



УПРАВЛЕНИЕ
ПО МАРКЕТИНГУ

ПРОГРАММА СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ АВТОМОБИЛЕЙ В СЕГМЕНТЕ РЫНКА С РАСТУЩЕЙ КОНКУРЕНЦИЕЙ

Бредихин А.Л., начальник управления по маркетингу ОАО «АВТОВАЗ»



Продажи легковых автомобилей в России в 1 кв. 2005 г. и в сравнении с 1 кв. 2004 г.

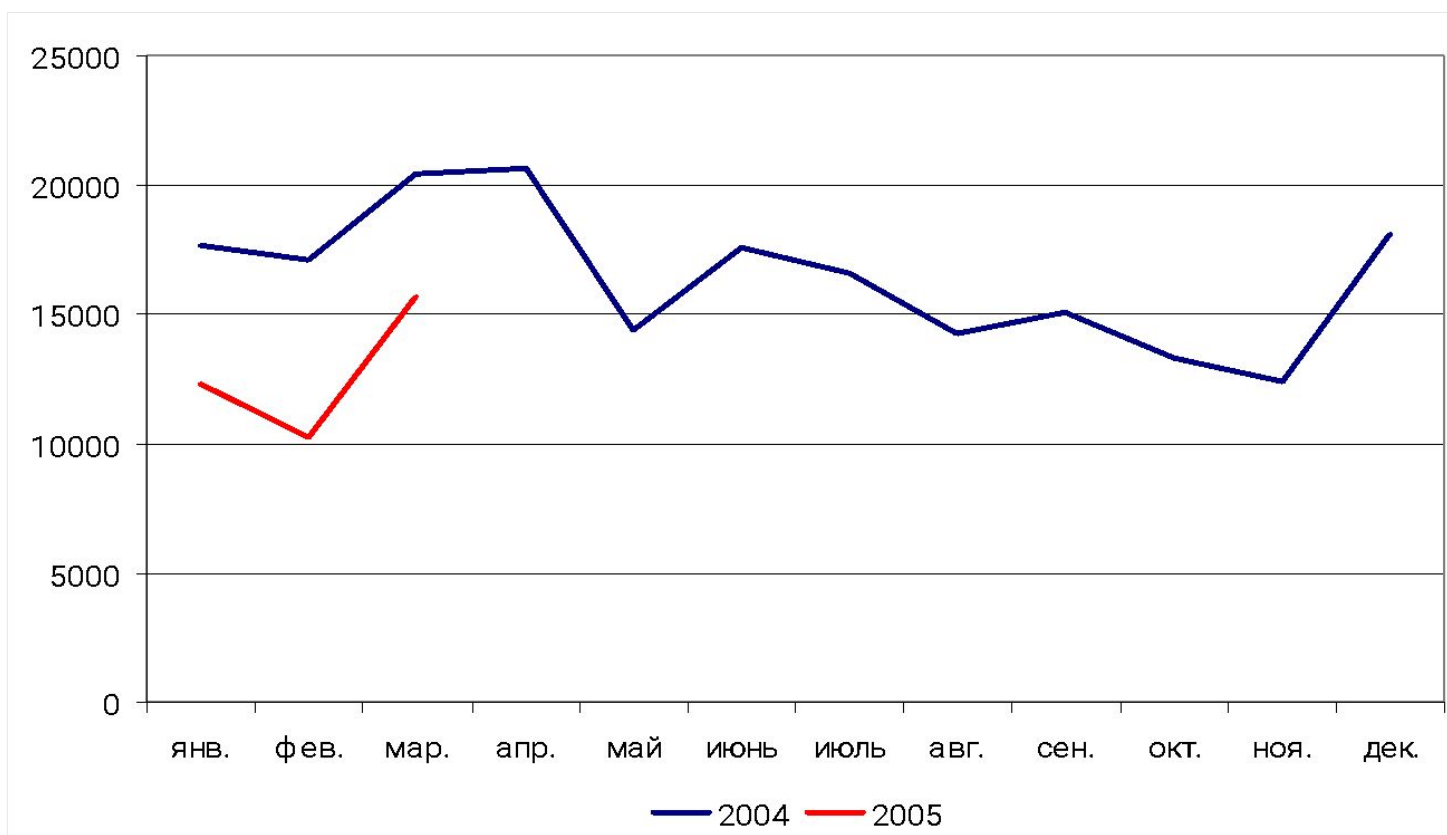
Сегмент	1 кв. 2004	1 кв. 2005	1 кв. 2005г./ 1 кв. 2004г.	1 кв. 2004	1 кв. 2005
	шт.		%		
1. Новые автомобили российских марок	215 272	178 787	-16,90%	61,00%	53,40%
- Автомобили ЛАДА, включая сборки ИЖ-Авто и РосЛада	173 065	147 097	-15,00%	49,10%	43,90%
(в том числе ЛАДА, только сборки ОАО «АВТОВАЗ»)	162 032	134 148	-17,20%	45,90%	40,10%
- Другие отечественные автомобили	42 207	31 690	-24,90%	12,00%	9,50%
2. Автомобили иностранных марок	137 548	156 042	13,40%	39,00%	46,60%
- Новые автомобили иностраных марок	69 548	112 542	61,80%	19,70%	33,60%
- Подержанные автомобили иностраных марок *	68 000	43 500	-36,00%	19,30%	13,00%
ВСЕГО	352 820	334 829	-5,10%	100%	100%

УПРАВЛЕНИЕ
ПО МАРКЕТИНГУ



Продажи автомобилей семейства LADA 110 в 1 кв. 2005 г.

- Резкое снижение продаж в 1 квартале 2005 года



УПРАВЛЕНИЕ
ПО МАРКЕТИНГУ



УПРАВЛЕНИЕ
ПО МАРКЕТИНГУ

Факторы влияния на автомобильный рынок в 1 полугодии 2005 г.

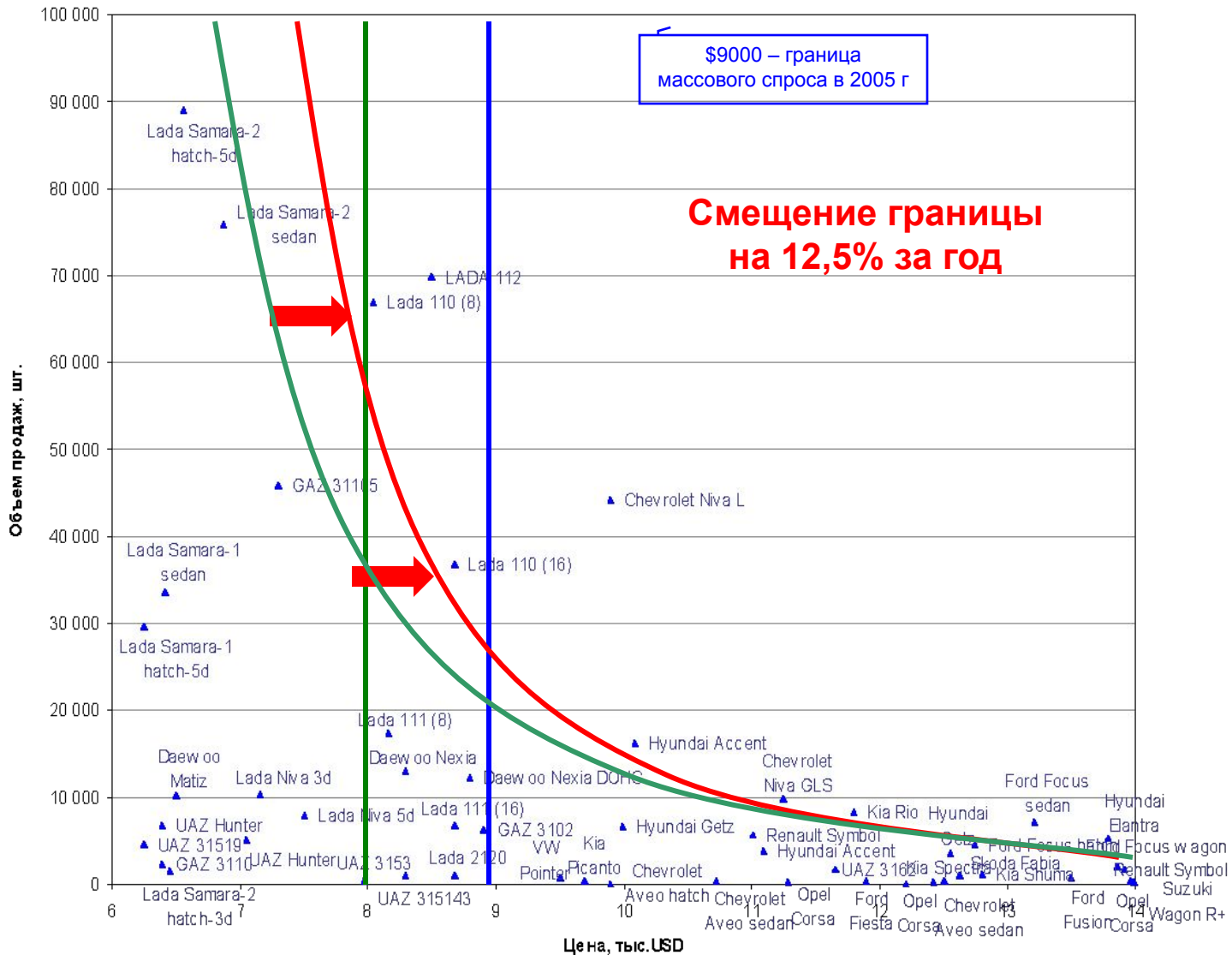
- Сезонность спроса
- Рост доходов населения
- Развитие кредитных и лизинговых схем реализации автомобилей
- Рост производства автомобилей на сборочных заводах
- Изменение требований потребителей
- Изменение курсов основных валют



УПРАВЛЕНИЕ
ПО МАРКЕТИНГУ

Позиционирование новых автомобилей на российском рынке в ценовом сегменте 6-14 тыс. USD

\$8000 — граница
массового спроса в 2004 г



Автомобили семейства LADA 110 вышли в ценовой сегмент с повышенными требованиями покупателей

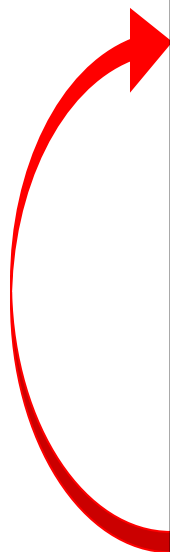
УПРАВЛЕНИЕ
ПО МАРКЕТИНГУ

Ценовой сегмент,
Долл. США

8-10+



6-8



	Требования к комплектации а/м	Требования к автомобилю
8-10+	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ПБ водителя ▪ Усилитель руля ▪ Электрические стеклоподъемники ▪ Центральный замок ▪ Аудиоподготовка ▪ Кондиционер (опция) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Соотношение цены и качества, ▪ Надежность (частота возникновения поломок) ▪ Качество сервиса
6-8	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Центральный замок ▪ Аудиоподготовка ▪ Электрические стеклоподъемники (опция) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Цена ▪ Стоимость сервиса и з/ч ▪ Надежность (частота возникновения поломок)



УПРАВЛЕНИЕ
ПО МАРКЕТИНГУ

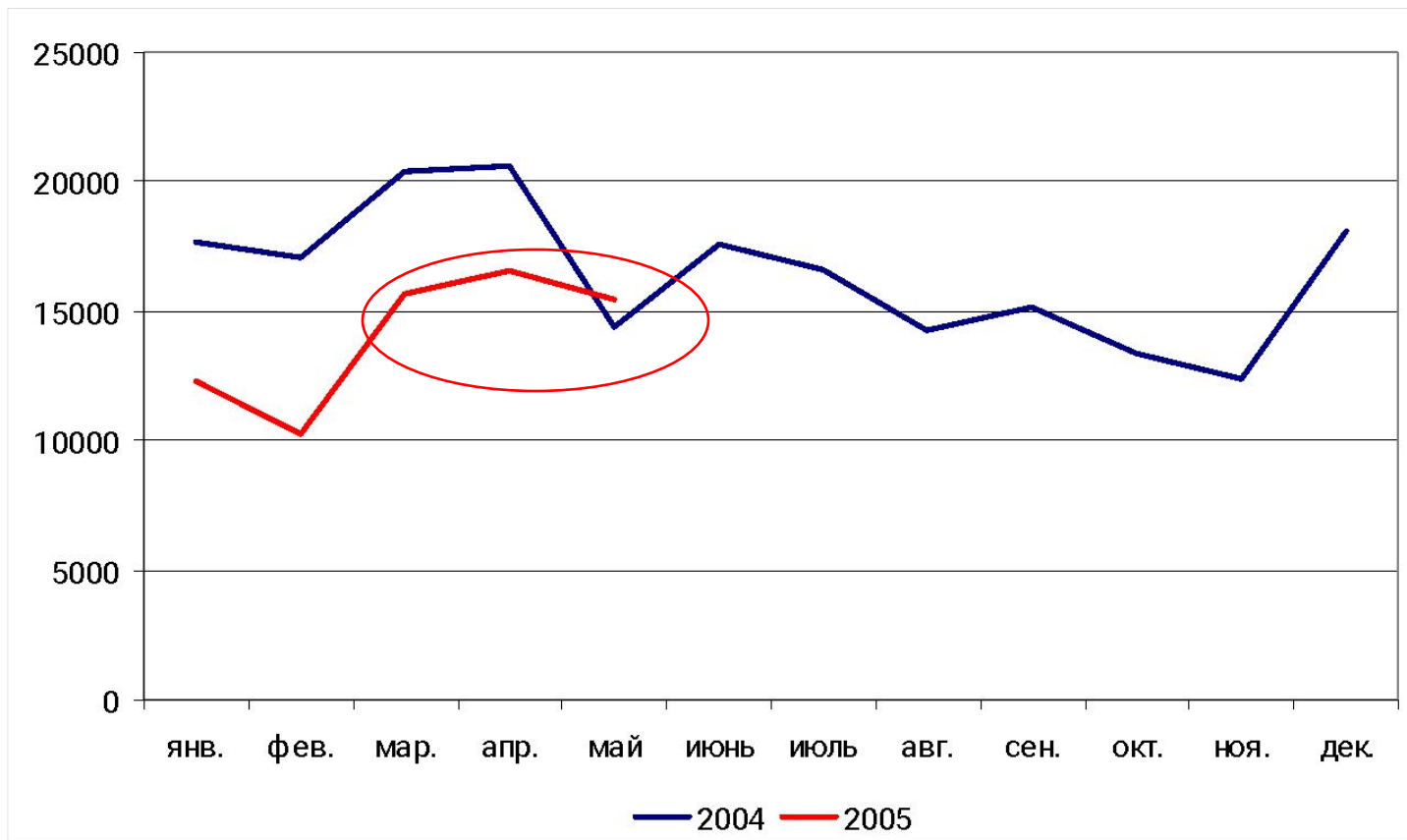
Мероприятия по стимулированию спроса на автомобили семейства LADA 110 в феврале-мае 2005 г.

- Применение скидок для покупателей от рекомендуемых розничных цен
- Предоставление дилерами подарков (комплект зимней резины, дополнительное оборудование и др.)
- Развитие кредитных схем реализации за счёт организации рабочих мест представителей банков в автосалонах



Продажи автомобилей семейства LADA 110 в январе-мае 2005 г.

- Стабилизация продаж в
апреле-мае 2005 года



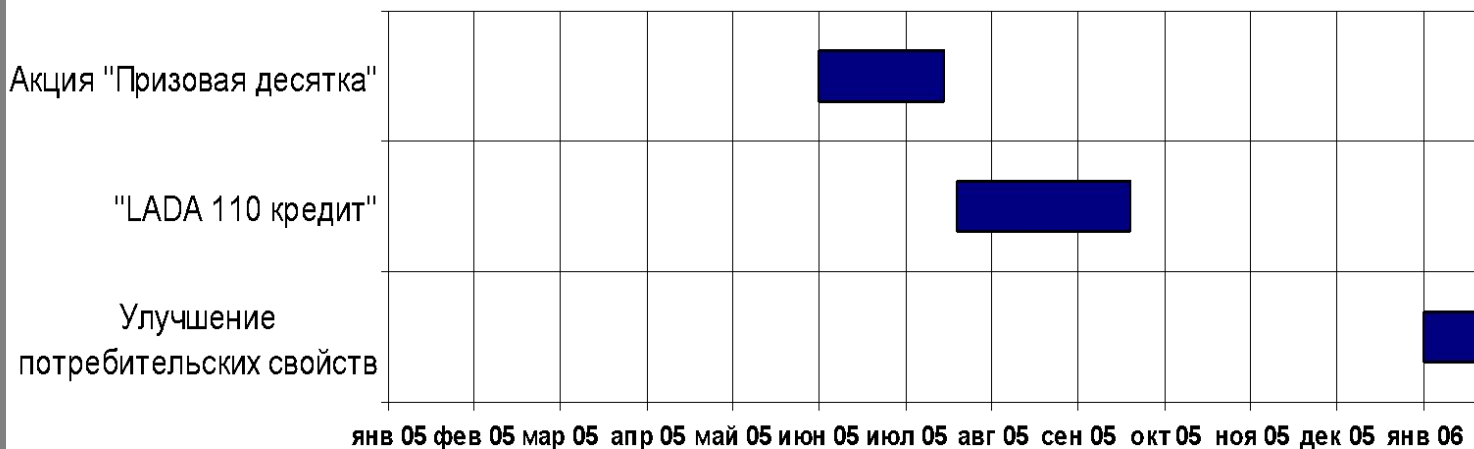
УПРАВЛЕНИЕ
ПО МАРКЕТИНГУ



Программа по увеличению потребительского спроса на автомобили семейства LADA 110 в июне-декабре 2005 г.

- Акция «Призовая десятка»
- Программа кредитования «LADA 110 кредит» (совместно с КБ «АБД»)
- Повышение потребительских свойств автомобилей семейства LADA 110

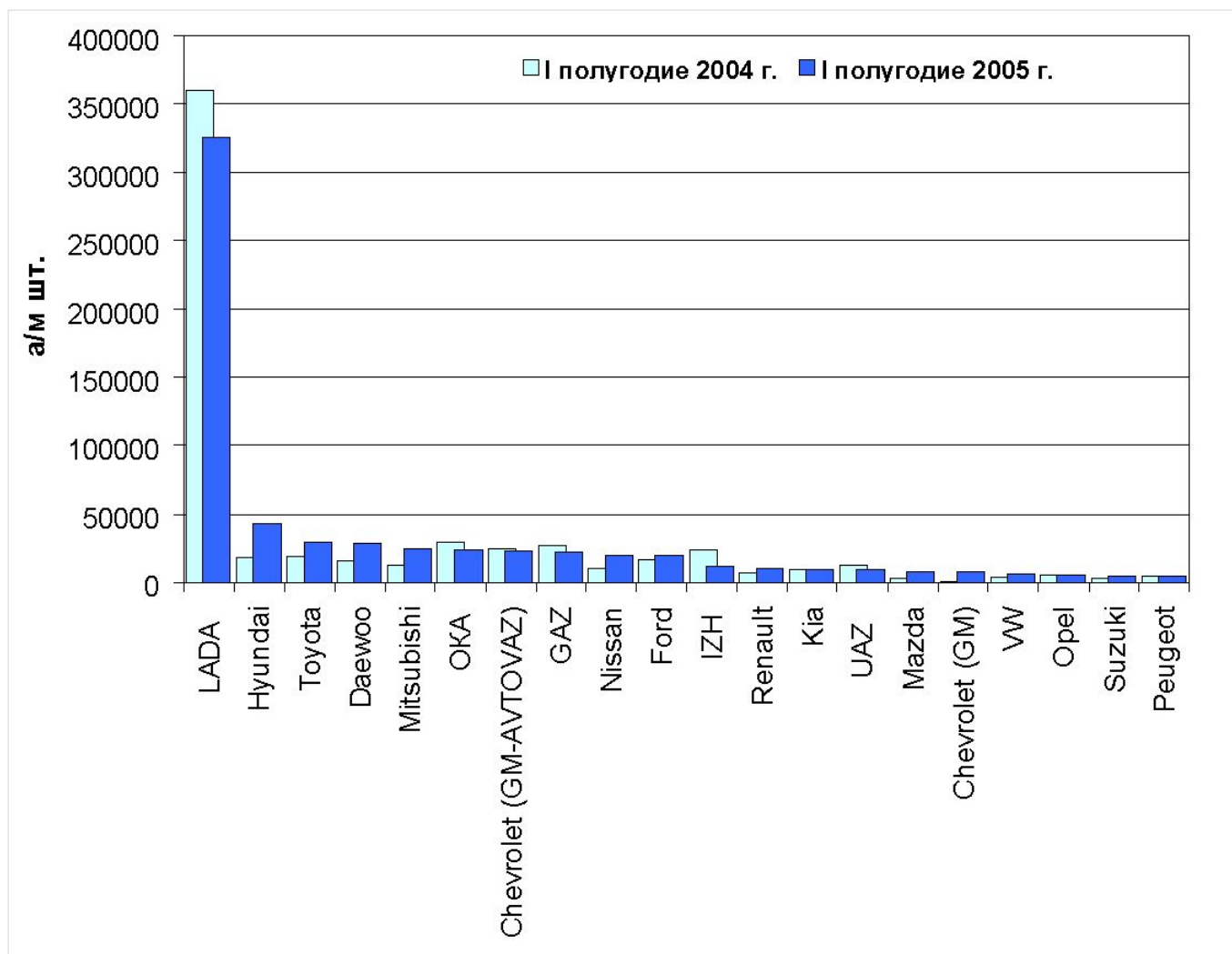
УПРАВЛЕНИЕ
ПО МАРКЕТИНГУ





Объемы продаж новых легковых автомобилей в I полугодии 2004-2005 гг.

УПРАВЛЕНИЕ
ПО МАРКЕТИНГУ





Продажи новых легковых автомобилей по моделям в I полугодии 2004-2005 гг.

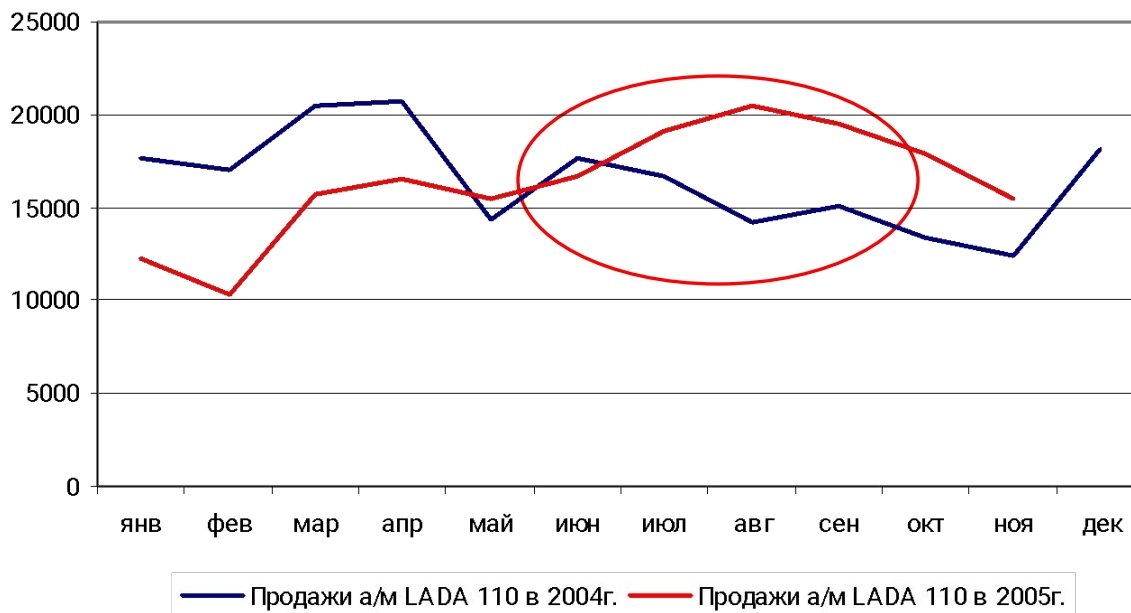
УПРАВЛЕНИЕ
ПО МАРКЕТИНГУ

Рейтинг 2005г.	Модель	Объем продаж I полугодие 2005, шт.	Рейтинг 2004г.	Объем продаж I полугодие 2004, шт.
1	LADA SAMARA	110 649	1	114 178
2	LADA 2105/2107	90 289	3	95 442
3	LADA 110/111/112	86 822	2	107 789
4	OKA	23 403	4	29 336
5	Chevrolet Niva	21 679	7	24 129
6	GAZ Volga	21 633	5	27 093
7	Daewoo Nexia	19 564	10	10 987
8	Hyundai Accent	17 850	13	7 372
9	Mitsubishi Lancer	16 519	14	6 861
10	LADA 2104/2106 (ИЖАвто)	15 750	6	26 720
11	Ford Focus	12 433	9	12 037
12	Toyota Corolla	10 505	16	5 390
13	Daewoo Matiz	9 332	18	4 966
14	UAZ Hunter	9 089	11	10 873
15	Nissan Almera	9 035	22	4 062
16	LADA NIVA	8 434	12	8 934
17	LADA SAMARA (РосЛада)	7 687	71	587
18	Hyundai Getz	7 672	20	4 551
19	Hyundai Elantra	6 681	25	2 963
20	Toyota Camry	6 417	21	4 545



Продажи автомобилей семейства LADA 110 в январе-ноябре 2005 г.

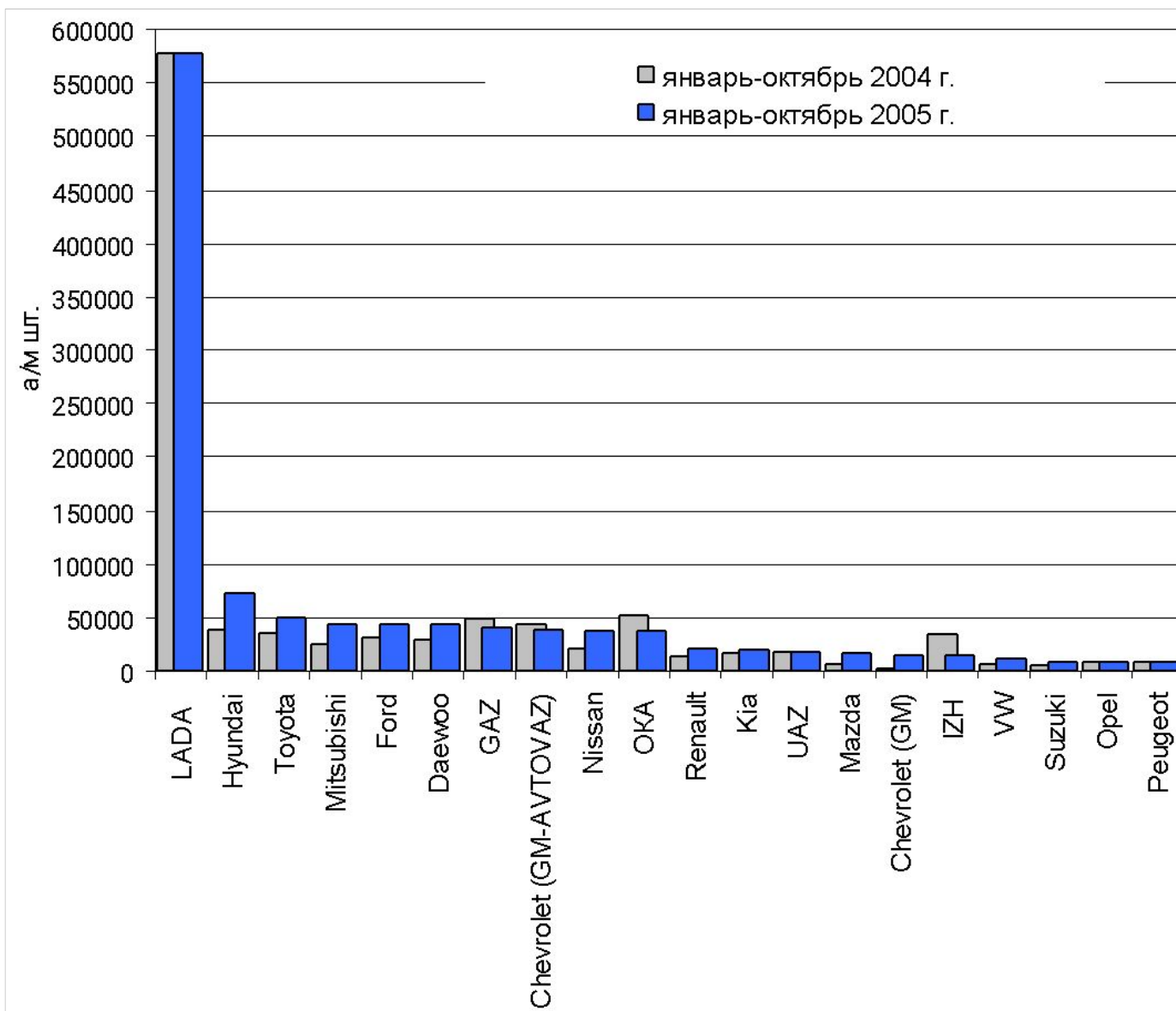
- Рост продаж автомобилей по сравнению с маем:
 - июнь +8%
 - июль +24%
 - август +32%
 - сентябрь +26%
 - октябрь +16%
 - ноябрь 0%



Объемы продаж новых легковых автомобилей за 10 месяцев 2005 г. в сравнении с 2004 г.



УПРАВЛЕНИЕ
ПО МАРКЕТИНГУ





Продажи новых легковых автомобилей по моделям за 10 месяцев 2005 г. в сравнении с 2004 г.

Рейтинг 2005г.	Модель	Объем продаж 10 мес. 2005г., шт.	Рейтинг 2004г.	Объем продаж 10 мес. 2004г., шт.
1	LADA SAMARA	187 459	1	186 732
2	LADA 110/111/112	163 905	2	167 081
3	LADA 2105/2107	157 540	3	154 039
4	GAZ Volga	39 869	5	48 467
5	Chevrolet Niva	36 468	6	43 461
6	OKA	36 198	4	50 647
7	Mitsubishi Lancer	30 532	14	13 575
8	Daewoo Nexia	30 415	9	21 108
9	Hyundai Accent	29 558	12	15 740
10	LADA 2104/2106 (ИЖАвто)	27 580	7	41 264
11	Ford Focus	26 072	8	22 545
12	Toyota Corolla	18 733	15	9 900
13	Nissan Almera	16 816	16	9 341
14	UAZ Hunter	15 384	11	16 650
15	LADA NIVA	15 289	13	14 664
16	Daewoo Matiz	12 458	20	8 542
17	Hyundai Getz	12 340	19	8 680
18	LADA SAMARA (РосЛада)	11 591	30	4 705
19	Toyota Camry	10 970	21	7 824
20	Hyundai Elantra	10 271	24	5 797

УПРАВЛЕНИЕ
ПО МАРКЕТИНГУ