

ПРОДАЖА НОВЫХ ДИЛЕРСКИХ АВТО ЧЕРЕЗ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ИНТЕРНЕТ-ПЛОЩАДКИ



- ✓ Как находят новый автомобиль Покупатели.
- ✓ В каком виде Покупатели хотят видеть информацию о новом автомобиле
- ✓ Какую информацию о новых машинах готовы предоставить дилеры
- ✓ Могут ли Площадки и Дилеры быть одинаково заинтересованы в положительном результате
- ✓ Сервис «Проверенные авто» – новый формат отношений Покупатель - Дилер.



Интернет-рынок уже не растет как раньше! Чтобы удержать трафик на нынешнем уровне, необходимо оптимизировать уже существующие каналы и искать новые источники привлечения Покупателей.

Как уменьшить издержки и увеличить продажи?



Решение этой проблемы с позиции крупной интернет-площадки?

Две ремарки к

выступлению:

- Речь будет идти только о новых машинах в наличии продаваемых официальными дилерами в Москве
- В презентации используется опыт крупных интернет-площадок с аудиторией **больше 0,5 млн.** чел./сутки

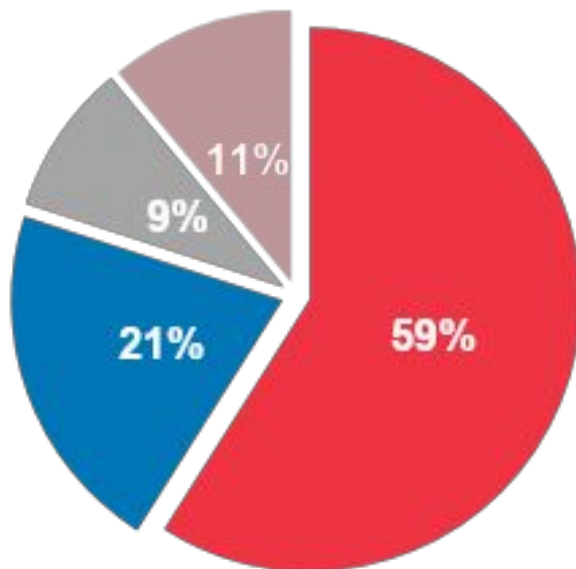




Как находят новый автомобиль Покупатели

- Газеты, журналы, радио – это все в прошлом! Сегодня 90% покупателей узнают об автомобиле и где его купить через Интернет!

В конце ноября был проведен опрос с целью узнать: **Как люди находят новый автомобиль для покупки?** В опросе участвовало более 11000 человек.



- Покупателей начинают поиск*
- *машины с составления списка Дилеров;*
 - *Ищут новый автомобиль по объявлениям на автосайтах.*
 - *Задают вопросы поисковикам, с целью найти нужный вариант.*
 - *Прочее*





Результаты опроса по Федеральным округам

Результаты по Москве



Результаты по Дальнему Востоку



N	Округ	Вариант #1: Соберу список дилеров и буду с ними связываться	Вариант #2: Наберу запрос типа "купить новую ..." в поисковике	Вариант #3: Пойду на популярный сайт с объявлениями по новым авто от дилеров
1.	Дальневосточный федеральный округ	37.3%	10.3%	39%
2.	Москва	69.9%	9.4%	13.8%
3.	Приволжский федеральный округ	67.8%	9.3%	12.1%
4.	Санкт-Петербург	70.3%	10.9%	10.2%
5.	Северо-Западный федеральный округ	66.7%	7.1%	13.1%
6.	Сибирский федеральный округ	60.6%	8.8%	21.4%
7.	Уральский федеральный округ	67%	9%	14%
8.	Центральный федеральный округ	65.2%	9.1%	14.5%
9.	Южный федеральный округ	65.9%	13.1%	13.5%

ВЫВОД

Рынок «новых дилерских авто» еще только на стадии формирования. В регионах, именно сильные Площадки, являются главными источниками информации о новых автомобилях, что соответствует и мировой тенденции.:

Автопорталы - крупнейшие поставщики Покупателей новых автомобилей.



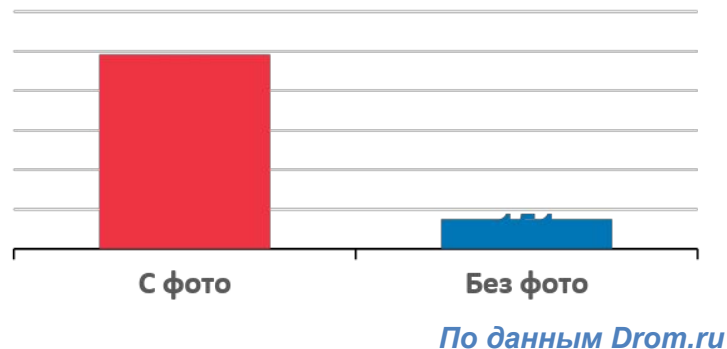


В каком виде Покупатели хотят видеть информацию о новом автомобиле

В апреле 2011 года Drom.ru запустил проект «Проверенные авто». Более трех лет мы сами общались с Покупателями, выясняя «Что хотят Покупатели новых авто?», каким объявлениям больше всего доверяют. Оказалось, что им необходимы **объявления с реальными фотографиями машин** (даже, если они находятся на складе). Это **главный показатель надежности** предложения.

Результаты опроса: 57% пользователей выбирают объявления только с фотографиями

По статистике объявления с фотографиями смотрят в 6 раз больше!



Что еще Покупатели отмечали, как желательную информацию в объявлении:

- ✓ Четкое описание комплектаций и дополнительных опций;
- ✓ Полная информация о Дилере





Возможно ли чтобы Площадки и Дилеры были одинаково заинтересованы в положительном результате

Существующая бизнес-модель отношений не предполагает взаимной заинтересованности в конечном результате Дилера и Площадки. Площадка дает трафик, дилер конвертирует трафик в клики, звонки и, если повезет, в продажи.

Однако! Такая схема отношений перестает работать эффективно. В конечном итоге за все платит Покупатель, поэтому он является главным мериллом эффективности и качества как Площадки, так и Дилера.

ПРОДАЖА АВТО – это главная цель, к которой должны стремиться и Площадка, и Дилер.

Для рынка «новых дилерских машин» эта проблема еще более актуальна. Площадка не будет интересна Покупателю если на ней будет мало предложений и качество объявлений будет низким. В то же самое время Дилер заинтересован получить Реального Покупателя, а не любознательного Посетителя. **Находить ответы на 95% своих вопросов Пользователь должен на автосайте**, а вот уже как платить и когда забрать машину Покупатель должен узнавать по телефону из разговора с Дилером!





DROM.ru – это:

- Автопортал **№ 1** по версии счетчика Liveinternet.ru в категории «Авто»
- Ежедневная аудитория более **1 200 000** посетителей, (Москва – более **120 000**)
- Более **450 000** объявлений по продаже новых и б/авто

Мы занимаем достойное место на рынке объявлений по продаже автомобилей с пробегом.

Однако! Наша цель – стать таким же успешным порталом по продаже Новых автомобилей!

ПРОВЕРЕННЫЕ АВТО – это сервис поиска покупателей новых автомобилей .

Только факты:

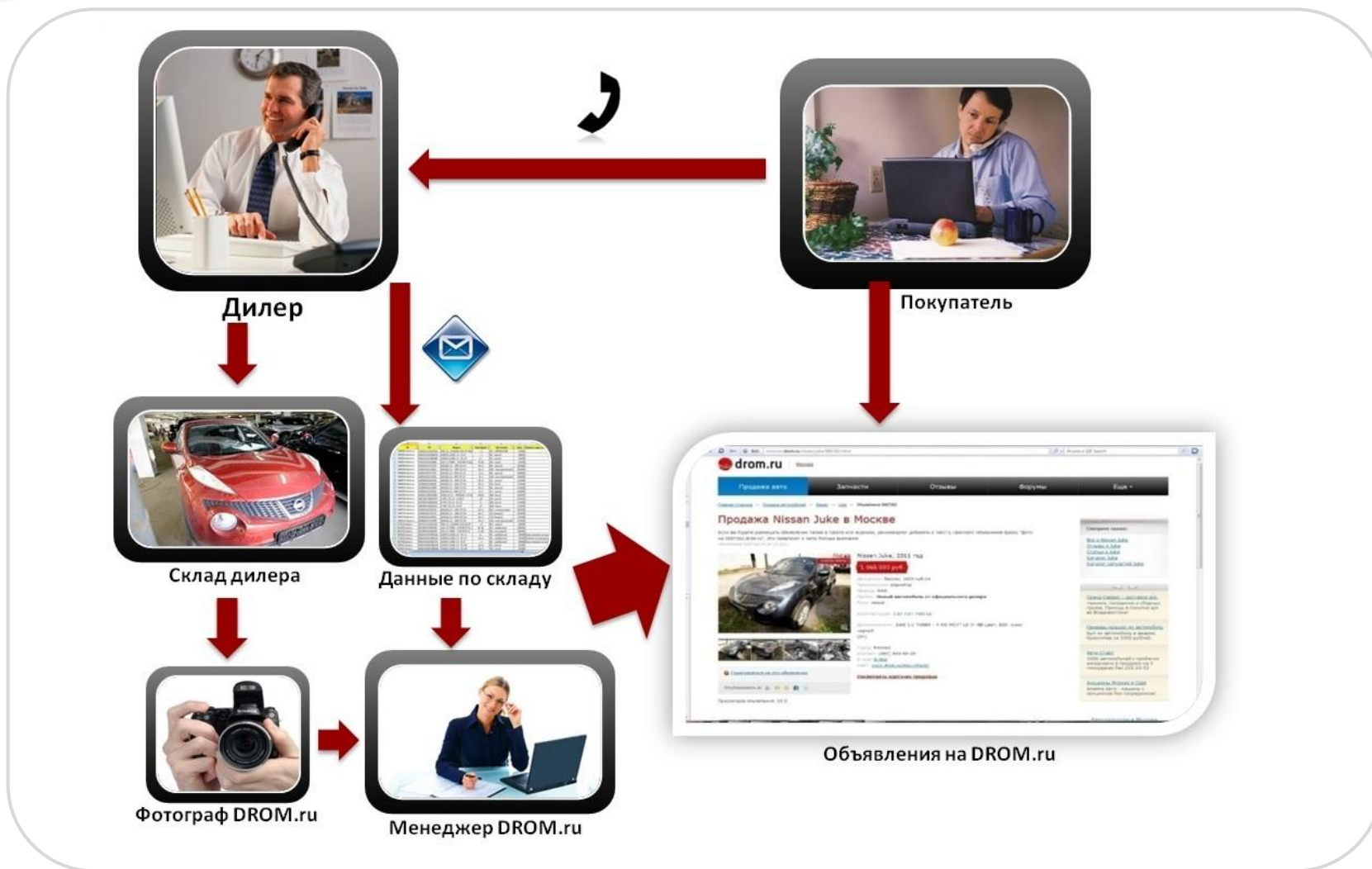
- В ноябре наши пользователи приобрели **368** новых автомобилей на сумму более 250 млн. рублей;
- С нами работает более **140** официальных дилеров Москвы
- Наш контакт-центр обрабатывает в день более **550** звонков

Присоединяйтесь!





Как работает сервис «Проверенные авто»



Вместо заключения

На Конференции очень много говорилось о сохранении и увеличении трафика.

Хотелось бы высказать пожелание от имени Площадок:

Первое. Добавьте в свои объявления **реальные фотографии** и народ к вам потянется!

Второе. Давайте жить дружно! Мы предлагаем не только оптимизировать, но и выстраивать **партнерские отношения** между площадками и дилерами.

И, **последнее**, давайте **вместе зарабатывать на Доходах**, а не на расходах!

Спасибо за внимание!





AMConference

Автомобильный маркетинг

АВТОМОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ 2014

**"Продажа новых дилерских авто через
Специализированные интернет-площадки."**



Пугачев Сергей В. / **Drom.ru**
Tr. (495) 943-88-20, sp@drom.ru