

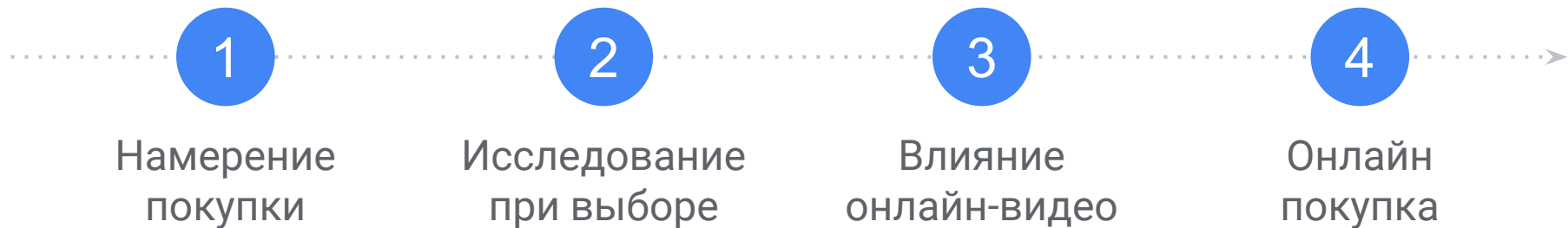
На пути к покупке нового автомобиля

Евгений Голота, Google



15 октября 2019

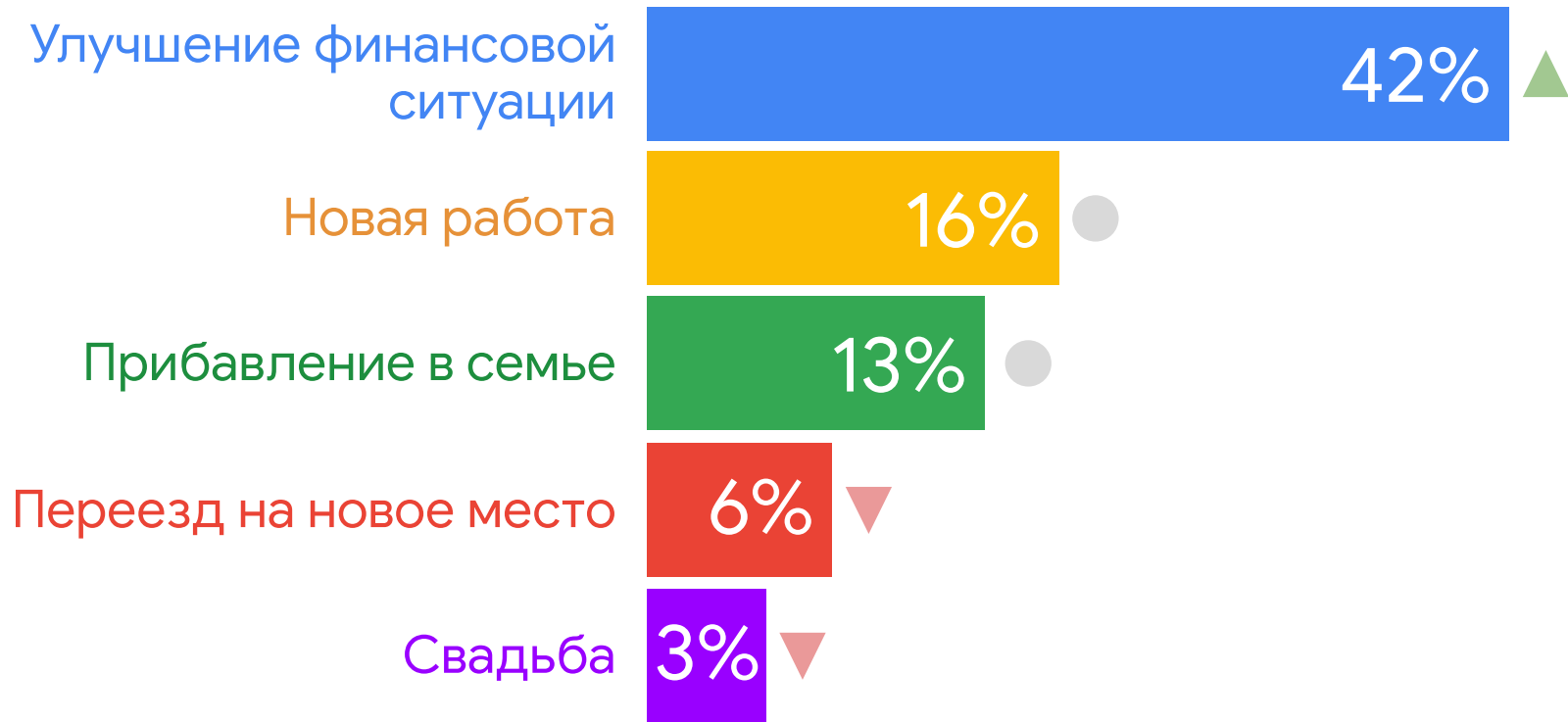
О чем мы сегодня поговорим?






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

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

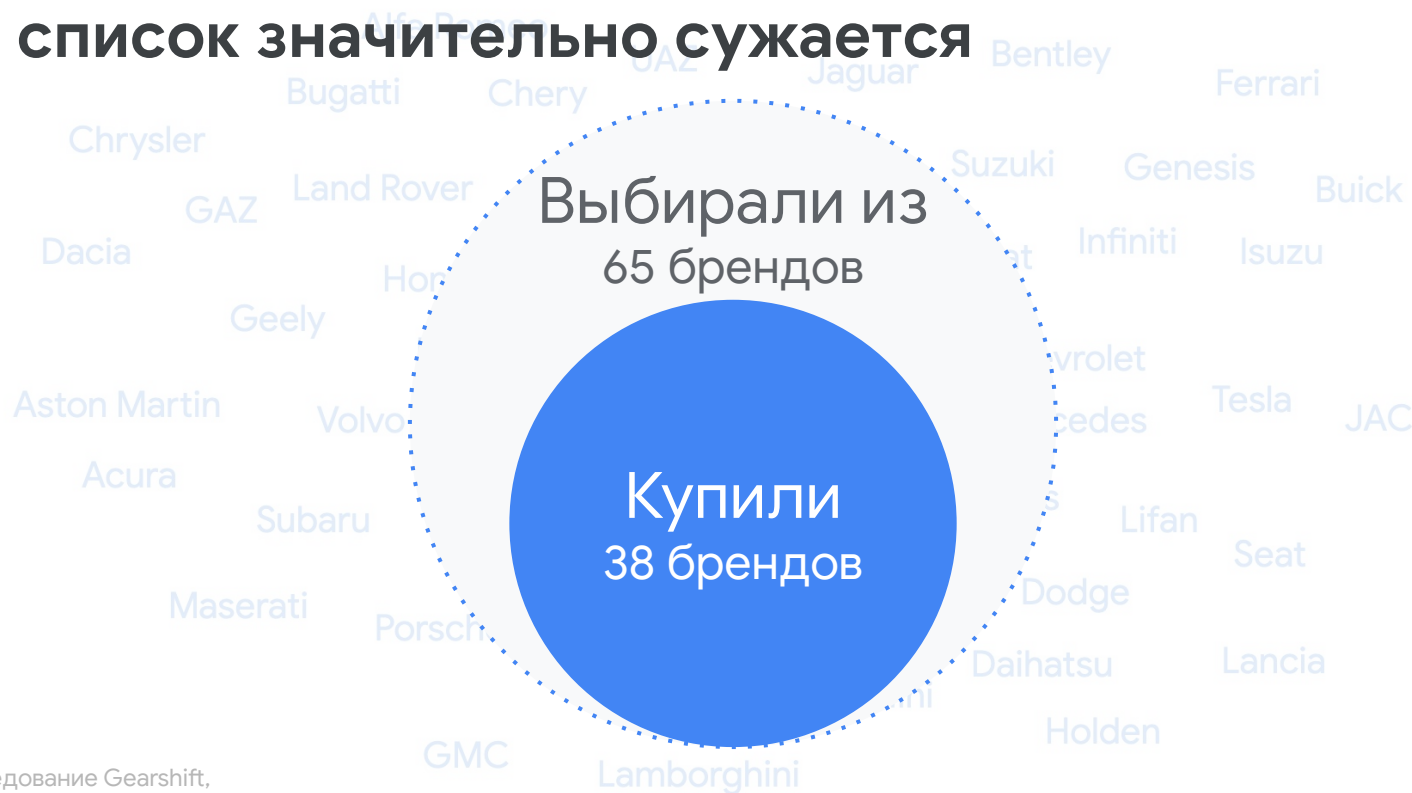
Менее трети
покупателей новых
автомобилей лояльны к
одному бренду!

Google

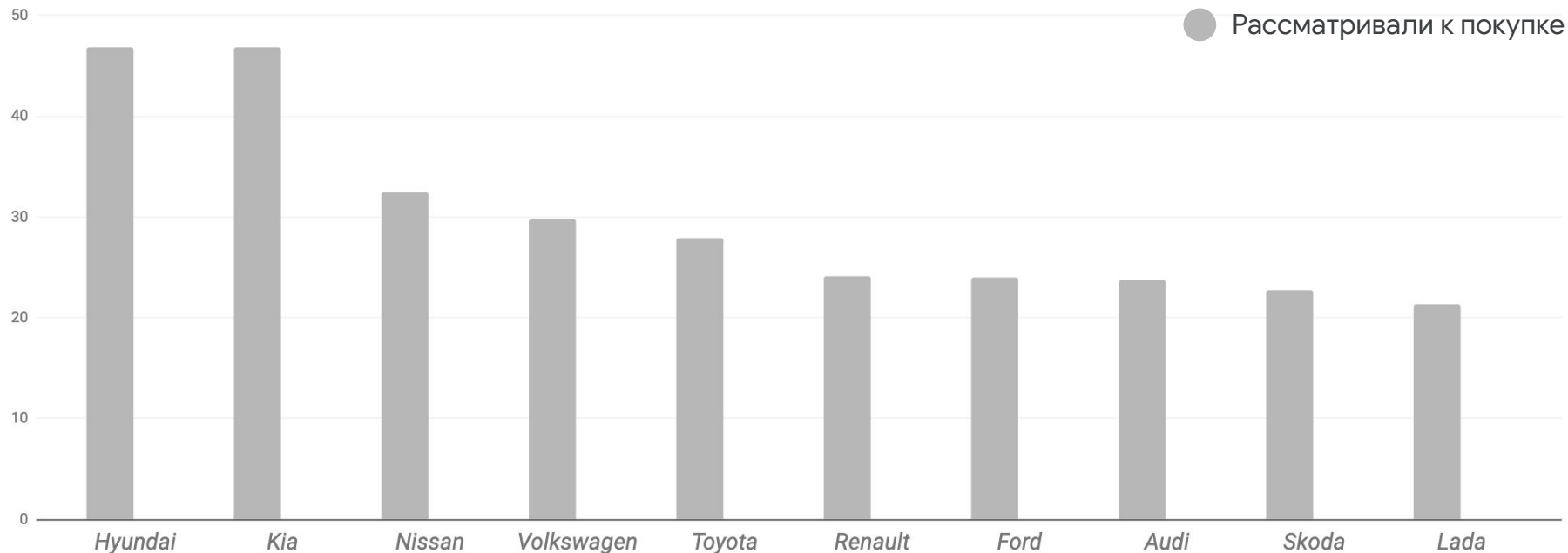
Покупатели в России рассматривают большое количество марок автомобилей...



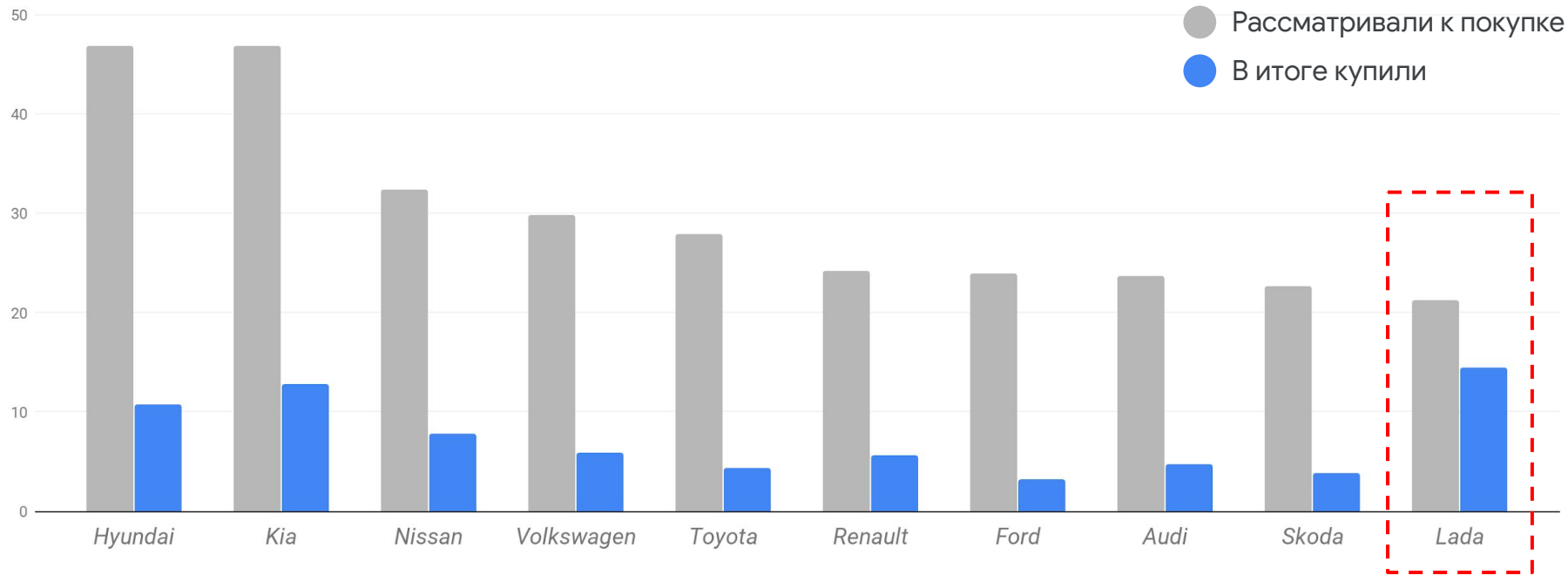
Покупатели в России рассматривают большое количество марок автомобилей, **но после покупки этот список значительно сужается**



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	Рост интереса на поиске Google, YoY H1 2019/2018
 GEELY	+284%	+22%
	+202%	+75%

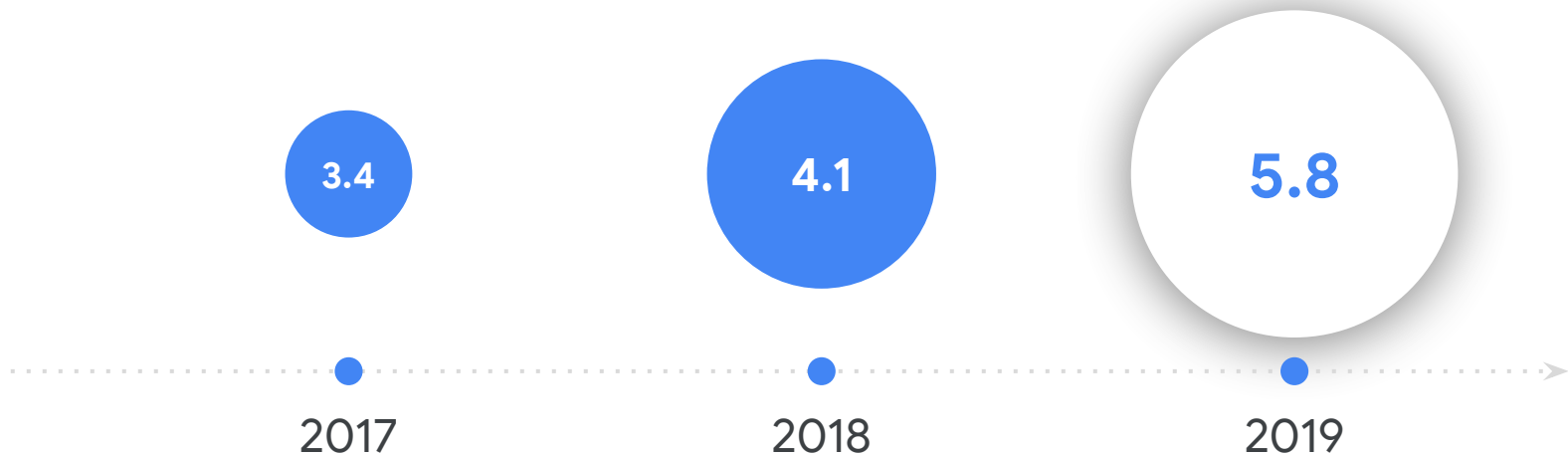


5.8

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

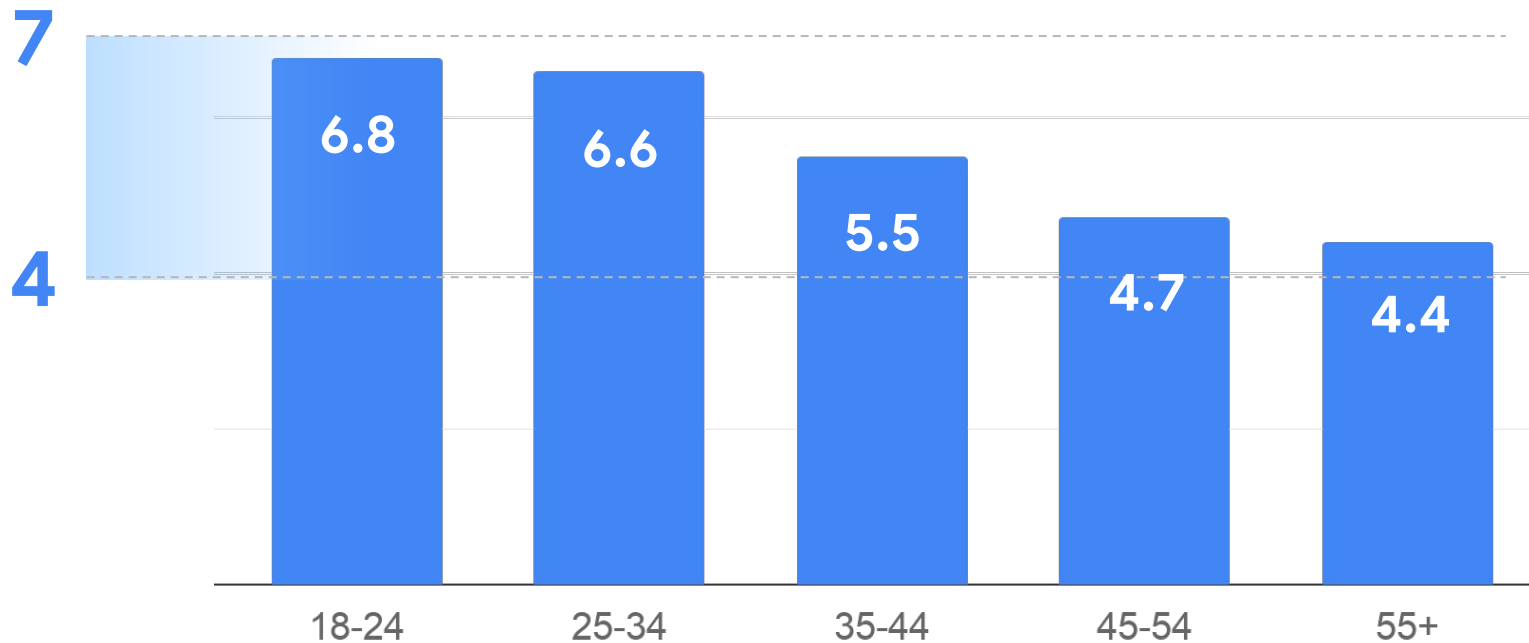


5.7
брендов

Массовые бренды

Более молодые покупатели - склонны выбирать из более широкого списка автомобилей

Среднее количество брендов автомобилей, между которыми делают выбор покупатели:



88

дней или 2.8 месяца`

проходит в среднем в течение
которых принимается решение о
покупке автомобиля



88

дней

В среднем
принимают
решение



90

дней

Массовые бренды

76

дней

Премиум бренды

101

день

Лояльные к бренду

83

дня

Не лояльные к бренду

107

дней

45-54

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

в среднем
рассматривают
перед покупкой

3

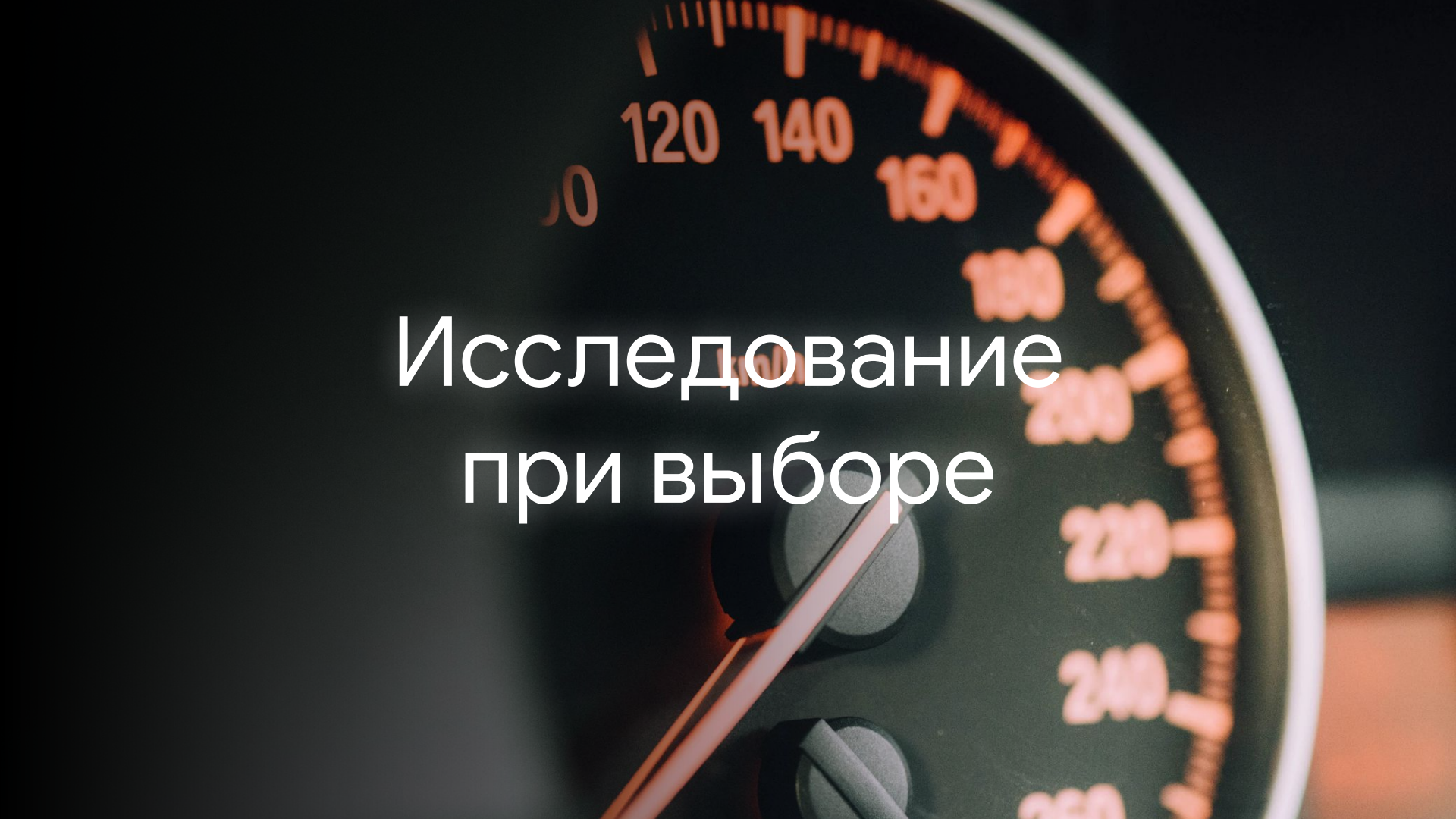
Месяца

проходит, прежде
чем большинство
покупателей
определяются со
своим выбором авто

4/5

покупателей

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



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

Источник: исследование Gearshift, IPSOS совместно с Google, Россия, Н1 2019

Proprietary + Confidential

Повлияли в онлайн на покупку:



Google

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



Влияние сайтов автопроизводителей на покупку выросло до 85% в 2019

Использование авто-конфигуратора

+33%

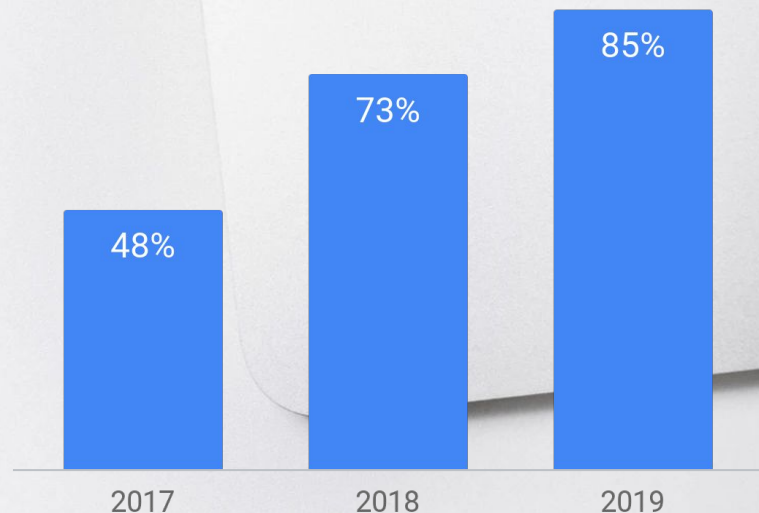
Рост интереса к авто-конфигураторам на поиске Google 2019/2018

Ускорение загрузки сайтов

~3 сек.

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

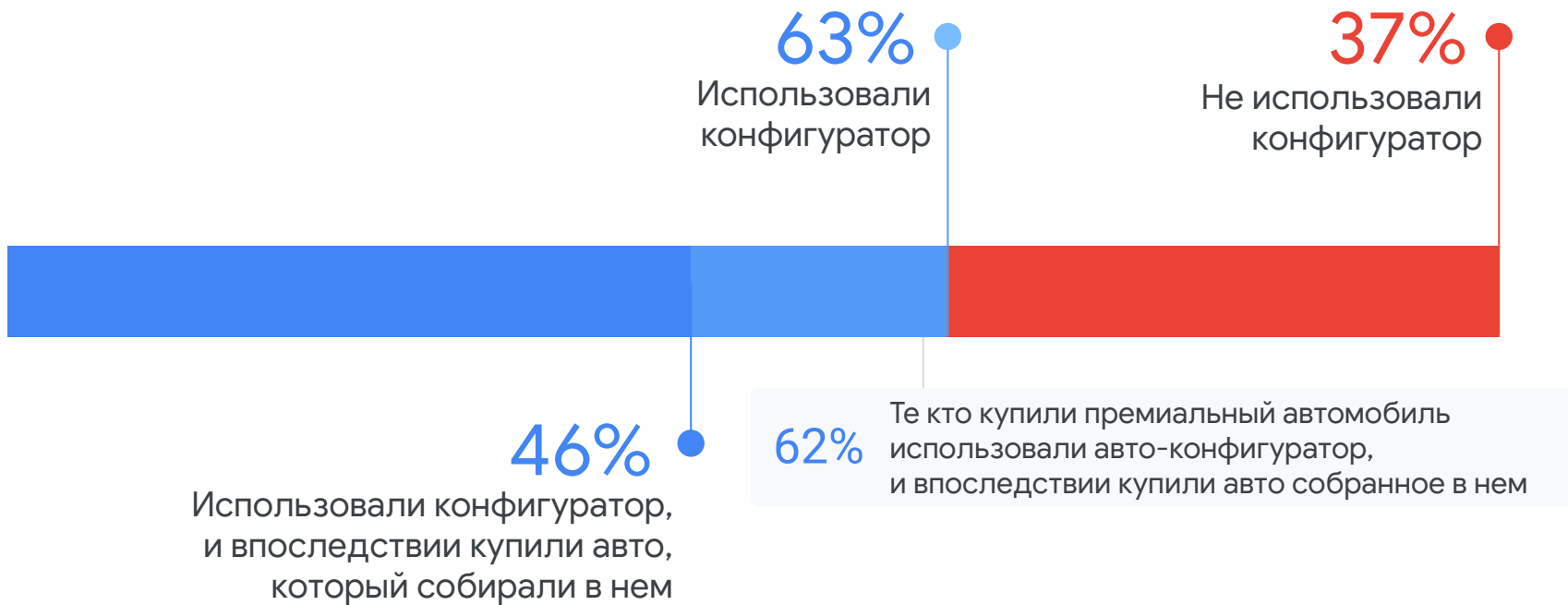
Использовали сайты автопроизводителей при выборе авто:



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

Google

2 из 3 покупателей использовали онлайн конфигуратор автомобиля

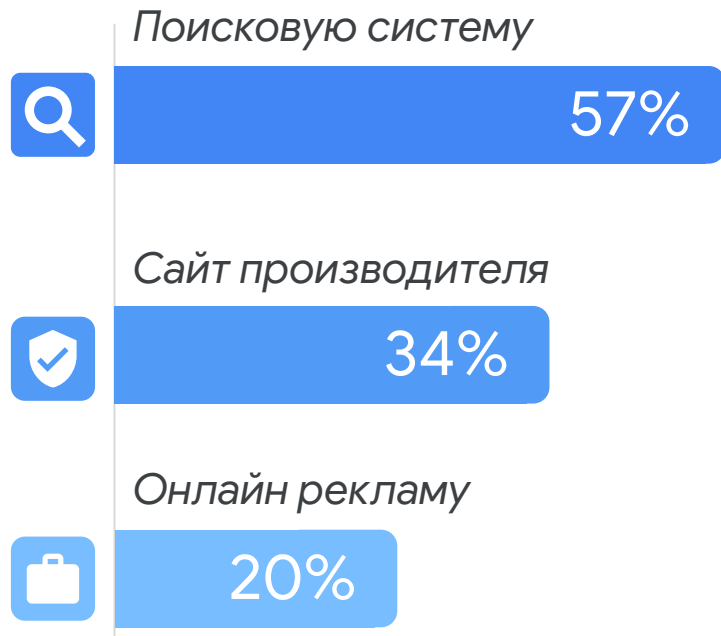


Большинство покупателей
заходят в Интернет, чтобы
найти дилера

65% >

Покупателей искали
дилера онлайн

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 совершали** тест-драйвы

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

Покупатели премиальных брендов

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

2.0 В среднем совершали 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

Являются
ключевыми
источниками
информации для
покупателей новых
авто

1/3

покупатель

Покупает
автомобиль уже
после одного тест-
драйва

A man with dark hair and a beard, wearing a dark hoodie with a light blue hood, is sitting on a stone ledge on a rooftop. He is looking down at a laptop open on his lap, with his hands on the keyboard. The background shows a city skyline at sunset, with the sun low on the horizon, casting a warm orange glow. The sky transitions from orange near the horizon to a pale blue at the top. The city buildings are silhouetted against the bright sky. The overall mood is contemplative and focused.

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, H1 2019

+22%

просмотров
на YouTube

Год к Году,
H1 2019/2018

Топ-5 стран по количеству просмотров в
автомобильной категории на YouTube, H1 2019

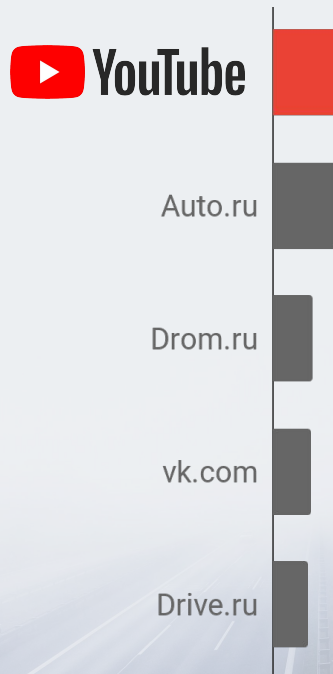




YouTube - площадка #1 для просмотра онлайн видео про автомобили в России

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

Proprietary + Confidential

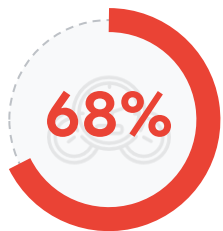
Среди покупателей, которые смотрели
онлайн видео, сделали следующие
действие ...



Google

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

В каком случае видеореклама авто на YouTube подходит вам?



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



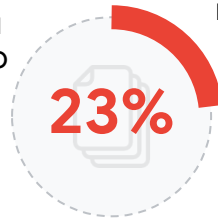
Когда она **соответствует другим видео**, которые я смотрю перед этим видео или после



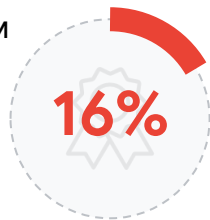
Когда она **вдохновляет** меня или вызывает к моим эмоциям



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



78%



66%

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

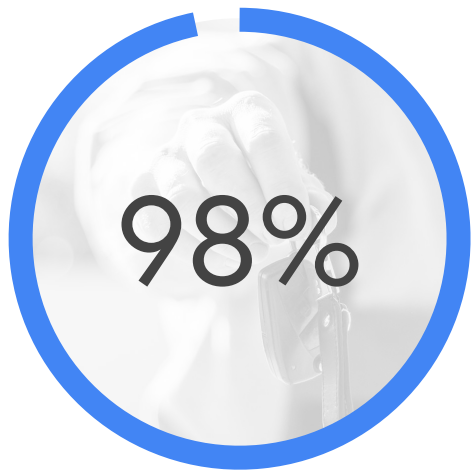
покупателей

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

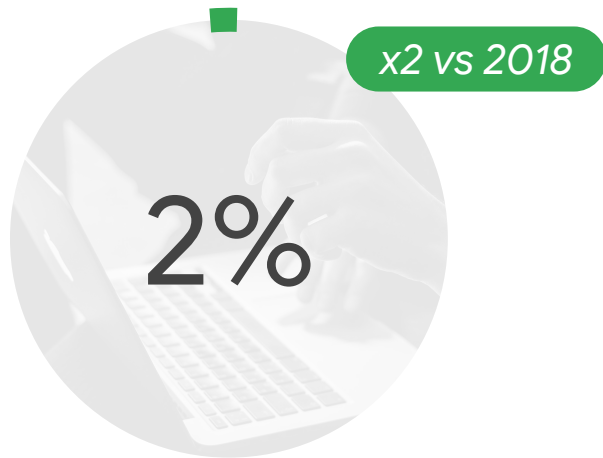


Покупка онлайн

Немногие покупают автомобиль онлайн



Купили оффлайн



Купили онлайн

Покупатели **готовы
покупать** автомобили
онлайн!

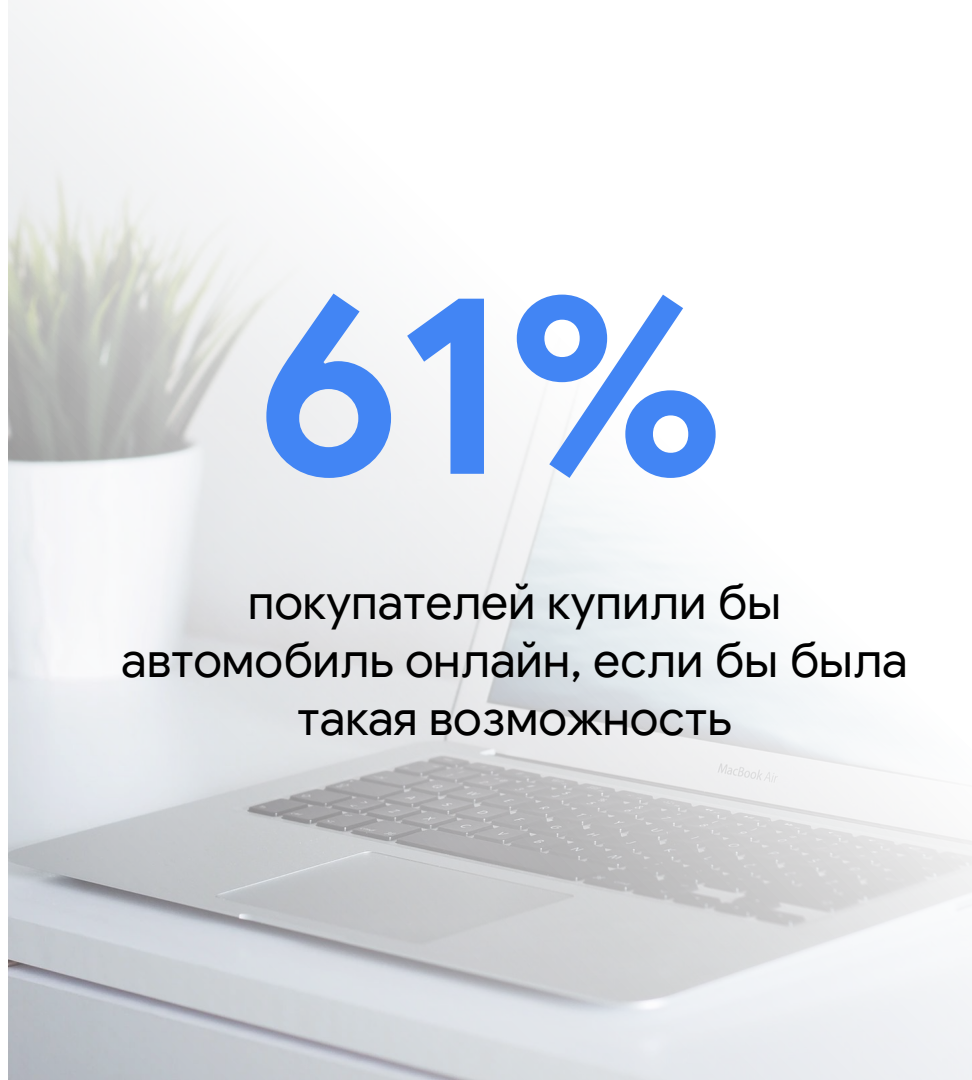
35%

Готовы покупать
автомобиль онлайн

2016

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!