



VECTOR
MARKET RESEARCH

Будет ли российский рынок таким, как раньше?

Размышления о перспективах авторынка

ТОП-10, 2021



ŠKODA

TOYOTA



ПАРАМЕТРЫ И ОСОБЕННОСТИ РЫНКА

- Всего в 2021 году продано 1,67 млн. новых автомобилей (доля ТОП-10 – 77%)
- «Продукты» понятны целевой аудитории: модельный ряд, особенности, преимущества и недостатки, позиционирование
- Эффективные модели дистрибуции (машины, запчасти)
- Внимание к российским покупателям и их потребностям (одно из проявлений – большой объем маркетинговых проектов)
- Большая работа с дилерскими сетями (обучения, аудиты, проверки ТП и т.д.). В результате – высокий уровень качества обслуживания (как по технической части, так и в плане взаимодействия с клиентами сервиса)
- Множество программ ППО (продленные гарантии, сервисные контракты, подменные автомобили и т.д.)
- Декларации долгосрочного сотрудничества для дилеров и покупателей

ТОП-10, 2023



HAVAL



EXEED

OMODA



ПАРАМЕТРЫ И ОСОБЕННОСТИ РЫНКА

- Всего в 2023 году продано 1,06 млн автомобилей (+69% относительно 2022). Доля ТОП-10 – 81%
- Стоимость автомобилей «знакомых» европейских и японских марок существенно выросла. Аналогично – по запчастям
- Хаотичный импорт автомобилей. Новый подход к дистрибуции автомобилей. Затаривание складов
- Китайские автомобили стали совершенно не дешевыми. При этом появились и премиальные китайские автомобили, которые по многим параметрам не уступают «знакомым» маркам
- Текущее предложение авторынка незнакомо для большинства целевой аудитории (марки, модели, их особенности, сильные и слабые стороны)
- Слабое ППО (особенно по поставляемым параллельным импортом автомобилям)

Новый рынок

- ◆ От хорошо знакомых и понятных моделей рынок перешел к новым и незнакомым продуктам, которые ранее не попадали в перечень рассматриваемых альтернатив

Откат ППО

- ◆ Европейские производители отменили / скорректировали программы ППО
 - Порваны отношения с дилерами
- ◆ Отсутствие многих деталей на рынке РФ, длинные сроки поставки запчастей
- ◆ Азиатские марки
 - ППО – «не первый приоритет»

Покупатель

- ◆ Бывшие «консерваторы» вынужденно начинают становиться «экспериментаторами»

Электрическая мобильность

- ◆ Европейские автопроизводители корректируют / переносят / возможно отменят свои планы по полному переходу на электромобили
- ◆ Предположительно связано с тем, что они не могут конкурировать с китайскими автомобилями

КИТАЙСКИЕ А/М

- ◆ Инновации
- ◆ Богатые комплектации
- ◆ Фокус на характеристиках важных для большинства покупателей (как вина «нового света»)
- ◆ Незапятнанная репутация (в плане деловых отношений)
- ◆ Невысокие ожидания (значит, можно их превосходить)
- ◆ Размытое позиционирование (еще)
- ◆ Сомнения в продукте
- ◆ Гарантийная поддержка

ЕВРОПЕЙСКИЕ А/М

- ◆ Существенная часть модельного ряда уступает по инновациям и, тем более, по комплектациям
- ◆ Существенно дороже (машины, запчасти)
- ◆ Ограниченная гарантийная поддержка
- ◆ Понятный имидж / позиционирование
- ◆ Понятный продукт и его параметры
- ◆ Подпорченная репутация перед дилерами



ВОЗМОЖНОЕ БУДУЩЕЕ РОССИЙСКОГО АВТОРЫНКА

Доля Европейских а/м – до 10-15%, преимущественно премиальный сегмент.
Тенденция на снижение

Новые частные марки запчастей
Много новых моделей

Рост лояльности к китайским автомобилям

Попытки некоторых европейских автопроизводителей вернуться на рынок ...

Развитие электрической мобильности (в основном – в сегменте B2C)

Привычные сервисные продукты доступны для китайских автомобилей
Потеря уникальности в клиентском опыте

Реструктуризация бизнеса (после объединений / поглощений)
Автоваз и ГАЗ - в зоне риска

Локальные коррекции цен (ввиду затаривания складов, конкуренции, изменения ставок по кредитам и т.д.)



Как покупателям

- Разобраться в текущем предложении (обзоры, тест-драйвы и т.д.)
- Быть открытыми к новому
- Выбирать то, что нравится и «по карману»
- Помнить, что покупка очередного автомобиля – это совсем не всегда «инвестиция»



Как исследователям / консультантам

- Начинать системную работу с растущим сегментом компаний, которые ранее делали большие исследовательские бюджеты
 - Car clinics
 - Тайный покупатель
 - Обучение
 - Рекламные исследования
 - Ценовые исследования
 - Аудиты
 - Бизнес-планы
 - Покупки / продажи компаний
 - И т.д.