2012 год: перспективы и источники роста

Автомобильный рынок

Advanter Group

www.advanter.ua

О чём буду говорить

Результаты 2011 года

Рыночные тенденции

Прогнозы 2012

Маркетинг на автомобильном рынке

Источники роста

Андрей Длигач
кандидат экономических наук

Генеральный директор группы компаний **Advanter Group**

Вице-президент общественной организации «Здоровая нация - ЗНАК»

Доцент кафедры международной экономики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко

Постоянный приглашенный преподаватель **МИМ Киев** («Стратегическое управление», «Маркетинговый менеджмент») и NIMA

Ведущий эксперт Украинской ассоциации маркетинга

Член профессиональных жюри конкурсов «Бренд Года», Беларусь (Председатель жюри 2008), «Белый квадрат» (Председатель жюри 2009), EFFIE Awards (2009,2011) и других

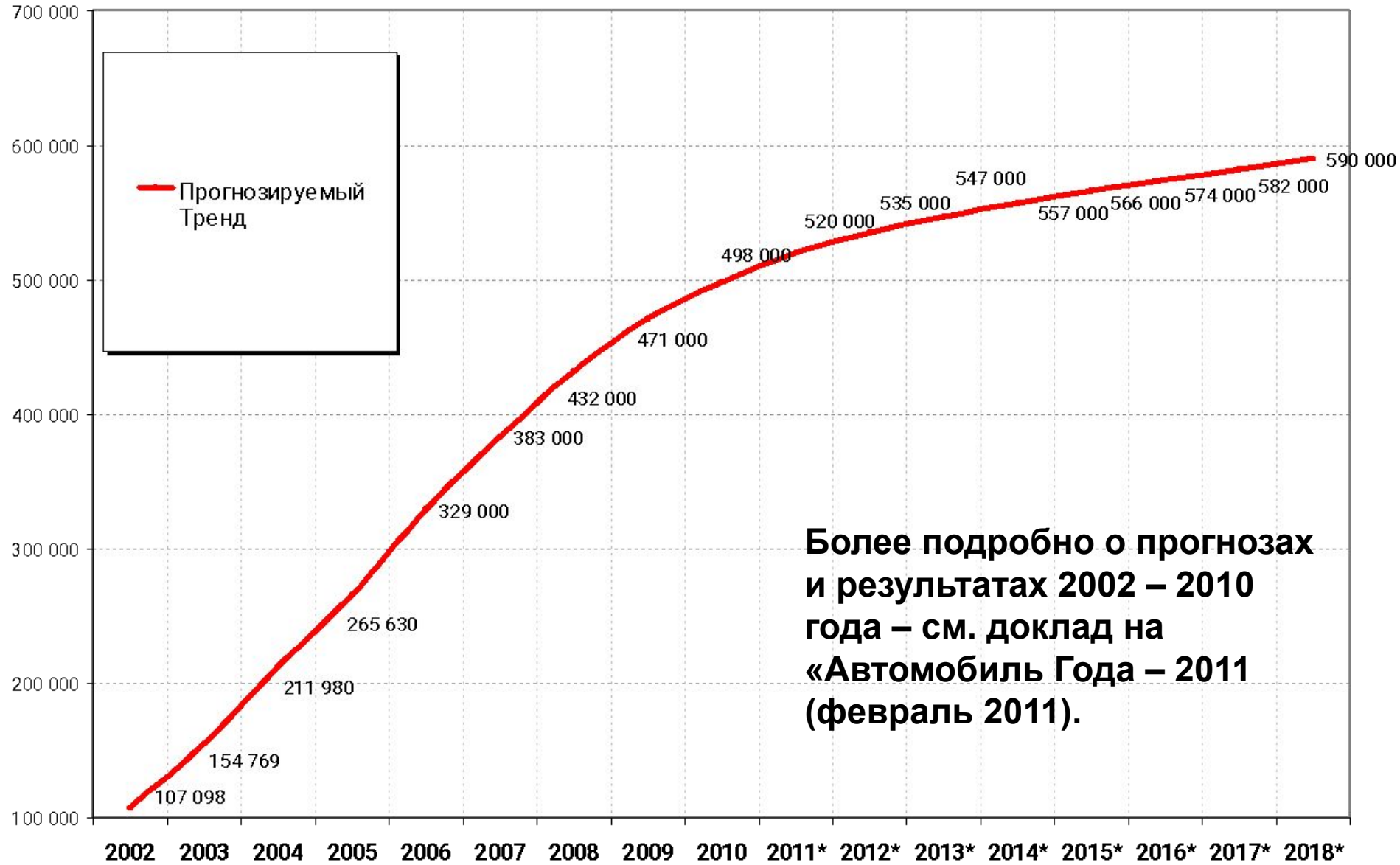
О прогнозах и результатах

И снова об этом

Advanter Group

www.advanter.ua

«Оправданный» тренд – продажи новых авто

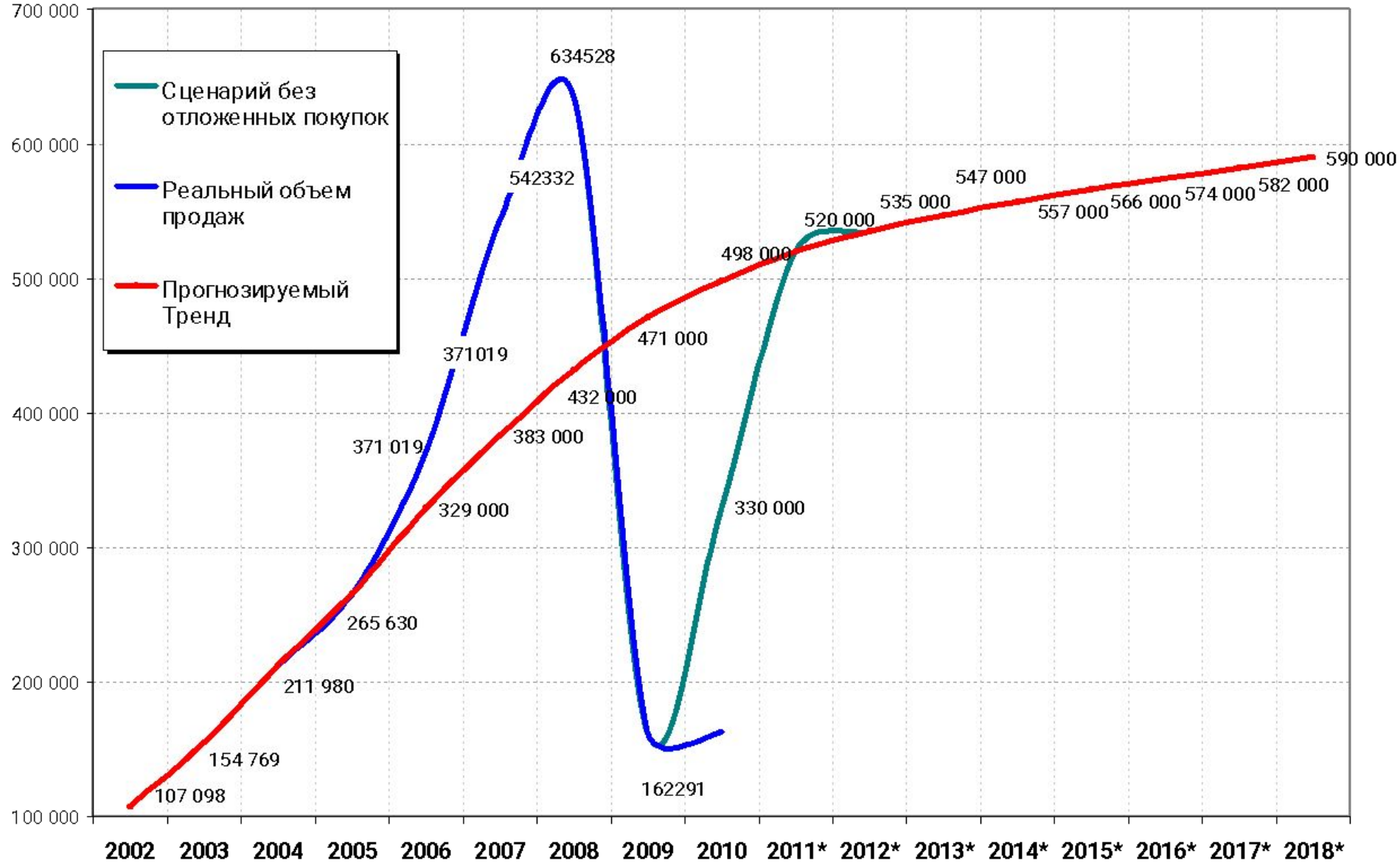


Более подробно о прогнозах и результатах 2002 – 2010 года – см. доклад на «Автомобиль Года – 2011 (февраль 2011).

www.advanter.ua

Данные: AUTO-Consulting, Advanter Group

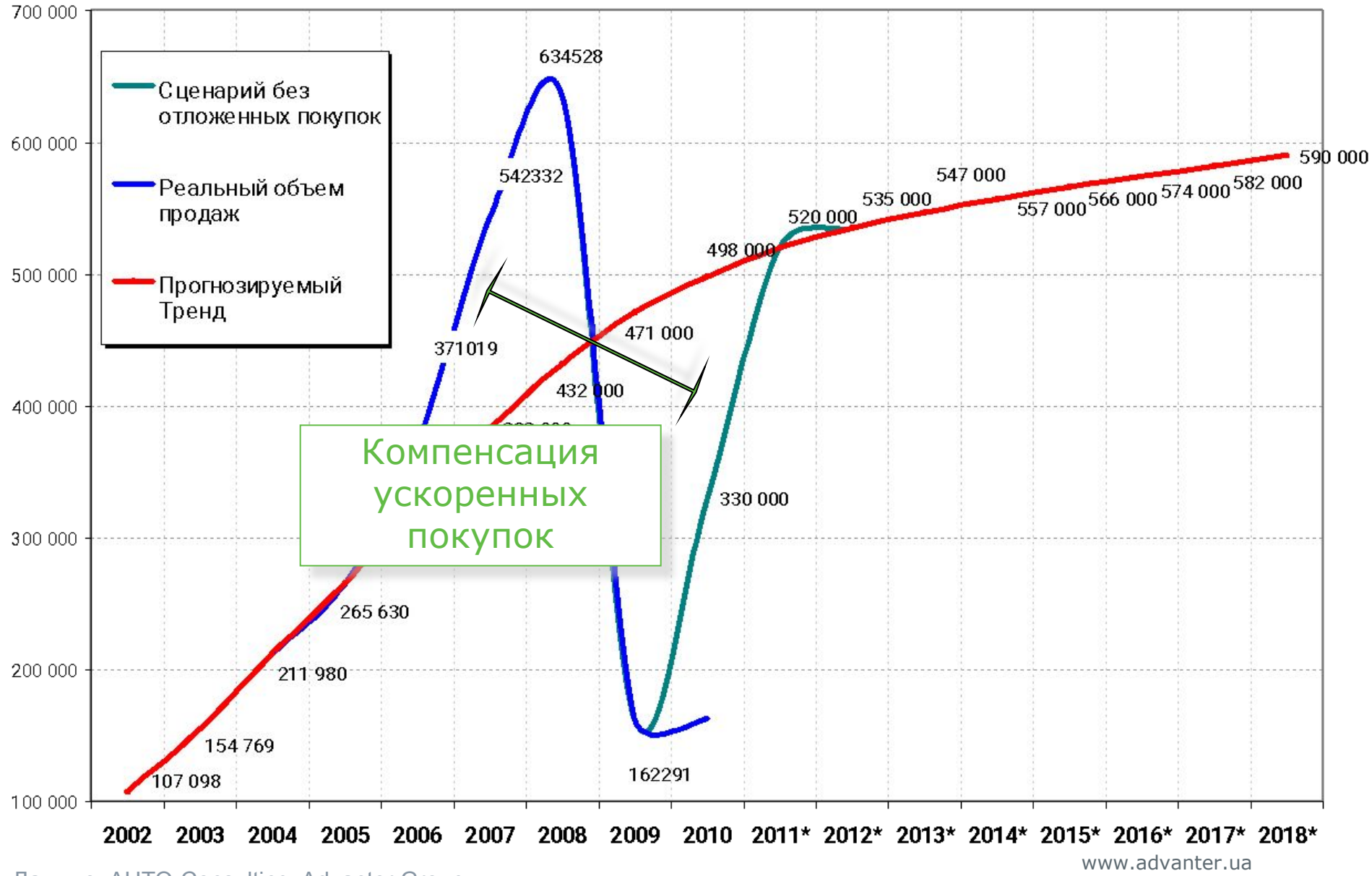
Оптимистичный тренд – продажи новых авто



www.advanter.ua

Данные: AUTO-Consulting, Advanter Group

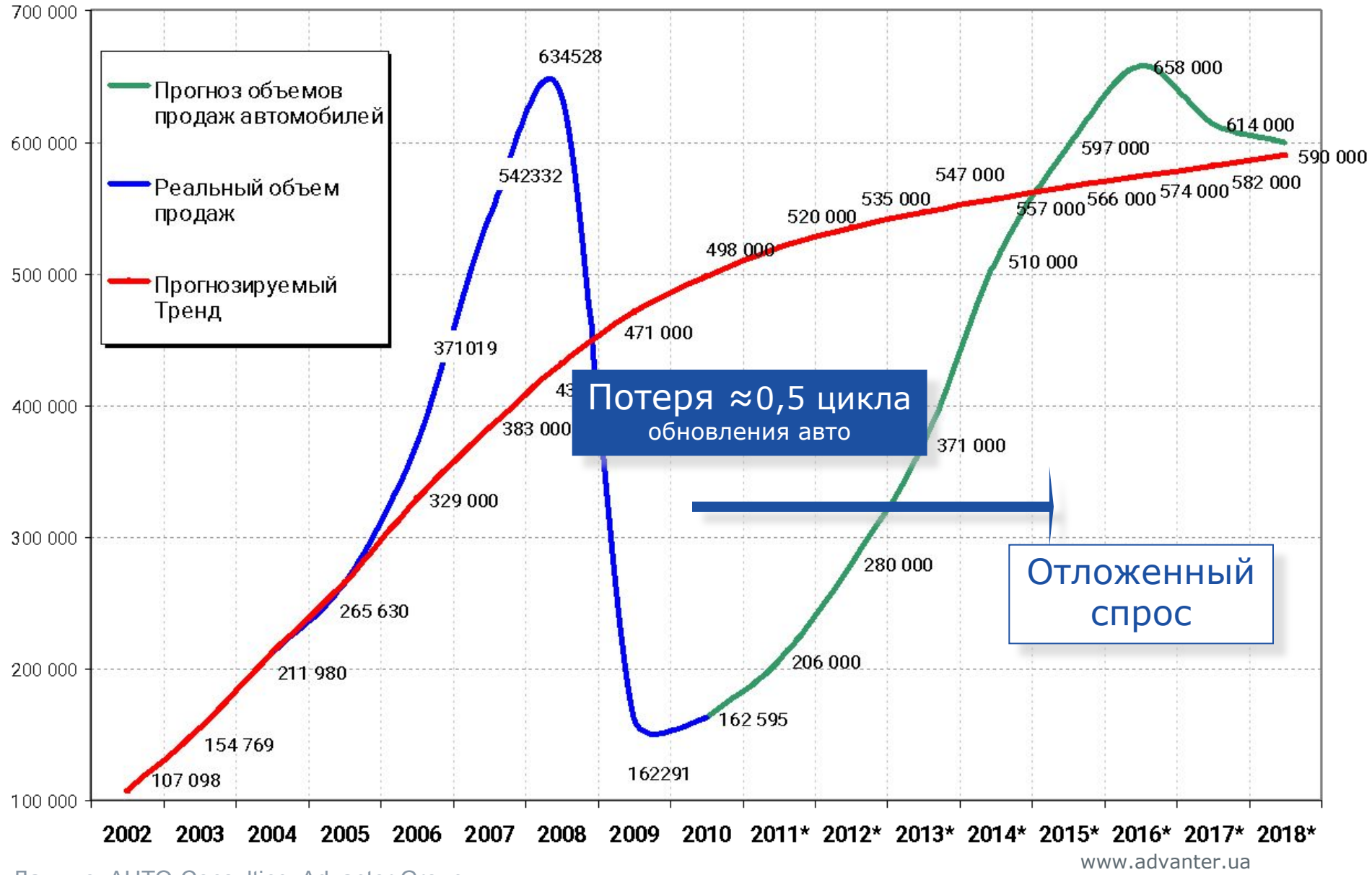
Оптимистичный тренд – продажи новых авто



www.advanter.ua

Данные: AUTO-Consulting, Advanter Group

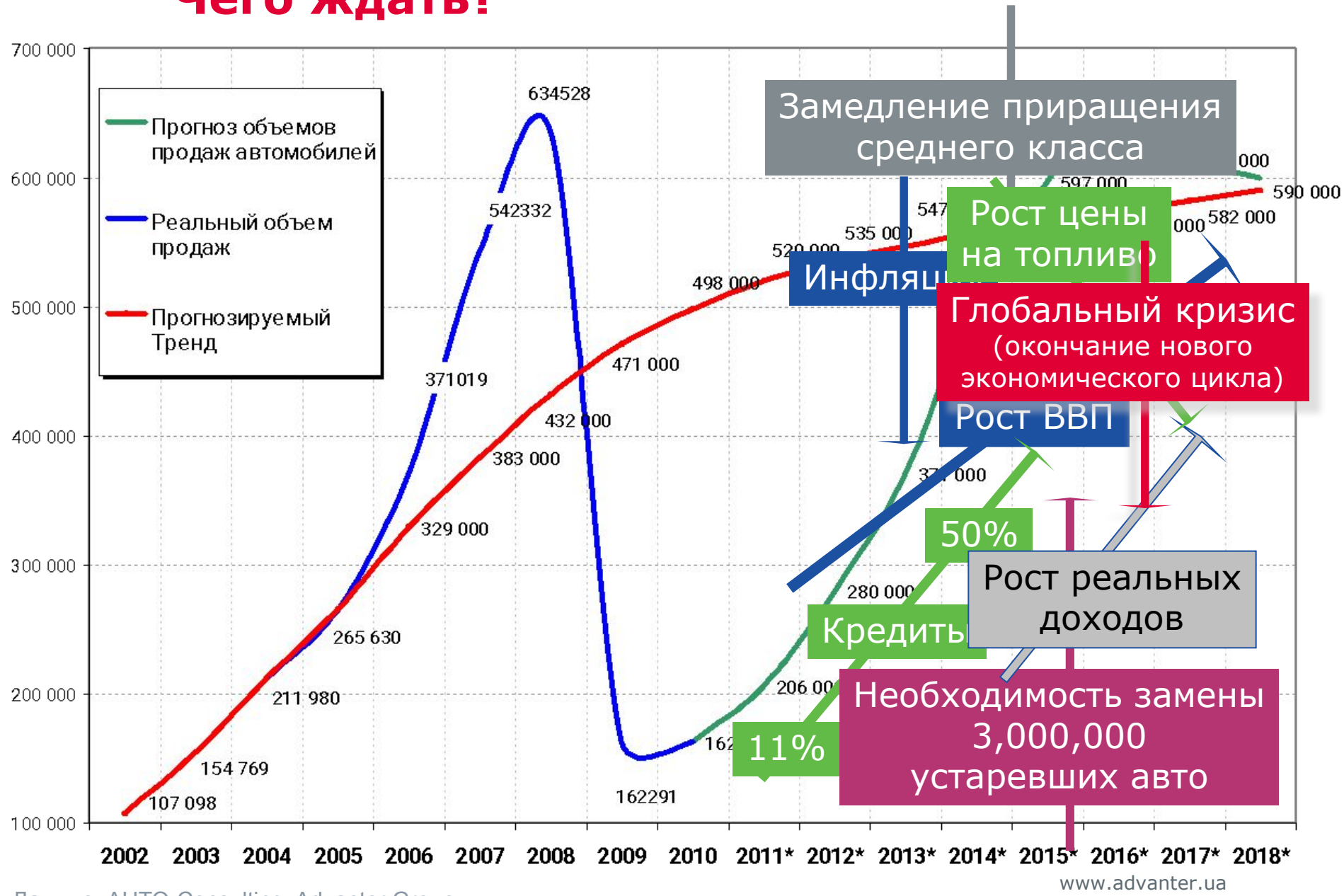
Январь, 2011 год.
Новый тренд – продажи новых авто



www.advanter.ua

Данные: AUTO-Consulting, Advanter Group

Январь 2011 год.
Чего ждать?



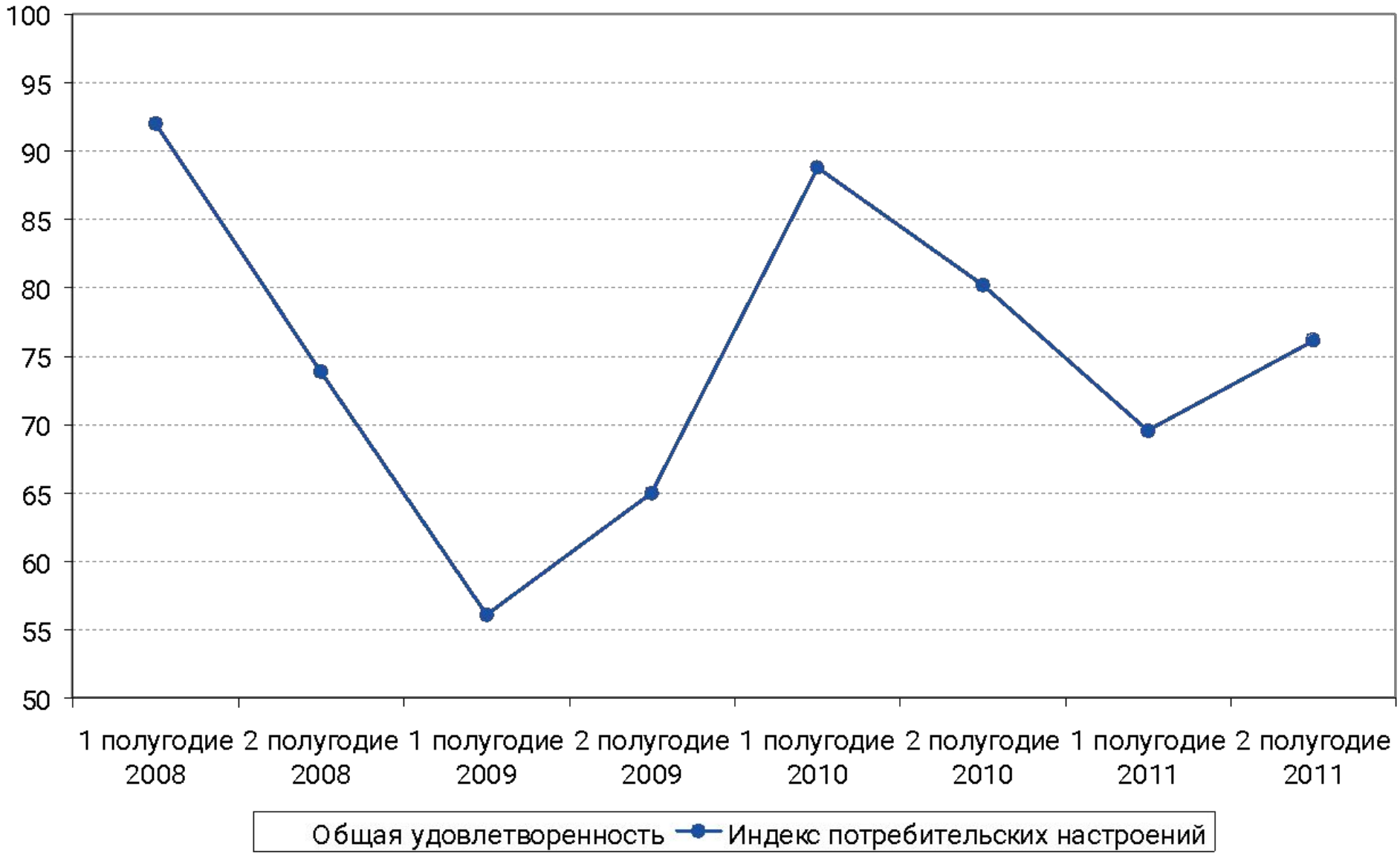
Данные: AUTO-Consulting, Advanter Group

2011 год.
Чего ждать?

www.advanter.ua

Данные: AUTO-Consulting, Advanter Group

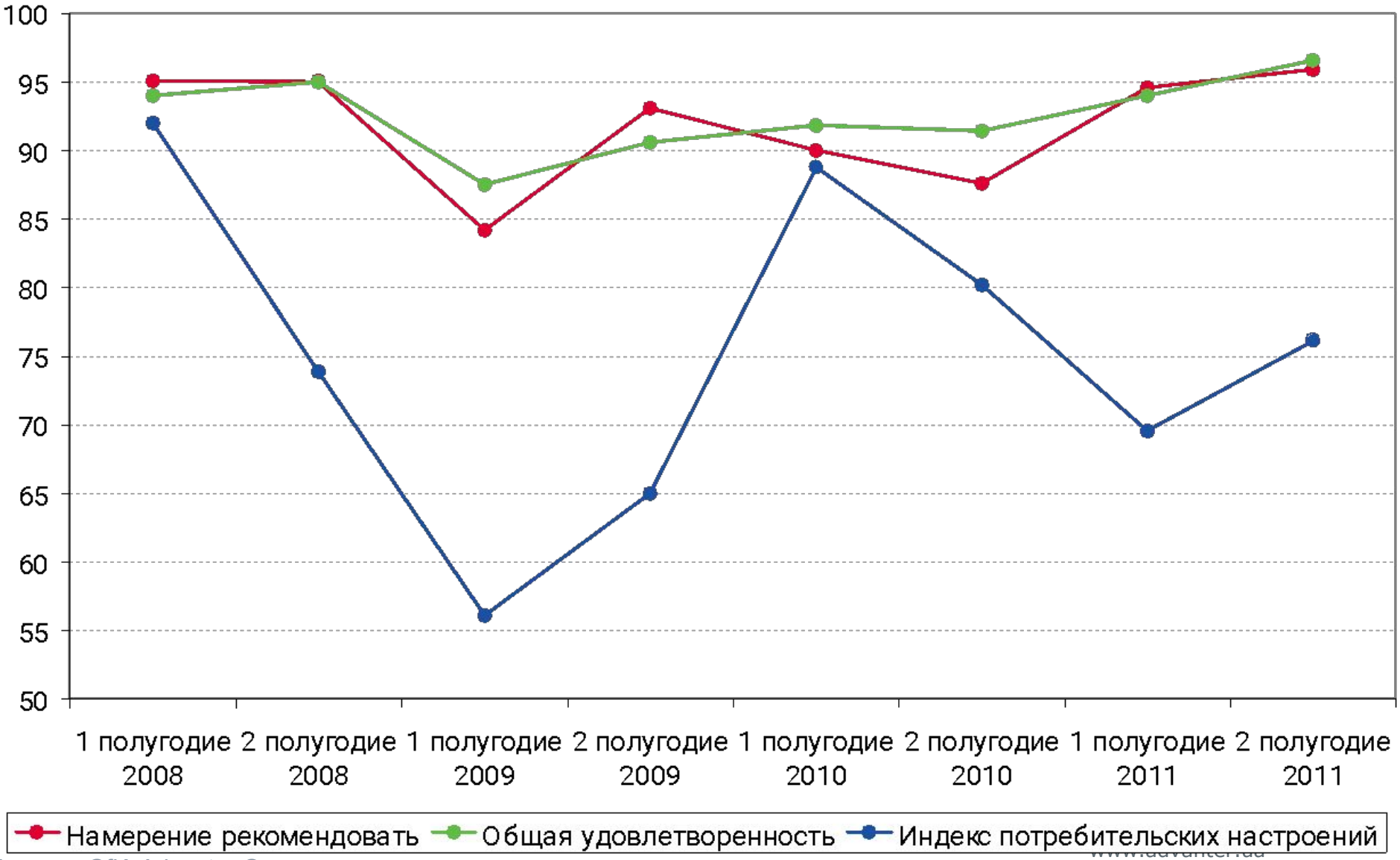
Потребительские настроения



www.advanter.ua

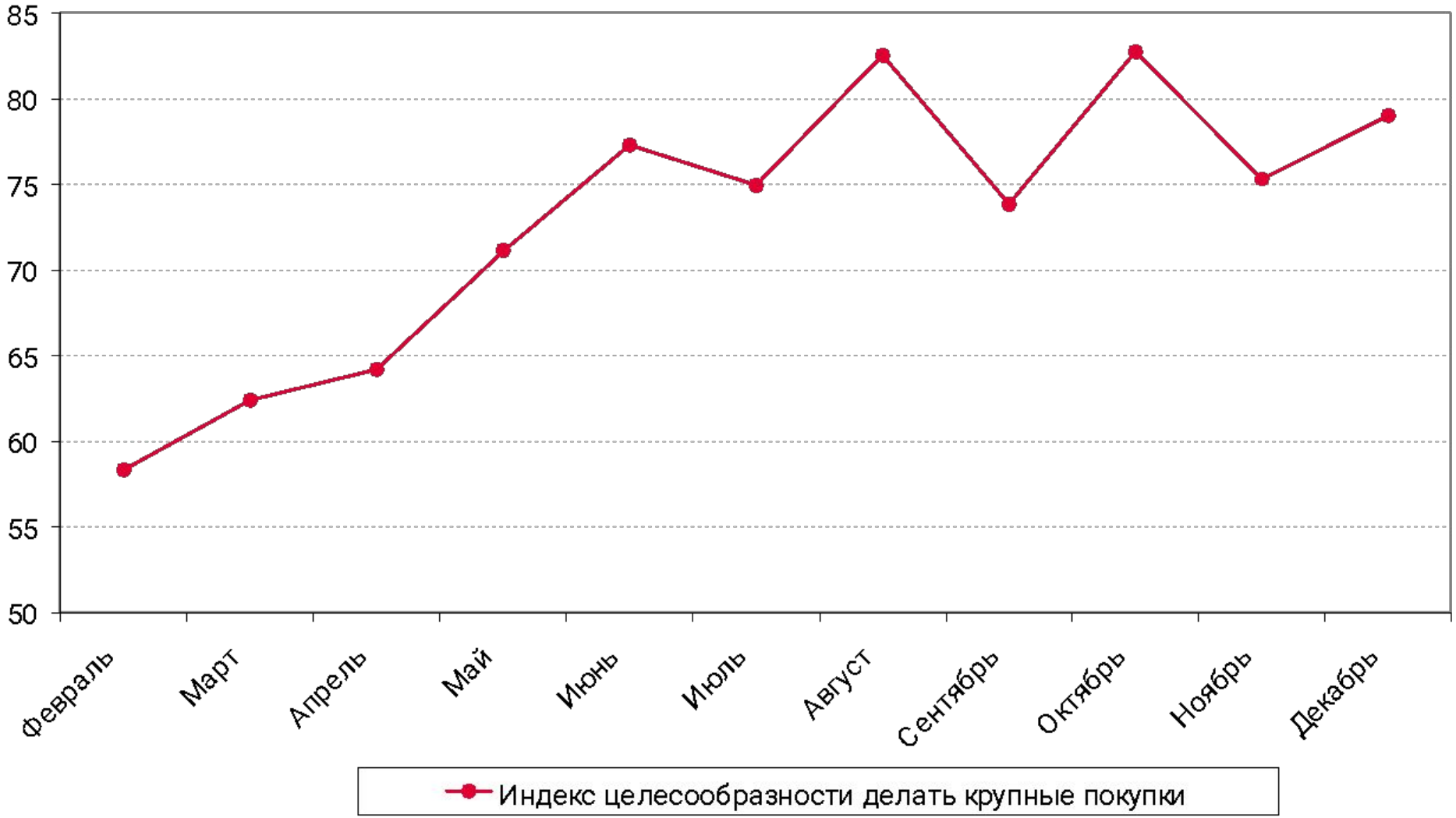
Данные: GfK

Потребительские настроения и удовлетворенность покупкой автомобиля



Данные: GfK, Advanter Group

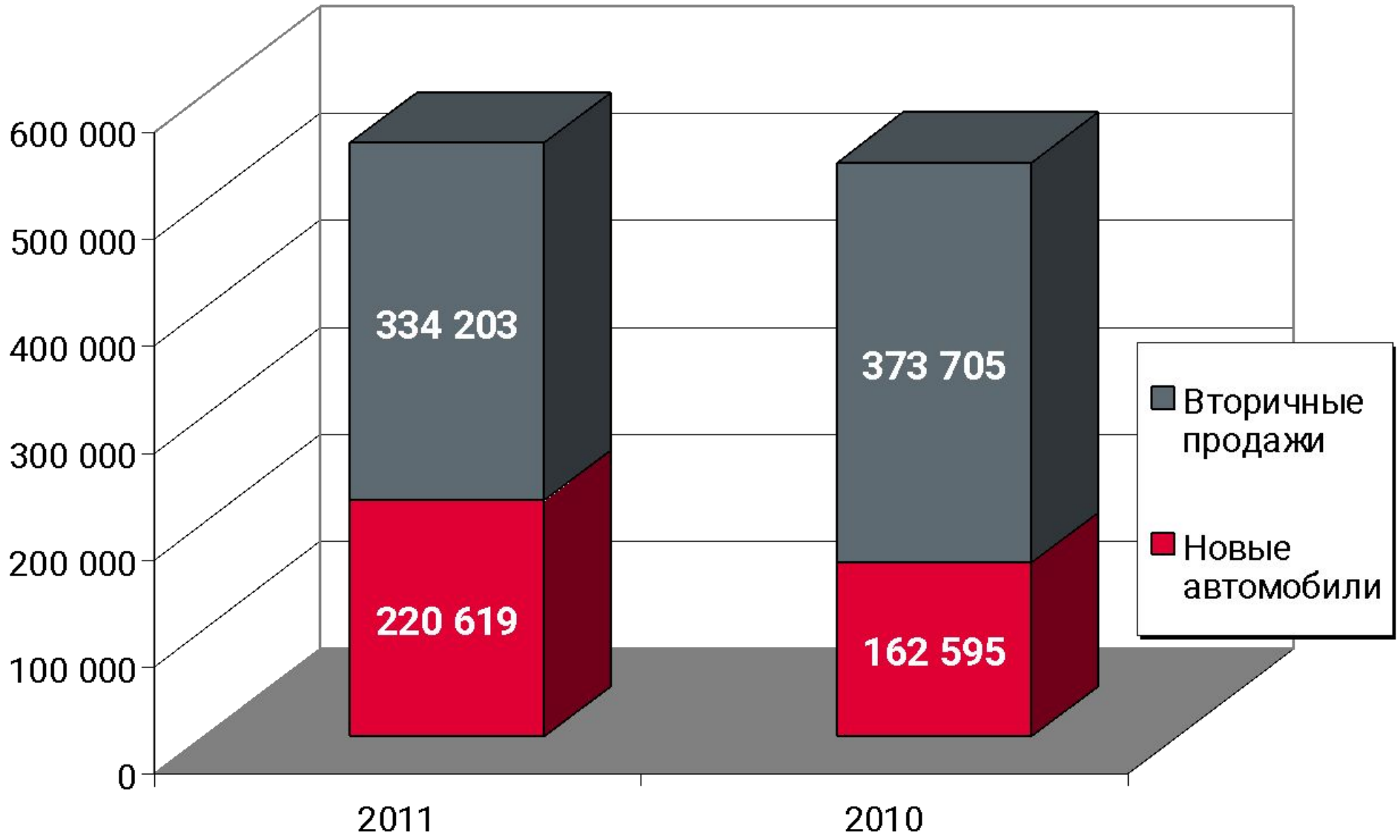
Готовность потребителей делать крупные покупки (2011 год)



www.advanter.ua

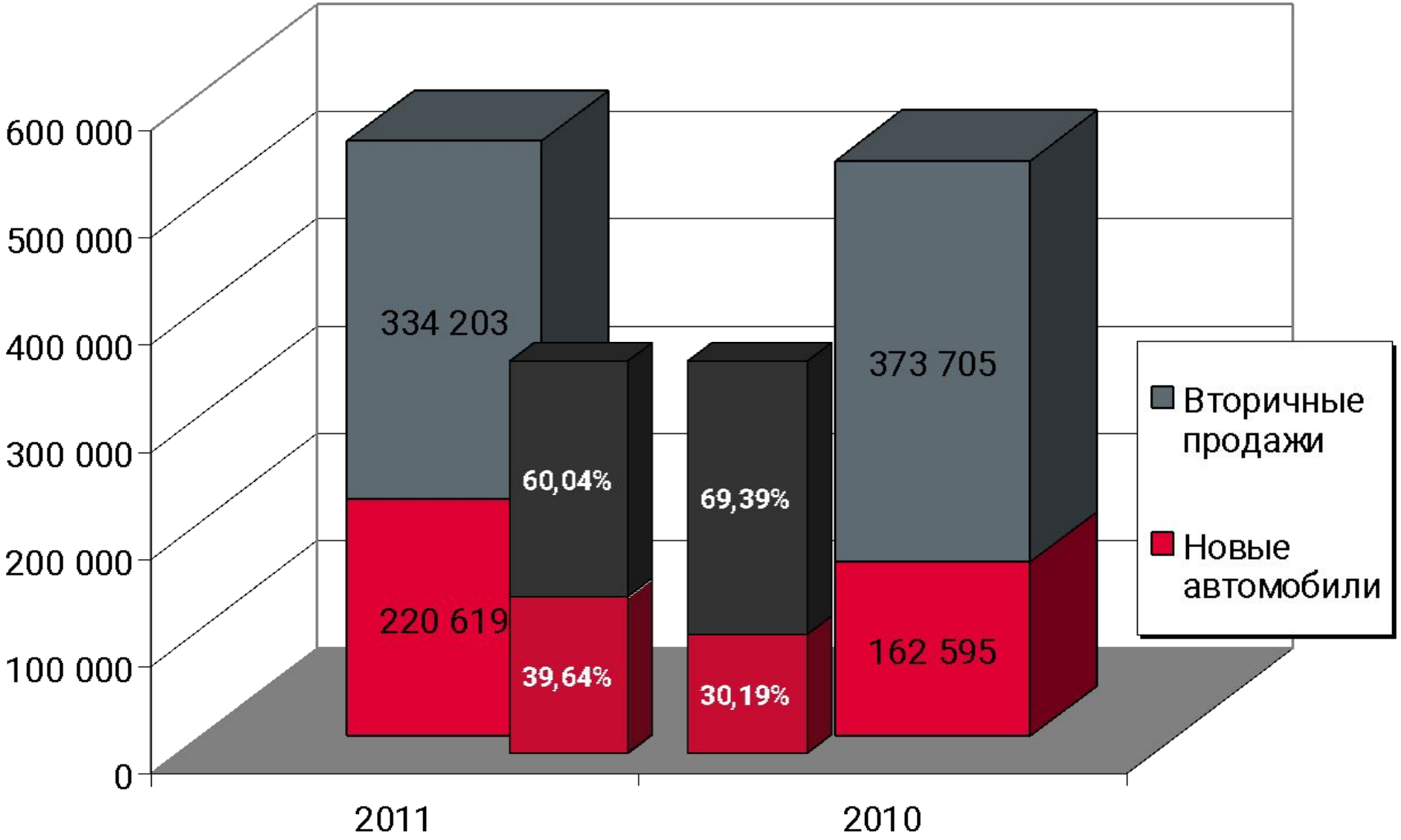
Данные: GfK

Соотношение первичного и вторичного рынка



Данные: AUTO-Consulting

Соотношение первичного и вторичного рынка



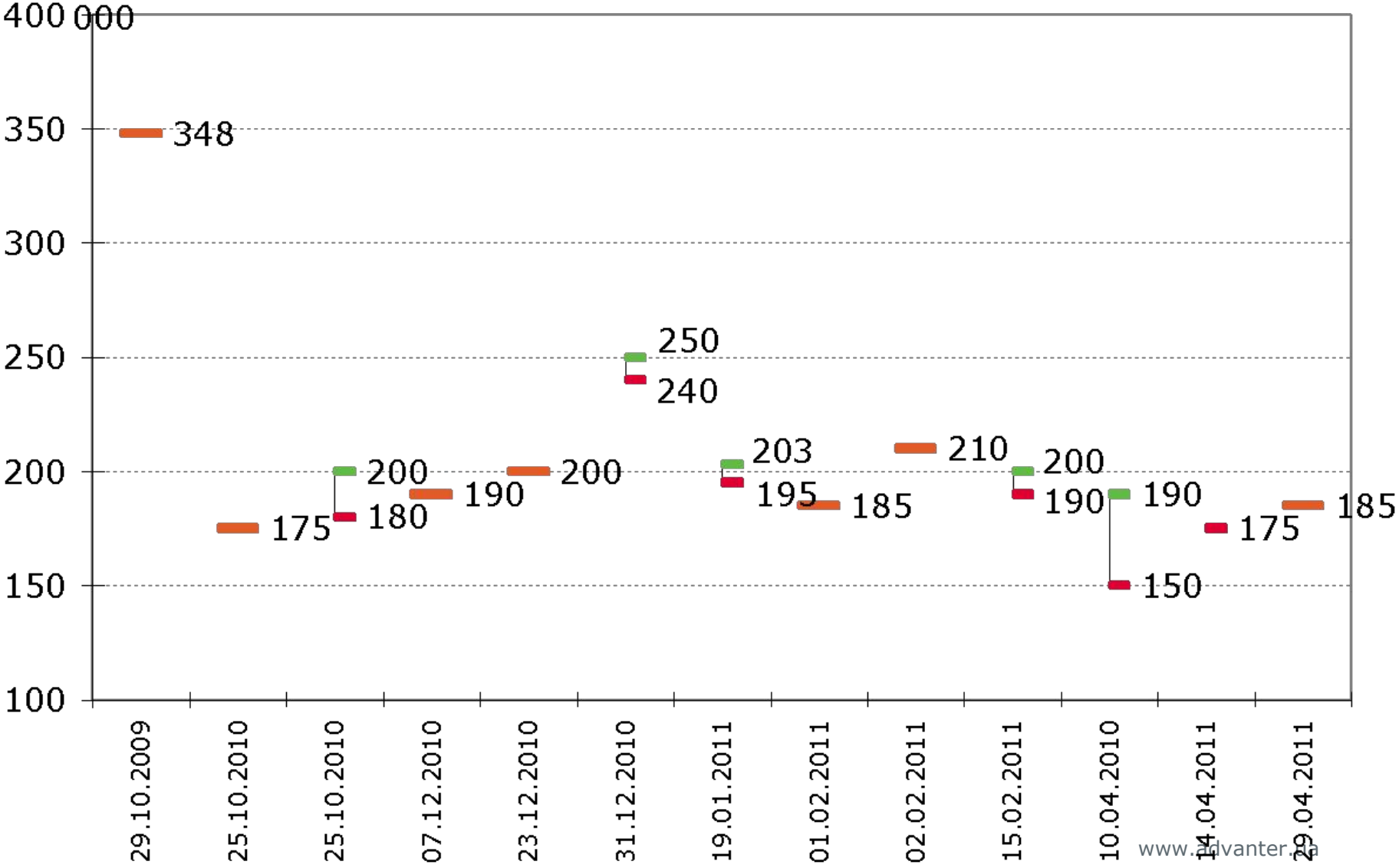
Данные: AUTO-Consulting

Чего ждать?

www.advanter.ua

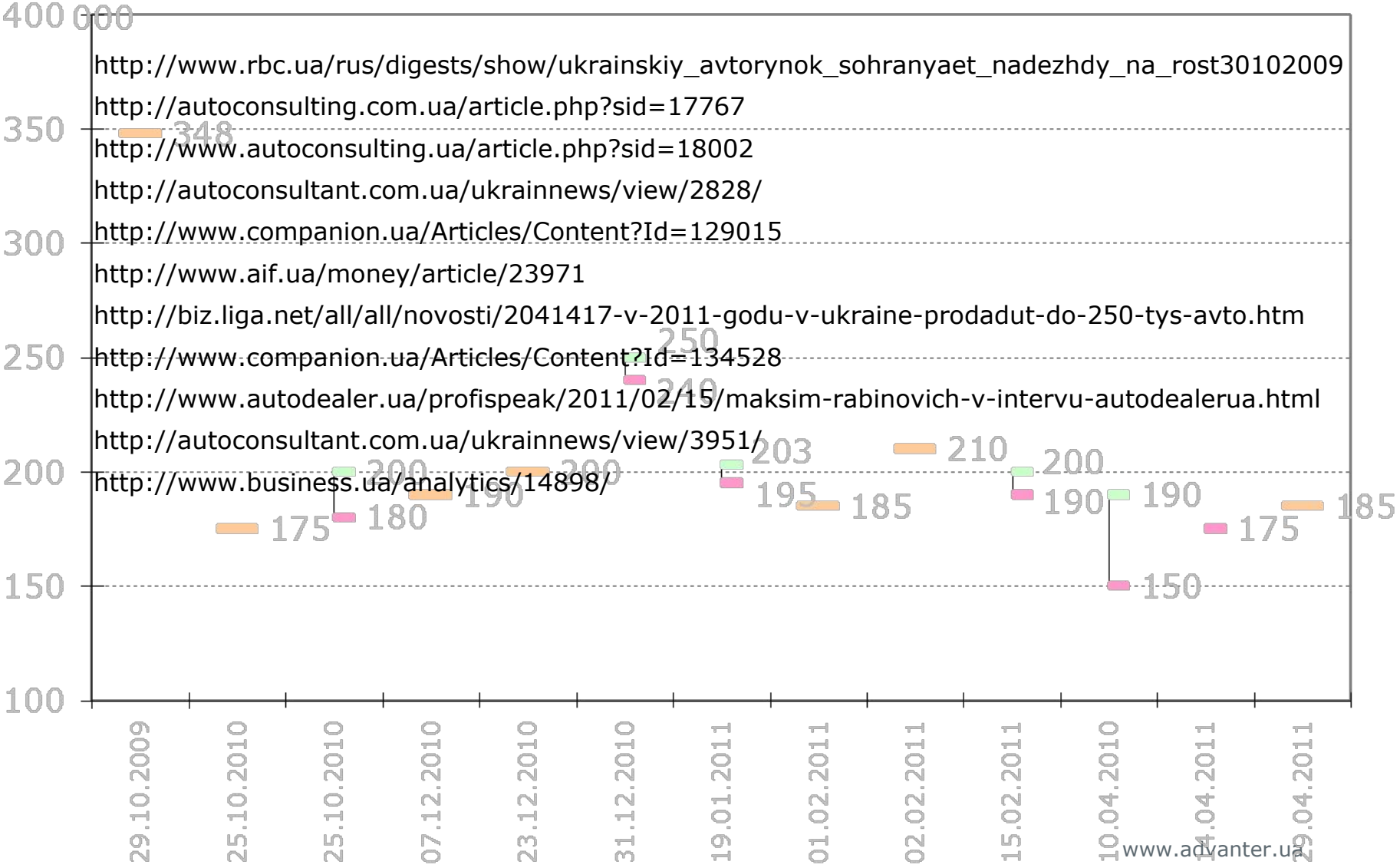
Данные: AUTO-Consulting, Advanter Group

Экспертный прогноз рынка автомобилей в Украине на 2011 год



www.advanter.ua

Экспертный прогноз рынка автомобилей в Украине на 2011 год



http://www.rbc.ua/rus/digests/show/ukrainskiy_avtorynok_sohranyaet_nadezhdy_na_rost30102009

http://autoconsulting.com.ua/article.php?sid=17767

http://www.autoconsulting.ua/article.php?sid=18002

http://autoconsultant.com.ua/ukrainnews/view/2828/

http://www.companion.ua/Articles/Content?Id=129015

http://www.aif.ua/money/article/23971

http://biz.liga.net/all/all/novosti/2041417-v-2011-godu-v-ukraine-prodadut-do-250-tys-avto.htm

http://www.companion.ua/Articles/Content?Id=134528

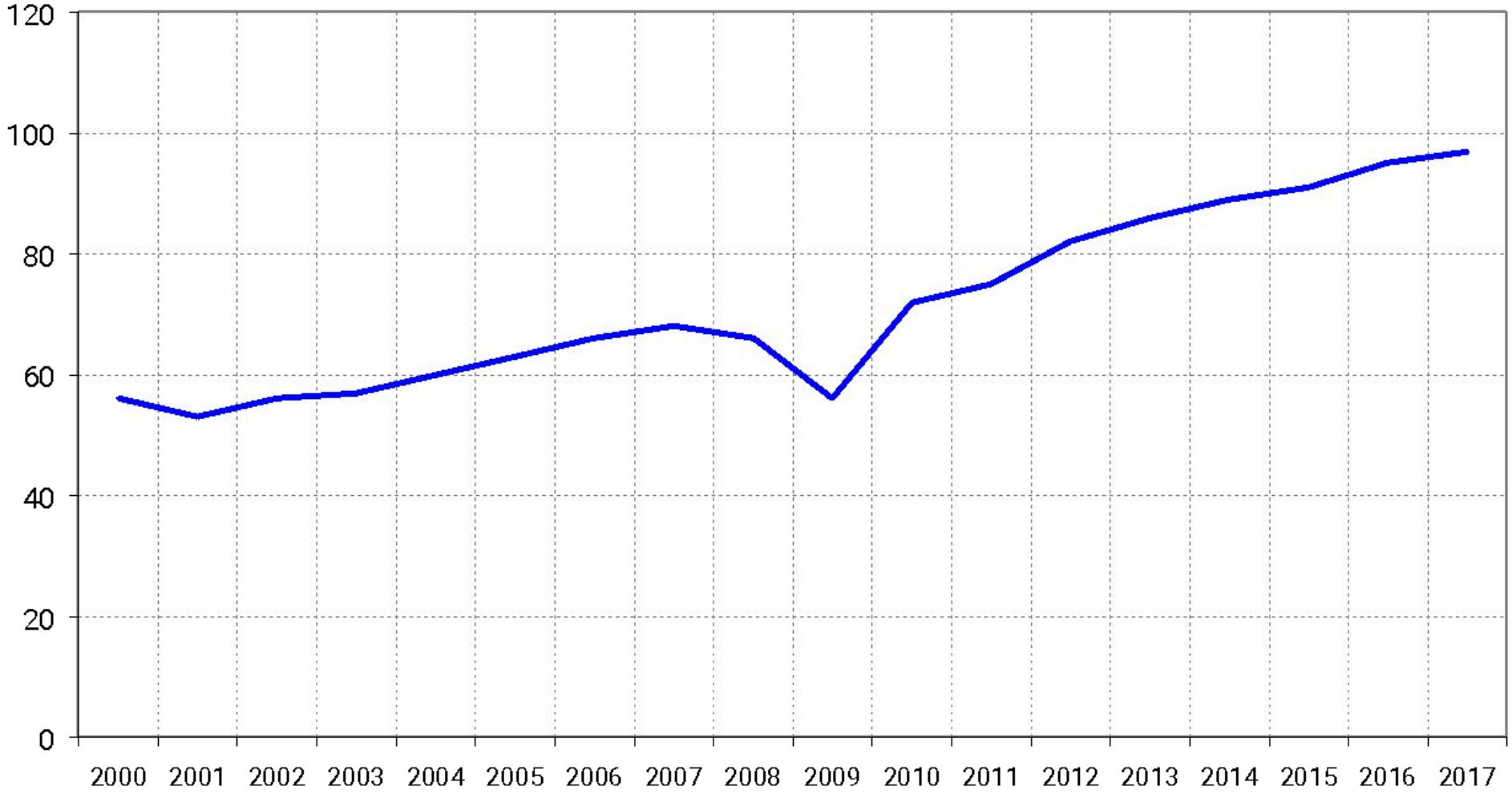
http://www.autodealer.ua/profispeak/2011/02/15/maksim-rabinovich-v-intervu-autodealerua.html

http://autoconsultant.com.ua/ukrainnews/view/3951/

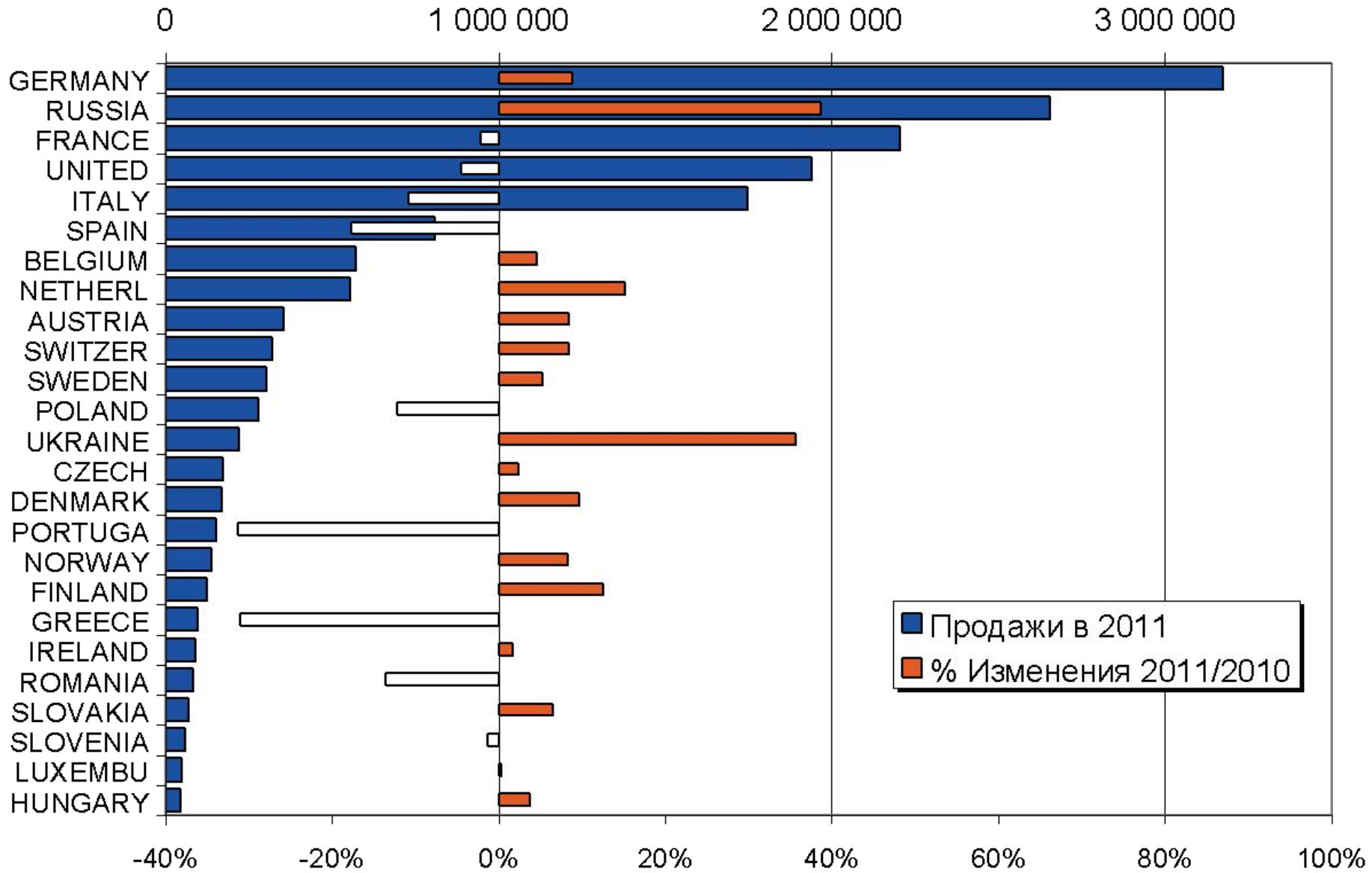
http://www.business.ua/analytics/14898/

Мировой рынок автомобилей

Прогноз мирового производства, млн. штук 2000-2017



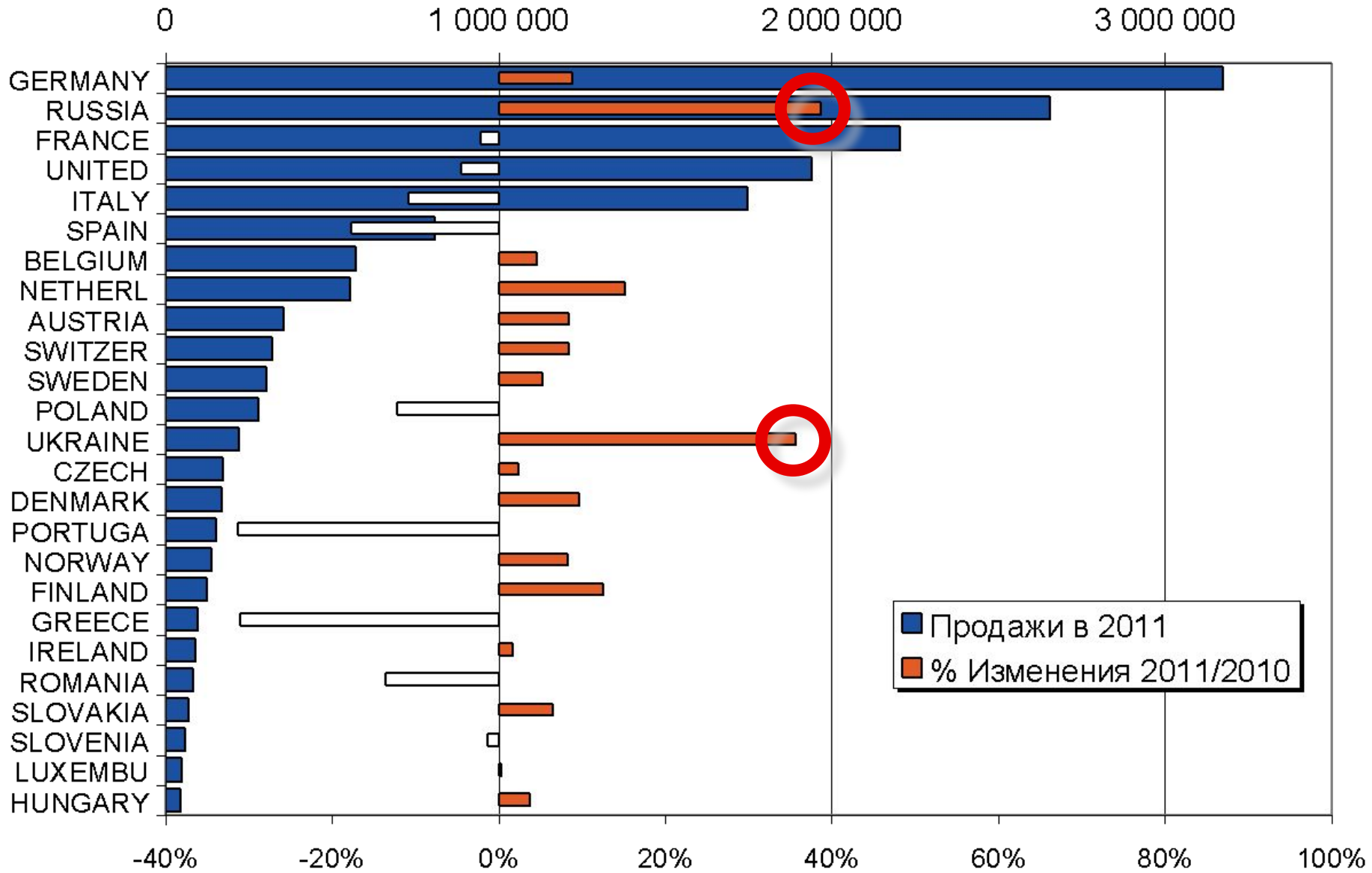
Динамика европейского рынка



www.advanter.ua

Данные: ACEA, AUTO-Consulting, Autostat

Динамика европейского рынка



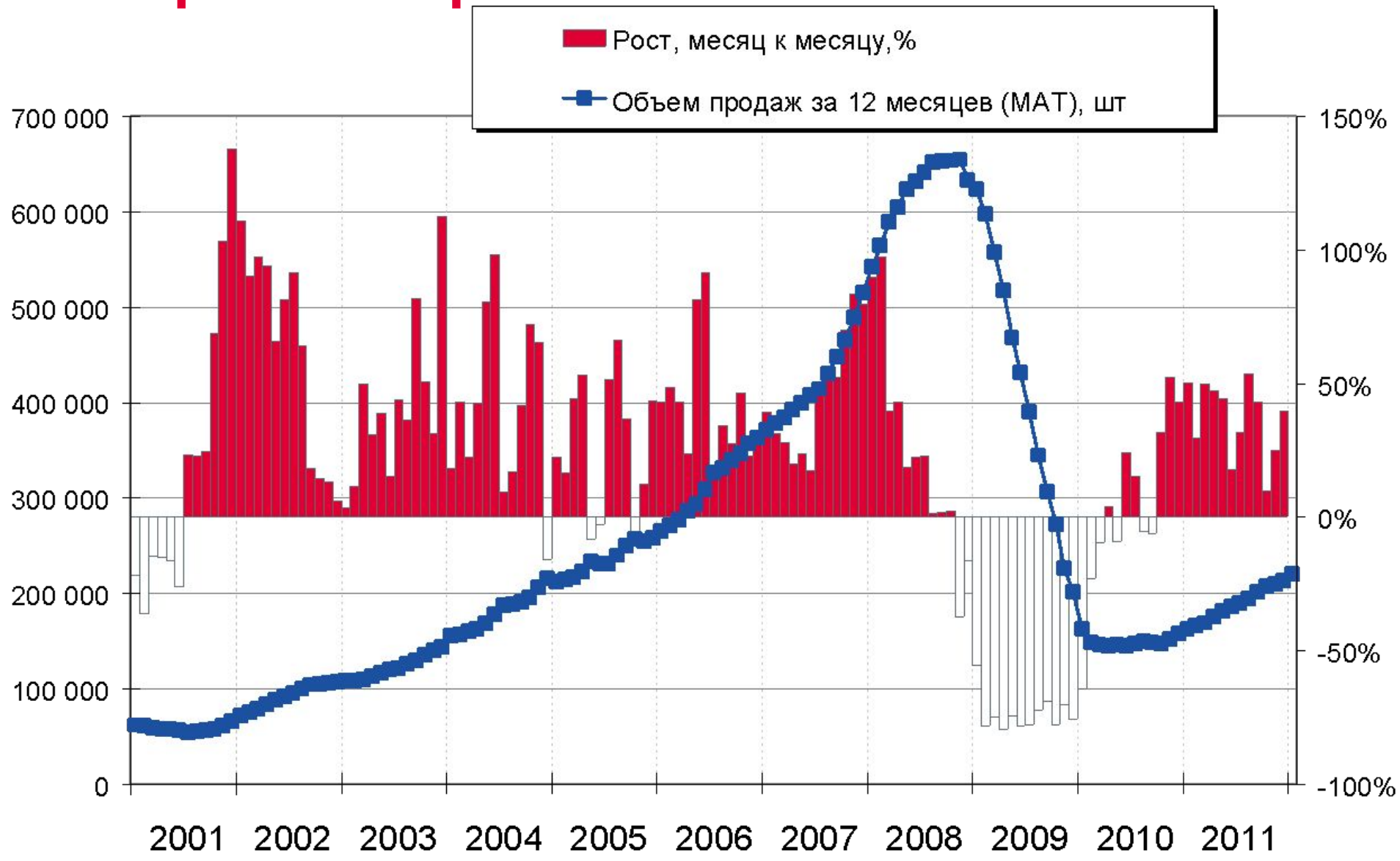
www.advanter.ua

Данные: ACEA, AUTO-Consulting, Autostat

Россия

	«АВТОСТАТ»		PwC	
2011 – прогноз	+ 27%		+40%	
2011 – факт	+38%			
2012 – оптимистический	+ 5-10%		+ 4%	
2012 – пессимистический		- 15-20%		- 8%

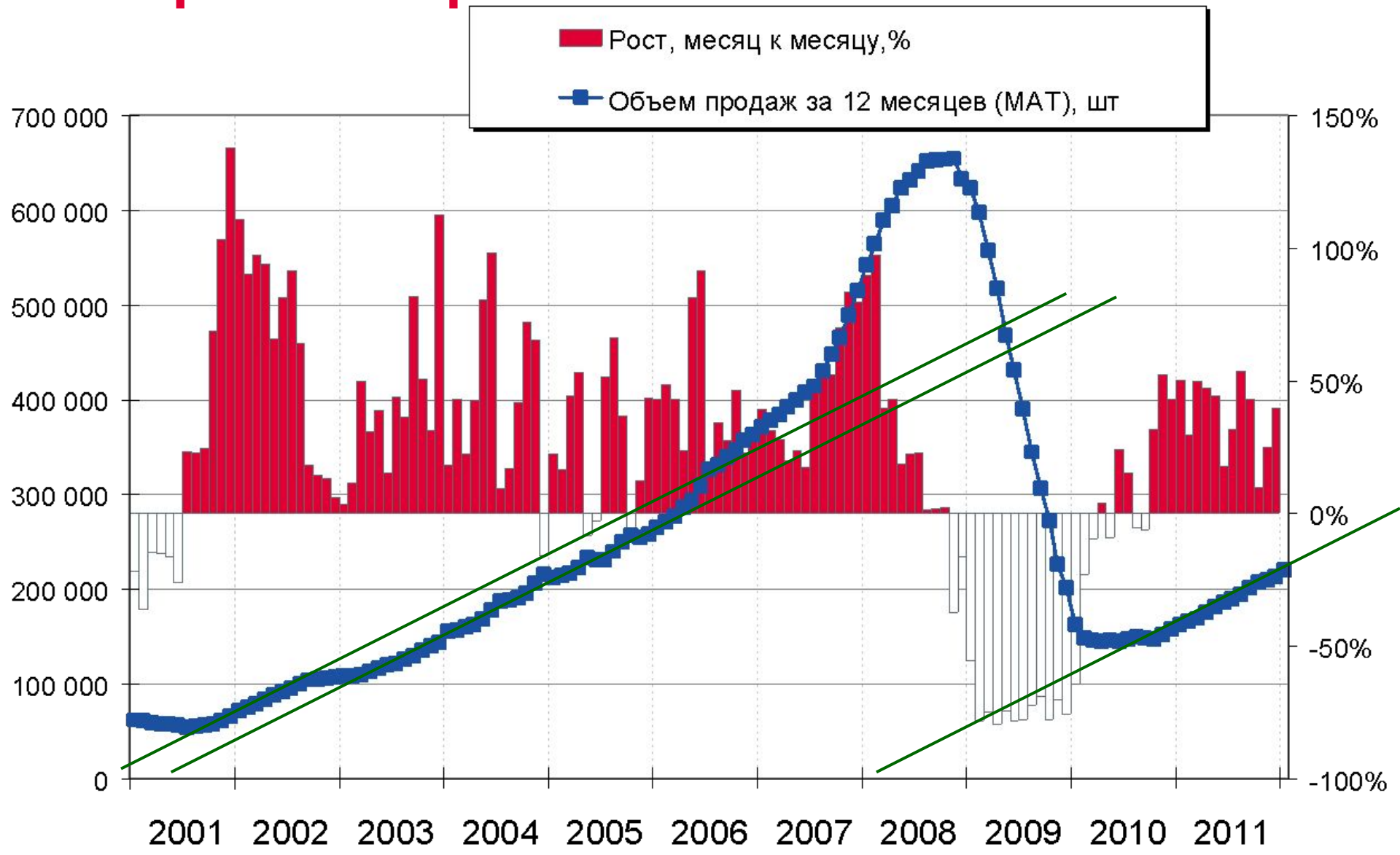
Украинский рынок



www.advanter.ua

Данные: AUTO-Consulting, Advanter Group

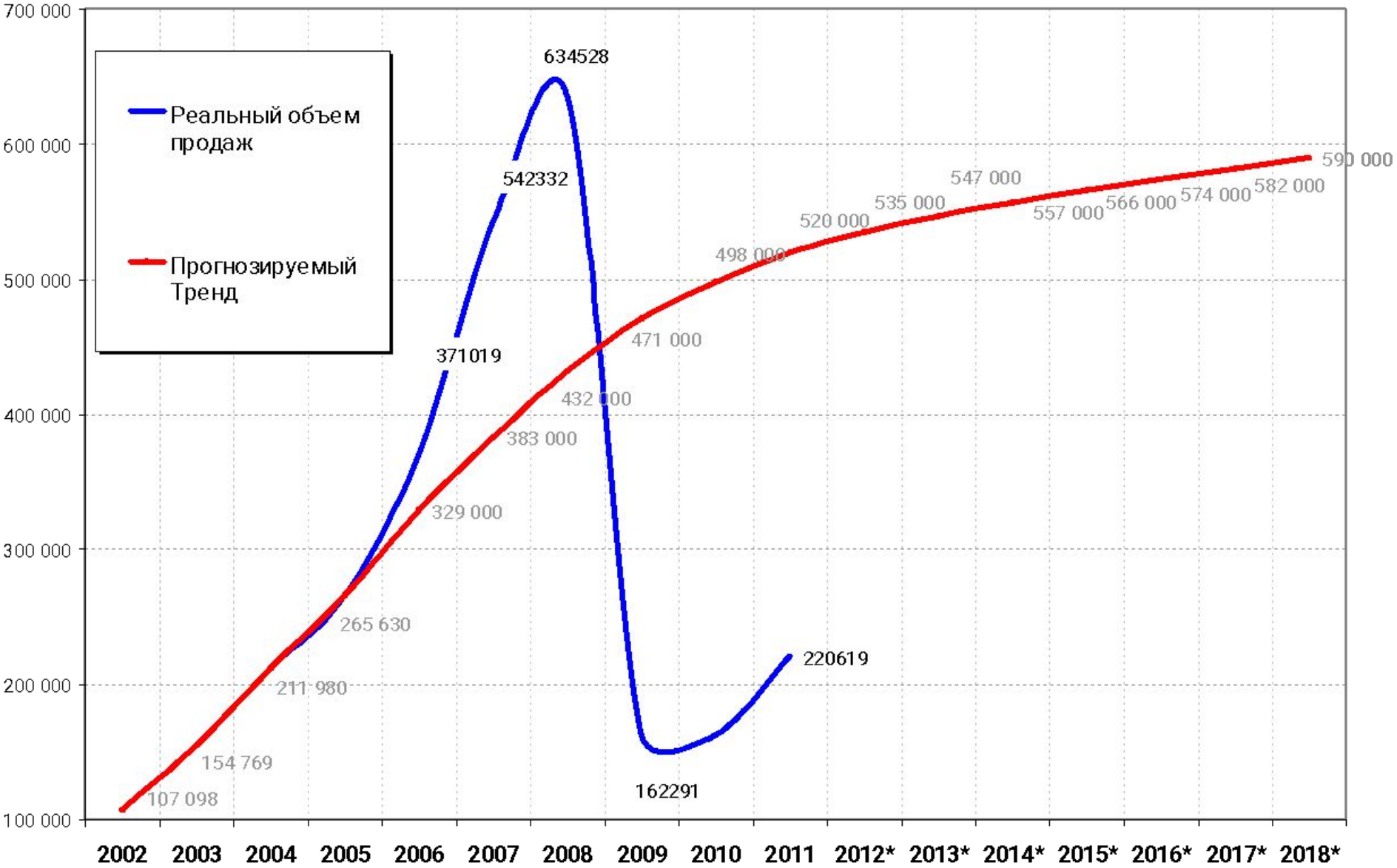
Украинский рынок



www.advanter.ua

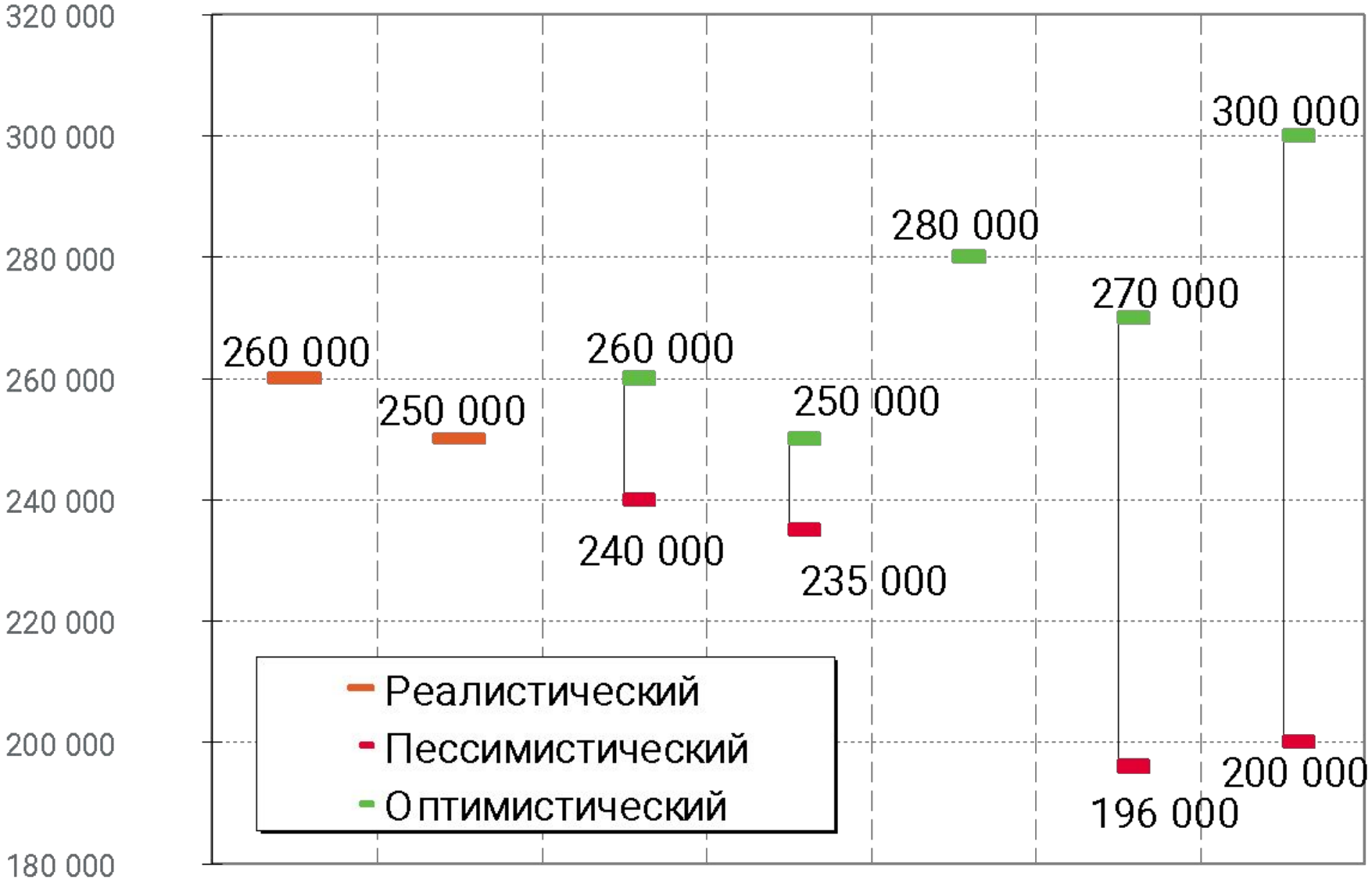
Данные: AUTO-Consulting, Advanter Group

Реальная динамика рынка vs прогнозы

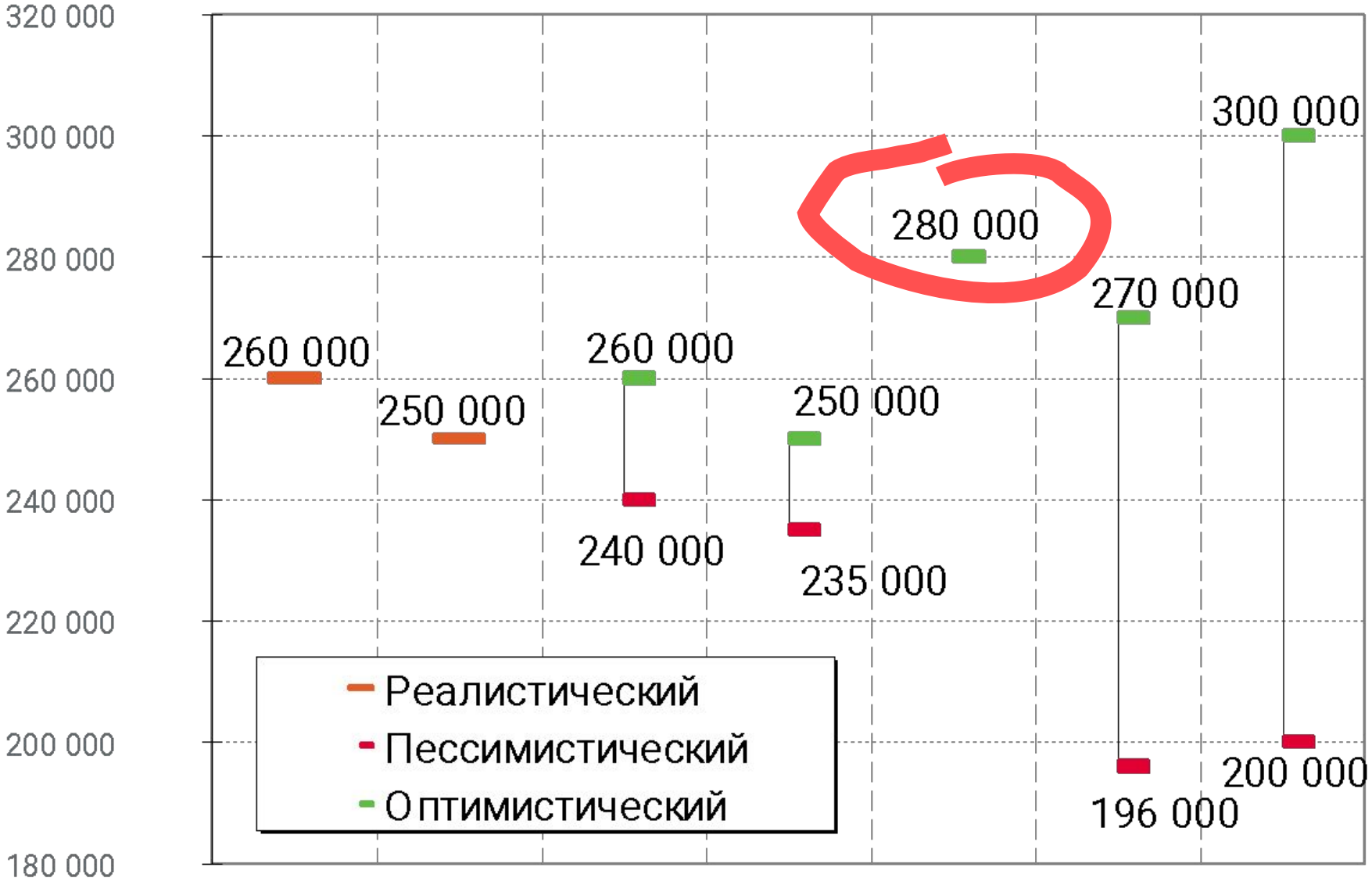


www.advanter.ua

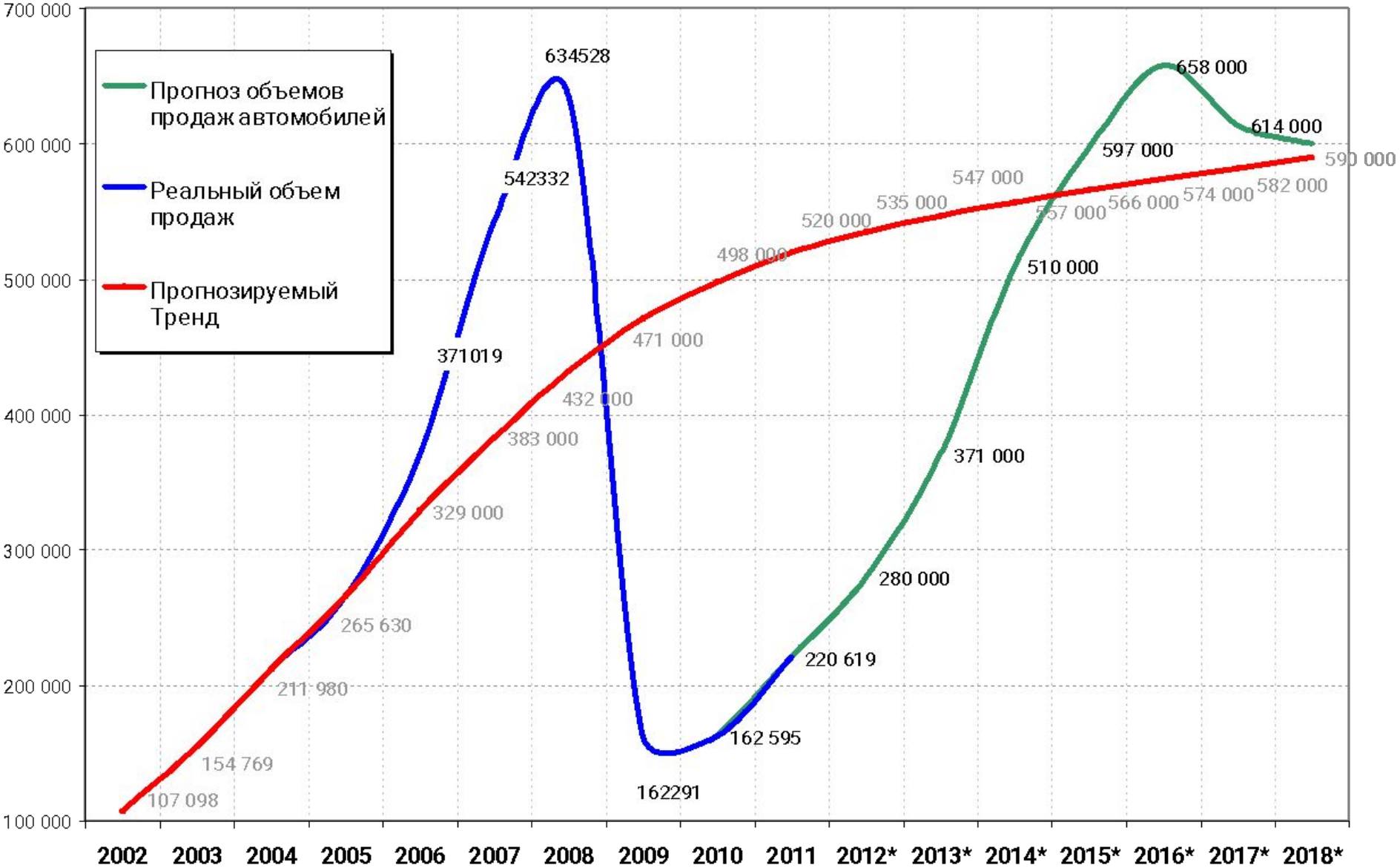
Украина: 2012. Прогнозы (разброс мнений экспертов)



Украина: 2012. Прогнозы



Прогноз на 2012 – 2018 годы



www.advanter.ua

угрозы, возможности – или кто управляет рынком?

избирательная кампания и выборы в целом

квоты автопроизводителей

Евро 2012

нестабильность гривны

стабильность гривны

стабилизация экономики Украины

продолжение падения экономики Украины (до 2013 года)

появление в 2012 году рынка земли

повысятся ввозные пошлины

сдерживание развития автокредитования (20% - 30% продаж)

«Что делать?»

И снова об этом

Advanter Group

www.advanter.ua

Перестать мыслить автомобилями

Перестать мыслить автомобилями

(штуками, прогнозами, техническими характеристиками)

Перестать мыслить автомобилями

(штуками, прогнозами, техническими характеристиками)

Начать мыслить потребителями

Перестать мыслить автомобилями

(штуками, прогнозами, техническими характеристиками)

Начать мыслить потребителями

(головами, ожиданиями, мотивами)

маркетинг

Перестать мыслить автомобилями

(штуками, прогнозами, техническими характеристиками)

Стратегический маркетинг

Начать мыслить потребителями

(головами, ожиданиями, мотивами)

Итог (2011 – 2012)

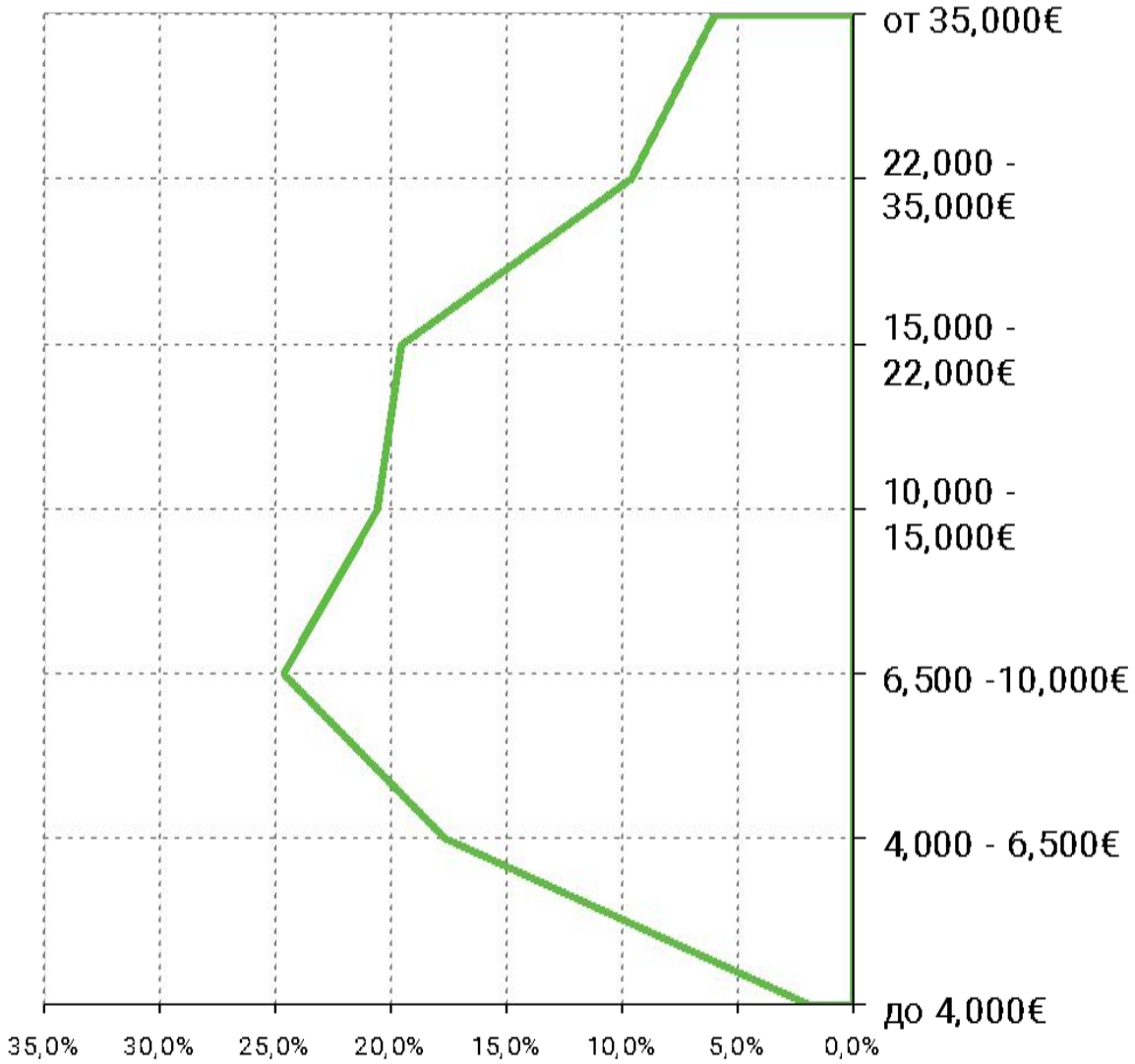
Кризис прошел – возобновляется первичное насыщение рынка.

Три основных вектора роста продаж:

- 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

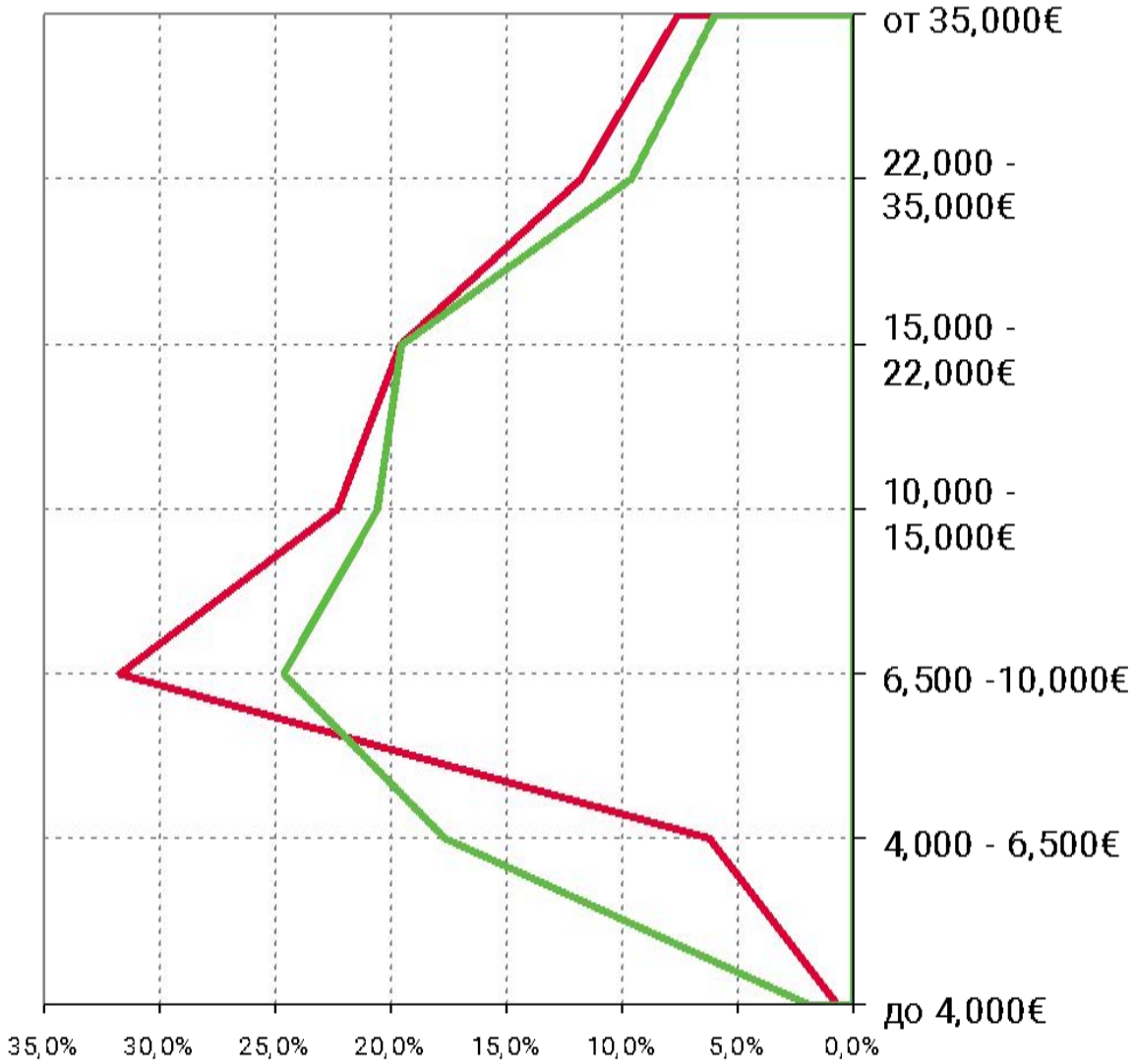
Возврат к показателю 500,000 – не столько и не только результат роста макроэкономических показателей, сколько результат консолидированных усилий операторов рынка.

Структура продаж 2009



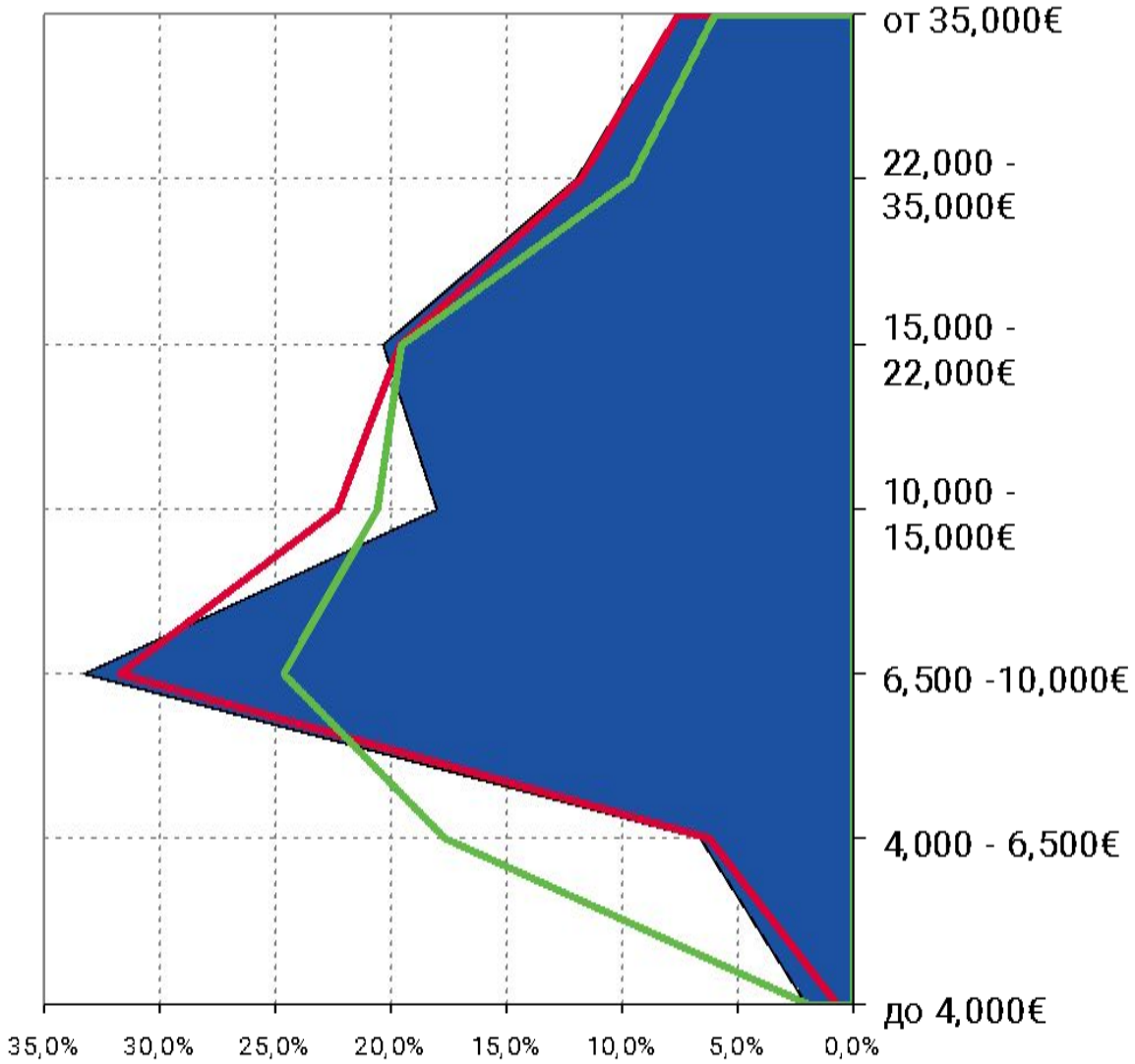
Данные: AUTO-Consulting, Advanter Group

Структура продаж 2010



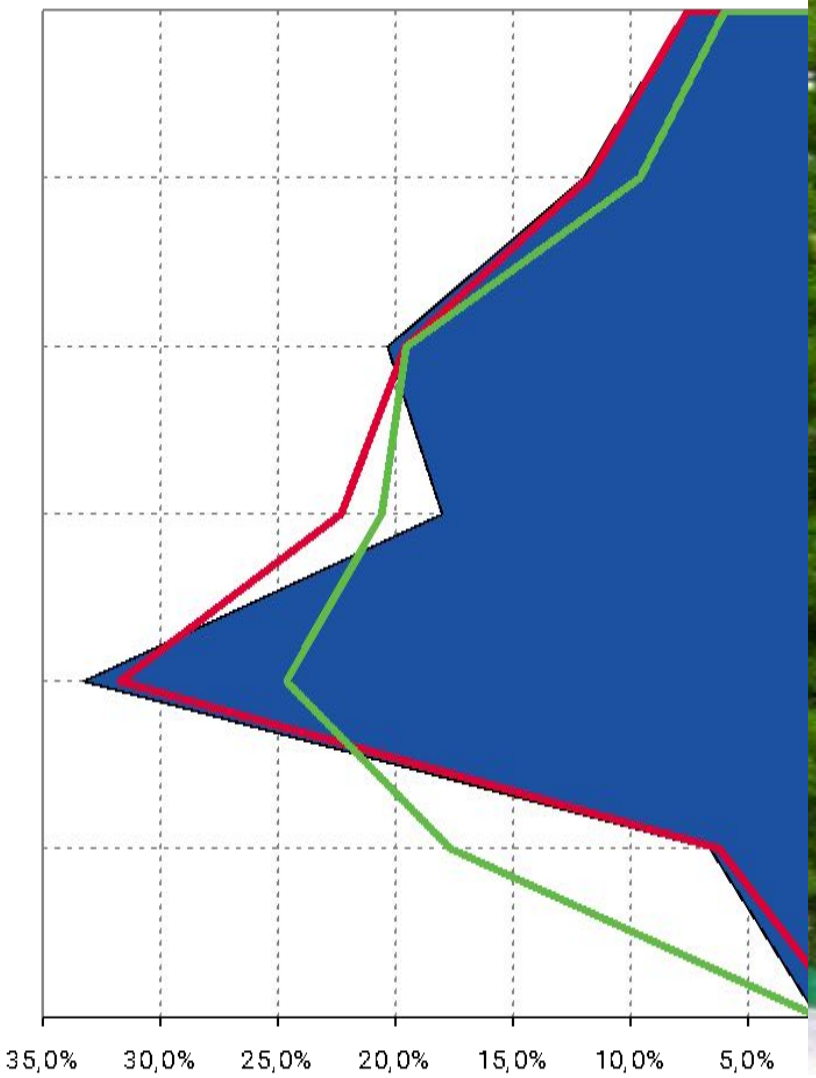
Данные: AUTO-Consulting, Advanter Group

Структура продаж 2011



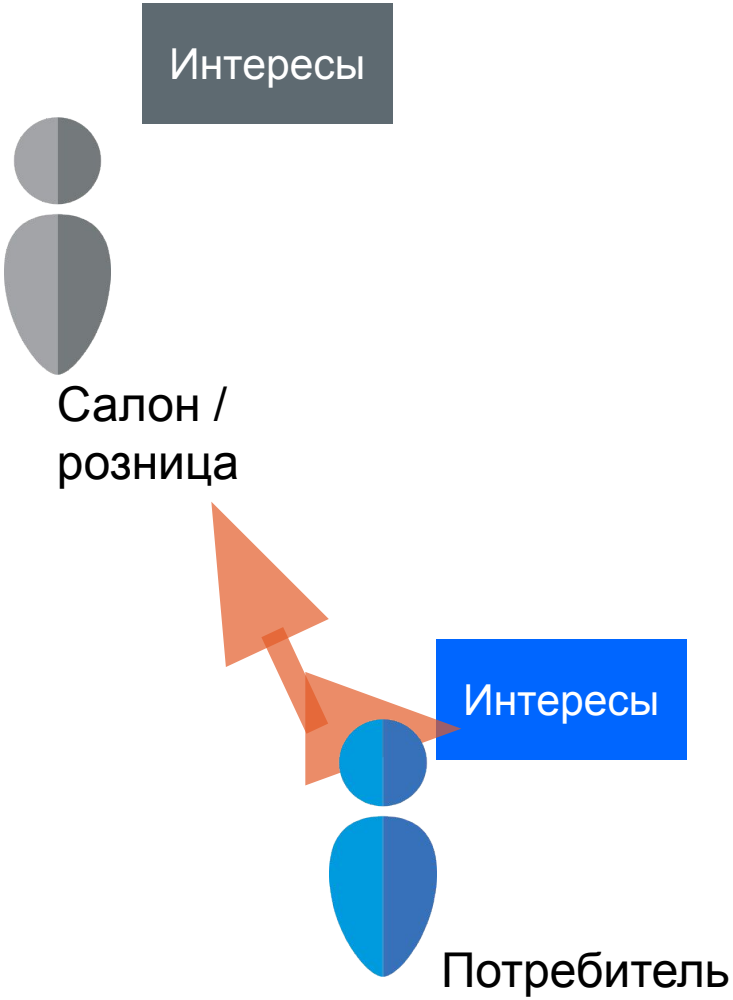
Данные: AUTO-Consulting, Advanter Group

Структура продаж 2011

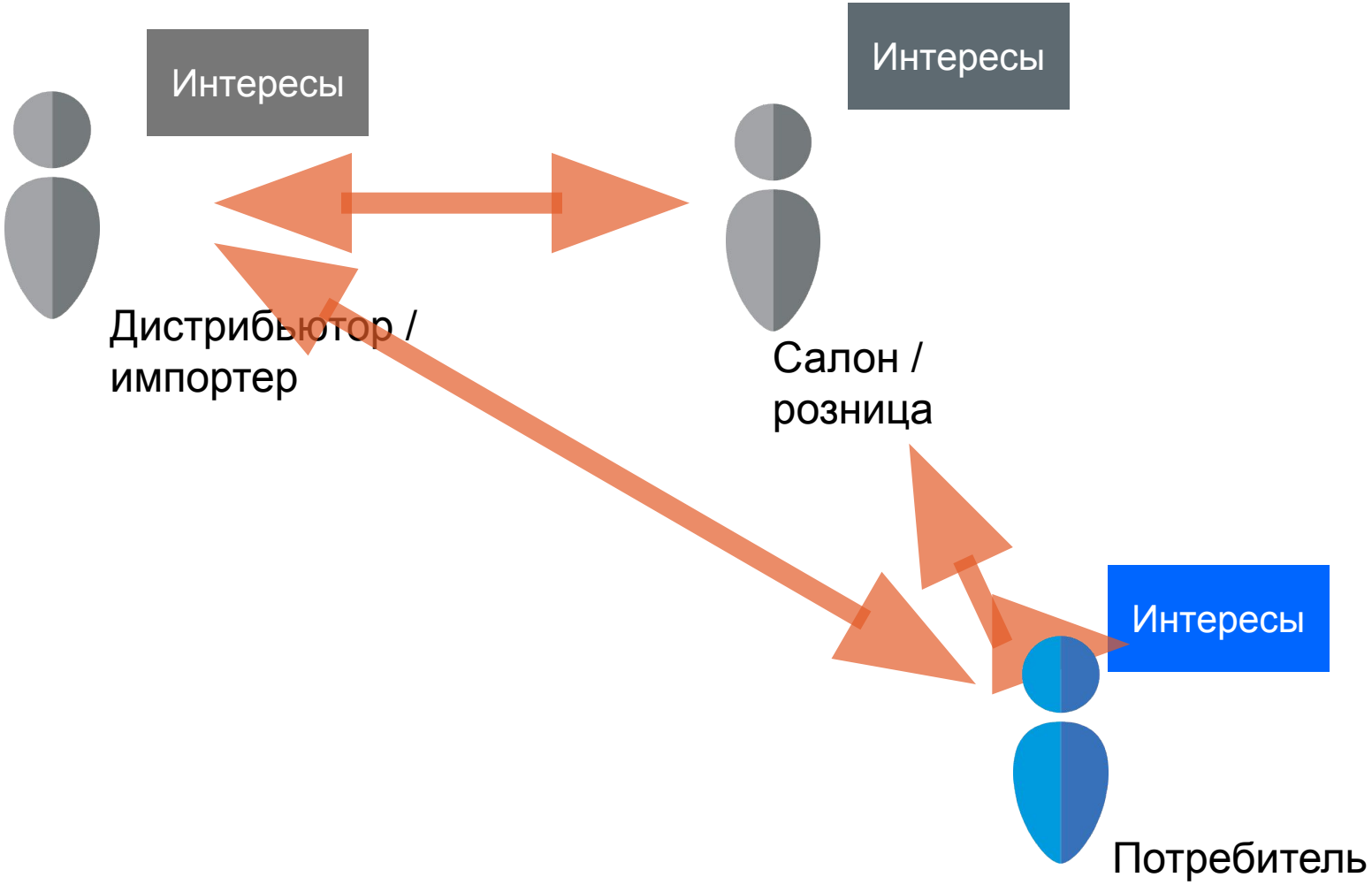


Данные: AUTO-Consulting, Advanter Group

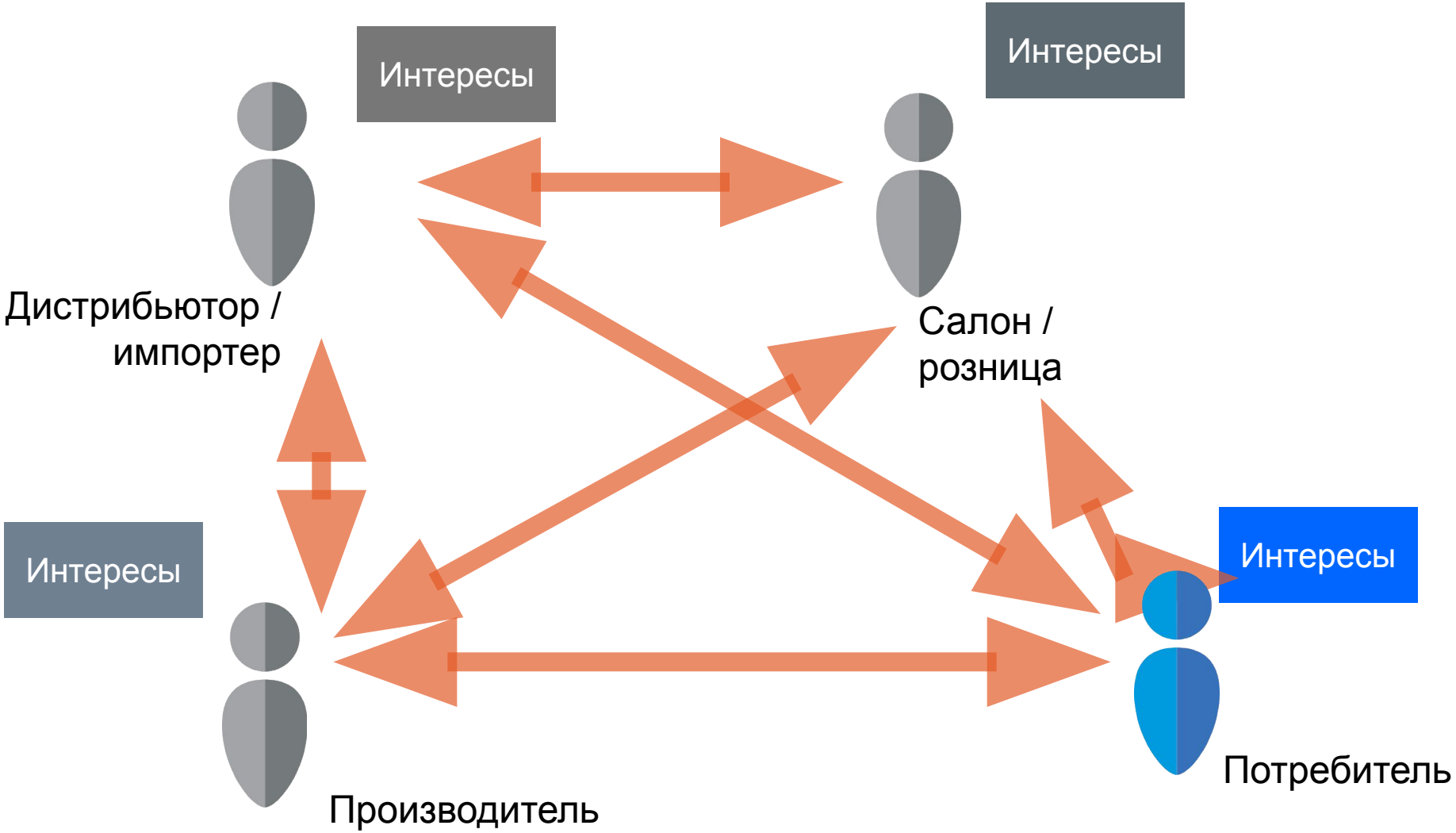
Система с несимметричной информацией



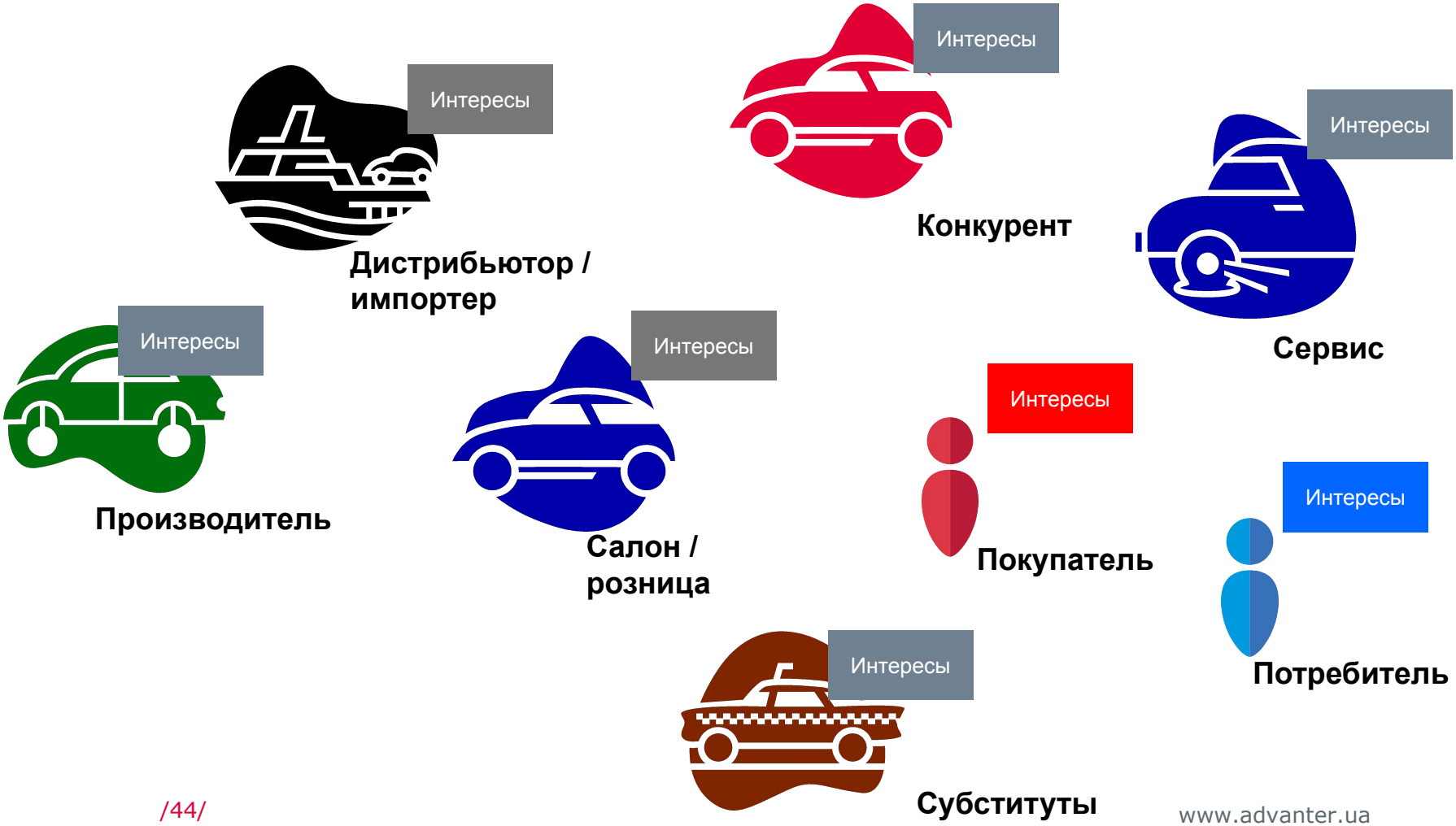
Система с несимметричной информацией



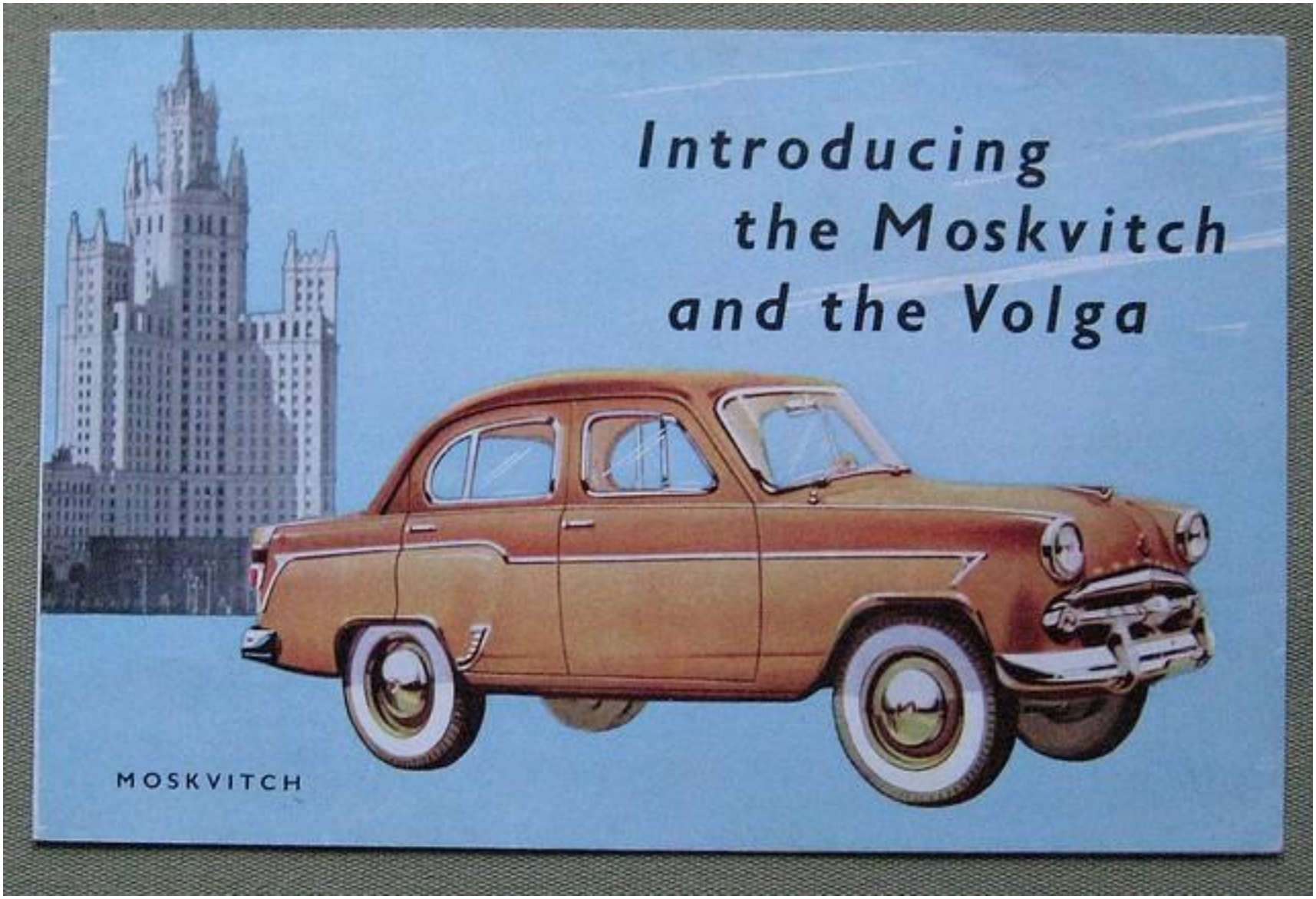
Система с несимметричной информацией

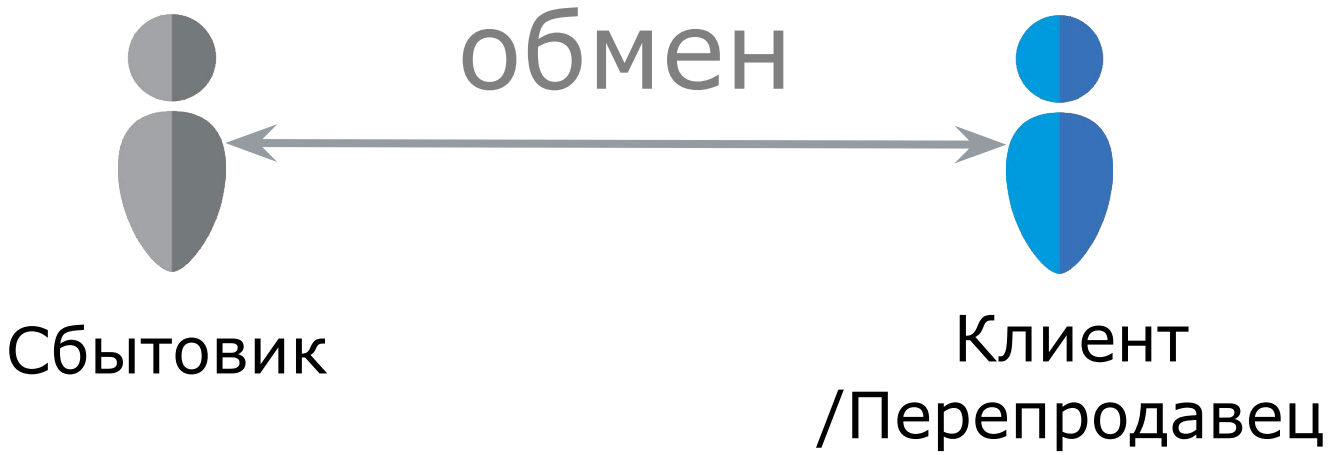


Система с несимметричной информацией



Консолидация усилий
или системно-рефлексивное управление




обмен
Сбытовик
Клиент
/Перепродавец

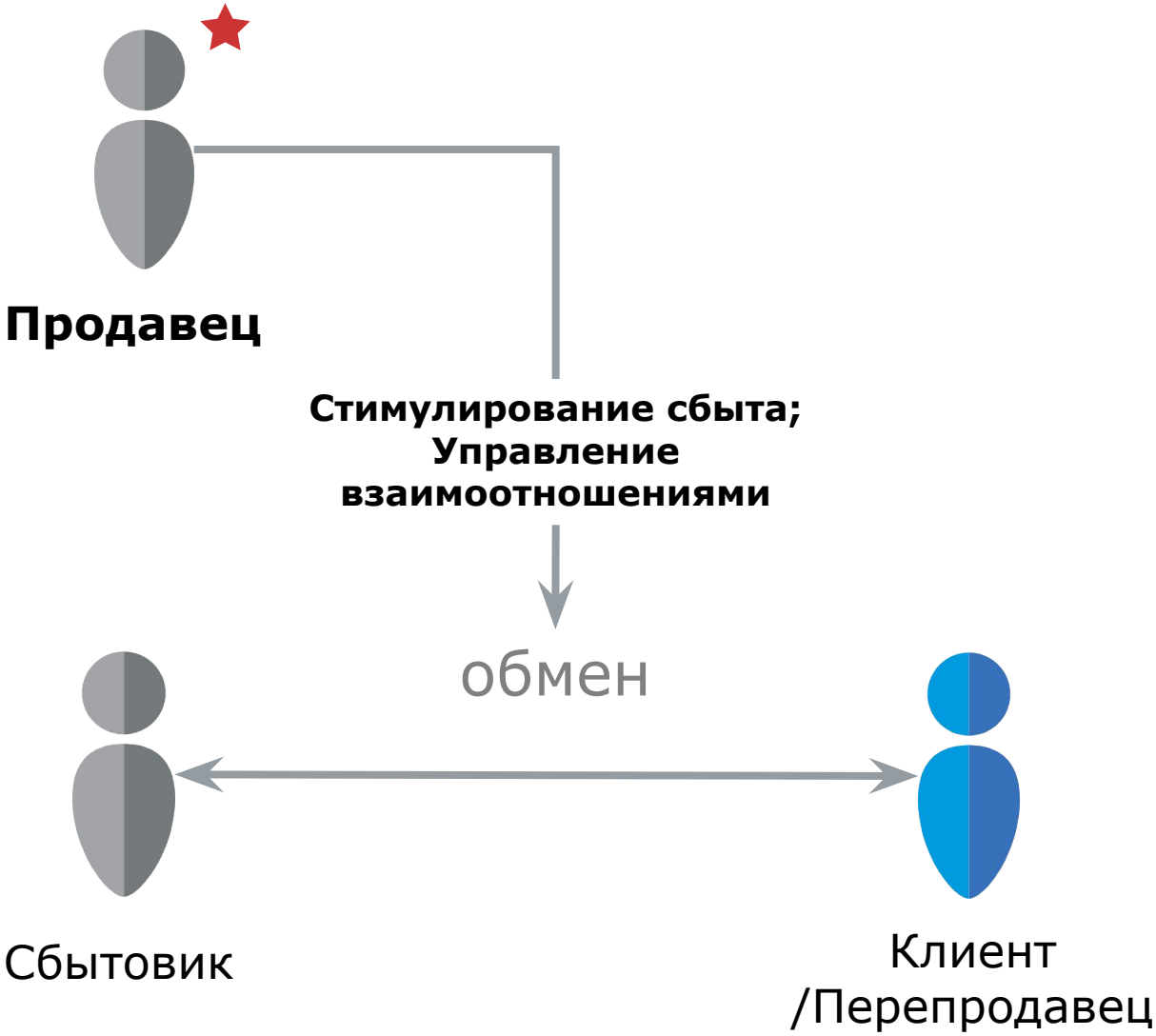
«Хорошая» «реклама» автомобиля требует наличия в ней недостаточно одетой красавицы

...или даже двух.

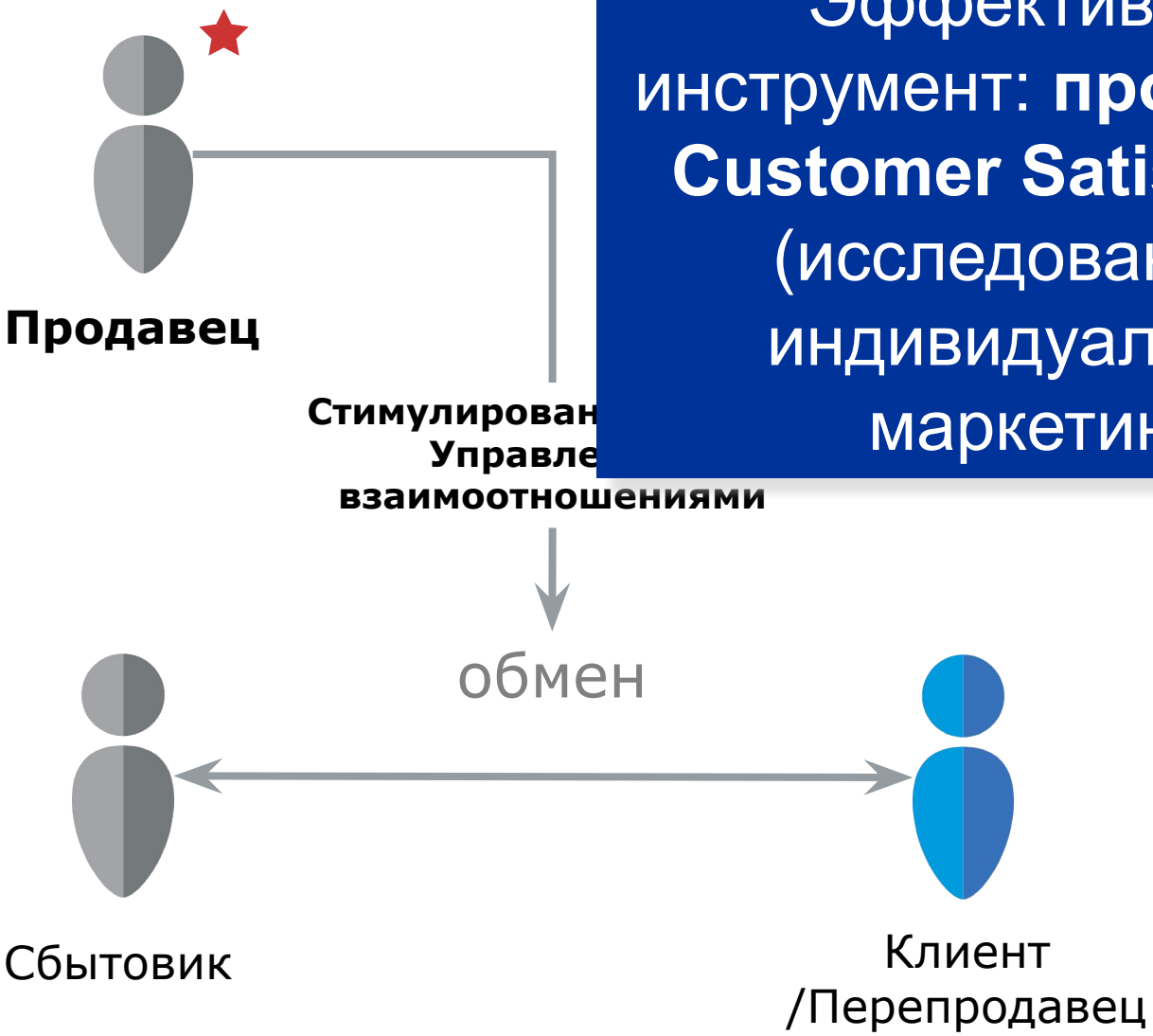
Влияние цвета или других хитростей.

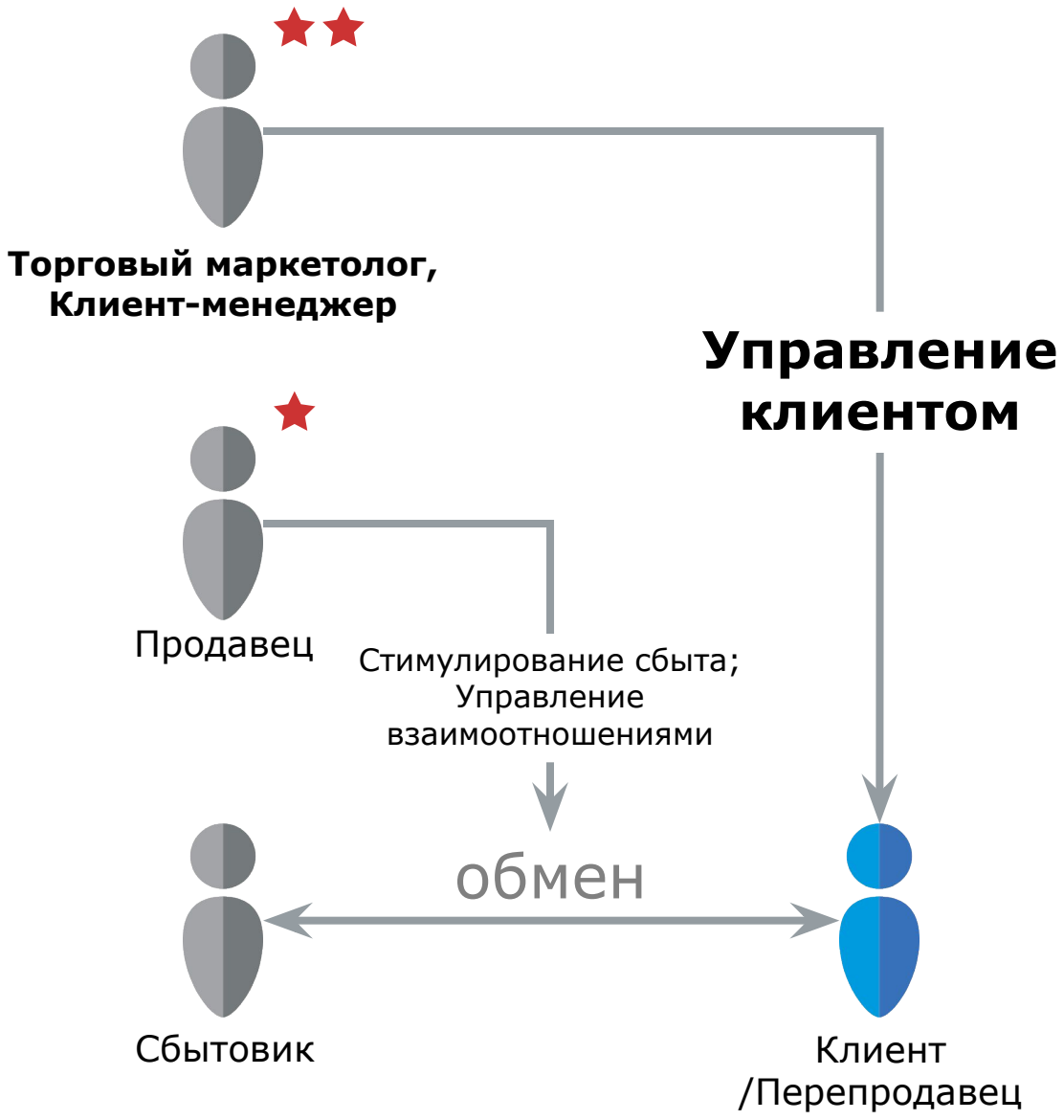
Влияние цвета или других хитростей.

НЕ маркетинг

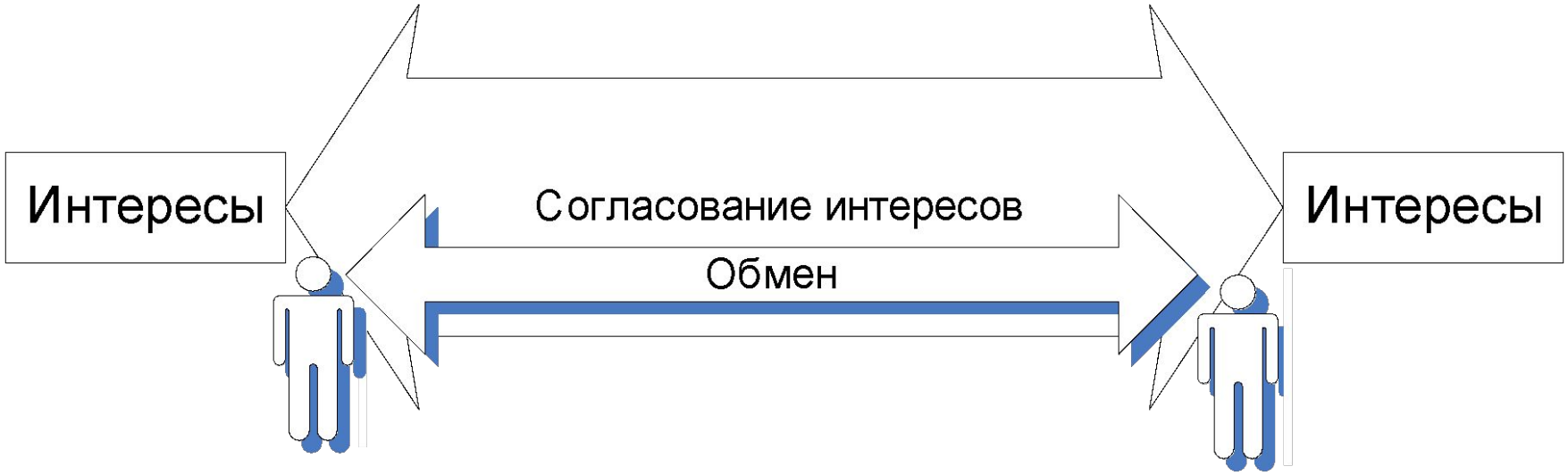

Продавец
Стимулирование сбыта;
Управление
взаимоотношениями
обмен
Сбытовик
Клиент
/Перепродавец

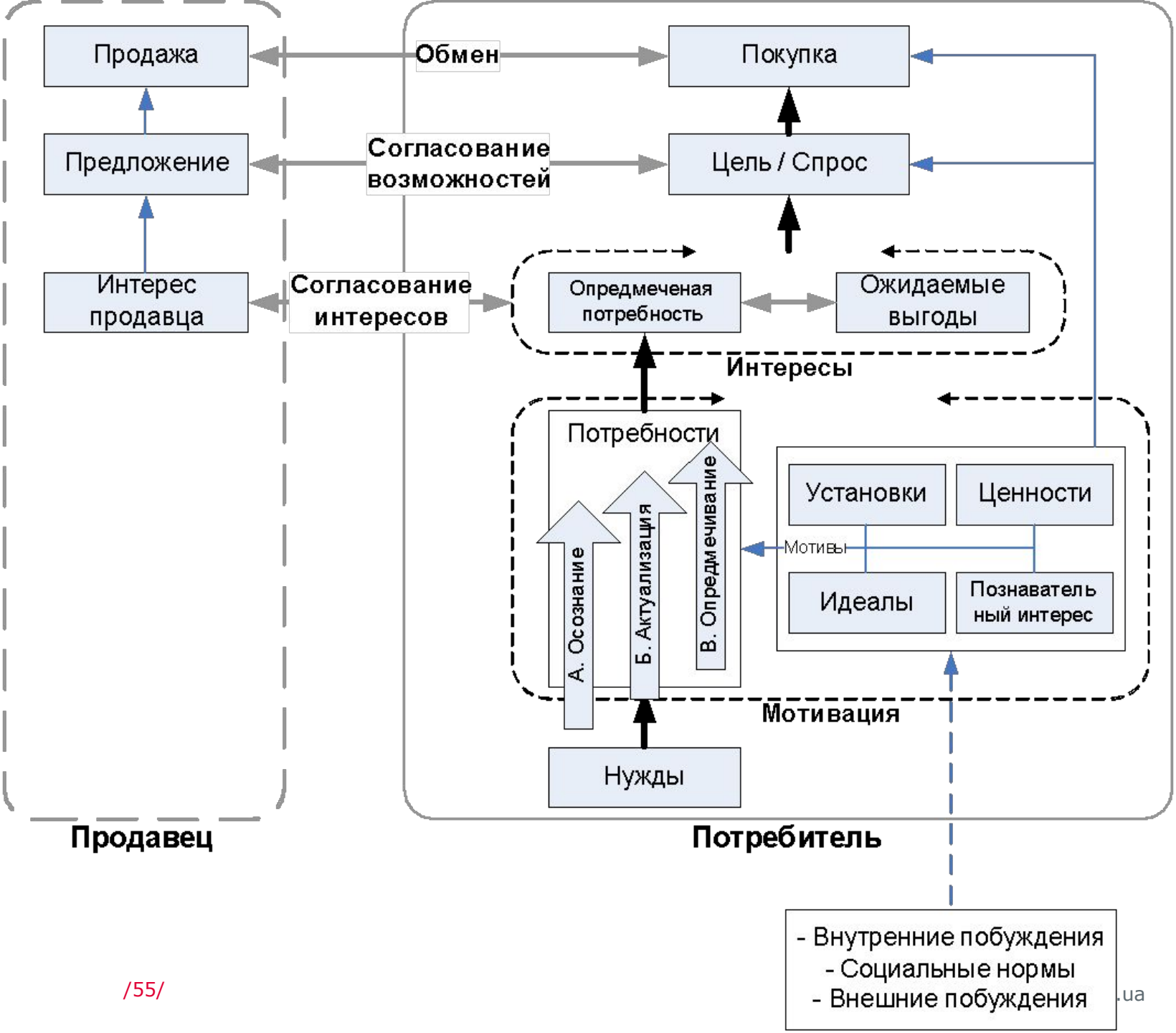
Эффективный инструмент: **программы Customer Satisfaction** (исследования + индивидуальный маркетинг)

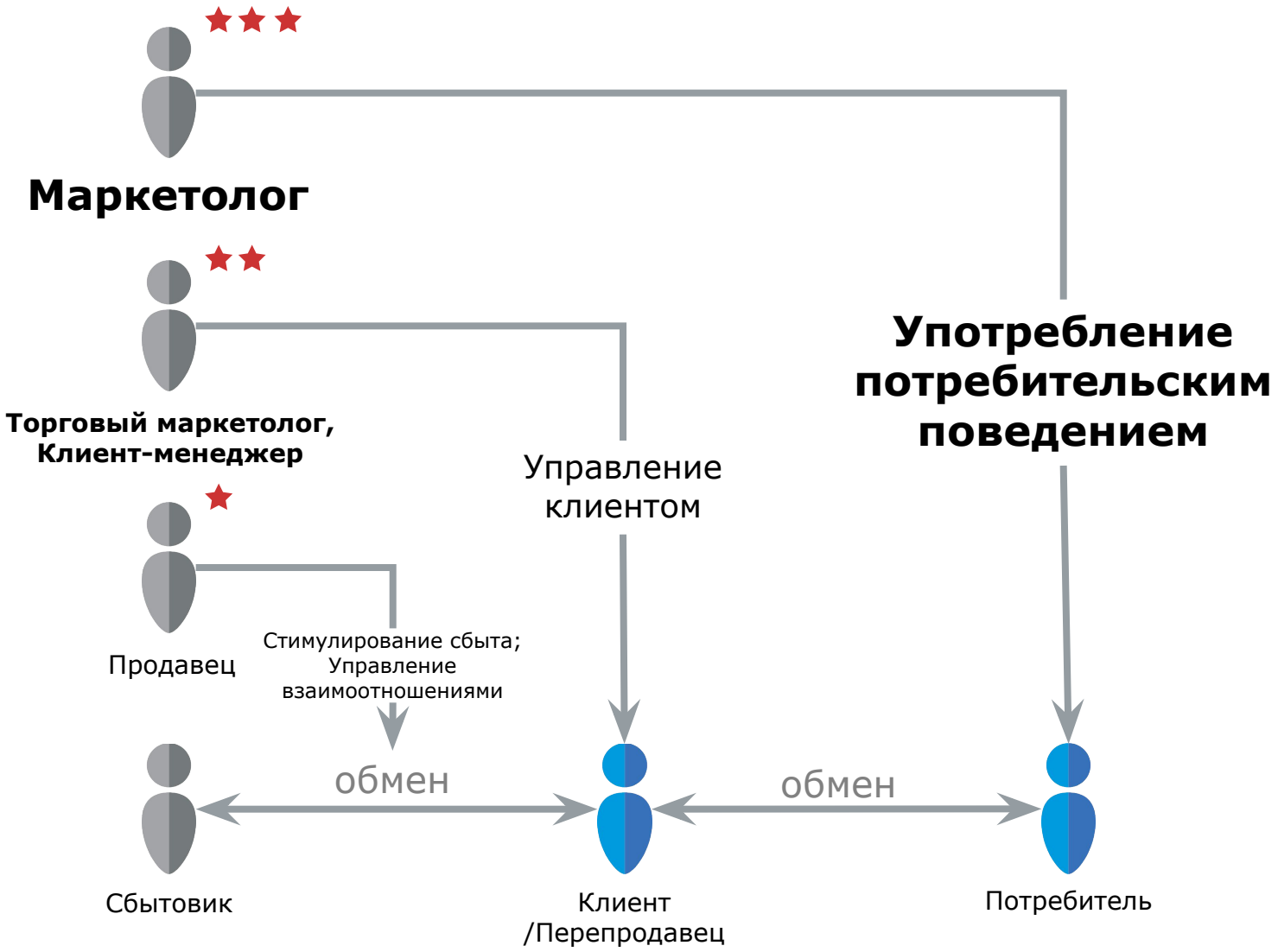



Торговый маркетолог,
Клиент-менеджер
Управление клиентом
Продавец
Стимулирование сбыта;
Управление взаимоотношениями
обмен
Сбытовик
Клиент
/Перепродавец

Изначальная суть маркетинга – управление посредством согласования интересов




Продажа
Обмен
Покупка
Предложение
Согласование возможностей
Цель / Спрос
Интерес продавца
Согласование интересов
Опредмеченая потребность
Ожидаемые выгоды
Интересы
Потребности
А. Осознание
Б. Актуализация
В. Опредмечивание
Установки
Ценности
Мотивы
Идеалы
Познавательный интерес
Мотивация
Нужды
Продавец
Потребитель
- Внутренние побуждения
- Социальные нормы
- Внешние побуждения


Маркетолог
Торговый маркетолог,
Клиент-менеджер
Продавец
Управление
клиентом
Употребление
потребительским
поведением
Стимулирование сбыта;
Управление
взаимоотношениями
обмен
обмен
Сбытовик
Клиент
/Перепродавец
Потребитель

Кто он, конечный покупатель?

Аудитории покупателей автомобилей

Клиенты

“Сейчас ездят”

“Когда-то ездили”

Клиенты нашей компании

Клиенты других компаний

Потенциальные клиенты

Потребность актуализирована - принимают решение о выборе бренда/места

Потребность слабо актуализирована, обращают внимание на информацию

Потребность не актуализирована не обращают внимание на информацию

Возможные целевые аудитории

Аудитории покупателей автомобилей

Клиенты

“Сейчас ездят”

“Когда-то ездили”

Клиенты нашей компании

Клиенты других компаний

Потенциальные клиенты

Потребность актуализирована - принимают решение о выборе бренда/места

Потребность слабо актуализирована, обращают внимание на информацию

Потребность не актуализирована не обращают внимание на информацию

Возможные целевые аудитории

Аудитории покупателей автомобилей

Клиенты

“Сейчас ездят”

“Когда-то ездили”

Клиенты нашей компании

Клиенты других компаний

Потенциальные клиенты

Потребность актуализирована
принимают решение о выборе бренда/места

Потребность слабо актуализирована,
обращают внимание на информацию

Потребность не актуализирована
не обращают внимание на информацию

Возможные целевые аудитории

+1% Домохозяйств в год = 170,000 авто

Аудитории покупателей автомобилей

Клиенты

“Сейчас ездят”

“Когда-то ездили”

Клиенты нашей компании

Клиенты других компаний

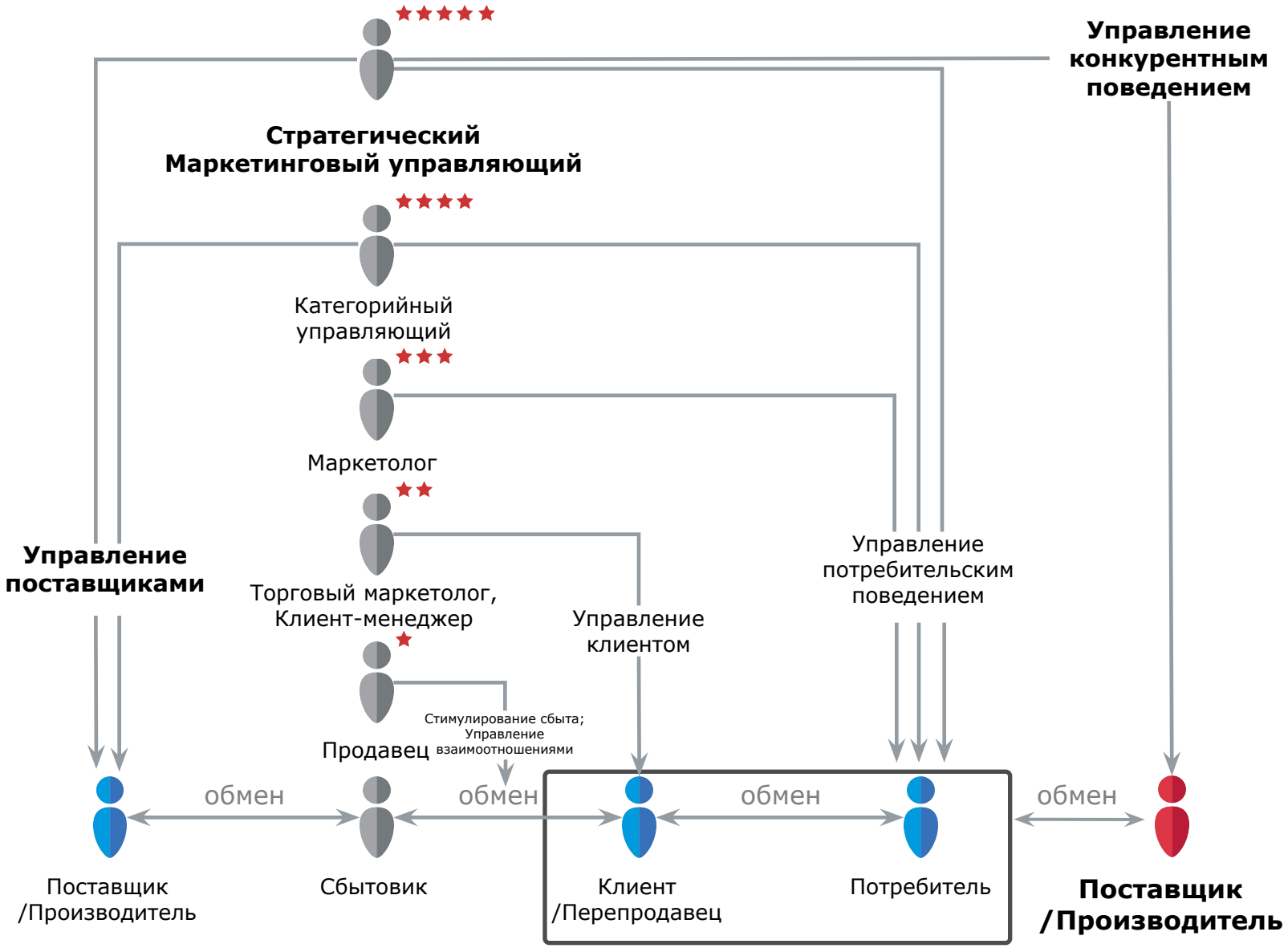
Потенциальные клиенты

Потребность актуализирована - принимают решение о выборе бренда/места

Потребность слабо актуализирована, обращают внимание на информацию

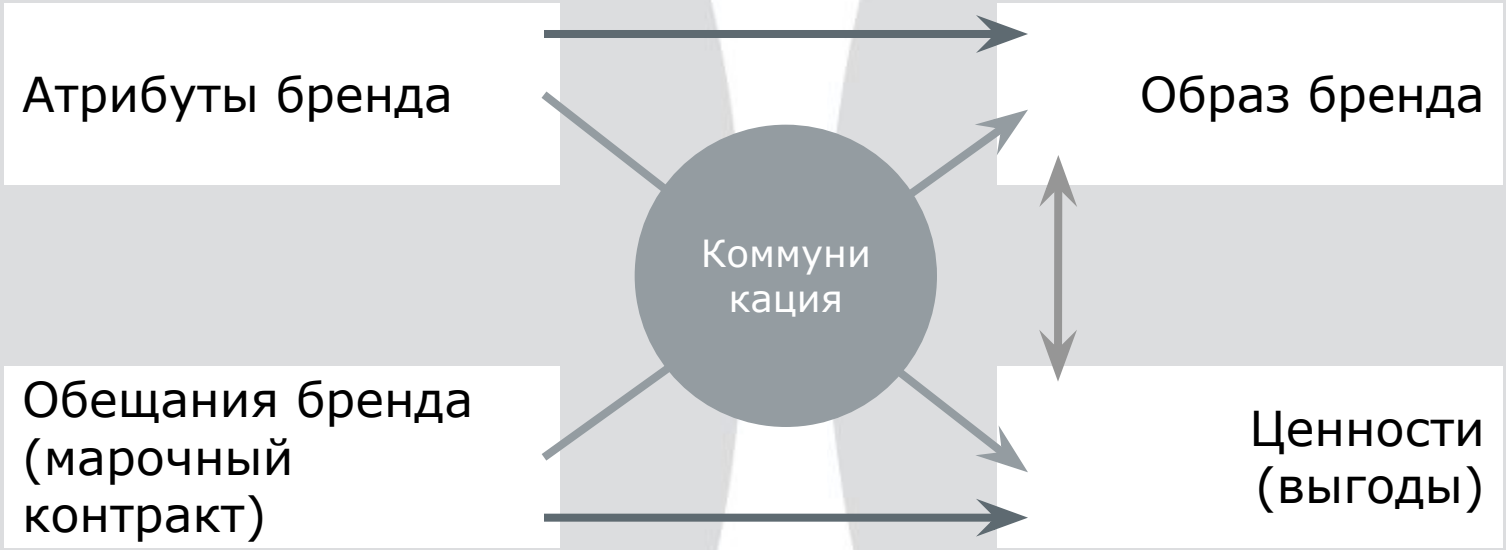
Потребность не актуализирована не обращают внимание на информацию

Возможные целевые аудитории



www.advanter.ua

Все это в совокупности и есть автомобильный бренд

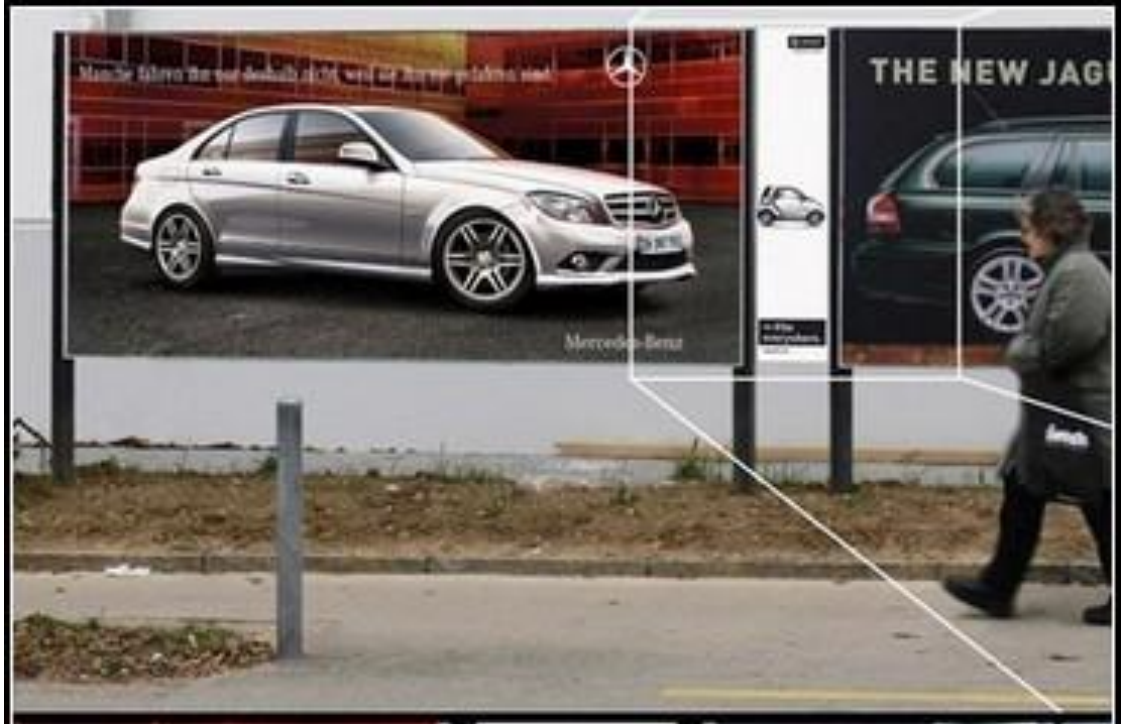


Собственник бренда

Формирование и поддержание отношений

Внешний и внутренний клиент

www.advanter.ua



www.advanter.ua

smart

Yes, Of`Corsa

Красота и страшная сила – кто кого?

Бриф

Новый Touareg - это не просто классный внедорожник с образцовыми характеристиками. Теперь это автомобиль для искушенных людей, знающих толк в хороших вещах.

Задача

Осуществить запуск новой модели VW Touareg в Беларуси как прямого конкурента Mercedes-Benz ML и BMW X5.

Идея

Новый VW Touareg – элегантен снаружи и с образцовыми внедорожными характеристиками внутри.

Слоган

Новый VW Touareg. Красота и страшная сила.

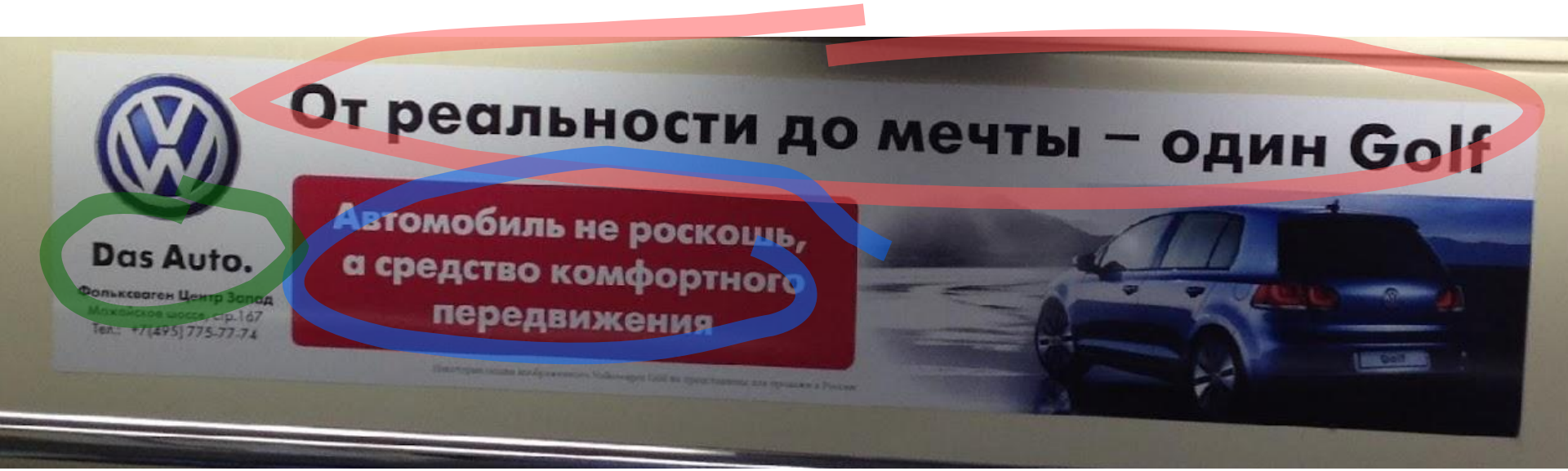
Решение

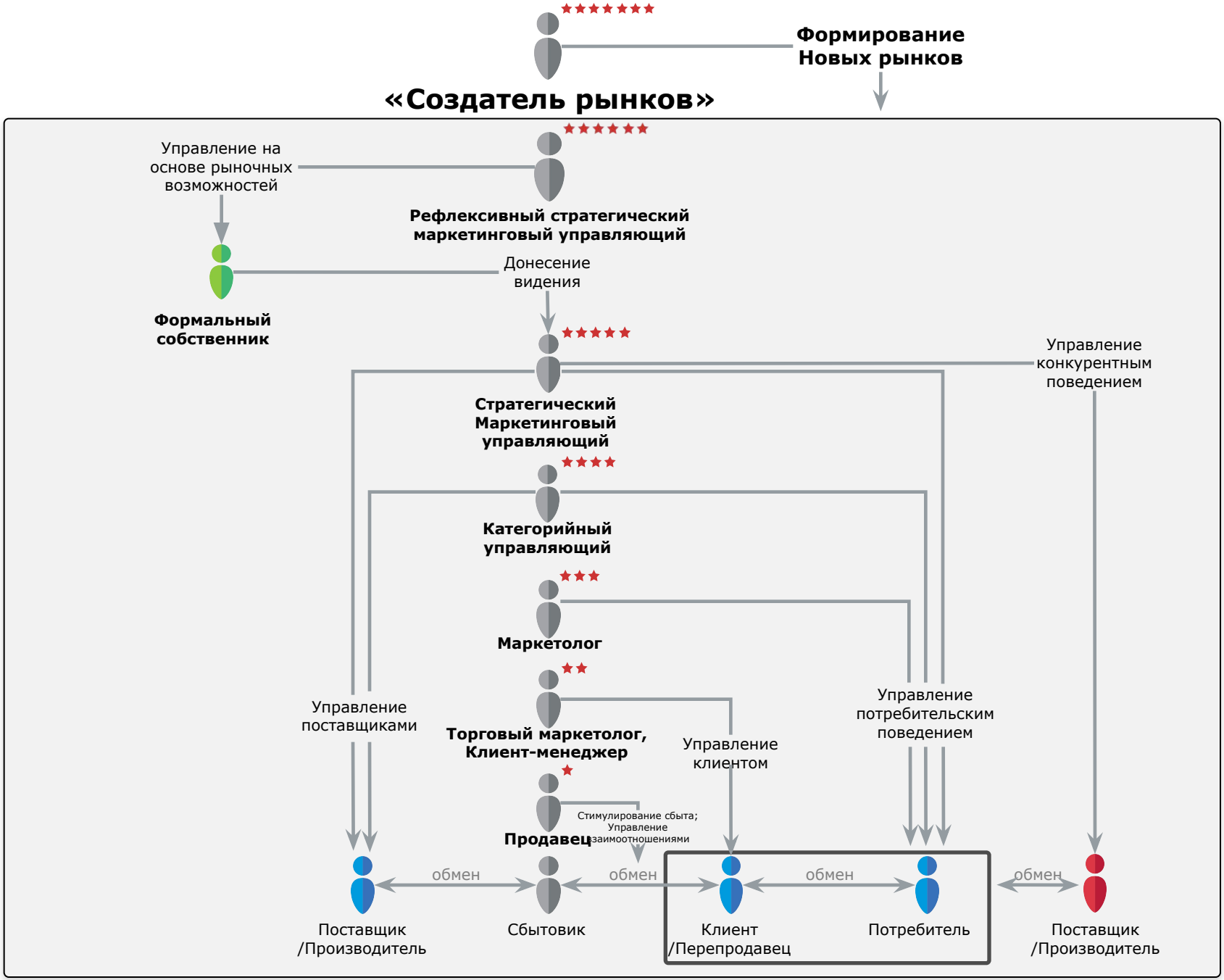
Живое соревнование на мегаборде. 2 автомобиля VW Touareg двигаются, перетягивая друг друга, поочередно открывая то сторону «Красота», то сторону «Страшная сила». Полный цикл движения – 1 минута, ночью загорались фары.

Результат

Годовой план продаж был выполнен за первый месяц размещения.

От реальности до мечты – один Golf
Das Auto.
Фольксваген Центр Запад
Можайское шоссе, стр.167
Тел.: +7(495) 775-77-74
Автомобиль не роскошь,
а средство комфортного
передвижения


От реальности до мечты – один Golf
Das Auto.
Фольксваген Центр Запад
Можайское шоссе, стр.1б7
Тел.: +7(495) 775-77-74
Автомобиль не роскошь,
а средство комфортного
передвижения



www.advanter.ua

итого

≈500,000 потребителей **должны были бы** купить в 2012 году новый автомобиль *(потенциал рынка)*

Но: только **280,000 клиентов** будут **готовы купить новый автомобиль** в 2012 году *(ёмкость рынка)*

Продажи **прогнозировать бессмысленно**, до тех пор пока не мы управляем рынком

Но: настоящий маркетинг - **можно управлять** опредмечиванием интереса потребителя в нашу пользу (управление установками, «вписывание» в ценности,

Группа компаний Advanter Group

Advanter Group

11 консалтинговых компаний в структуре группы:

- Управленческий и организационный консалтинг
- Коучинг для собственников и высших руководителей
- Разработка стратегий развития
- Маркетинговые исследования
- Сопровождение инвестиционных проектов
- Маркетинговое сопровождение
- Создание и усиление брендов, дизайн

16 лет на рынке. Более 1200 реализованных проектов. Наиболее компетентная консалтинговая компания по рейтингу Ukrainian Marketing Awards

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

LADA

Спасибо за внимание!

Андрей Длигач

dligach

Полный текст презентации и аналитика:

info@advanter.com.ua

Advanter Group

+380 44 383-00-41

www.advanter.ua