

04.02.2011
v1.0

Автомобильный рынок

Надежды и мысли



О чём хотелось бы сказать за 10 минут

Как математику:

- О пользе экстраполяции и методов аналогии
- О синдроме Франкенштейна

Как маркетологу:

- О трех ключевых числах.
- О разнице между намерениями и спросом
- О пользе социальных норм

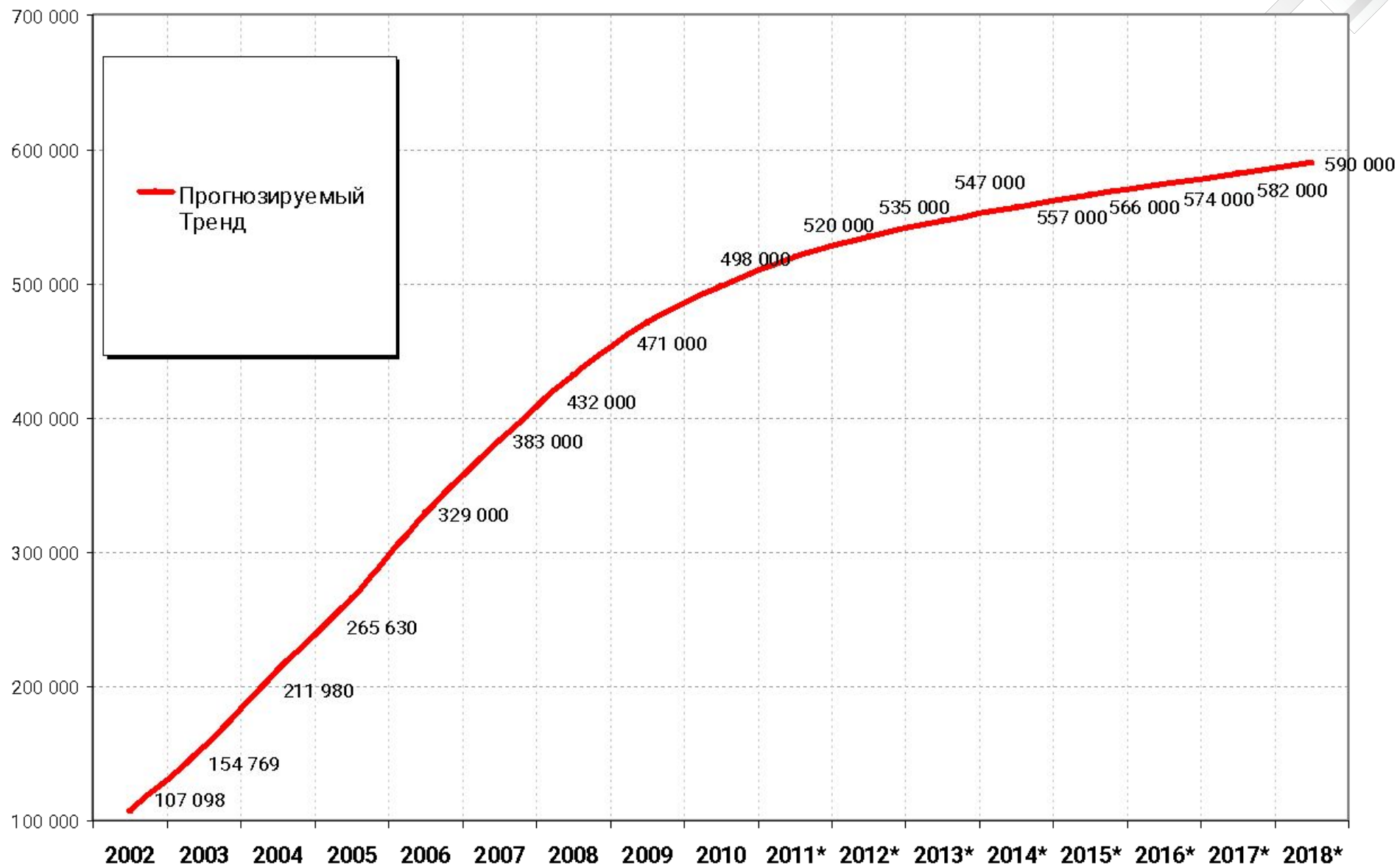
Как апологету рефлексивного управления:

- О том, что рынком и трендами желательно и возможно управлять

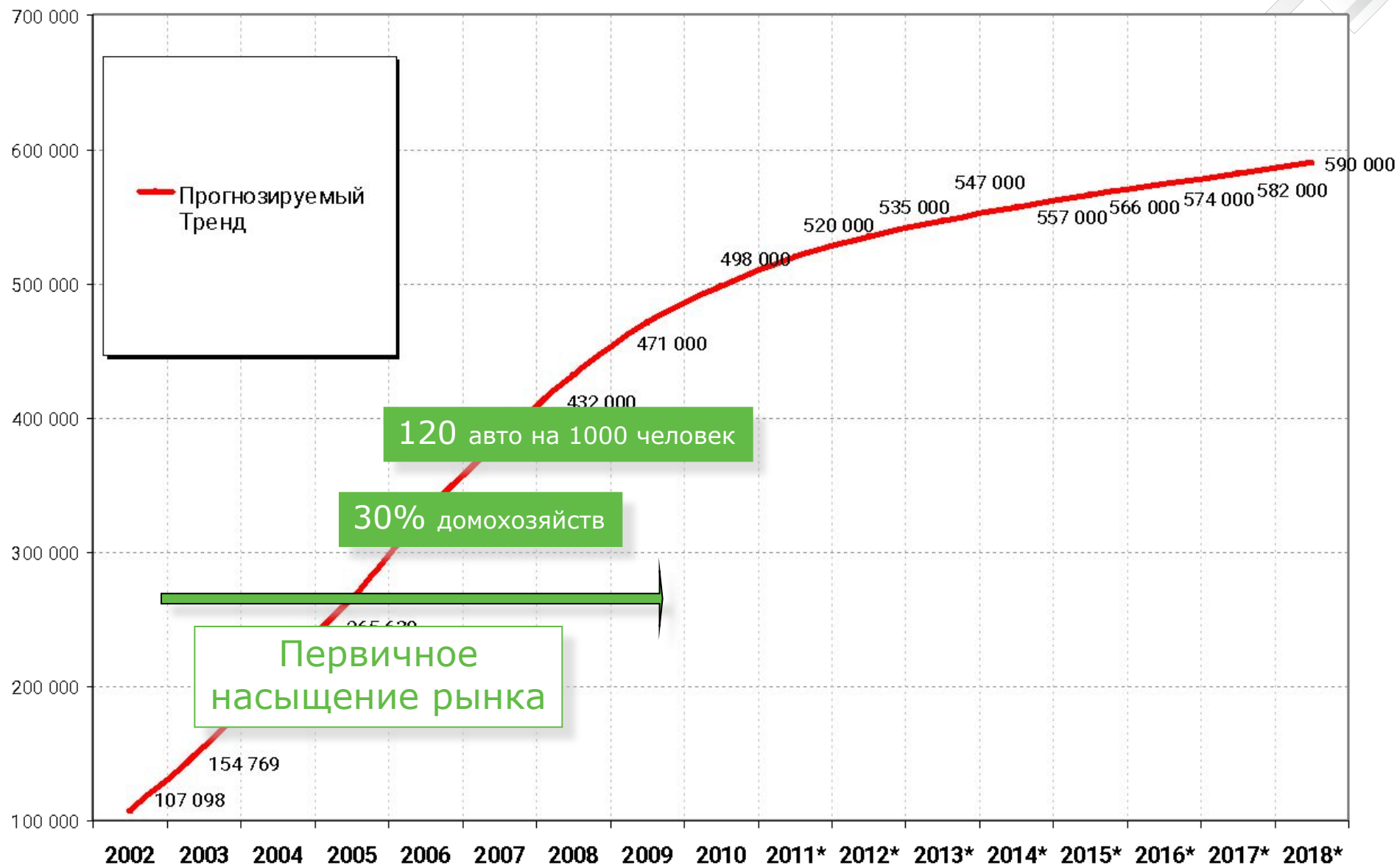
Андрей Длигач,

Генеральный директор группы компаний **Advanter Group**

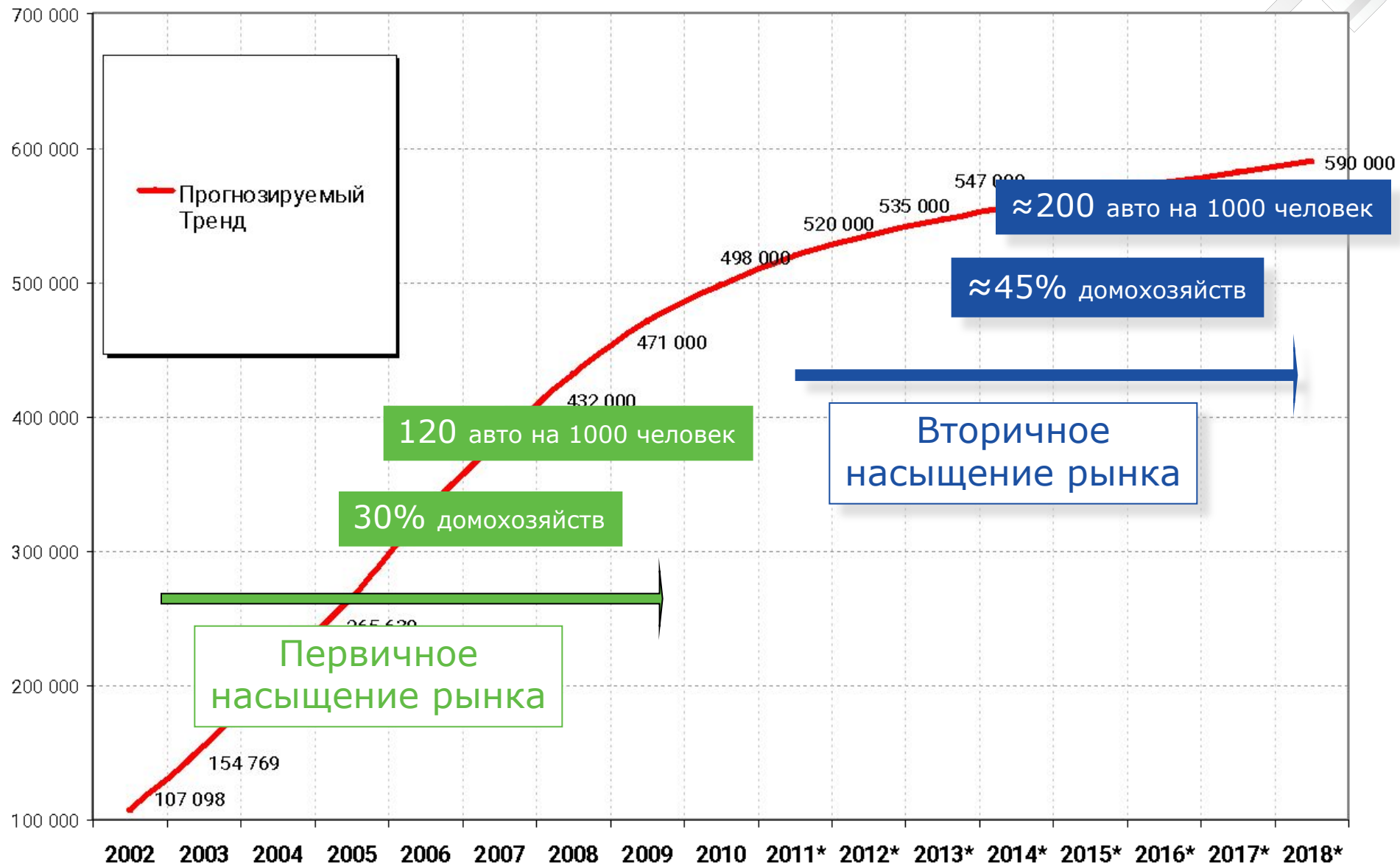
«Оправданный» тренд – продажи новых авто



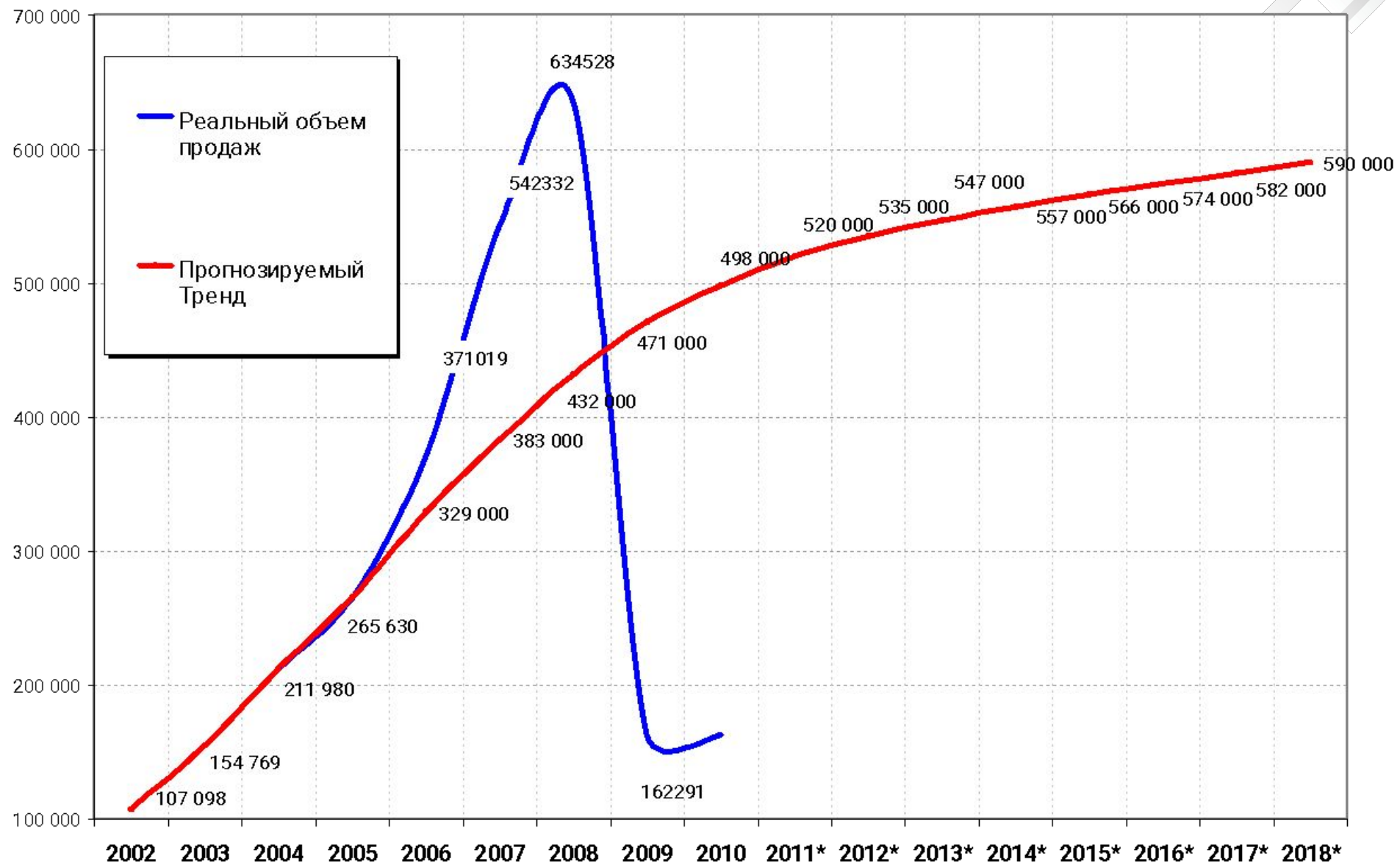
«Оправданный» тренд – продажи новых авто



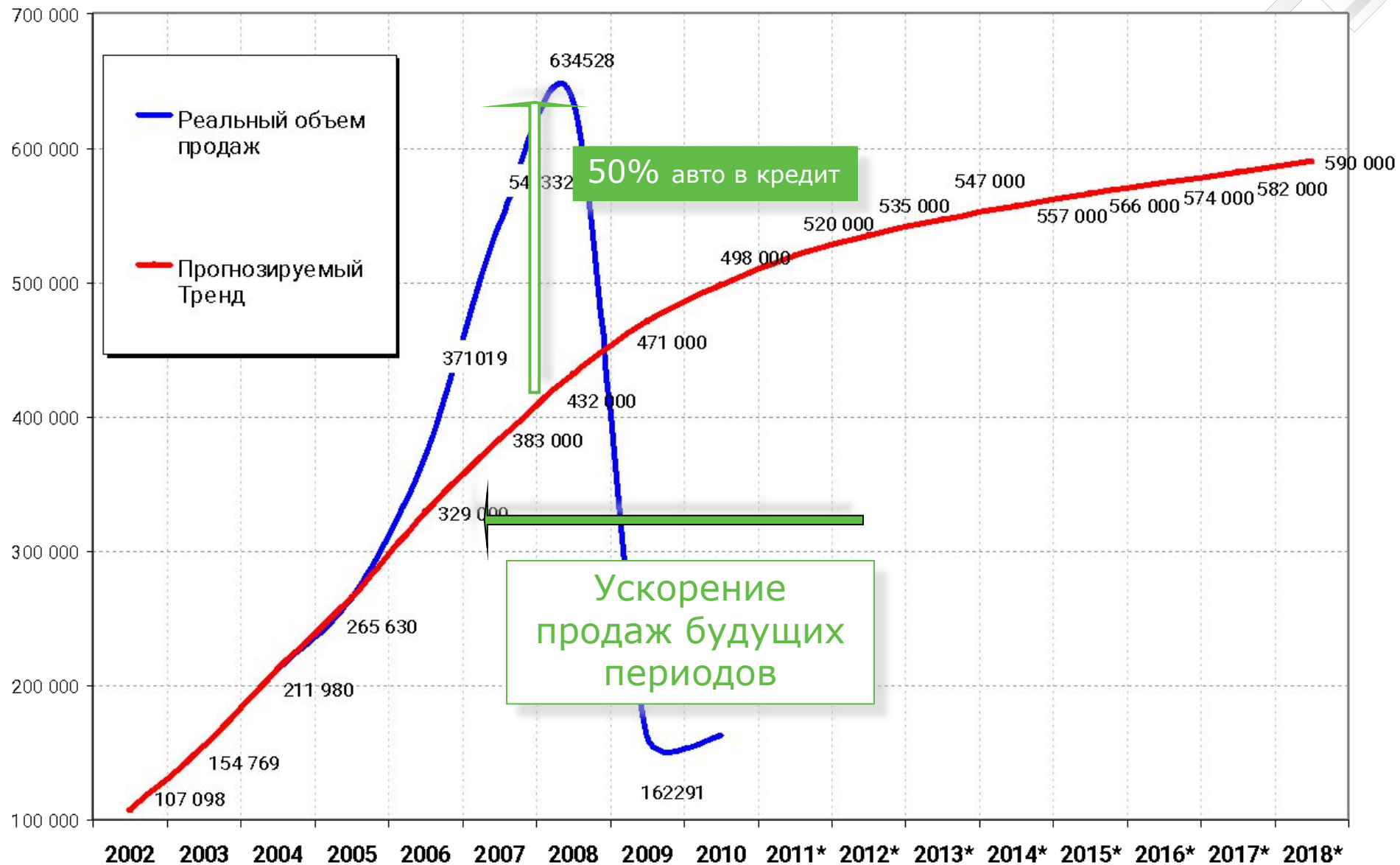
«Оправданный» тренд – продажи новых авто



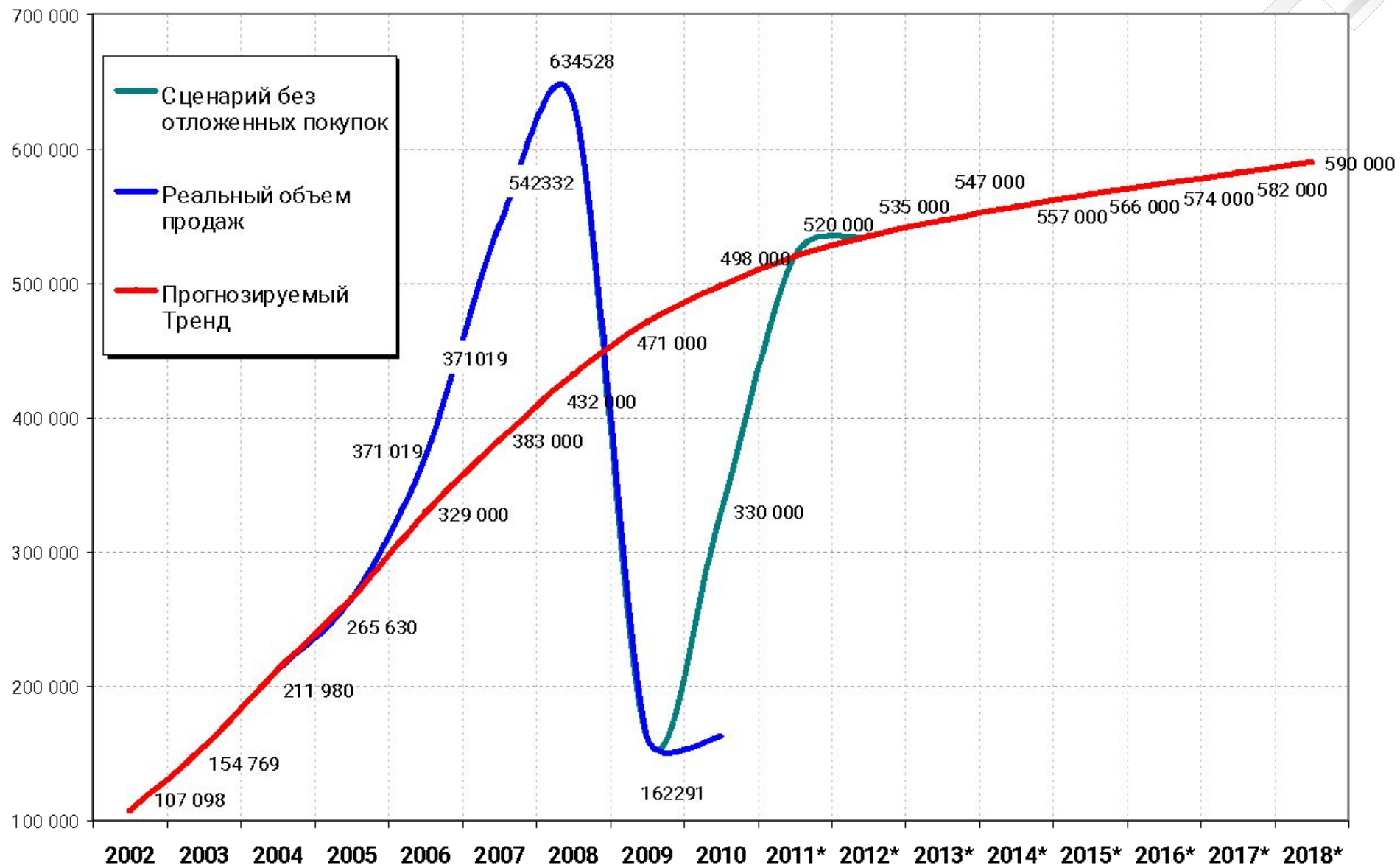
Реальный тренд – продажи новых авто



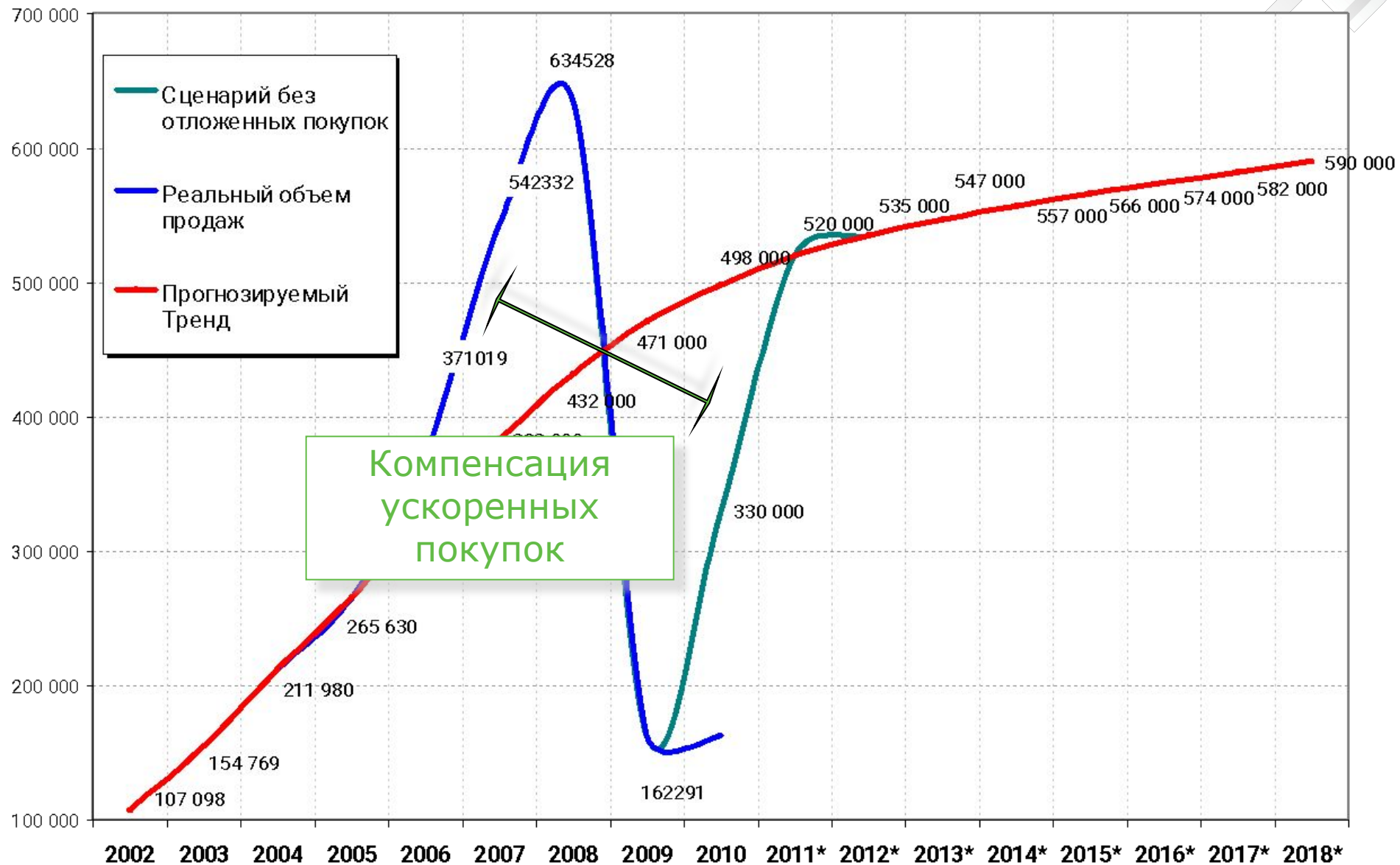
Реальный тренд – продажи новых авто



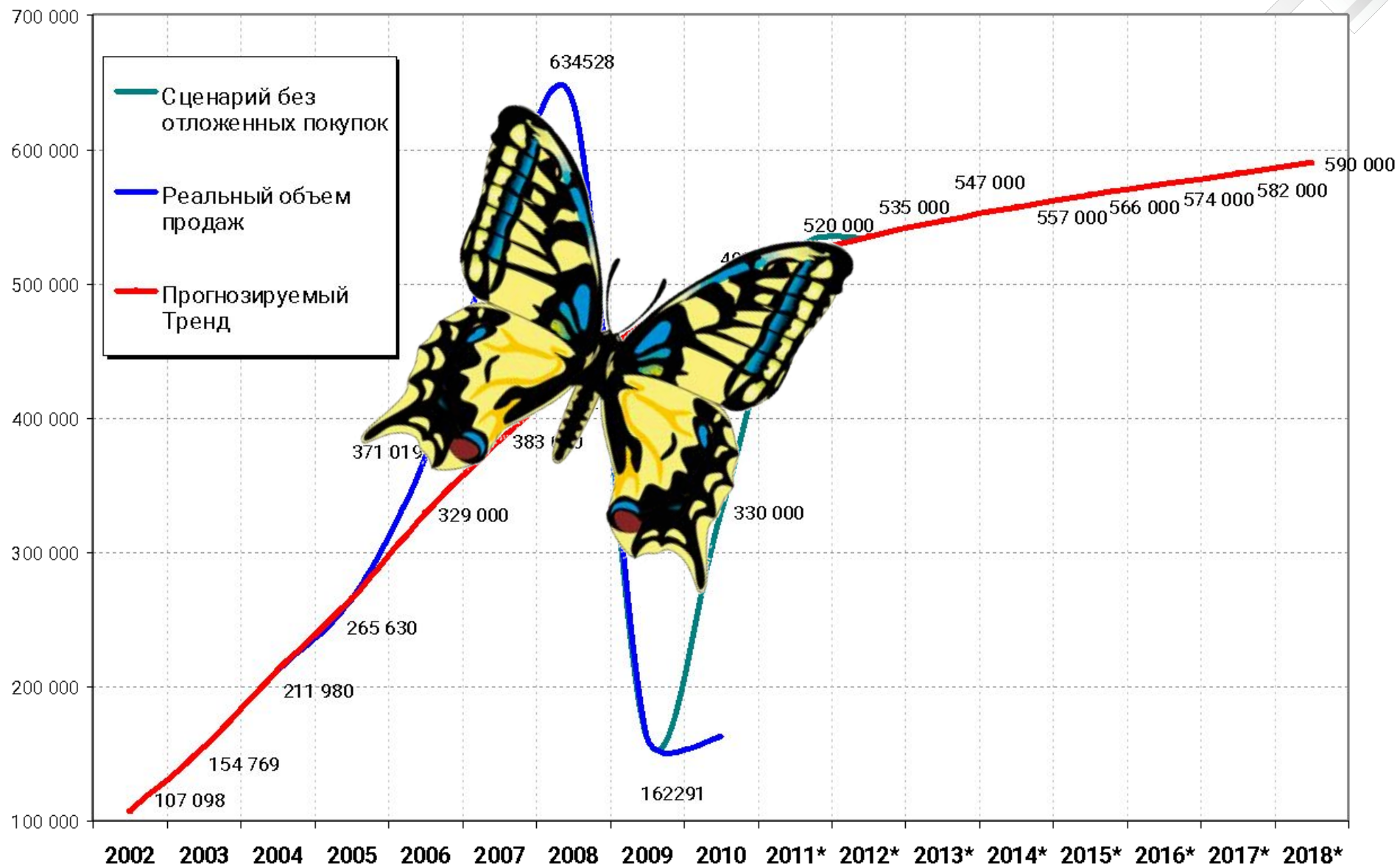
Оптимистичный тренд – продажи новых авто



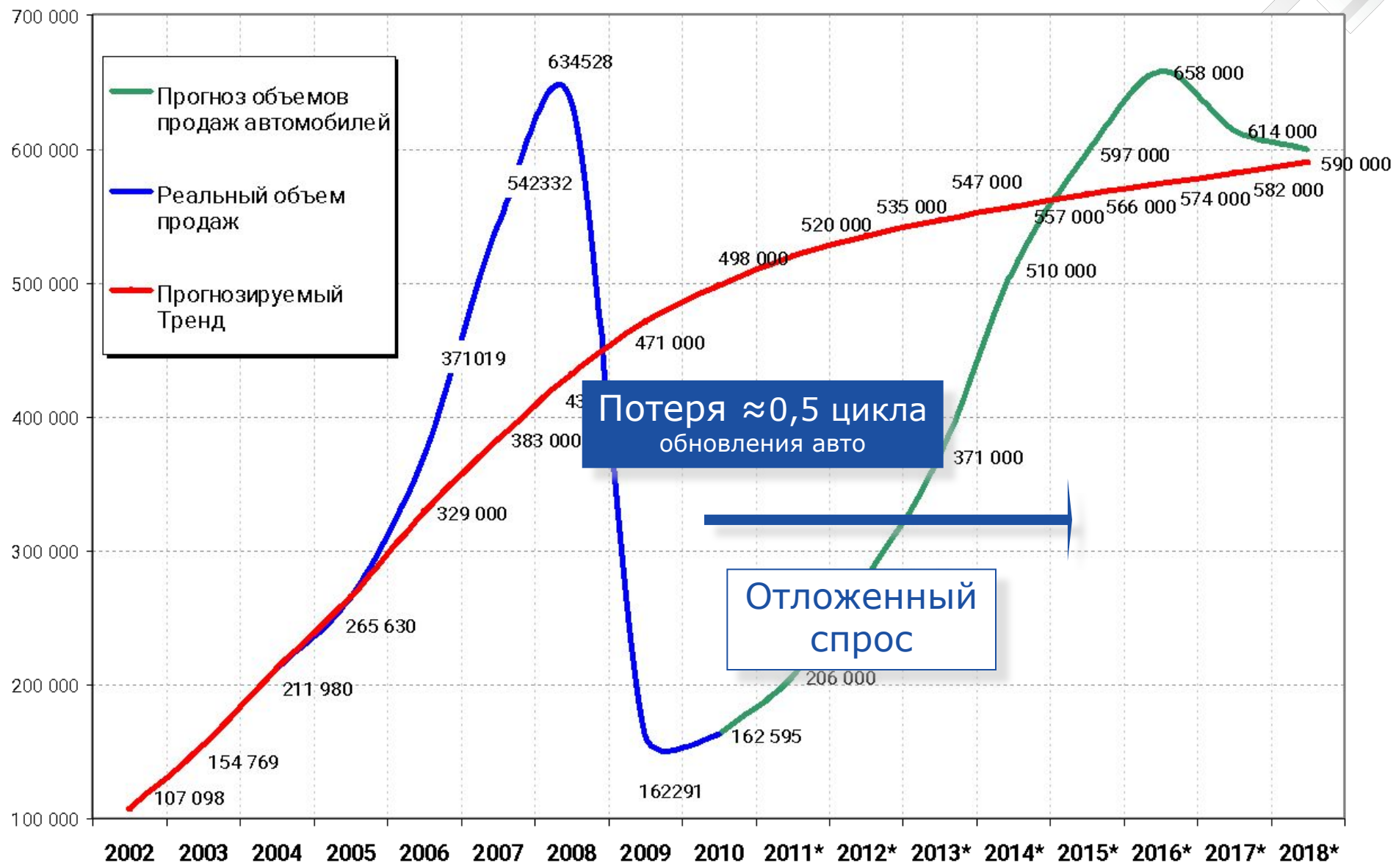
Оптимистичный тренд – продажи новых авто



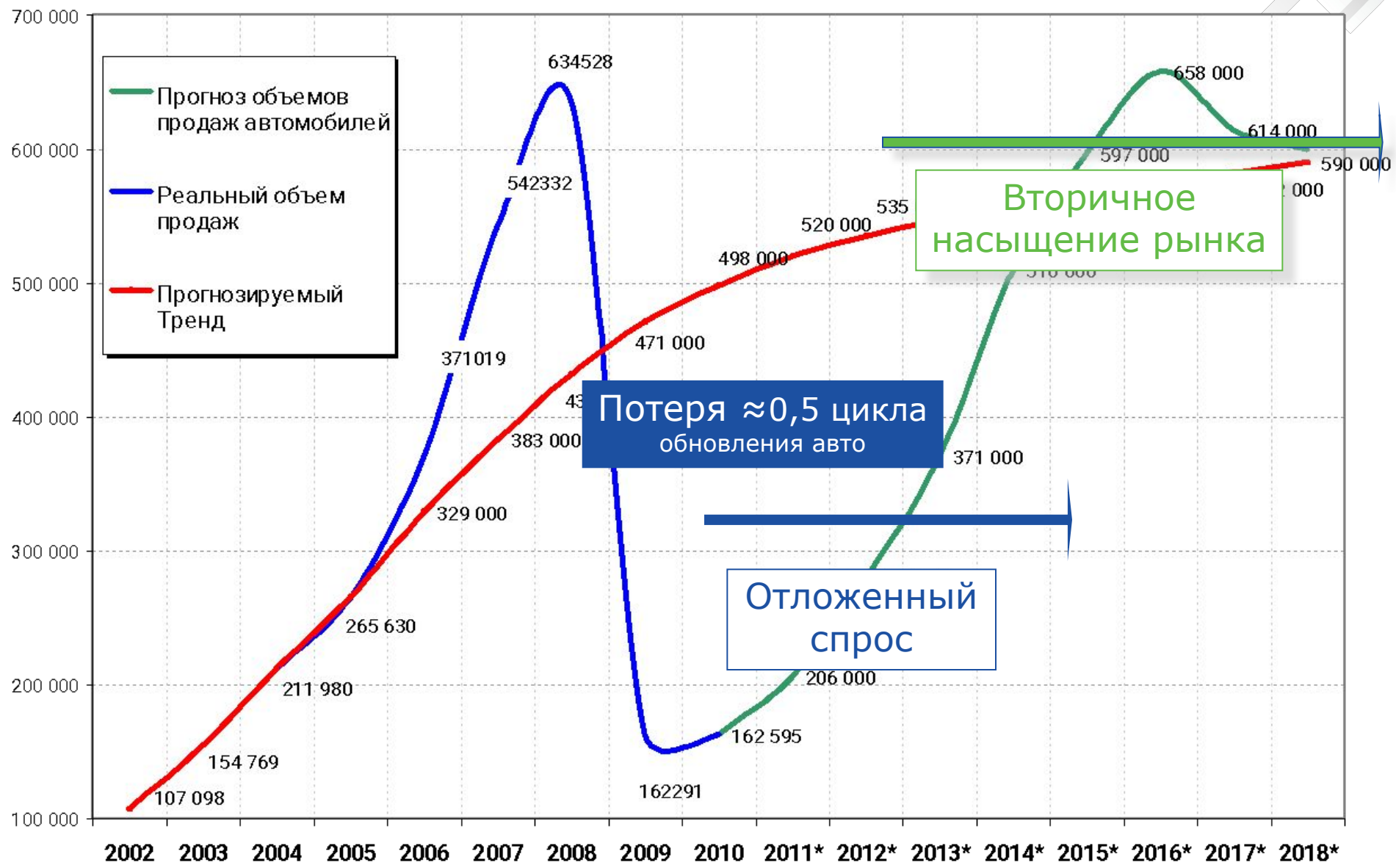
Оптимистичный тренд – продажи новых авто



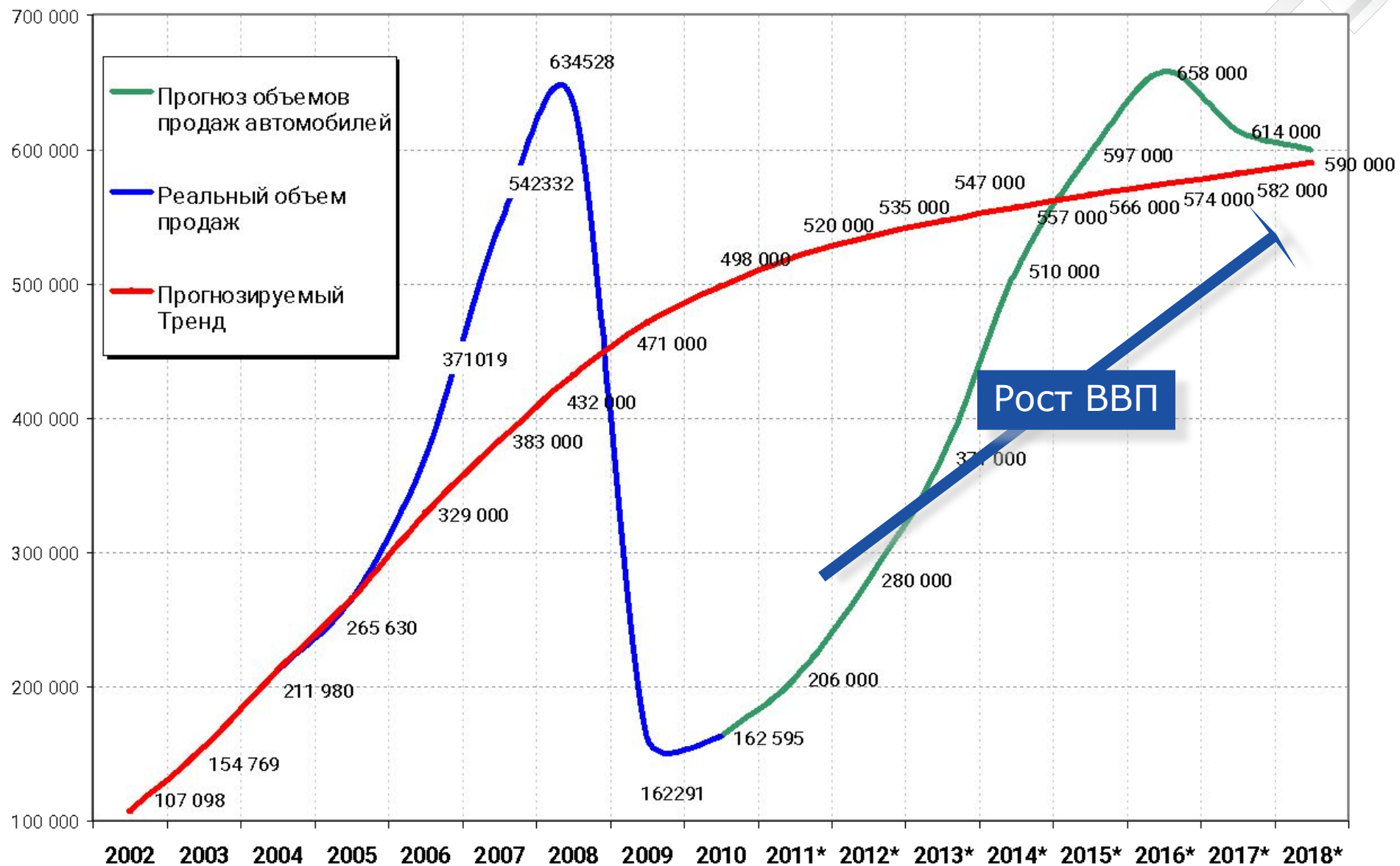
Новый тренд – продажи новых авто



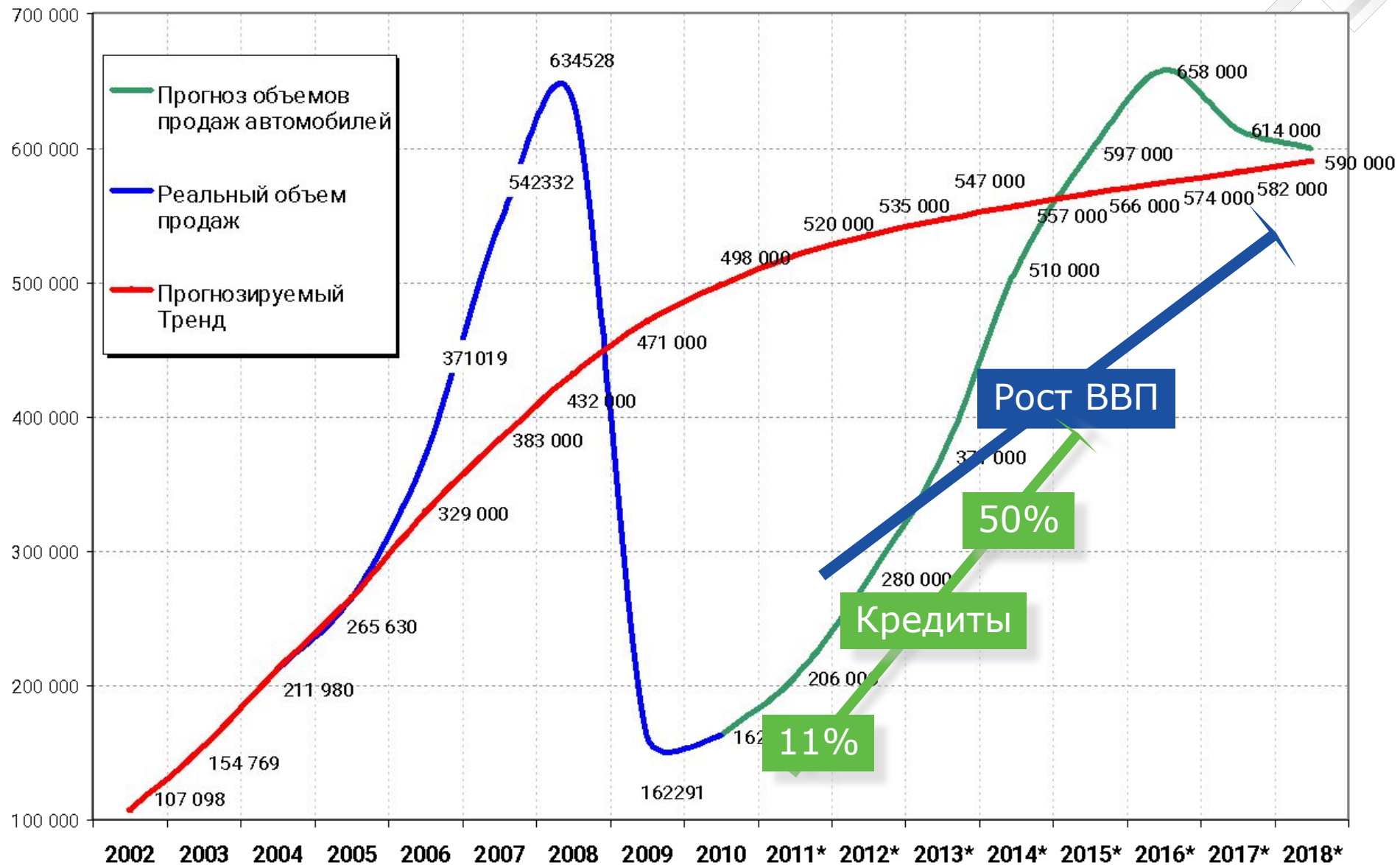
Новый тренд – продажи новых авто



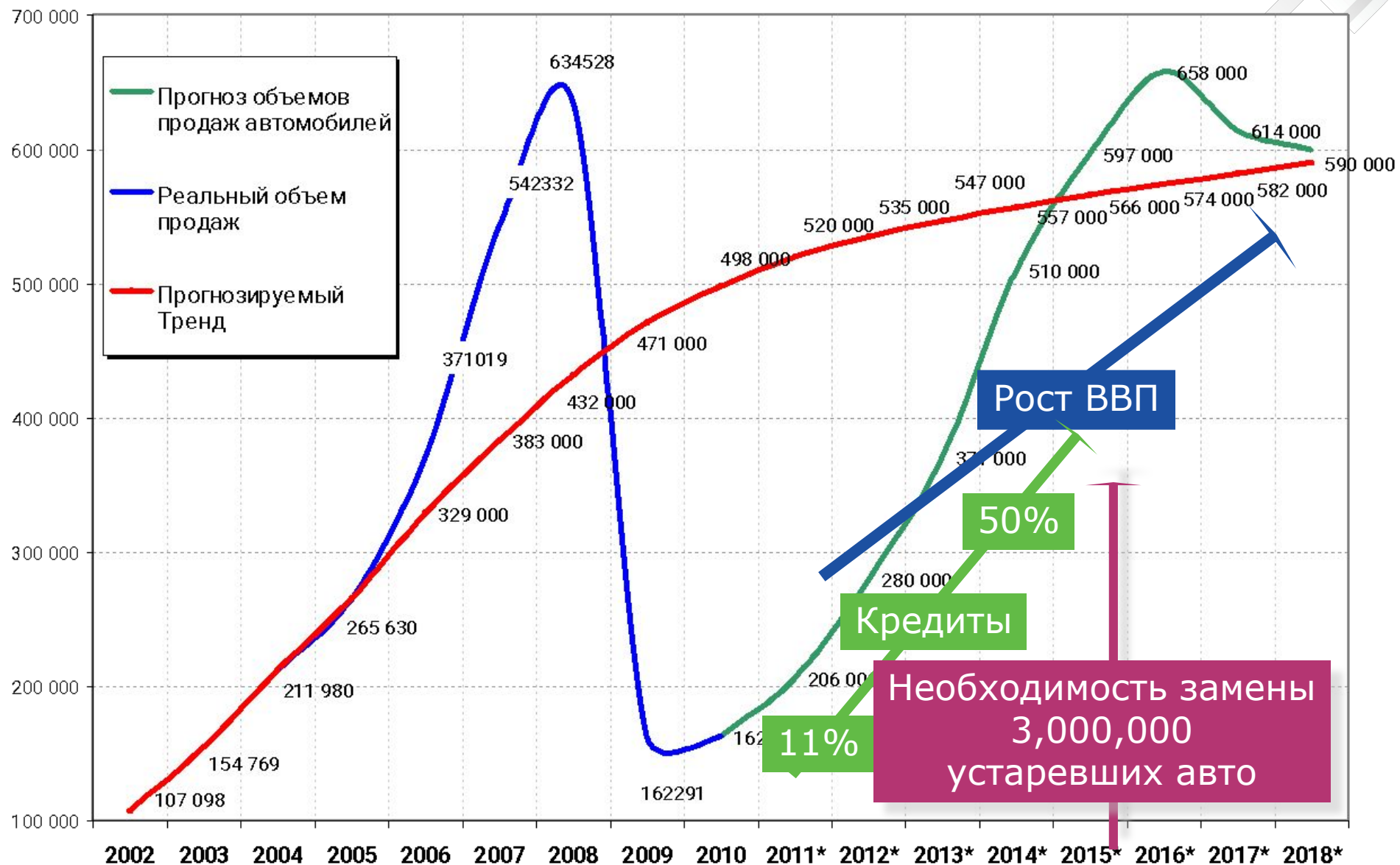
Чего ждать?



Чего ждать?



Чего ждать?



Рост ВВП

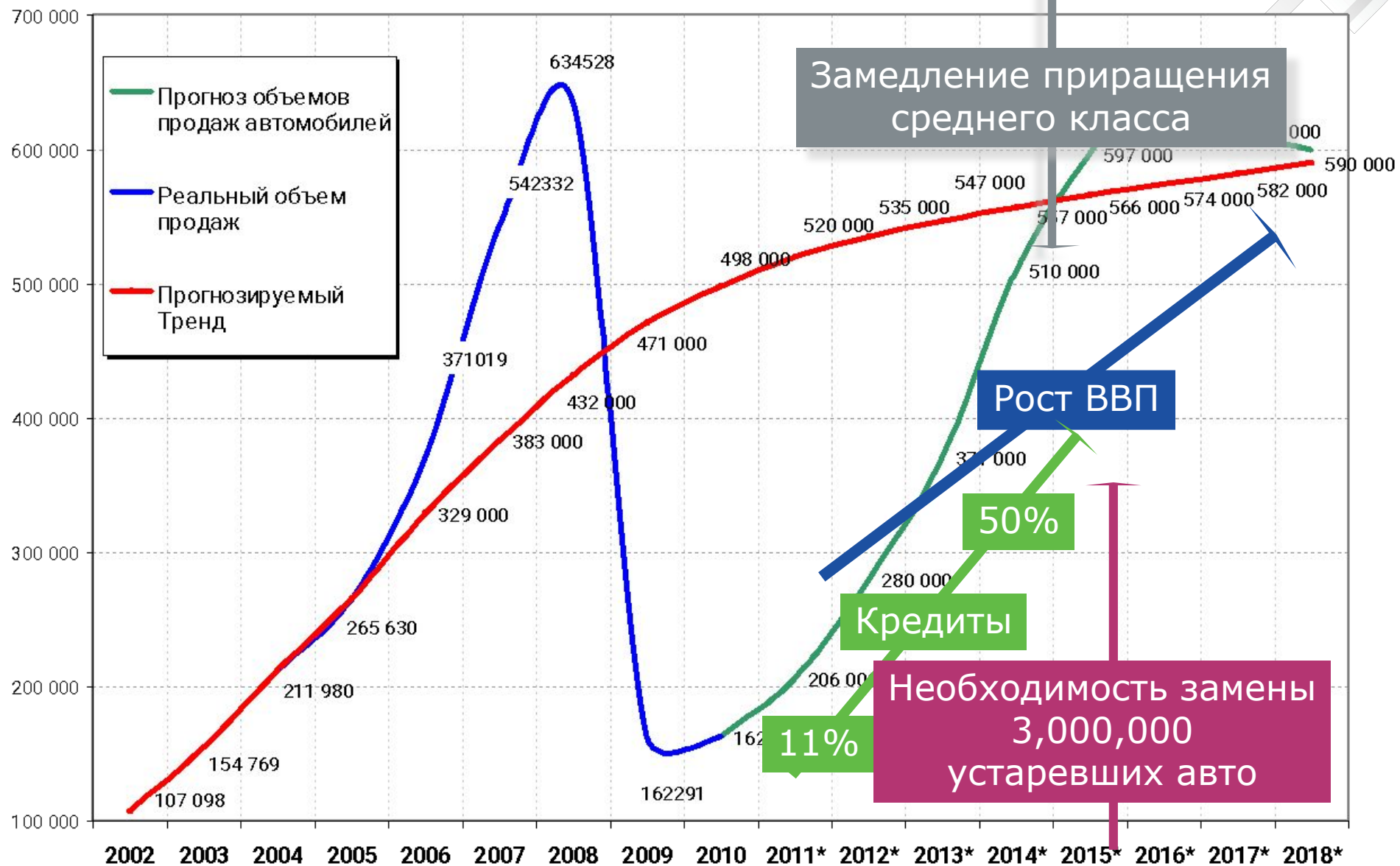
50%

Кредиты

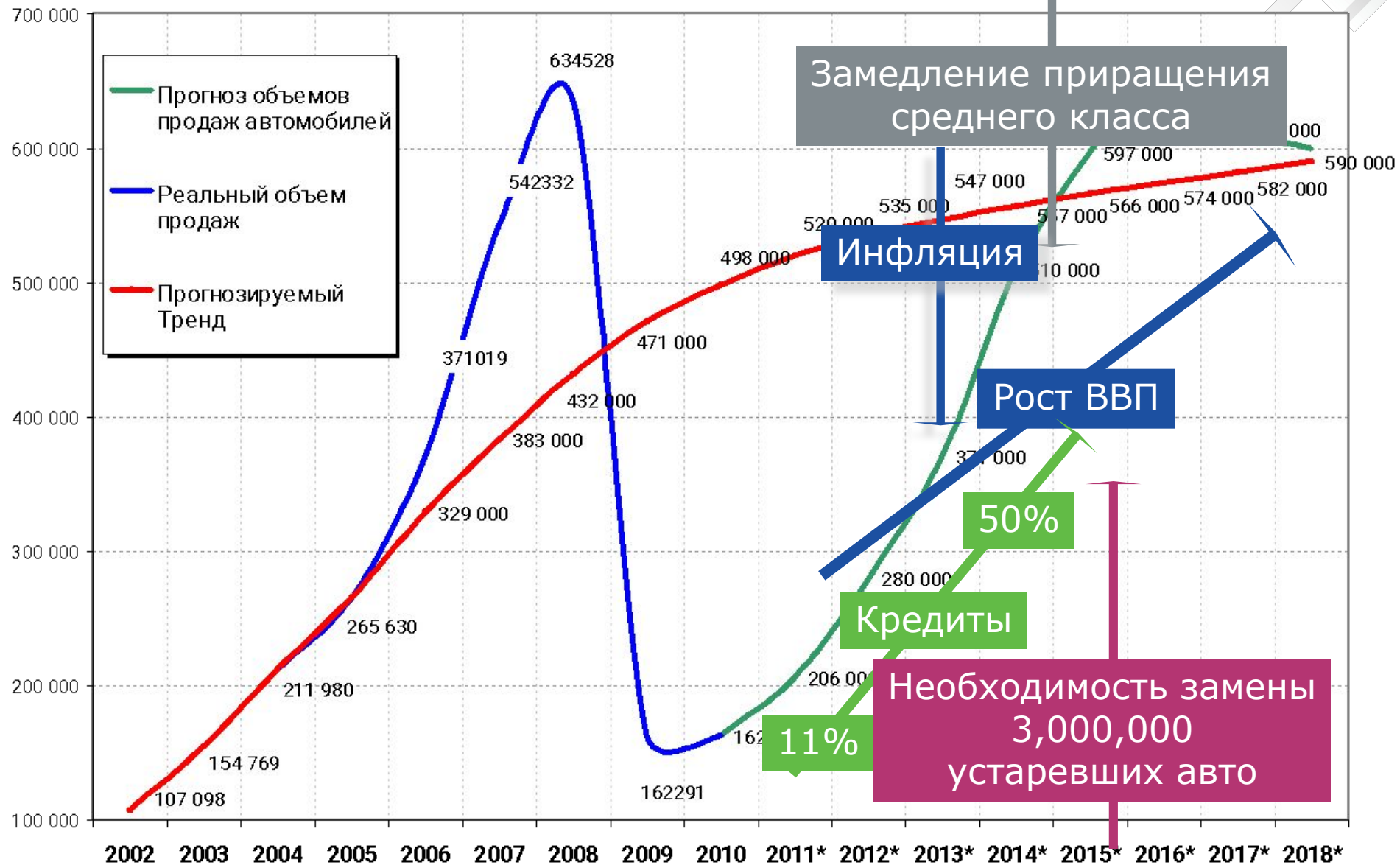
11%

Необходимость замены 3,000,000 устаревших авто

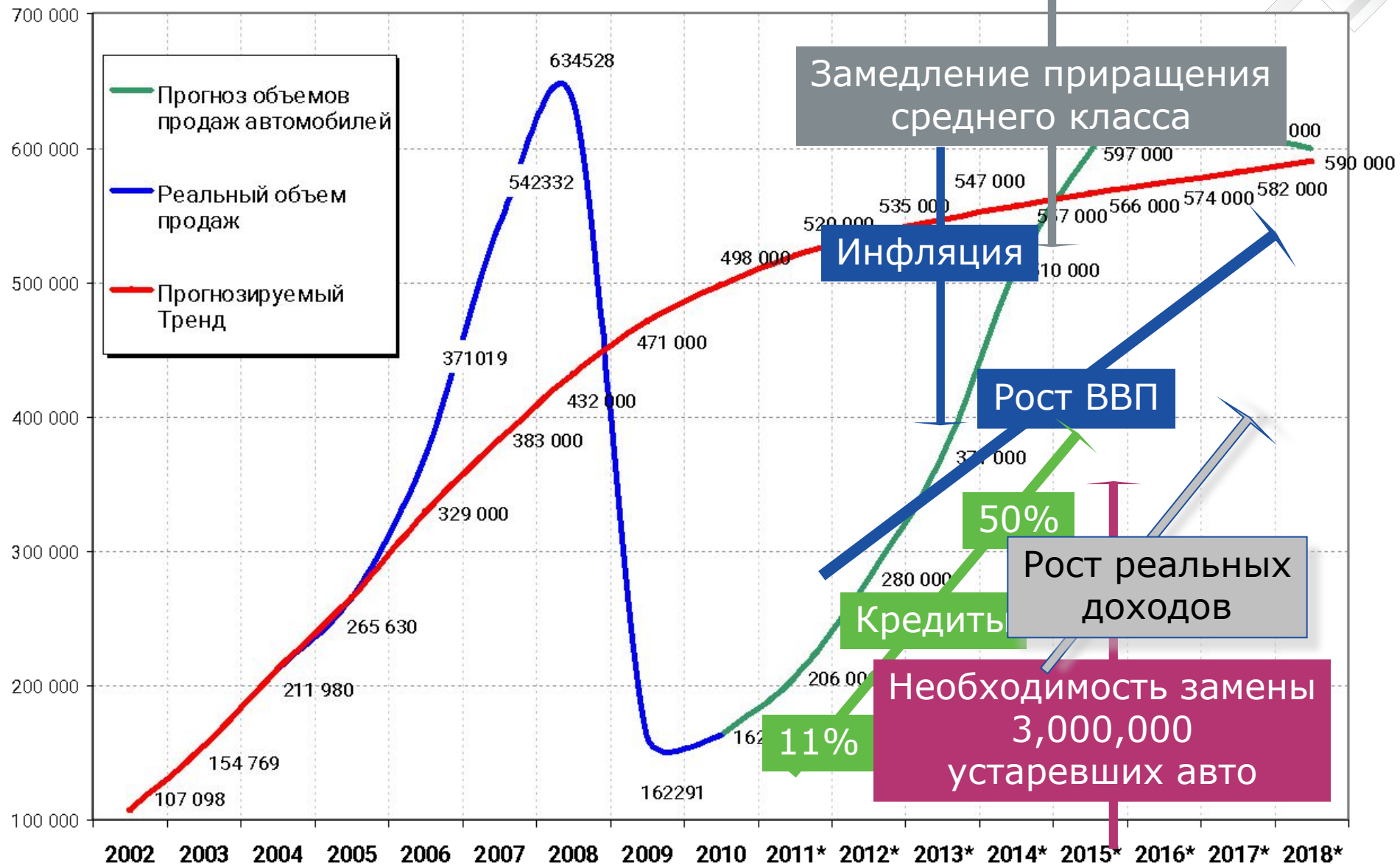
Чего ждать?



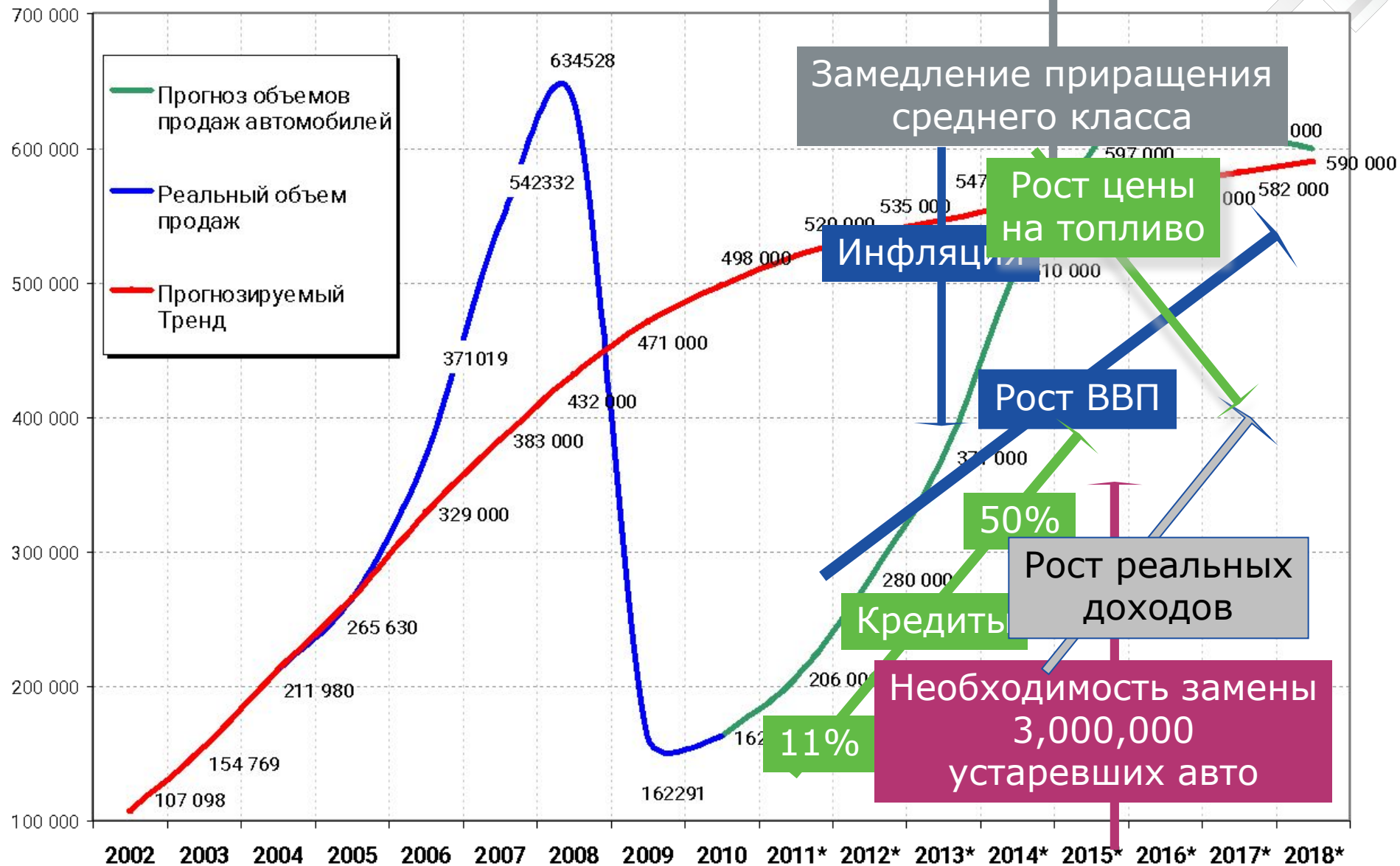
Чего ждать?



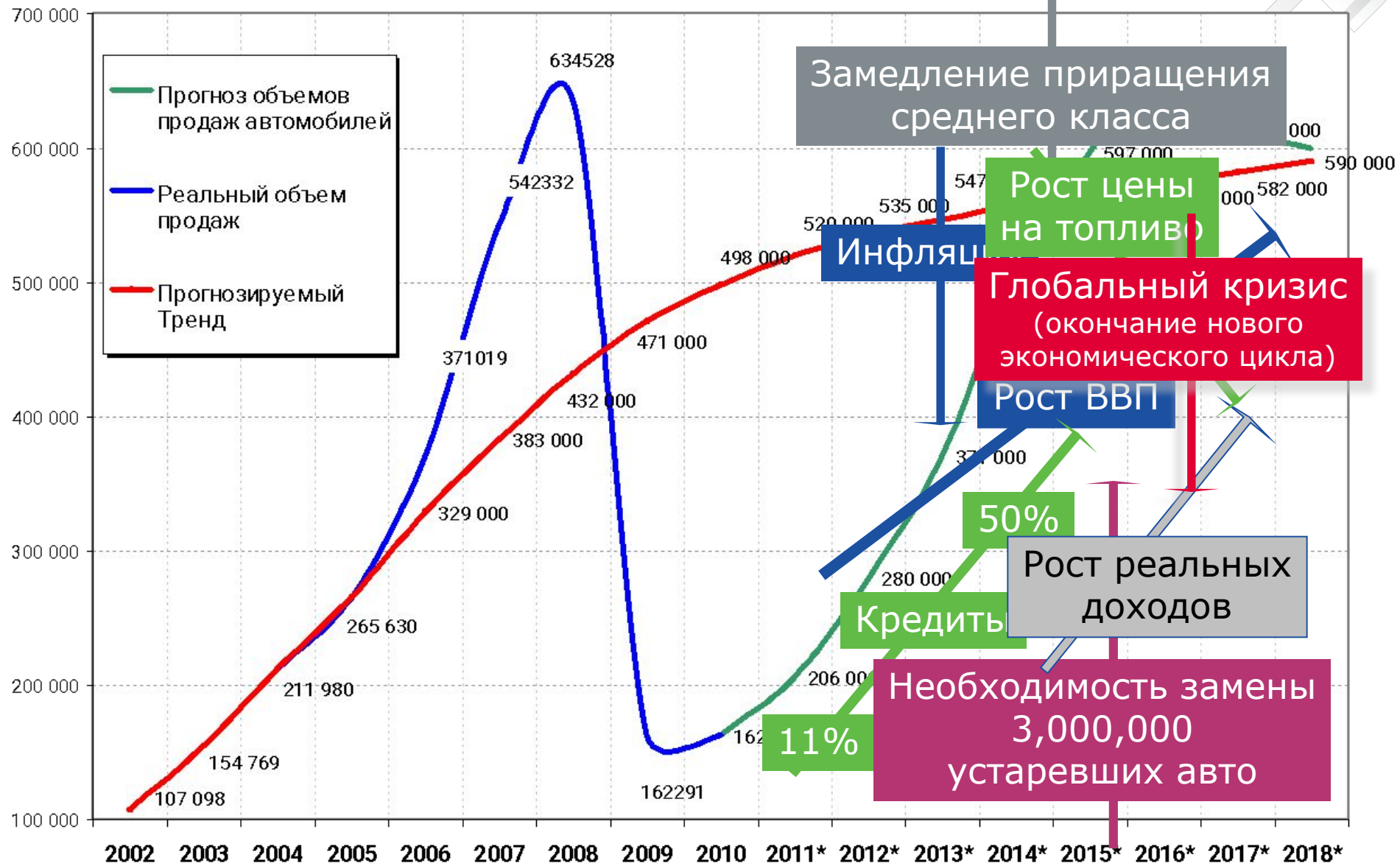
Чего ждать?



Чего ждать?



Чего ждать?



Замедление приращения среднего класса

Рост цены на топливо

Инфляция

Глобальный кризис (окончание нового экономического цикла)

Рост ВВП

50%

Рост реальных доходов

Кредиты

11%

Необходимость замены 3,000,000 устаревших авто

Чего ждать?



«Синдром Франкенштейна»:
мы слишком полагаемся на цифры,
порой не отдавая себе отчёт, что за
НИМИ СТОИТ

Чего ждать?

Перспектива 2012 – 2015 года:

1. Развитие рынка

- Не считать продажи прошлых периодов, а формировать продажи будущих периодов
- Объединяться, чтобы делить **500,000** в год

2. Переход к рефлексивному управлению

- Управлять (проактивно), а не встраиваться (реактивно)
- Расширять рамку представления о рынке

2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011* 2012* 2013* 2014* 2015* 2016* 2017* 2018*

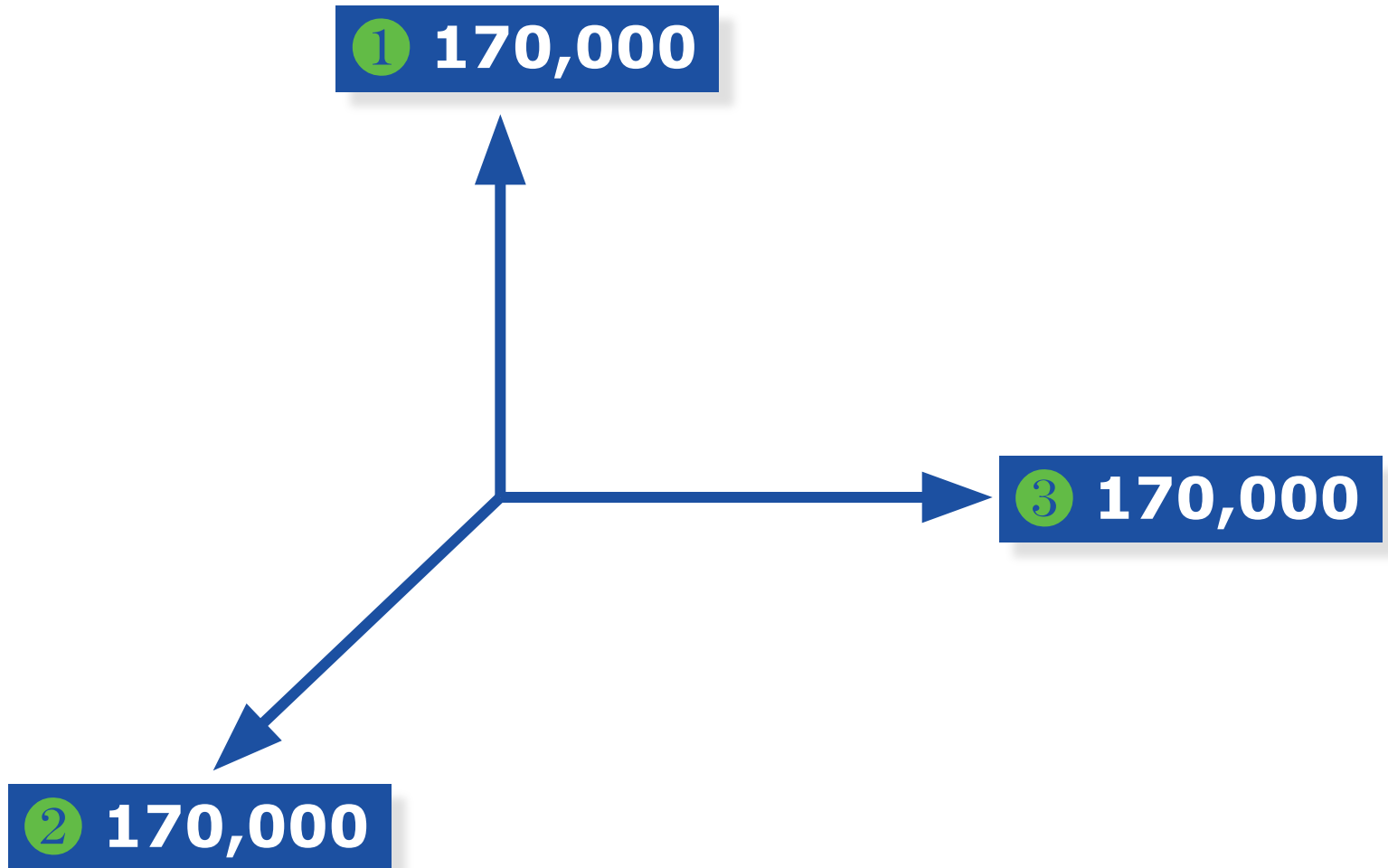
Можно сориентироваться на три числа:

170,000

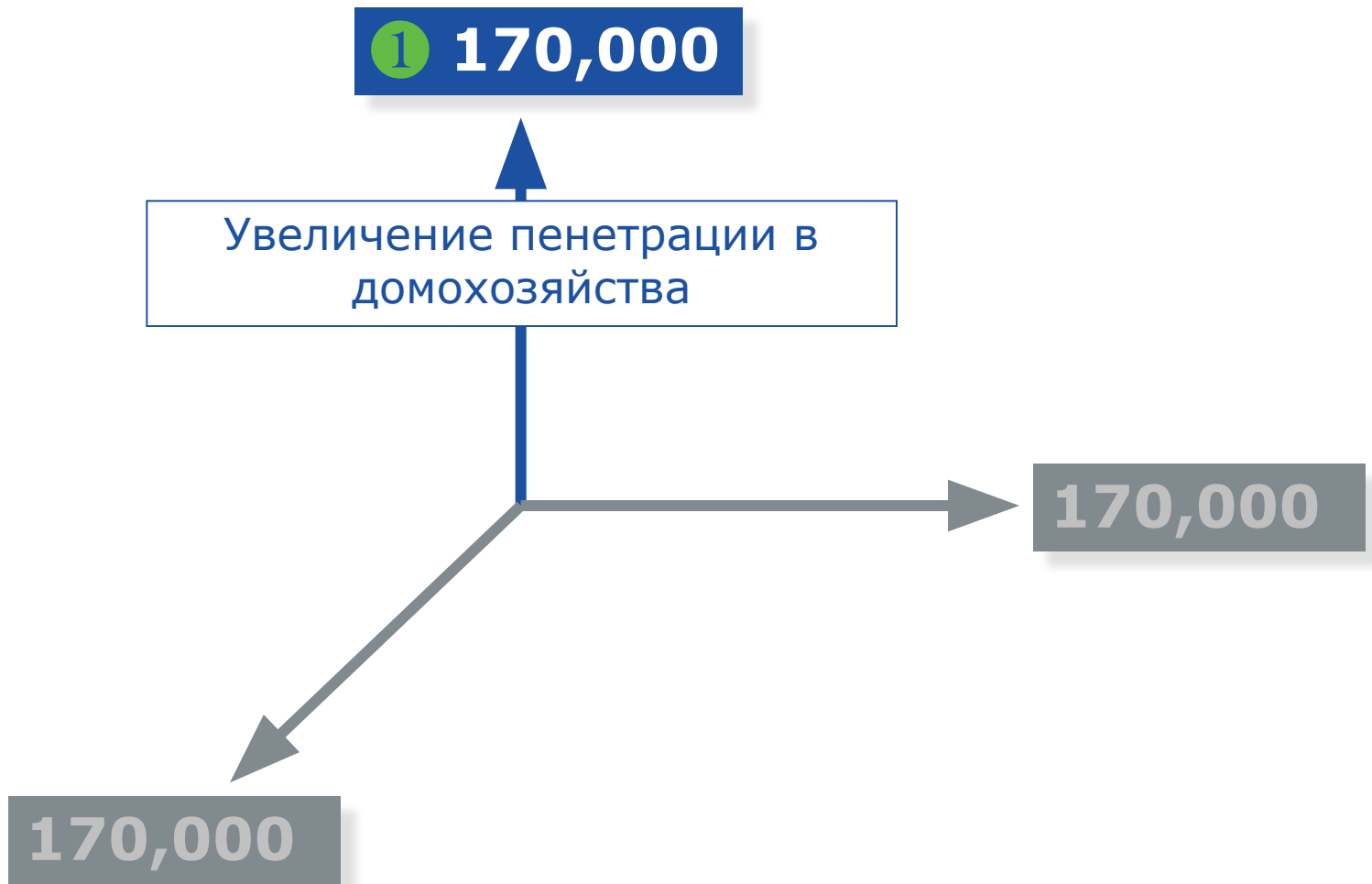
170,000

170,000

Экономически и рыночно оправданный потенциал продаж новых авто в год



1-ый вектор



Увеличение пенетрации в домохозяйства

1 170,000

30%
ДОМОХОЗЯЙСТВ
ИМЕЮТ АВТО

Россия: 37% (2010)
22% (2005)
USA: 95%

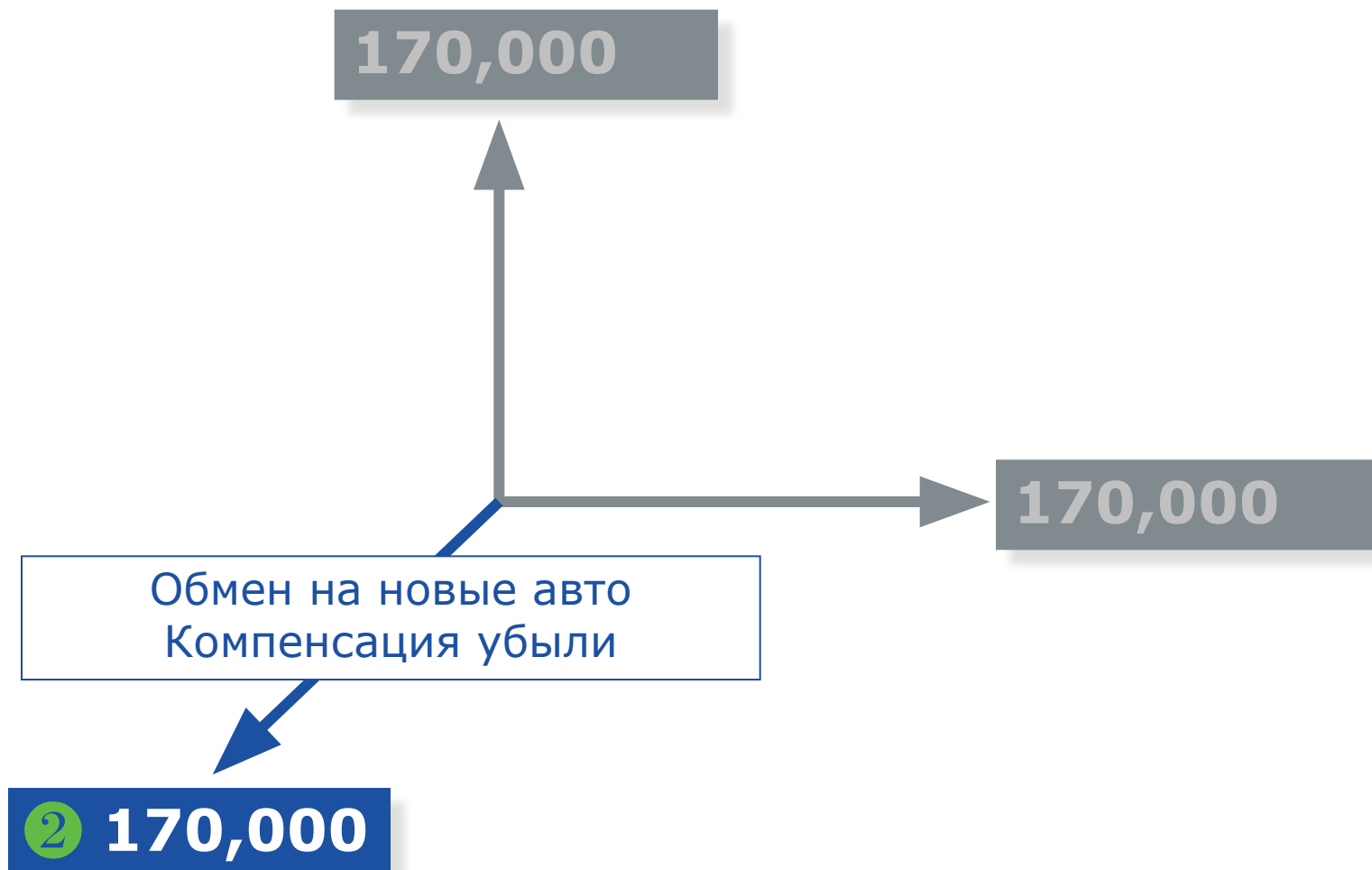


≈17 млн.
ДОМОХОЗЯЙСТВ
в Украине

+1% / ГОД

Кредитование – мнимое ускорение перехода

2-ой вектор



Цикл обновления авто:
«предыдущий новый на новый» («1-ые руки»)

2 170,000

7 лет

средневзвешенный
возраст продаваемого на
вторичном рынке авто

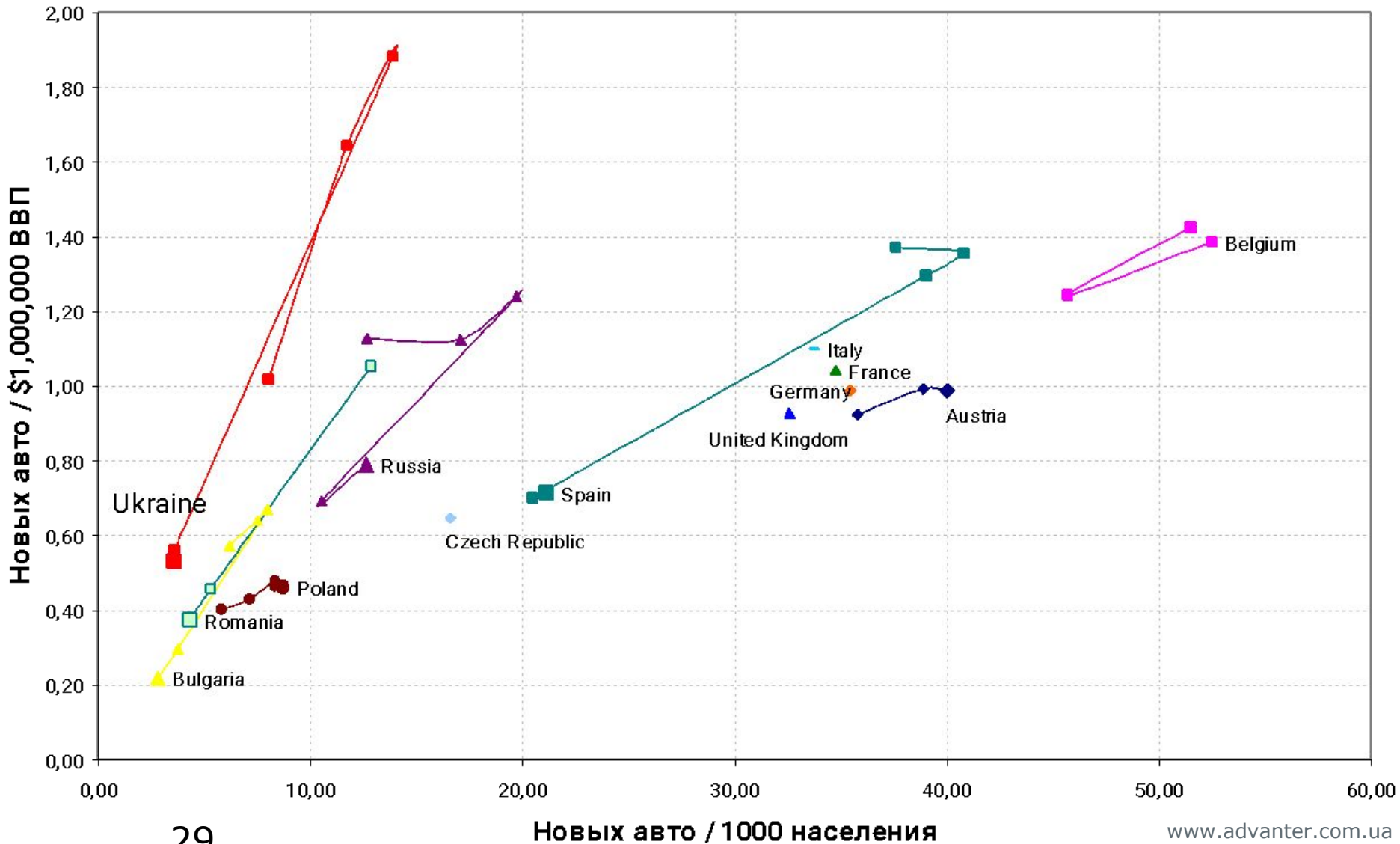
5 лет

цикл обновления
возраст продаваемого на
вторичном рынке авто,
купленного на первичном
рынке

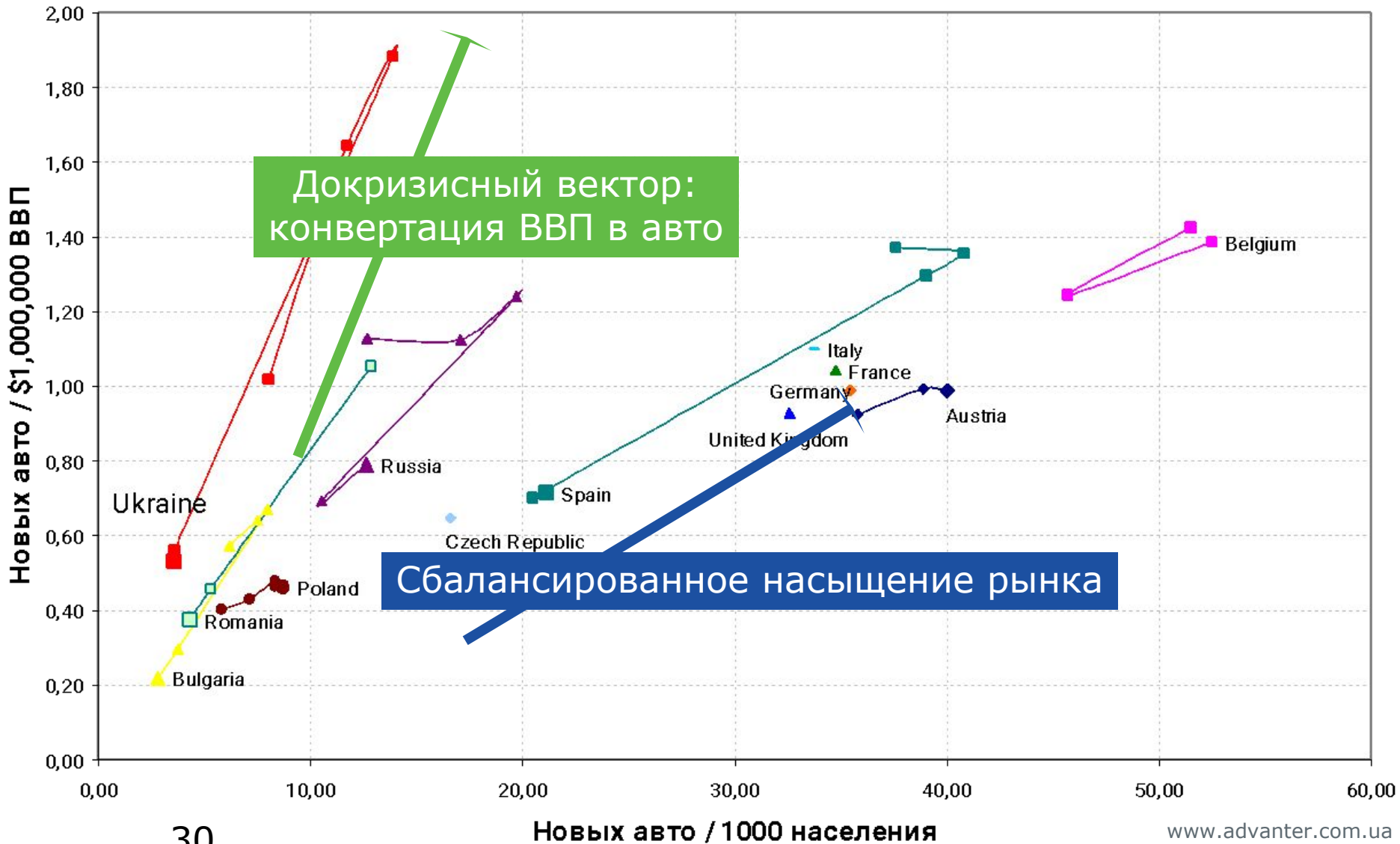
Европа: 3 года

Кризис удлинил на **2,5** года цикл для
текущих владельцев новых авто в
Украине

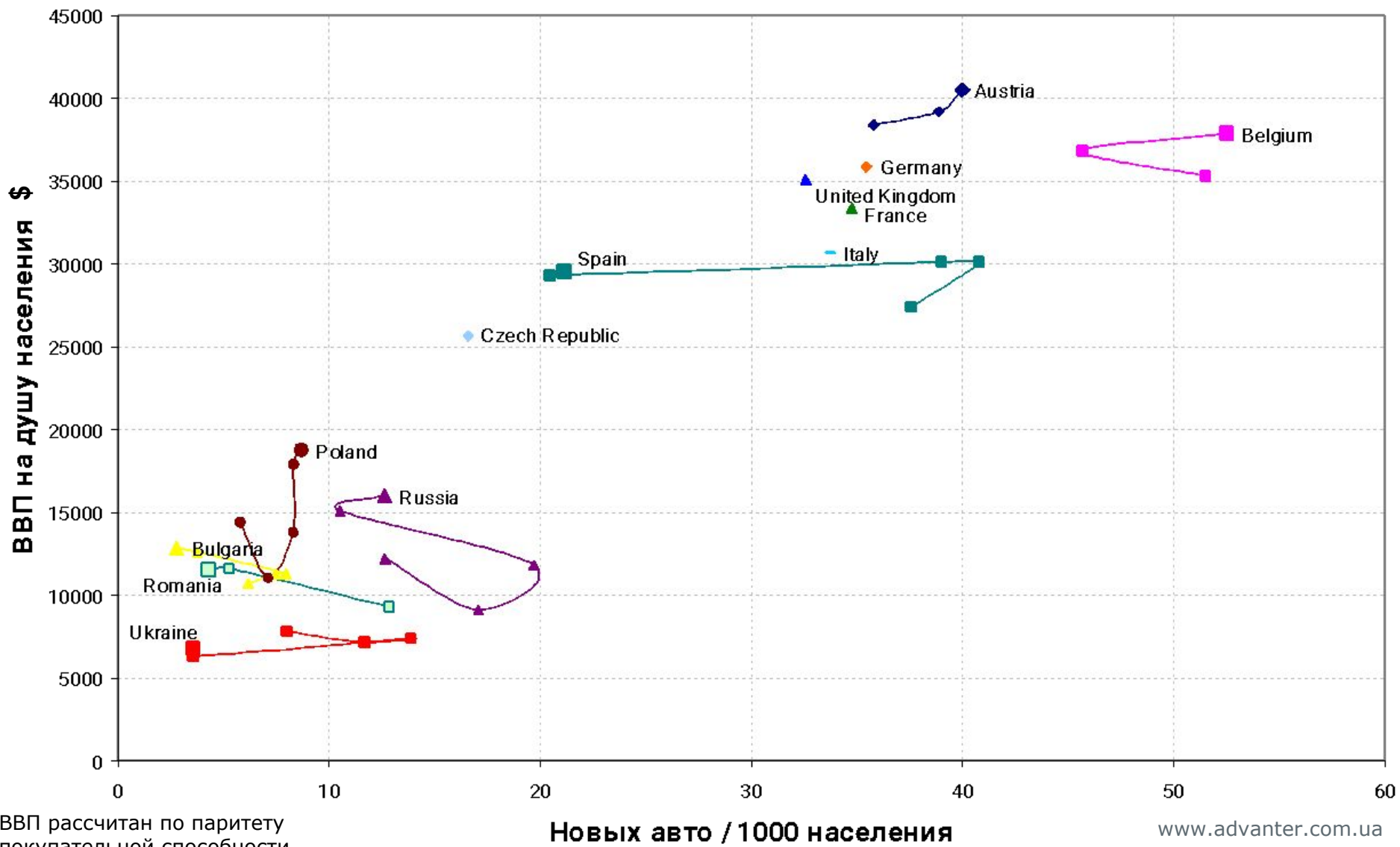
«Движущие силы» рынка (динамика: 2005 – 2010)



«Движущие силы» рынка

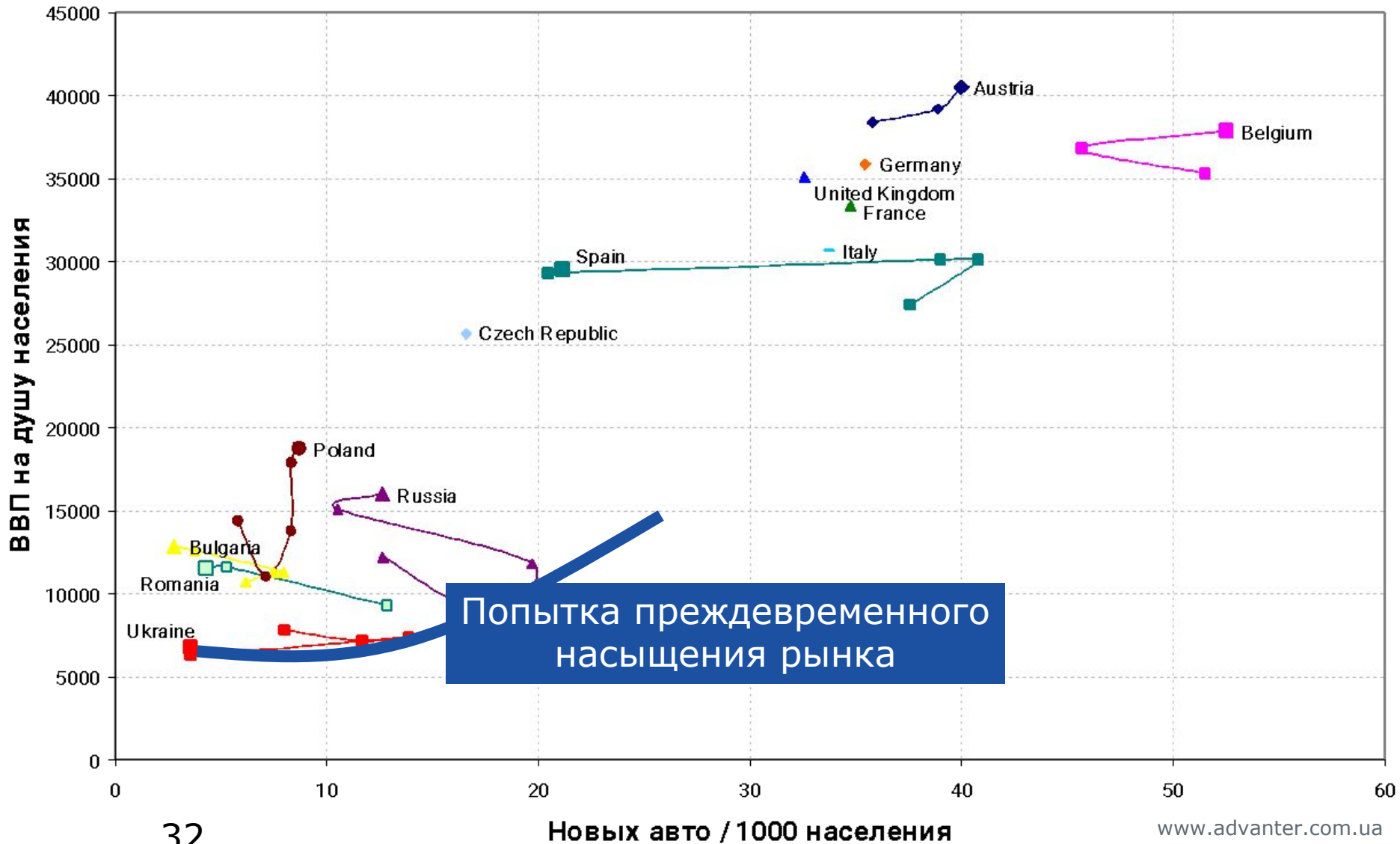


«Движущие силы» рынка – 2 (динамика: 2005 – 2010)

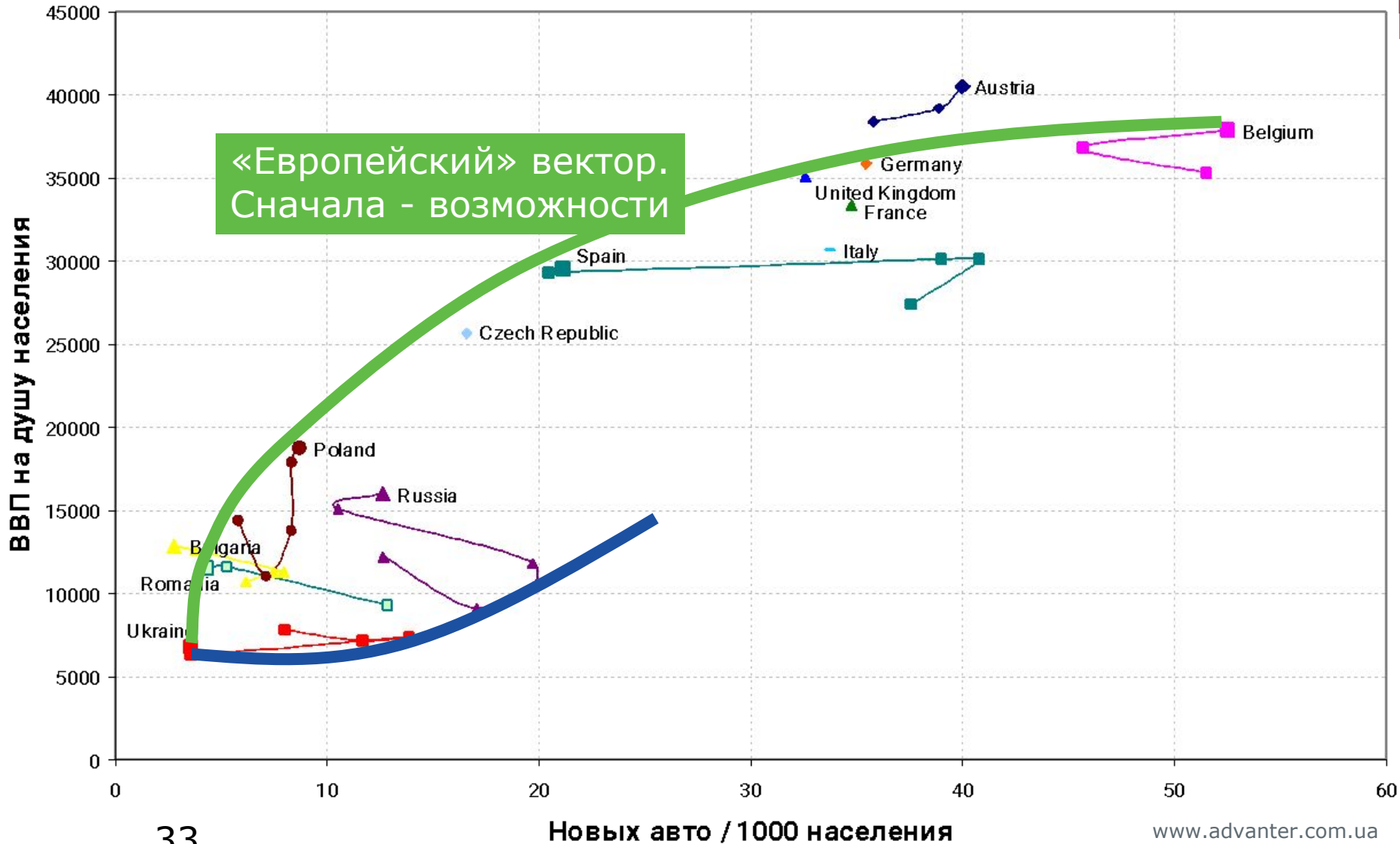


ВВП рассчитан по паритету покупательной способности

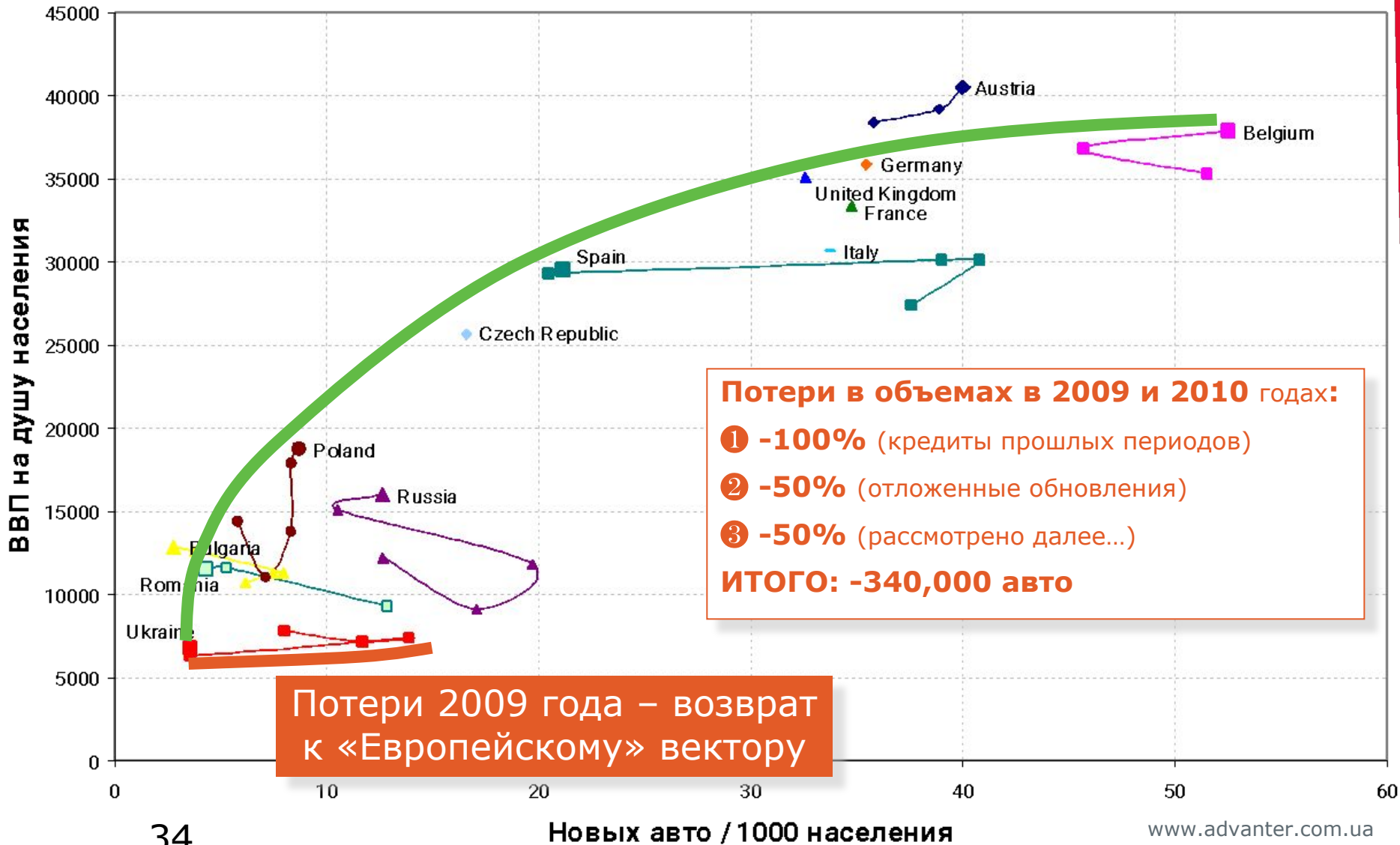
«Движущие силы» рынка -2



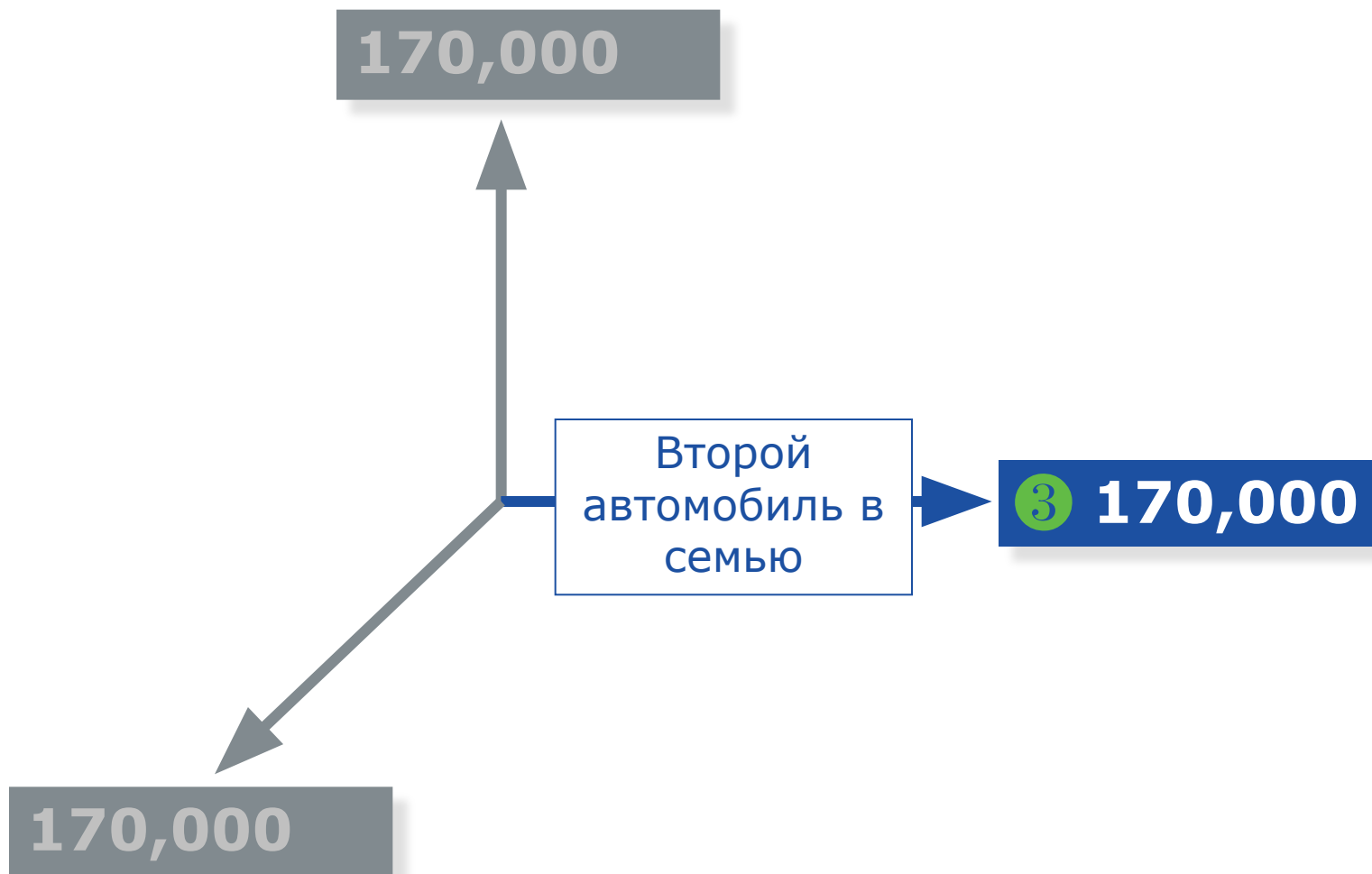
«Движущие силы» рынка -2



«Движущие силы» рынка -2



3-ий вектор



Второй автомобиль в семью

3 170,000

Авто на домохозяйство

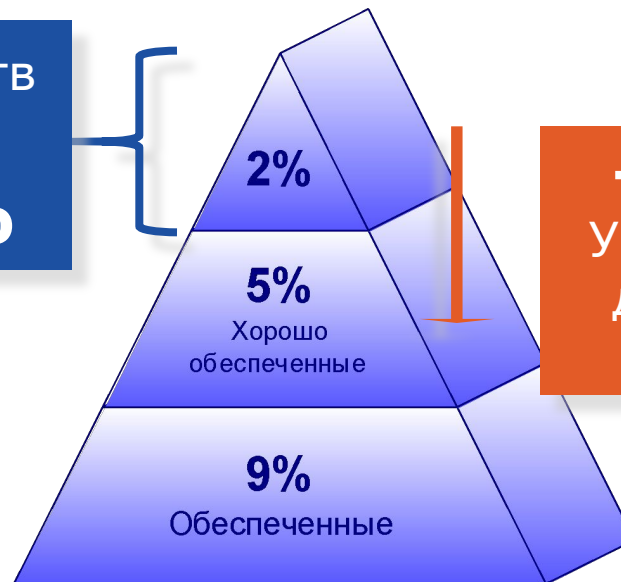
Украина: 1,06

Европа: 1,5

USA: 2,28

**2% домохозяйств
имеют
2 и более авто**

Россия: 4%
(2010)
1% (2005)
USA: 57%



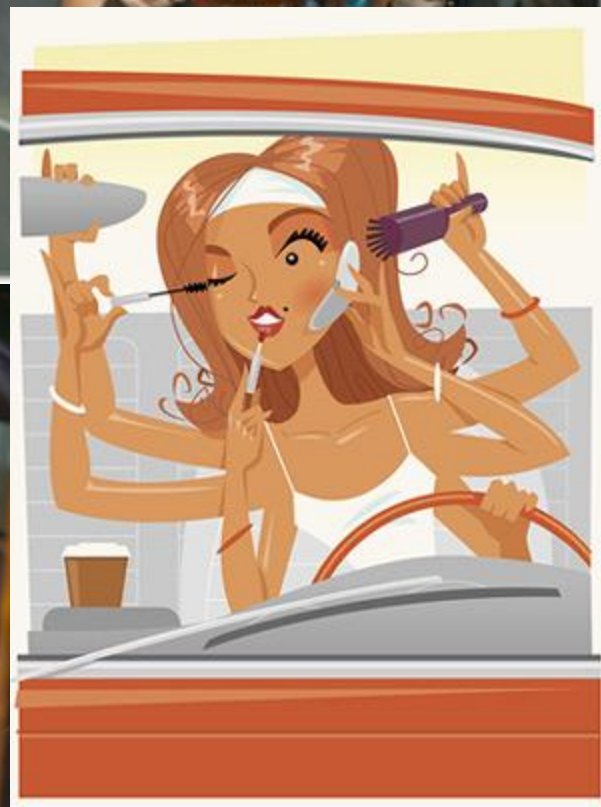
+1% / ГОД
Увеличение доли домохозяйств с 2 авто

ЖЕНЩИНА ЗА РУЛЕМ



как звезда:
все ее видят
она - никого

©WWW.ROYBERG.COM



«Женщина за рулем – аккуратный водитель»



**3,500,000 авто
за 10 лет**

ИТОГ

Кризис прошел – возобновляется первичное насыщение рынка.

Три основных вектора роста ёмкости рынка:

- Проникновение в домохозяйства
 - +1% домохозяйств ежегодно соответственно прогнозам роста реальных доходов
- Ускорение цикла обновлений авто
 - Сокращение цикла с 5 лет до 4 лет
- Повышение интенсивности покупок – вторые авто в семью
 - +0,5% домохозяйств ежегодно

Возврат к показателю 500,000 – не столько и не только результат роста макроэкономических показателей, сколько результат консолидированных усилий операторов рынка.

С благодарностью
медиагруппе «Автоцентр»
за приглашение и
за консолидацию рынка



Спасибо за внимание!

Полный текст презентации и аналитика:
info@advanter.com.ua



**Advanter
Group**

тел./факс: +380 44 383-00-41
info@advanter.com.ua
www.advanter.com.ua

