshift 2018

предоставляет исчерпывающие сведения для маркетологов для понимания поведения покупателей, недавно купивших новый автомобиль.

Исследование Gearshift проводится **с 2012 года**
28 стран и 500+ респондентов в каждой стране



97%

покупателей ищут информацию об автомобилях онлайн

› 78%

использовали
смартфон при выборе
автомобиля

**Поиск информации на
смартфоне
влияет на
решение
о покупке**





ОТ НАМЕРЕНИЯ К ПОКУПКЕ

ЖИЗНЕННЫЕ СОБЫТИЯ, ЗНАЧИТЕЛЬНО ПОВЛИЯВШИЕ НА РЕШЕНИЕ О ПОКУПКЕ

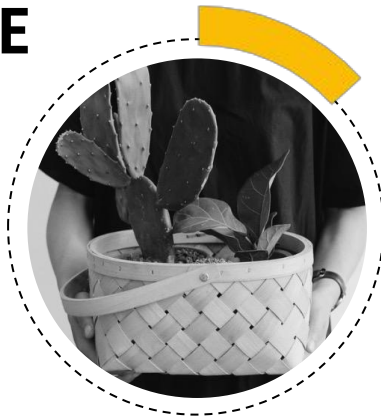
38%

Улучшение
финансовой
ситуации



13%

Переезд
на новое
место



13%

Прибавление
в семье



17%

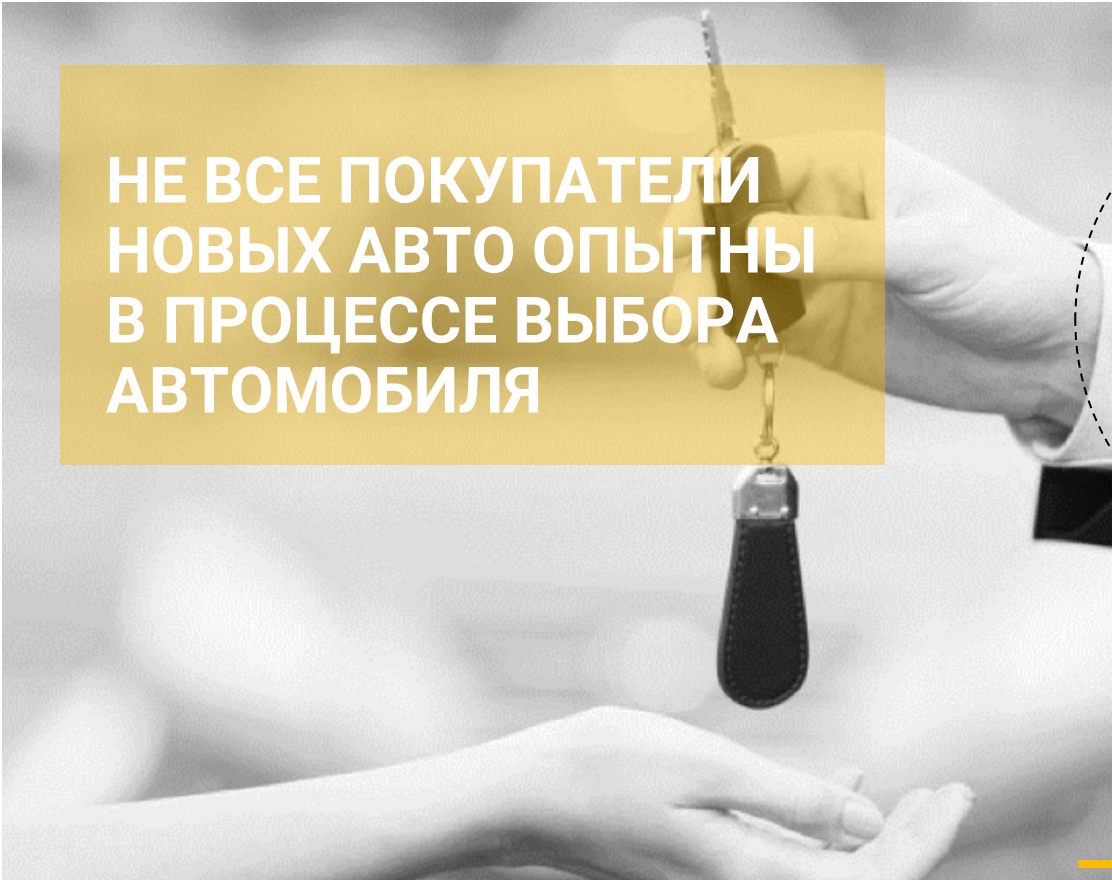
Новая
работа



11%

Свадьба





НЕ ВСЕ ПОКУПАТЕЛИ
НОВЫХ АВТО ОПЫТНЫ
В ПРОЦЕССЕ ВЫБОРА
АВТОМОБИЛЯ

50%

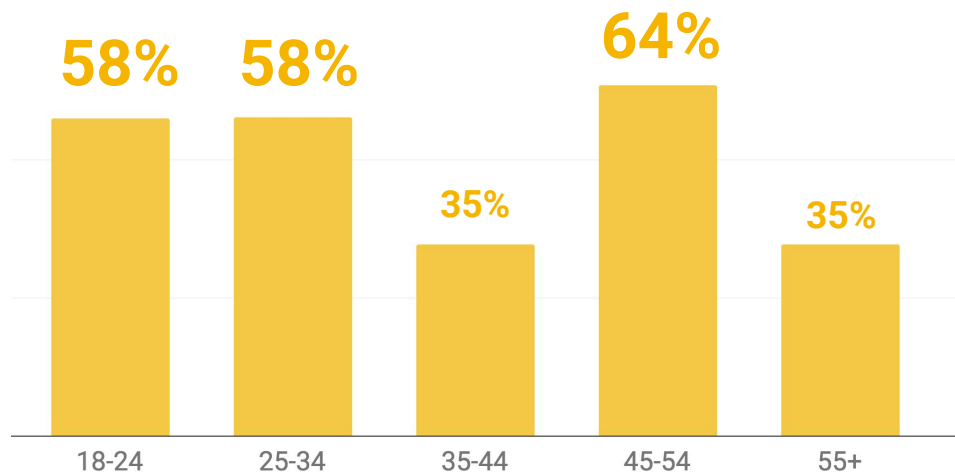
Купили
**НОВУЮ
МАШИНУ
ВПЕРВЫЕ**

39%

в прошлом
году

Аудитория 45-54 с наибольшей вероятностью впервые купит новый автомобиль

Доля покупателей, впервые купивших новый автомобиль





4.1 ↑ *

среднее количество
брендов авто, между
которыми делают
выбор покупатели

*
3.4
в прошлом году



И НЕМНОГИЕ ПОКУПАТЕЛИ **ЛОЯЛЬНЫ К БРЕНДУ**

35%

Купили ТОТ ЖЕ
бренд авто,
что и в
предыдущий
раз

ПРИЧЕМ ПОКУПАТЕЛИ ПРЕМИУМ СЕГМЕНТА БОЛЕЕ ЛОЯЛЬНЫ К БРЕНДУ



ПРЕМИУМ

56%

Купили ТОТ ЖЕ
бренд авто, что и в
предыдущий раз

МАССОВЫЙ

32%

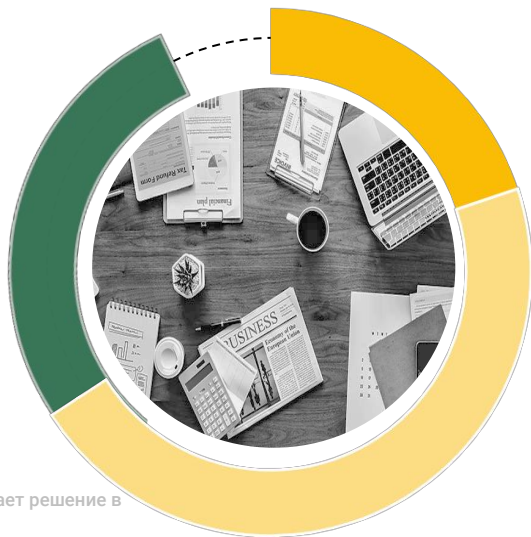
Купили ТОТ ЖЕ бренд
авто, что и в
предыдущий раз




ПОКУПАТЕЛИ ПРИНИМАЮТ РЕШЕНИЕ О ПОКУПКЕ АВТО ДОСТАТОЧНО БЫСТРО

Среднее время, в течение которого принимается решение
о покупке автомобиля составляет

2.7 месяца

ПОКУПАТЕЛИ ПРИНИМАЮТ РЕШЕНИЕ О ПОКУПКЕ АВТО ДОСТАТОЧНО БЫСТРО



-  % тех, кто принимает решение в течение 2 недель
-  % тех покупателей, которые принимают решение в течение 3 месяцев
-  % тех покупателей, которые принимают решение в течение полугода

20% » решают даже быстрее, в течение 2 недель!

77% » решают в течение 3 месяцев

90% » решают в течение полугода

СЕГОДНЯ МНОГИЕ РЕШАЮТСЯ НА ПОКУПКУ **ВСЕГО ЛИШЬ** **ПОСЛЕ ОДНОГО ТЕСТ-ДРАЙВА**

Доля покупателей, принявших решение о
покупке авто после одного тест-драйва
среди тех, кто делал тест-драйв

55%

44%

в прошлом
году





2

КЛЮЧЕВЫЕ ИНСАЙТЫ О ПОКУПАТЕЛЬСКОМ ПОВЕДЕНИИ ПРИ ВЫБОРЕ АВТО



34%

увидели
ОНЛАЙН

16%

увидели
НА ТВ



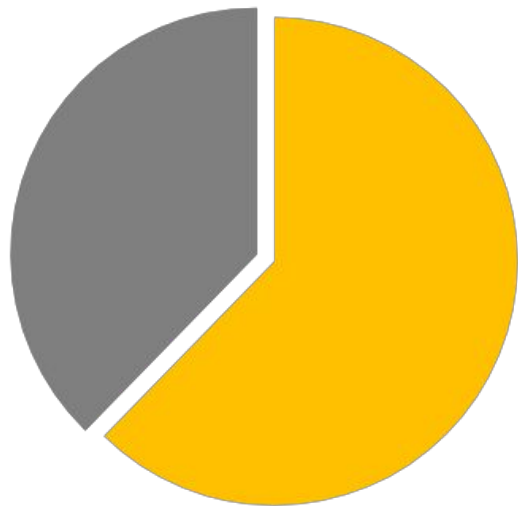
15%

увидели
У ДИЛЕРА ИЛИ НА
УЛИЦЕ



ПЕРВОЕ
СВИДАНИЕ С
ПОНРАВИВШЕЙС
Я МАШИНОЙ
чаще всего
происходит
ОНЛАЙН

БОЛЬШИНСТВО ПОКУПАТЕЛЕЙ НАЧИНАЮТ ПОИСК АВТОМОБИЛЯ **ОНЛАЙН**



62%

Начали поиск
ОНЛАЙН



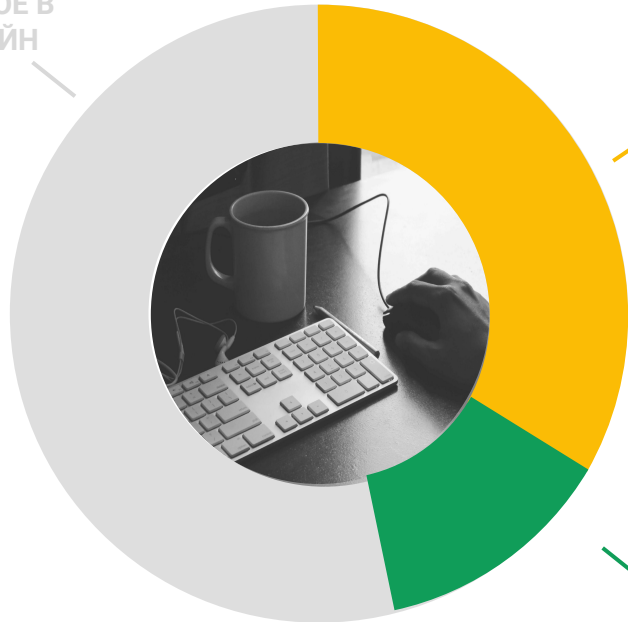
38%

Начали поиск
НЕ ОНЛАЙН

ПОИСК И ВИДЕО - НАЧАЛЬНЫЕ ТОЧКИ ДЛЯ ПОИСКА АВТОМОБИЛЯ ОНЛАЙН

2018

ДРУГОЕ В
ОНЛАЙН



33%

ПОИСКОВЫЕ
СИСТЕМЫ

26%

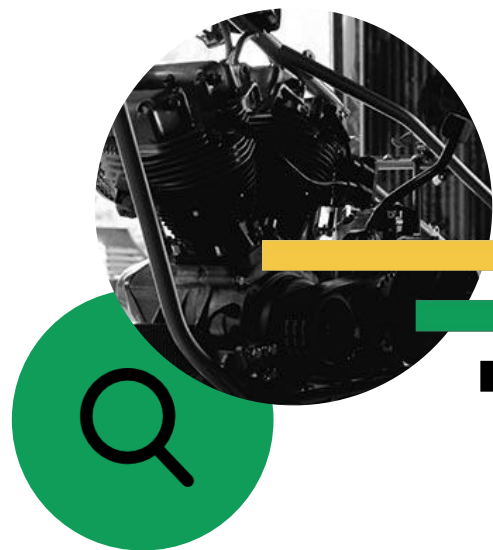
2017

10%

11%

ОНЛАЙН
ВИДЕО

Повлияли в онлайн на покупку:



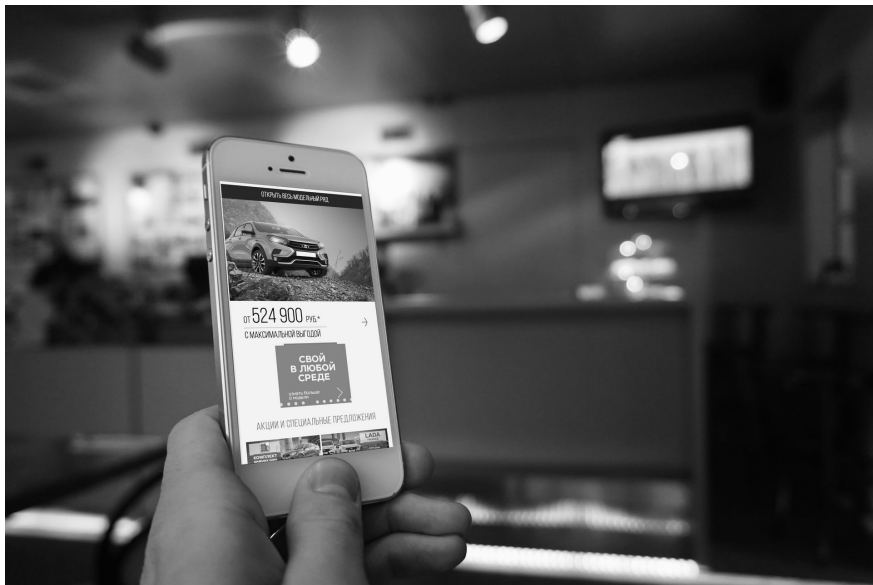
ПОИСК И ВИДЕО

являются ключевыми точками онлайн-исследования при выборе автомобиля

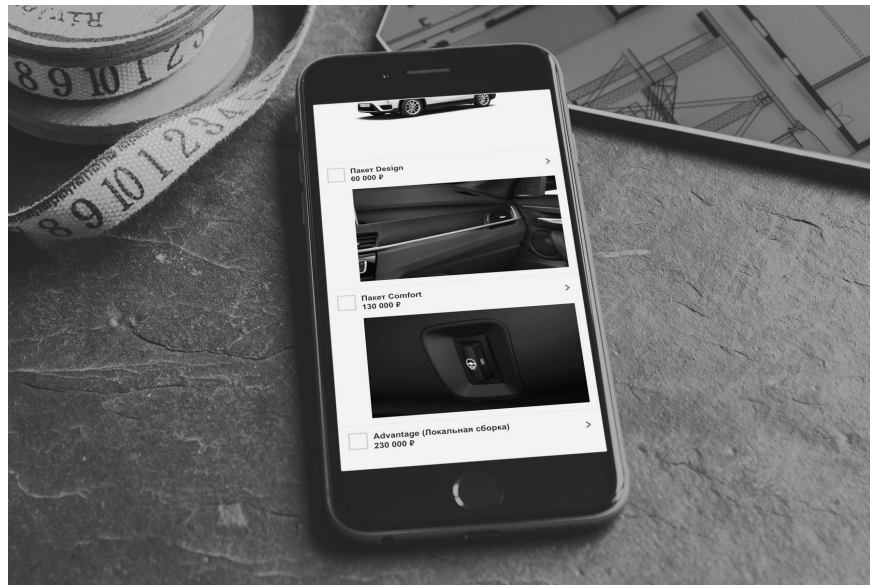


ВЛИЯНИЕ САЙТОВ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА ПОКУПКУ ВЫРОСЛО С 48% В 2017 ДО 73% В 2018.

УСКОРЕНИЕ СКОРОСТИ ЗАГРУЗКИ МОБИЛЬНЫХ САЙТОВ



ПОЯВЛЕНИЕ МОБИЛЬНЫХ КОНФИГУРАТОРОВ






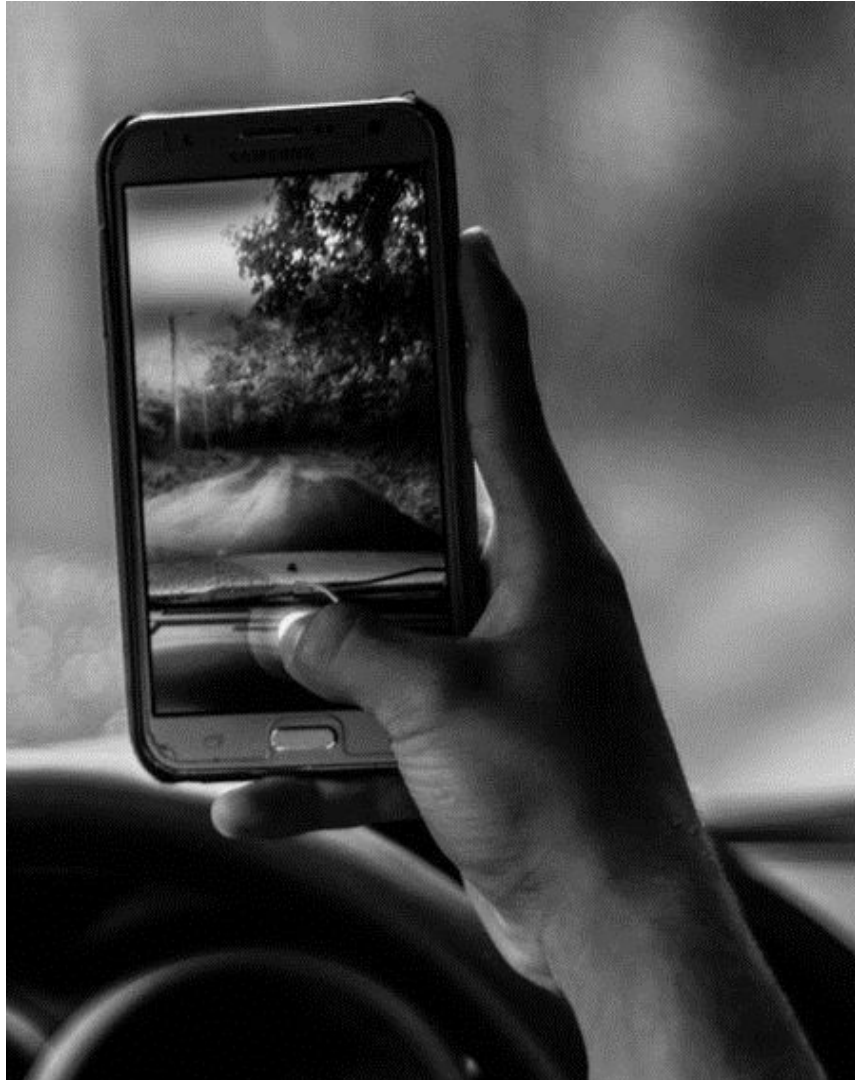
ЛЮДИ ЧАЩЕ ВСЕГО ИЩУТ ИНФОРМАЦИЮ ПРО АВТО НА

Все:

1. Яндекс
2. Google
3.  auto.ru
4.  YouTube
5.  drom.ru

Премиум
сегмент:

1. Google
2. Яндекс
3.  YouTube
4.  auto.ru
5.  drom.ru

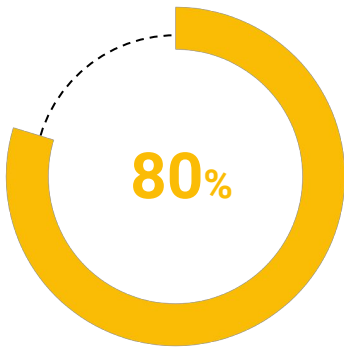




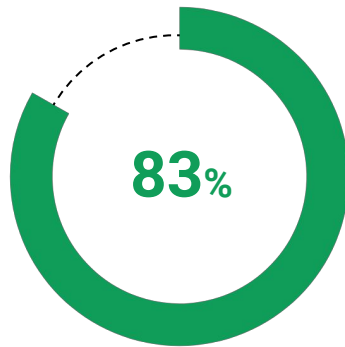
3

ВИДЕО КАК ЧАСТЬ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

ПОКУПАТЕЛИ, ОСОБЕННО ТЕ, КТО ПОКУПАЮТ АВТО ВПЕРВЫЕ - СМОТРЯТ ОНЛАЙН-ВИДЕО, ЧТОБЫ ИЗУЧИТЬ РЫНОК



Смотрели видео онлайн



Смотрели видео среди тех,
кто впервые покупал
новую машину



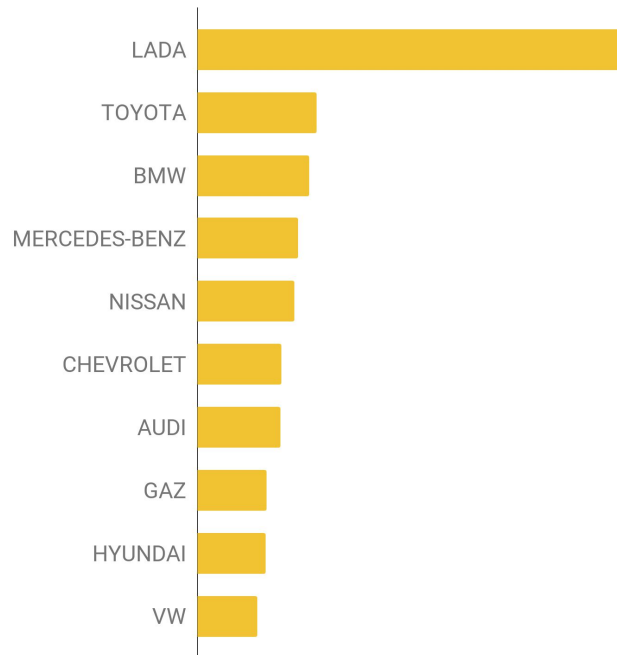
YouTube СТАЛ ПОПУЛЯРНОЙ ПЛОЩАДКОЙ ДЛЯ СБОРА ИНФОРМАЦИИ ПЕРЕД ПОКУПКОЙ

1 полугодие 2018

2В +42% YoY

органических просмотров
на YouTube в России

Топ-10 автомобильных брендов по количеству просмотров на YouTube за 1 полугодие 2018 (органические просмотры)



ПОКУПАТЕЛЕЙ АВТО БОЛЬШЕ ВСЕГО ИНТЕРЕСУЕТ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ВИДЕОКОНТЕНТ

Перед покупкой авто люди смотрели

49%

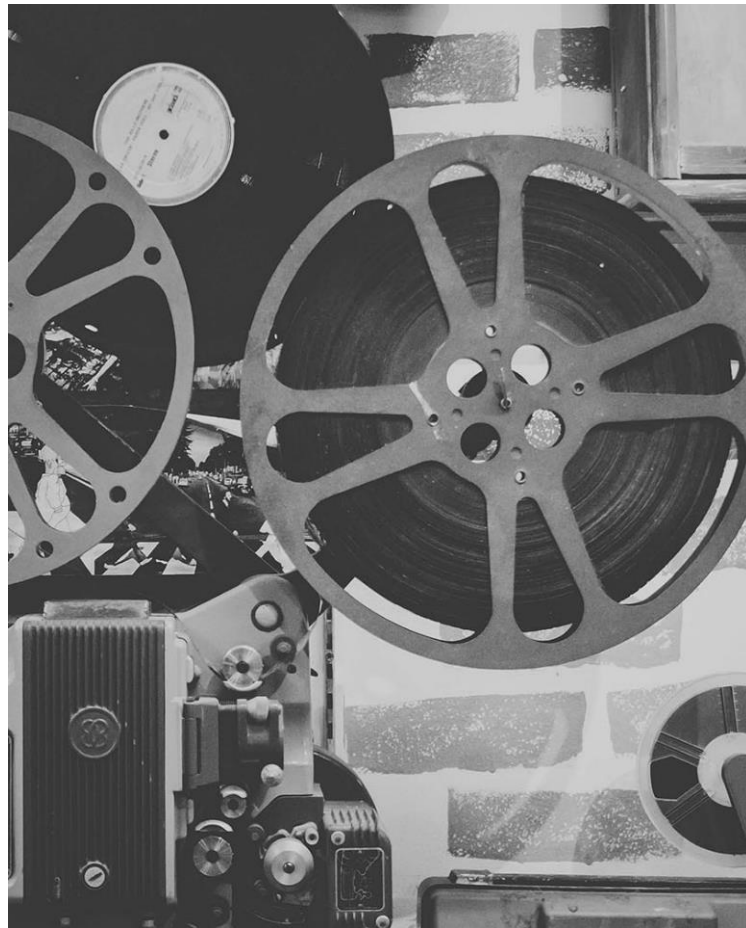
видео, профессионально
снятое независимой
третьей стороной
(журналистами,
гонщиками, тест-шоу, но
не производителем
автомобиля)

47%

видео,
профессионально
снятые
производителем
авто

44%

любительские
видео, снятые
владельцами авто



ОНЛАЙН-ВИДЕО ДАЮТ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОКУПАТЕЛЯМ ПРОЧУВСТВОВАТЬ РАЗНЫЕ АСПЕКТЫ АВТОМОБИЛЯ

% покупателей, которые смотрели данные типы видео

Дизайн

56%

Осмотр автомобиля
изнутри и снаружи

33%

Видео про
особенности авто

26%

360° видео



Обзоры и реклама

44%

Отзывы
покупателей

42%

Сторонние обзоры /
тест-драйвы /
сравнения

13%

Реклама



В движении

28%

Тесты по
безопасности

24%

Эксплуатация
автомобиля

12%

AR/VR видео



ОНЛАЙН-ВИДЕО ПОБУЖДАЕТ ПОКУПАТЕЛЕЙ ДЕЙСТВОВАТЬ

94%

тех, кто смотрел
онлайн-видео
действительно
осуществили как
минимум одно
действие под
влиянием того, что
они увидели на
видео



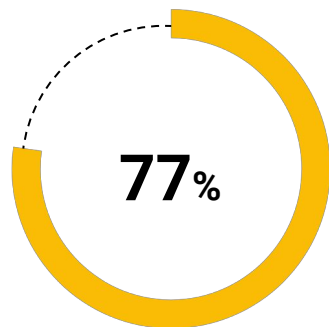
Тип действия, совершенного после просмотра видео



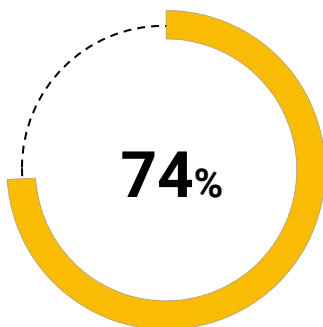
ПОКУПАТЕЛИ ЦЕНЯТ YOUTUBE КАК ВАЖНЫЙ ИСТОЧНИК ОТВЕТОВ НА ВОПРОСЫ ОБ АВТОМОБИЛЯХ



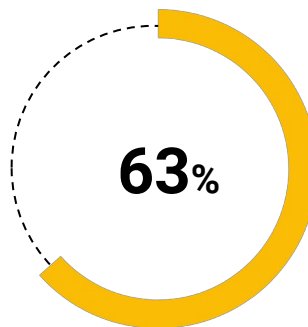
Доля тех, кто смотрел YouTube, говорят:



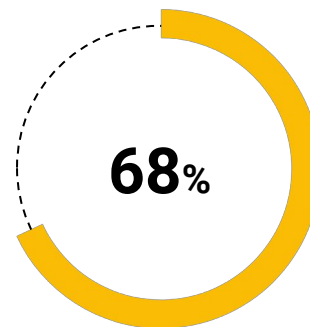
На YouTube я могу найти ответы на свои вопросы об автомобилях



На YouTube я могу найти беспристрастное и заслуживающее доверия видео об автомобилях, которое помогает принять решение о покупке



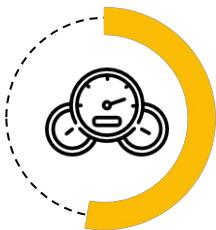
YouTube — это источник №1, на который я полагаюсь в просмотре видео об автомобилях в процессе выбора



Мне нравится, когда дилеры из моего региона размещают на YouTube видео о своих услугах или имеющихся в наличии автомобилях

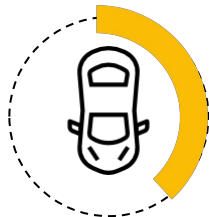
УСПЕШНАЯ РЕКЛАМА НА YOUTUBE ПОДЧЕРКИВАЕТ ОСОБЕННОСТИ МАШИН ИЛИ ПРЕДСТАВЛЯЕТ НОВУЮ МОДЕЛЬ ПОКУПАТЕЛЯМ

В каком случае видеореклама авто на YouTube подходит вам?



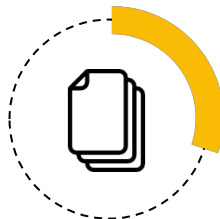
53%

Когда в ней делается
акцент на актуальных
для меня
характеристиках
автомобиля



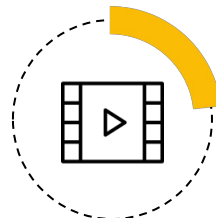
38%

Когда в ней
показывается новый
бренд или модель
машины



30%

Когда в ней
представлено
специальное
предложение или
акция



23%

Когда она
соответствует другим
видео, которые я
смотрю перед этим
видео или после



19%

Когда она
вдохновляет
меня или вызывает
к моим эмоциям



4

ОНЛАЙН
ПОКУПКА

ПОКУПКА ВСЕ ЕЩЕ ПРОИСХОДИТ ЧЕРЕЗ **ДИЛЕРОВ**



99%

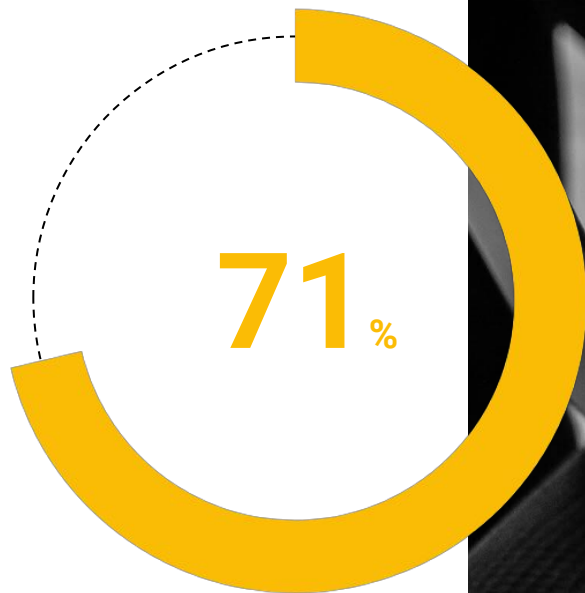
Купили оффлайн



1%

Купили онлайн

ПОКУПКА АВТО МОЖЕТ В БУДУЩЕМ ПЕРЕЙТИ В ОНЛАЙН



покупателей **купили**
бы онлайн, если бы
была такая
ВОЗМОЖНОСТЬ

35%
в 2016



ЭКОНОМИЯ ВРЕМЕНИ, ЦЕНЫ И ЛЕГКИЙ ДОСТУП К ИНФОРМАЦИИ - ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ОНЛАЙН-ПОКУПКИ

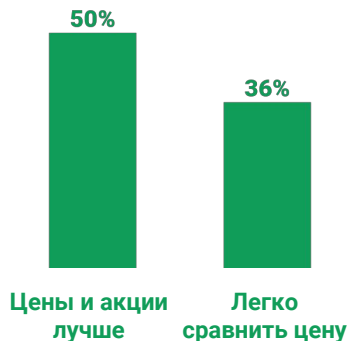
УДОБСТВО

ПОКУПАТЕЛИ АВТО ОНЛАЙН



ЦЕНА

ПОКУПАТЕЛИ АВТО ОНЛАЙН



ДОСТУП

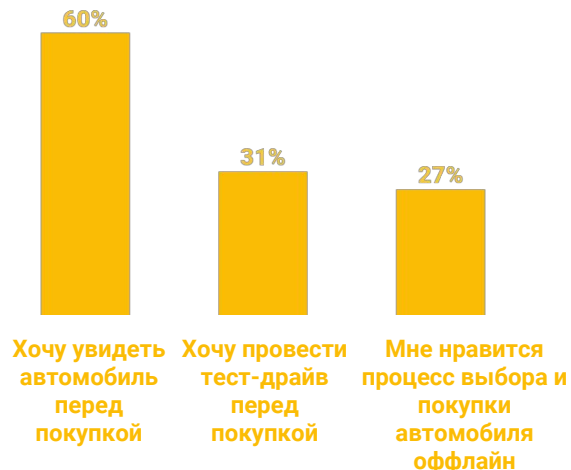
ПОКУПАТЕЛИ АВТО ОНЛАЙН



ОТСУТСТВИЕ ФИЗИЧЕСКОГО КОНТАКТА С ПРОДУКТОМ ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ ИЗ ГЛАВНЫХ ПРЕПЯТСТВИЙ ДЛЯ ПОКУПКИ ОНЛАЙН

ФИЗИЧЕСКИЙ КОНТАКТ

ПОКУПАТЕЛИ АВТО ОНЛАЙН



ДОВЕРИЕ

ПОКУПАТЕЛИ АВТО ОНЛАЙН



ГАРАНТИЯ

ПОКУПАТЕЛИ АВТО ОНЛАЙН



СПАСИБО