

На пути к покупке нового автомобиля

Евгений Голота, Google



15 октября 2019

О чём мы сегодня поговорим?

1

Намерение
покупки

2

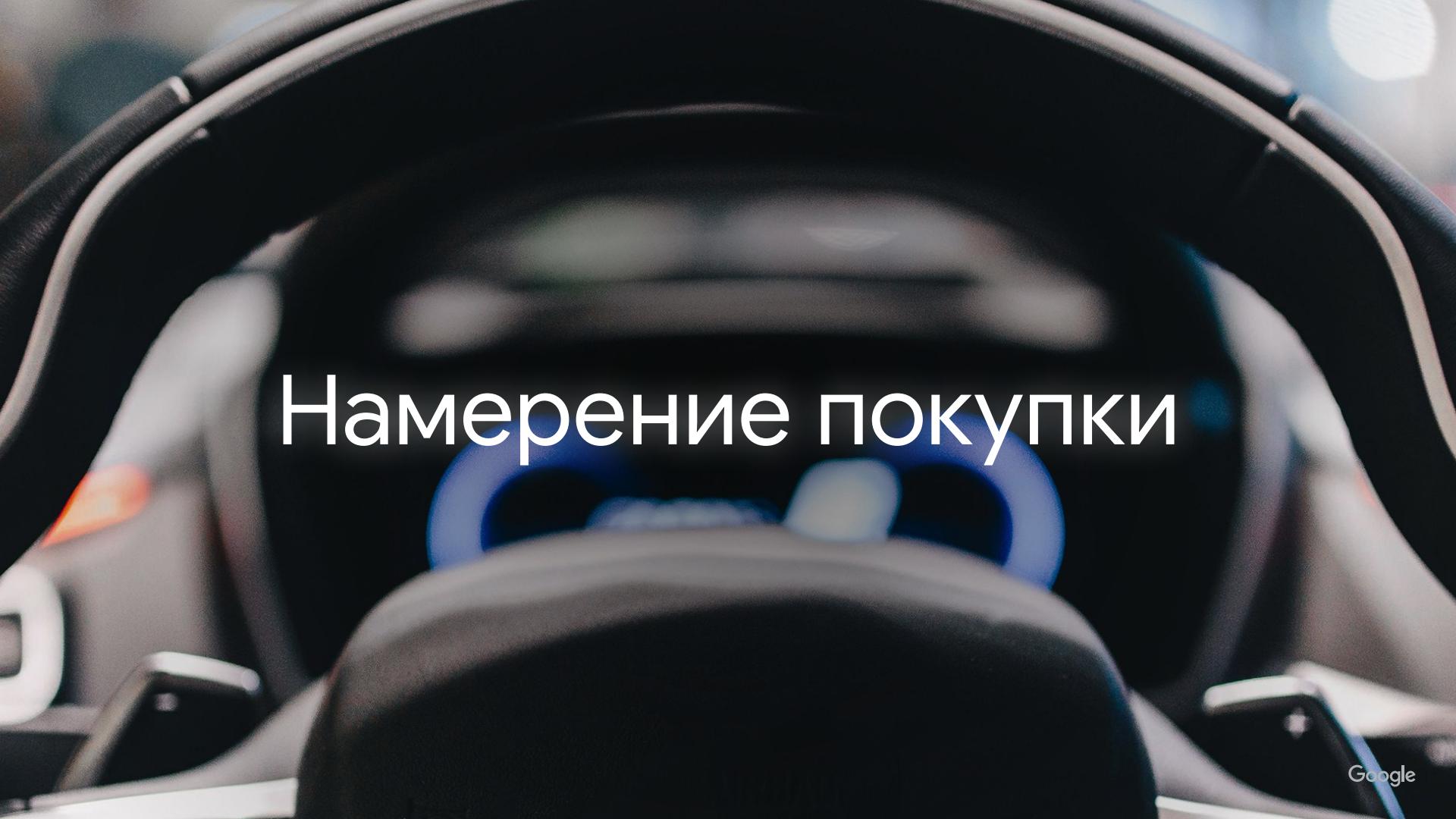
Исследование
при выборе

3

Влияние
онлайн-видео

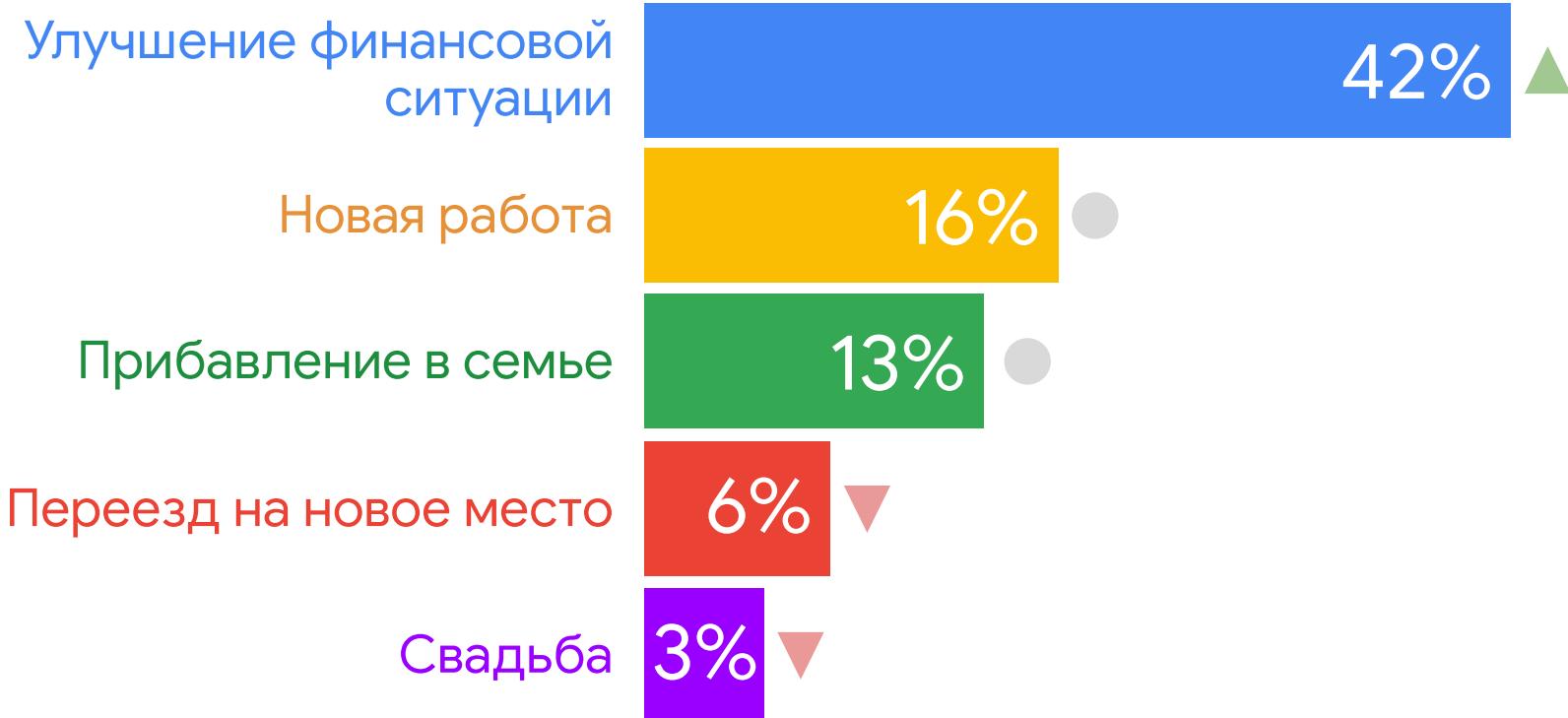
4

Онлайн
покупка

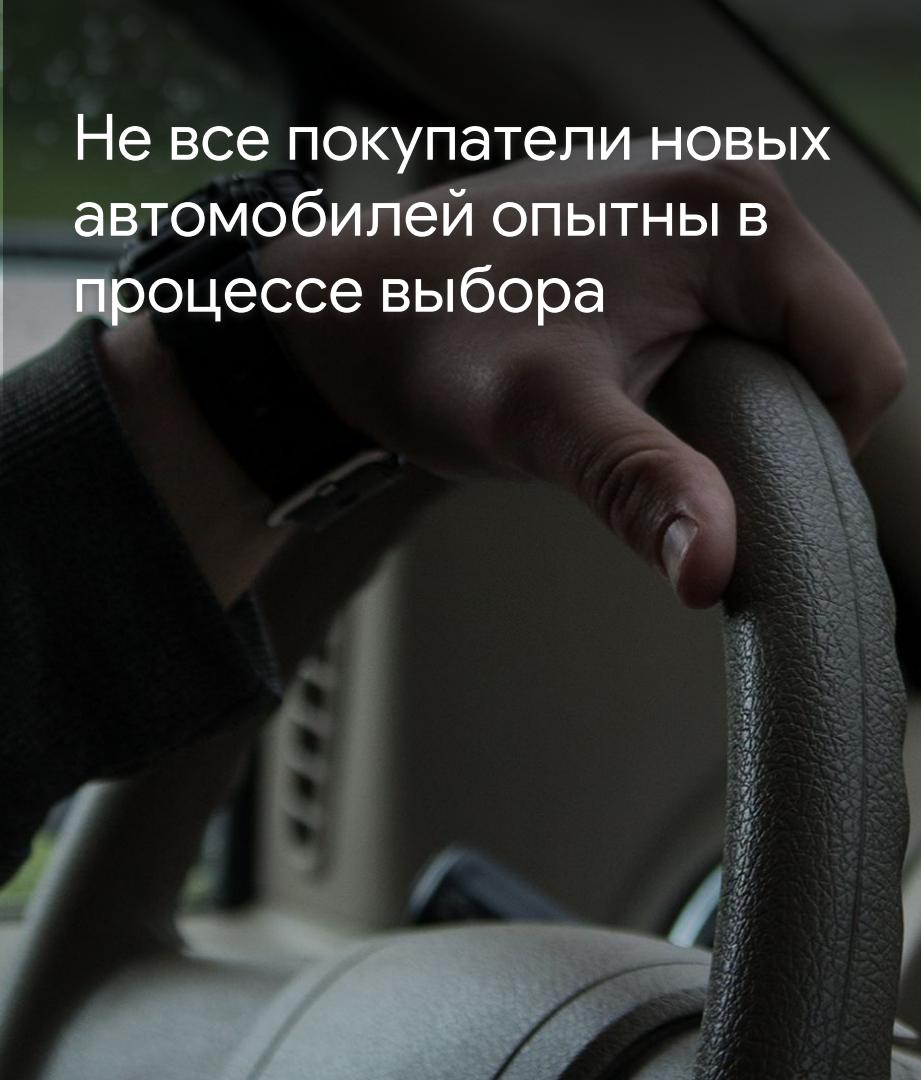


Намерение покупки

Основные жизненные события, значительно повлиявшие на покупку нового автомобиля



Не все покупатели новых
автомобилей опытны в
процессе выбора



36%

купили новый
автомобиль впервые

50%

купили новый
автомобиль впервые

2018

Источник: исследование Gearshift,
IPSOS совместно с Google, Россия, H1 2019

Google

29%

купили тот же бренд авто,
что и в предыдущий раз

35%
лояльны к
определенному бренду

2018

Источник: исследование Gearshift,
IPSOS совместно с Google, Россия, H1 2019

Менее трети
покупателей новых
автомобилей лояльны к
одному бренду!



Google

Покупатели в России рассматривают большое количество марок автомобилей...

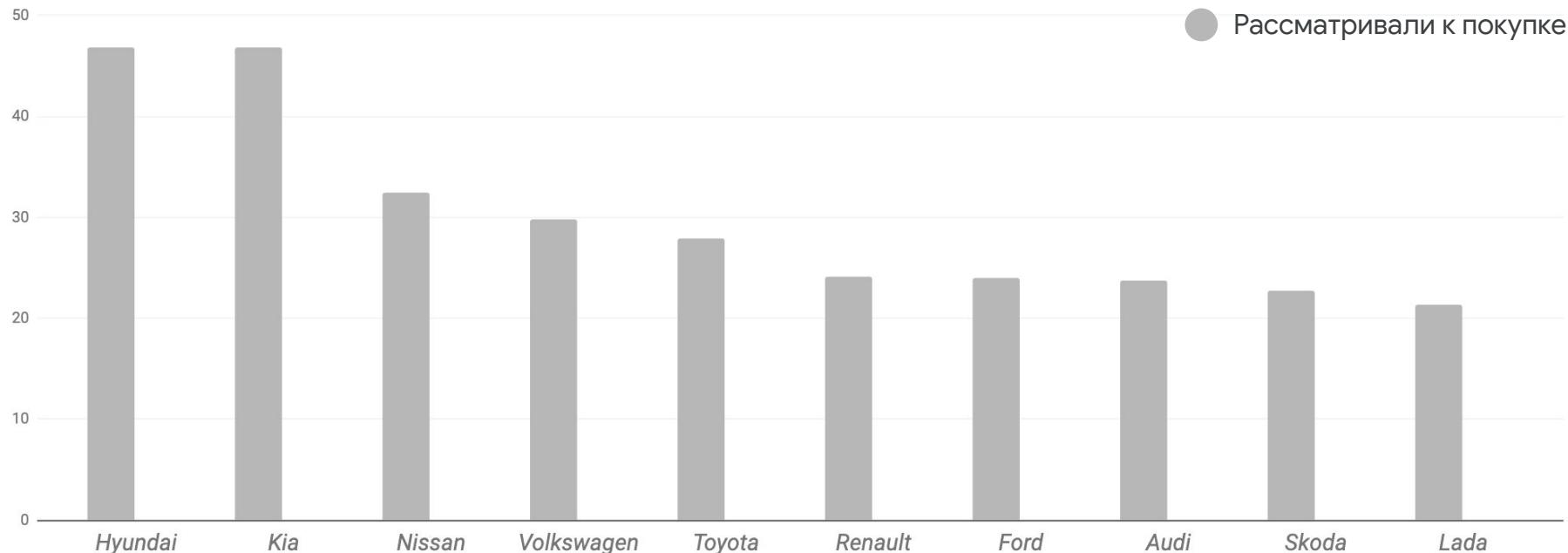


Источник: исследование Gearshift,
IPSOS совместно с Google, Россия, H1 2019

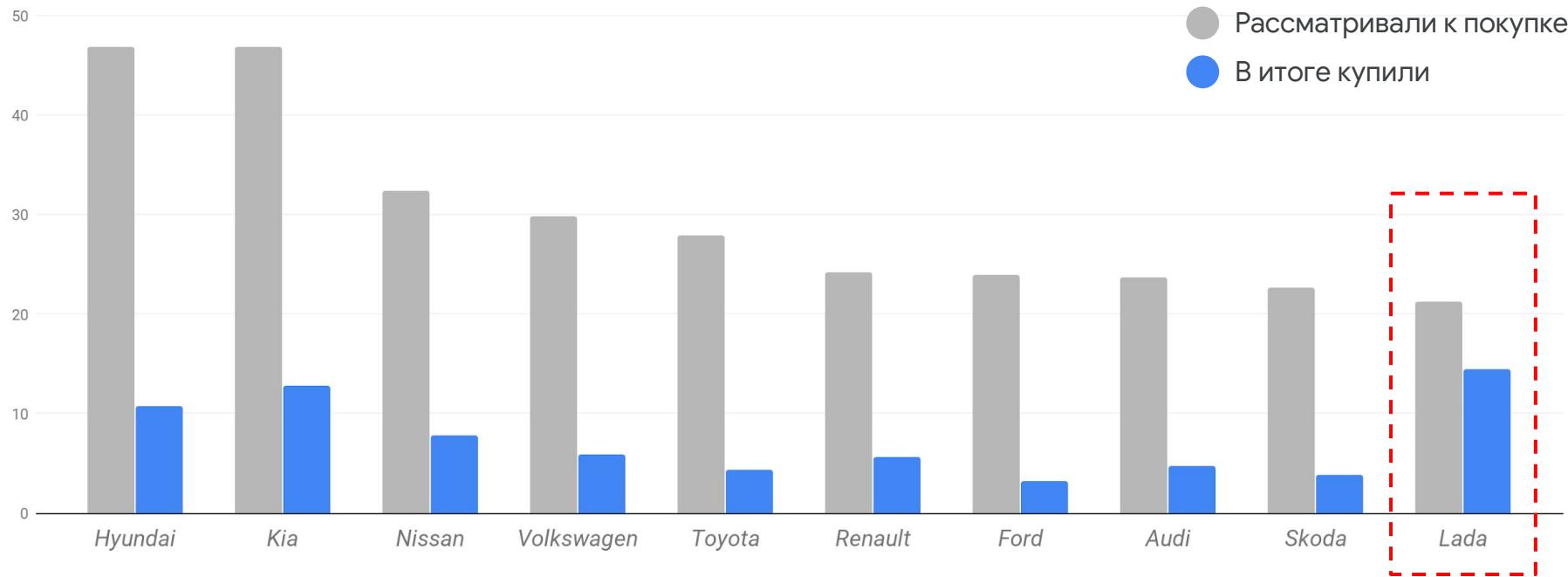
Покупатели в России рассматривают большое количество марок автомобилей, **но после покупки этот список значительно сужается**



Топ-10 самых рассматриваемых марок к покупке



Топ-10 самых рассматриваемых марок к покупке, немного отличается от того, что купили в итоге



Китайские бренды показывают самый высокий рост продаж и рост в поиске Google

Рост продаж,
YoY H1 2019/2018



+284%

Рост интереса на поиске Google,
YoY H1 2019/2018

+22%



+202%

+75%

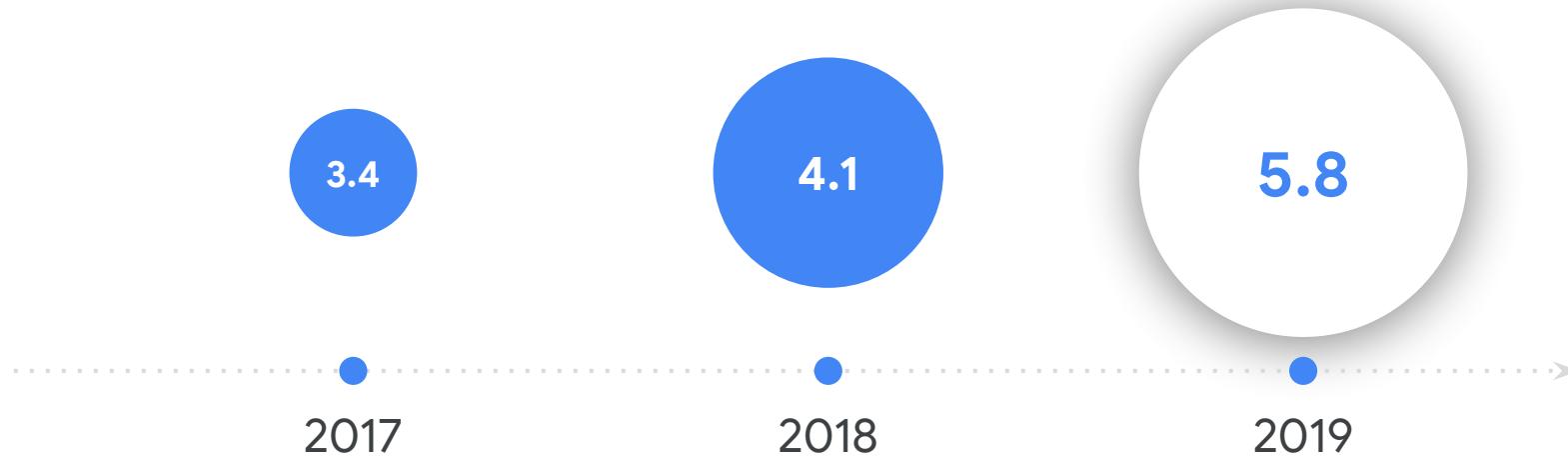


5.8

среднее количество брендов
автомобилей, между которыми
делают выбор покупатели

И это число увеличивается из года в год

Среднее количество брендов автомобилей, между которыми делают выбор покупатели:



Разница начинается уже с класса автомобиля

Среднее количество брендов автомобилей, между которыми делают выбор покупатели:



6.4

брендов

Премиум бренды

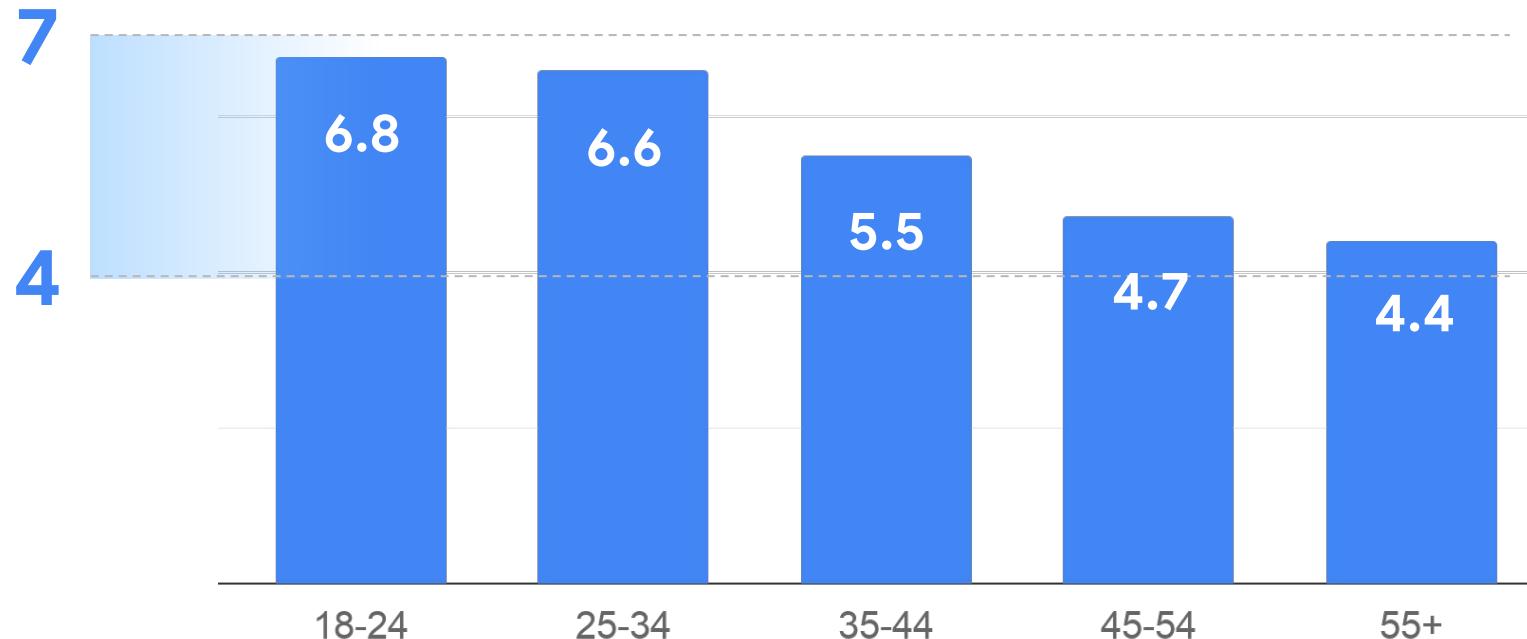
5.7

брендов

Массовые бренды

Более молодые покупатели – склонны выбирать из более широкого списка автомобилей

Среднее количество брендов автомобилей, между которыми делают выбор покупатели:



Источник: исследование Gearshift,
IPSOS совместно с Google, Россия, H1 2019

88

дней или 2.8 месяца¹

проходит в среднем в течение
которых принимается решение о
покупке автомобиля



88
дней

В среднем
принимают
решение



90
дней

Массовые бренды

101
день

Лояльные к бренду

107
дней

45-54

76
дней

Премиум бренды

83
дня

Не лояльные к бренду

78
дней

18-24

Большая доля покупателей принимают решение о покупке достаточно быстро

Количество покупателей новых автомобилей, которые



27 % › купили менее чем за 2 недели!

65 % › купили менее чем за 2 месяца!

80 % › купили менее чем за 3 месяца!

78%

Сами приняли решение о
покупке автомобиля

80%

Приняли решения
самостоятельно

Мужчины

60%

Приняли решения
самостоятельно

Женщины



Источник: исследование Gearshift,
IPSOS совместно с Google, Россия, H1 2019

Google

6

Брендов

3

Месяца

4/5

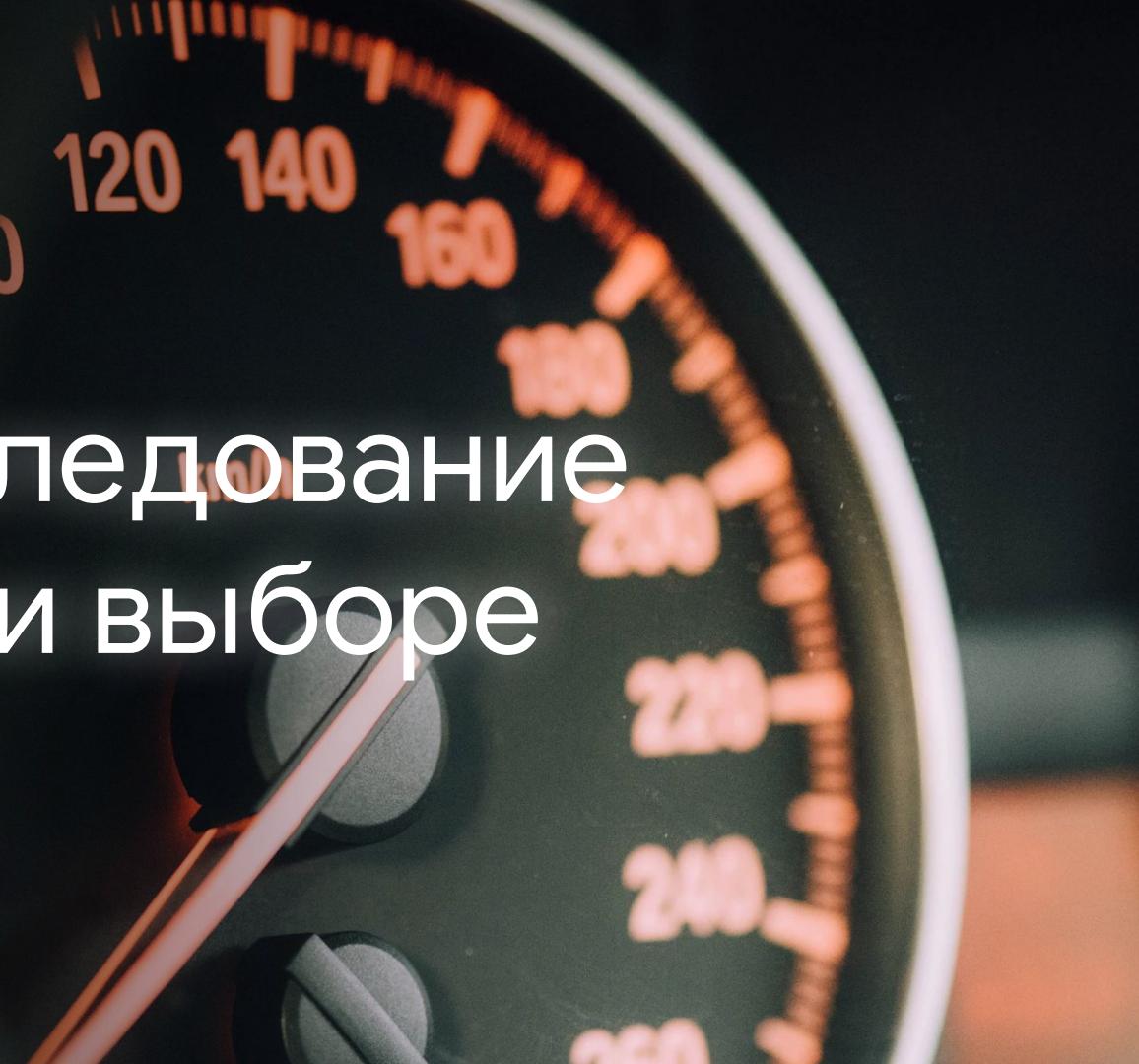
покупателей

в среднем
рассматривают
перед покупкой

проходит, прежде
чем большинство
покупателей
определяются со
своим выбором авто

сами приняли
решение о покупке
автомобиля

Исследование при выборе



98%

Покупателей ищут информацию
об автомобилях онлайн

84%

+6 п.п. vs 2018

использовали смартфон при
выборе автомобиля

Источник: исследование Gearshift,
IPSOS совместно с Google, Россия, H1 2019



Google

Поиск, онлайн видео и сайты производителя
 – являются ключевыми точками онлайн исследования при выборе автомобиля

Источник: исследование Gearshift,
 IPSOS совместно с Google, Россия, H1 2019



Повлияли в онлайне на покупку:



Большинство покупателей использовали Google и Яндекс в поиске информации при покупке авто



Источник: исследование Gearshift,
IPSOS совместно с Google, Россия, H1 2019

Влияние сайтов автопроизводителей на покупку выросло до 85% в 2019

Использование
авто-конфигуратора

+33%

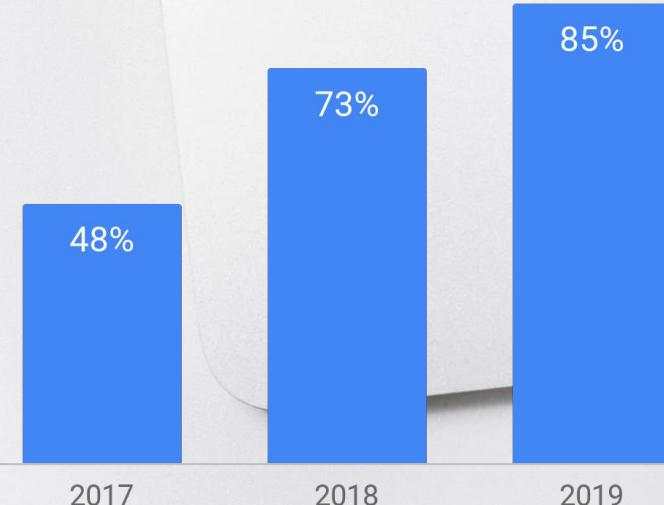
Рост интереса к авто-
конфигураторам на
поиске Google
2019/2018

Ускорение
загрузки сайтов

~3 сек.

Средняя скорость
загрузки сайтов
автопроизводителей,
Россия, LTE/4G

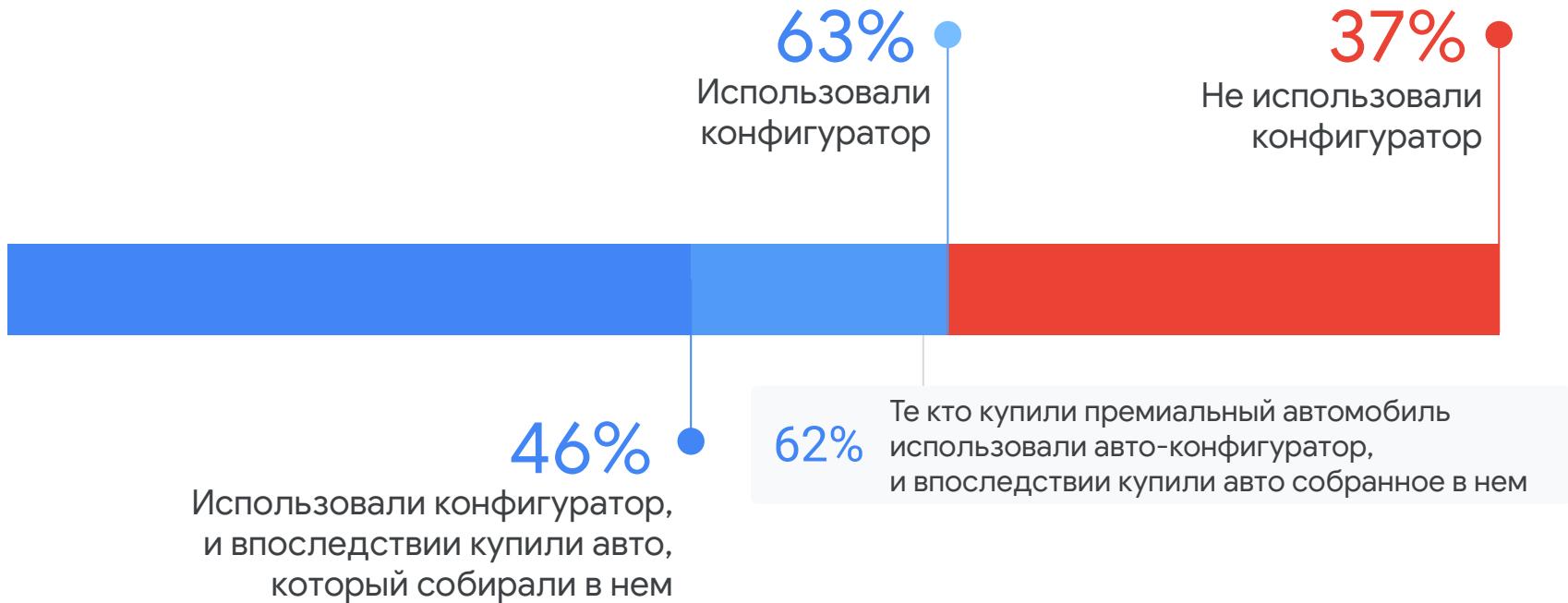
Использовали **сайты автопроизводителей**
при выборе авто:



Источник: исследование Gearshift,
IPSOS совместно с Google, Россия, H1 2019

Google

2 из 3 покупателей использовали онлайн конфигуратор автомобиля



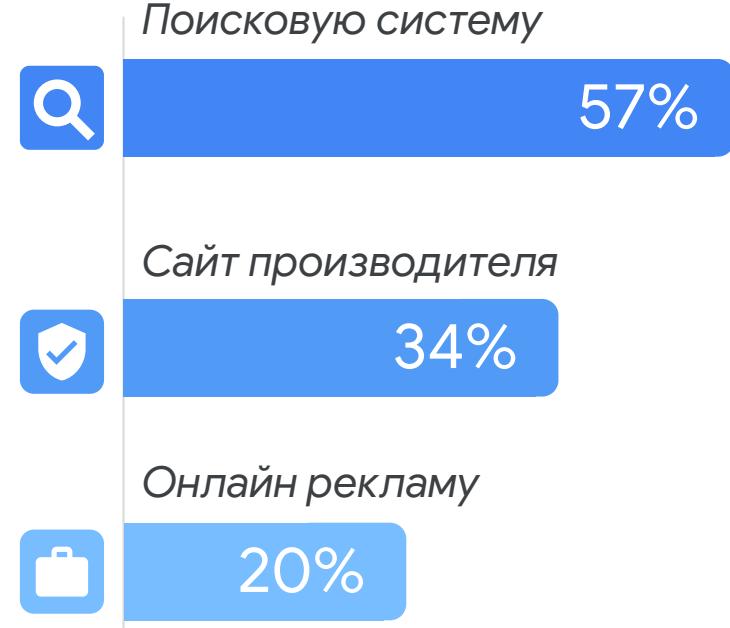
Большинство покупателей
заходят в Интернет, чтобы
найти дилера

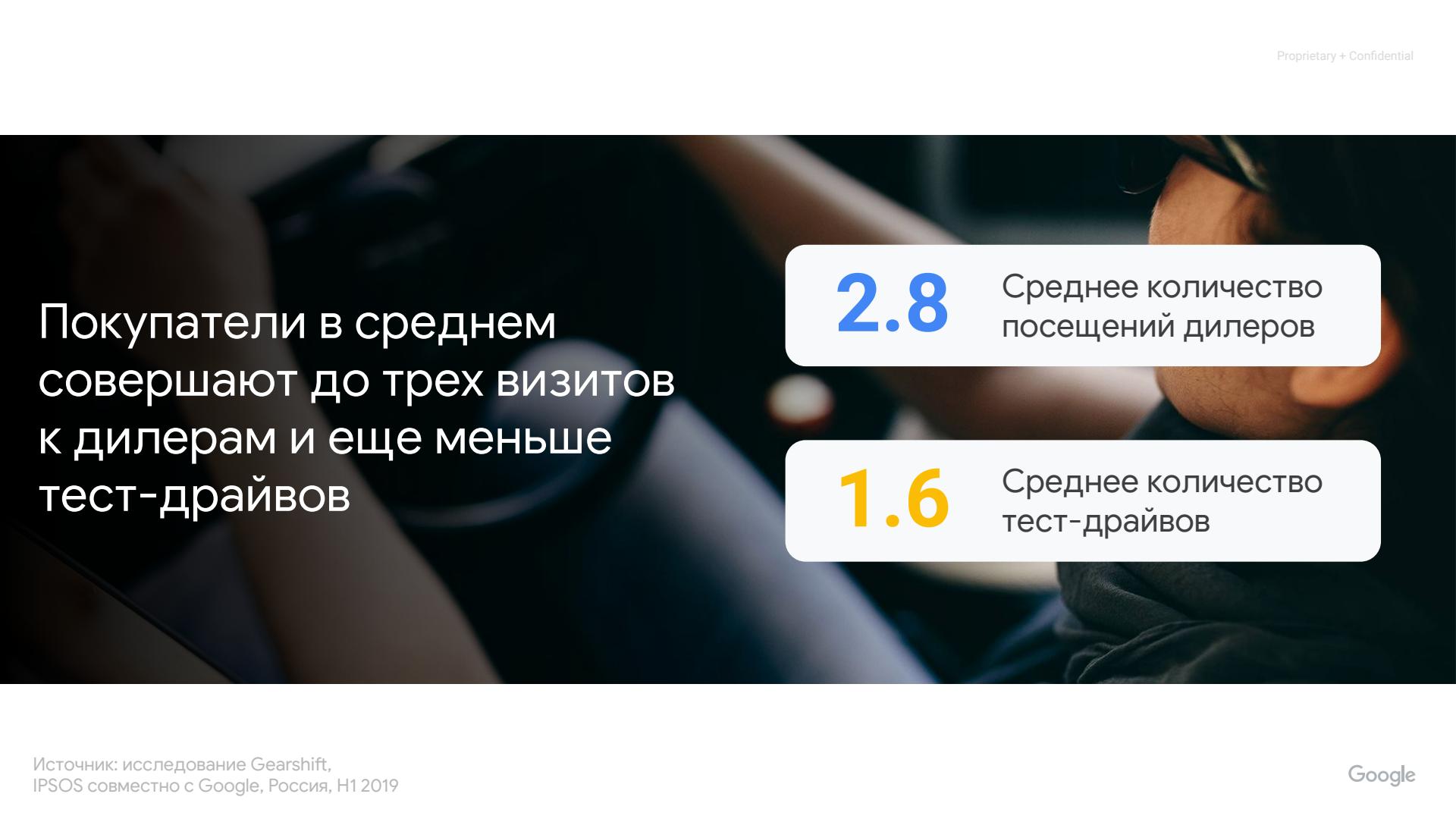
65% >

Покупателей искали
дилера онлайн

Источник: исследование Gearshift,
IPSOS совместно с Google, Россия, H1 2019

Среди покупателей, которые нашли
дилера **онлайн**, нашли его через ...





Покупатели в среднем совершают до трех визитов к дилерам и еще меньше тест-драйвов

2.8

Среднее количество посещений дилеров

1.6

Среднее количество тест-драйвов

Каждый третий решается
на покупку всего лишь
после **одного тест-драйва**

36%

купили автомобиль
после одного тест-
драйва

Источник: исследование Gearshift,
IPSOS совместно с Google, Россия, H1 2019

Покупатели массовых брендов

23% Покупатели массовых авто,
кто **не совершили** тест-драйвы

1.5 В среднем тест-драйвов совершили
покупатели **массовых** марок

Покупатели премиальных брендов

6% Покупатели премиальных авто,
кто **не совершили** тест-драйвы

2.0 В среднем совершили тест-драйвов
покупатели **премиальных** марок

98

Процентов

Всех покупателей
новых автомобилей
используют
интернет для
выбора авто

**Поисковые системы,
Онлайн видео и сайты
автопроизводителей**

Типы онлайн площадок

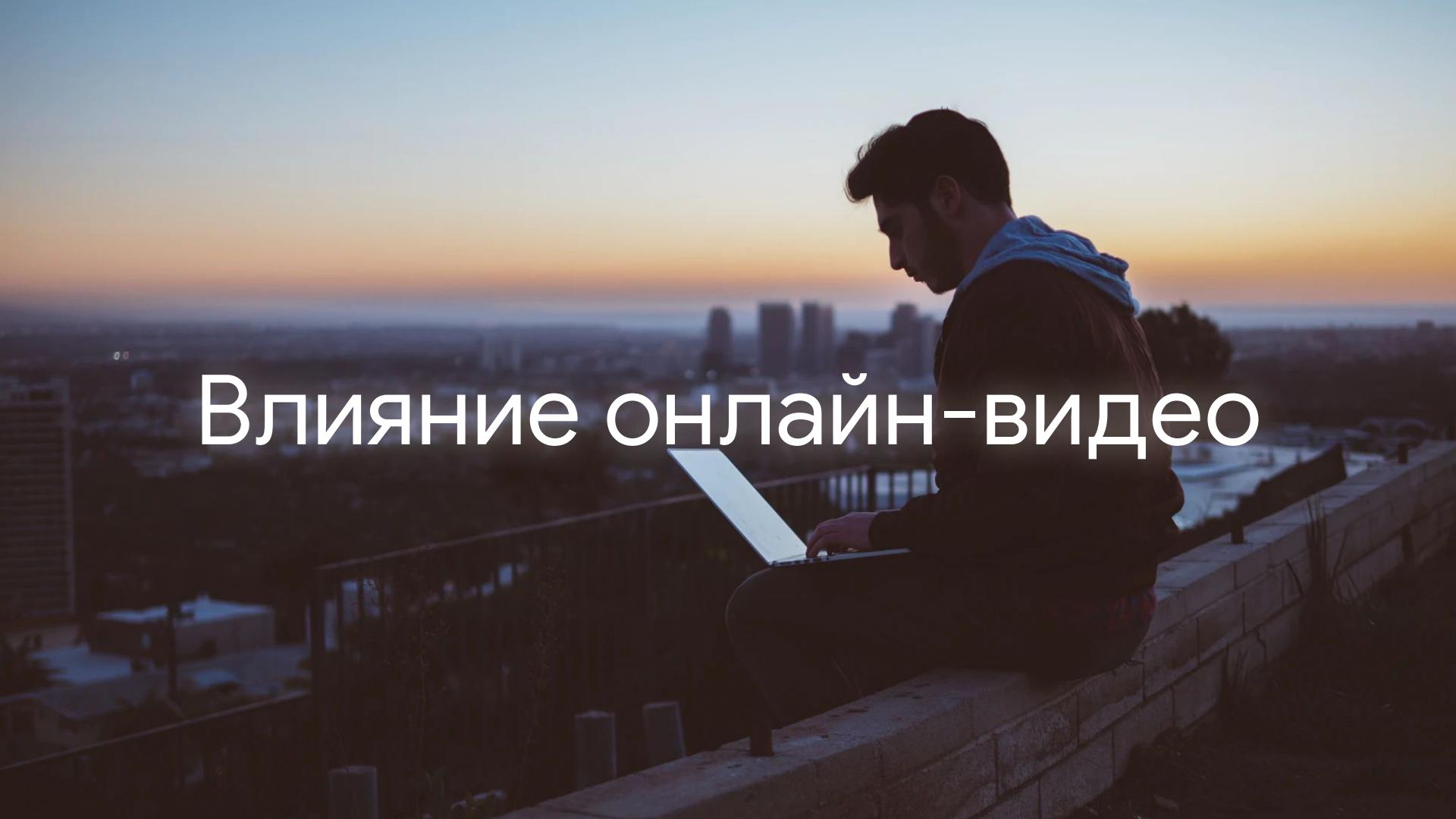
1/3

покупатель

Являются
ключевыми
источниками
информации для
покупателей новых
авто

Покупает
автомобиль уже
после одного тест-
драйва

Влияние онлайн-видео



92%

Покупателей смотрели онлайн
видео при выборе авто



79%

Покупателей при выборе авто
смотрели видео на YouTube

Источник: исследование Gearshift,
IPSOS совместно с Google, Россия, H1 2019



Google

2.1 МЛРД.

Органических просмотров на
YouTube в категории авто
Россия, Н1 2019

+22%

просмотров
на YouTube

Год к Году,
Н1 2019/2018

Топ-5 стран по количеству просмотров в
автомобильной категории на YouTube, Н1 2019

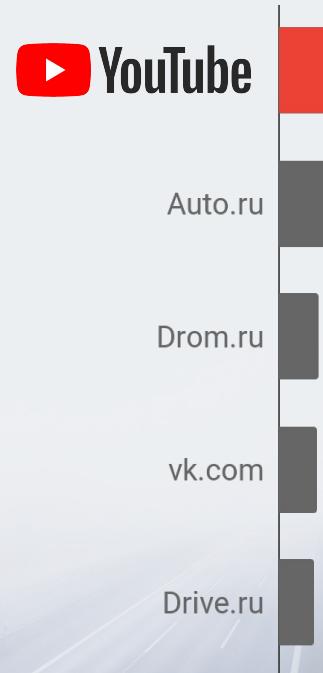




YouTube - площадка #1 для просмотра онлайн видео про автомобили в России

Источник: исследование Gearshift,
IPSOS совместно с Google, Россия, H1 2019

Топ-5 самых популярных площадок для просмотра онлайн-видео у покупателей автомобилей, Россия, H1 2019



Пользователи смотрят все виды контента

Перед покупкой автомобиля люди смотрели:



Онлайн-видео дают возможность почувствовать разные аспекты автомобиля

% покупателей, которые смотрели данные типы видео



Дизайн

- 61%** Видео про особенности авто
- 30%** 360° видео



Обзоры и Реклама

- 61%** Обзоры и тест-драйвы
- 16%** Реклама



В действии

- 41%** Тесты безопасности
- 11%** Эксплуатация авто

Онлайн видео **побуждает** покупателей **действовать!**

88% >

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

Источник: исследование Gearshift,
IPSOS совместно с Google, Россия, H1 2019

Среди покупателей, которые смотрели
онлайн видео, сделали следующие
действие ...

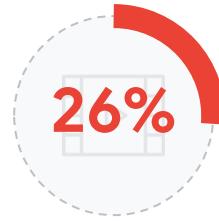


Успешная **реклама на YouTube** подчеркивает особенности автомобиля или представляет новую моделим покупателям

В каком случае видеореклама авто на YouTube подходит вам?



Когда в ней делается
акцент на **актуальных
для меня
характеристиках**
автомобиля



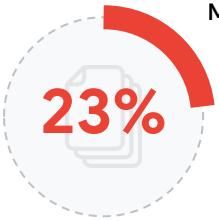
Когда она **соответствует
другим видео**, которые я
смотрю перед этим видео
или после



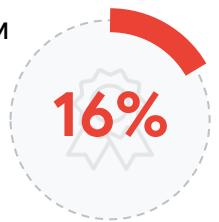
Когда она **вдохновляет**
меня или взыывает к моим
эмоциям



Когда в ней показывается
новый бренд или модель
машины



Когда в ней представлено
**специальное
предложение или акция**



Когда в ней
демонстрирует **награды**
транспортных средств
или отзывы
потребителей

Покупатели ценят YouTube как важный источник ответов на вопросы об автомобилях

Доля тех, кто смотрел YouTube, говорят:

На YouTube я могу найти независимое и заслуживающее доверия видео об автомобилях



YouTube — это источник #1, на который я полагаюсь в просмотре видео об автомобилях в процессе выбора

92

Процента

Всех покупателей
новых автомобилей
используют
онлайн-видео для
выбора авто

#1

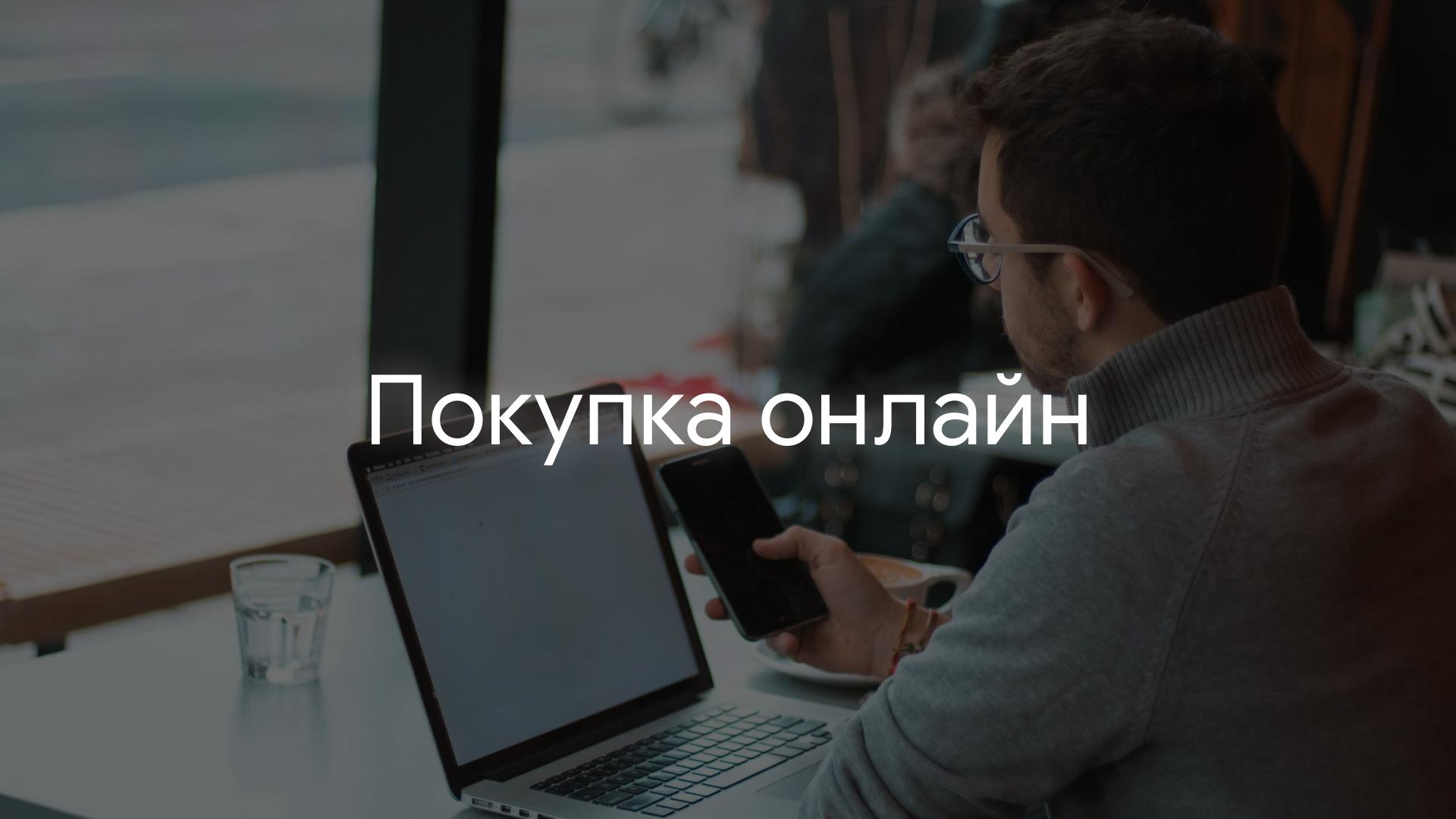
Площадка

YouTube площадка
номер один для
просмотра онлайн
видео про
автомобили в
России

9/10

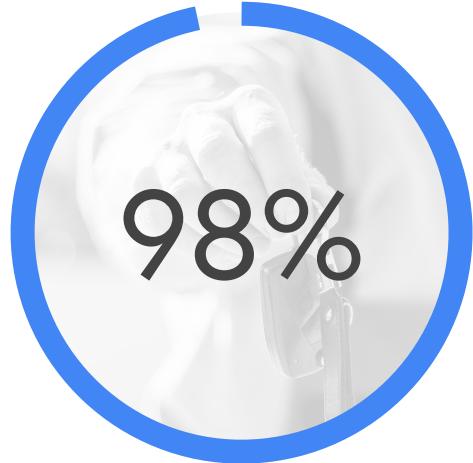
покупателей

совершили хотя бы
одно действие
после того как
посмотрели онлайн-
видео, например
посетили сайт
дилера

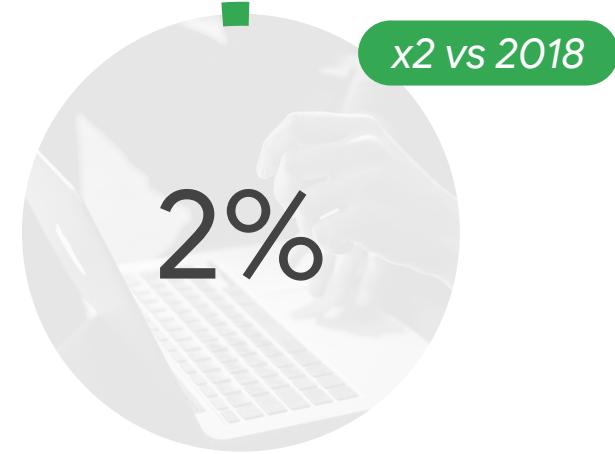
A man with glasses and a beard, wearing a grey sweater, is sitting at a table, looking at his smartphone. A laptop is open in front of him. In the background, a woman is standing. The scene is set in a modern, well-lit room.

Покупка онлайн

Немногие покупают автомобиль онлайн



Купили оффлайн



Купили онлайн

Покупатели **готовы**
покупать автомобили
онлайн!

35%

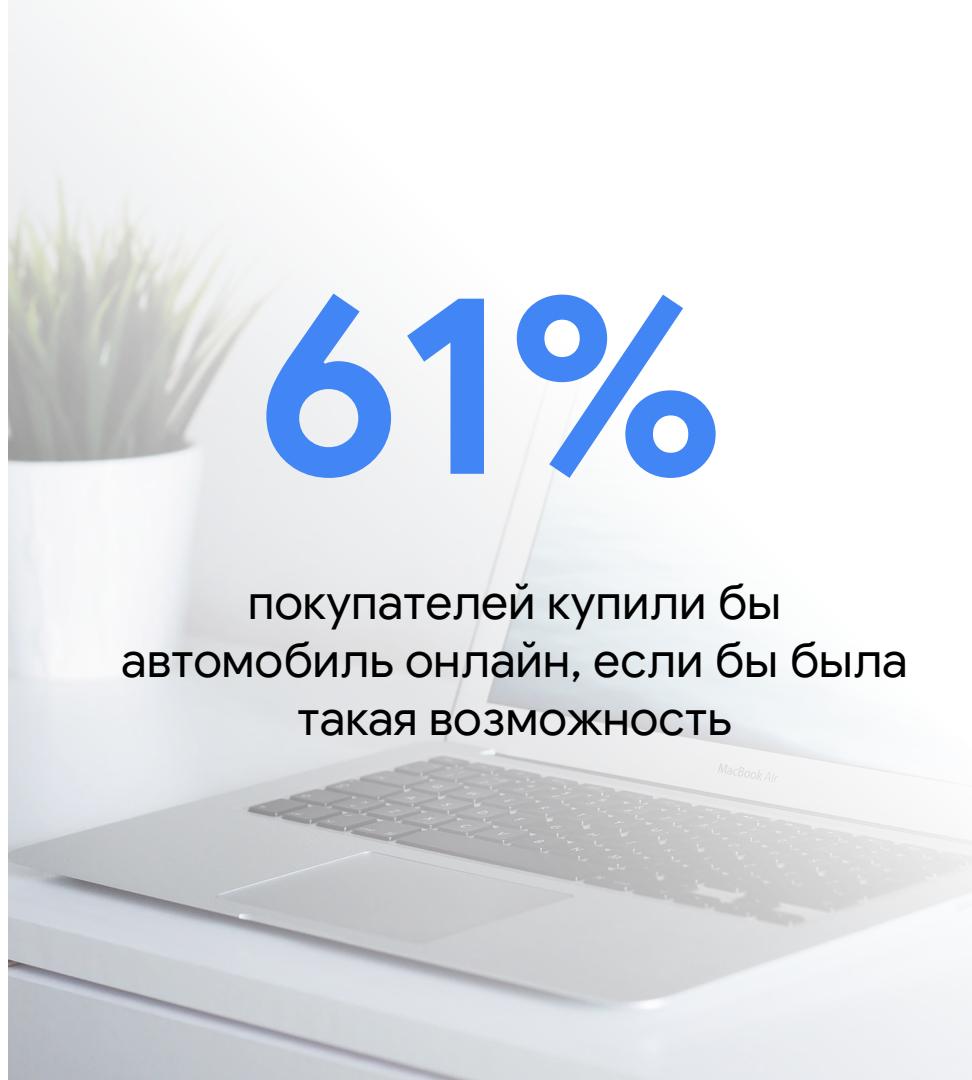
Готовы покупать
автомобиль онлайн

2016

Источник: исследование Gearshift,
IPSOS совместно с Google, Россия, H1 2019

61%

покупателей купили бы
автомобиль онлайн, если бы была
такая возможность



Главное

6

Постоянно будьте рядом с покупателем - покупатель рассматривает ваш бренд и 5 ваших конкурентов, и может принять решение в любой момент



Будьте мобильны - большинство пользователей используют мобильные устройства при выборе авто



Будьте везде - присутствуйте на всех ключевых площадках влияющих на покупку автомобиля



Снимайте качественные и подробные видео - пользователи это любят! Доносите Ваши конкурентные преимущества.

Спасибо!