



Конференция «Маркетинг в России»,  
08-09 декабря 2005 г., Москва, отель «Ренессанс»



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.

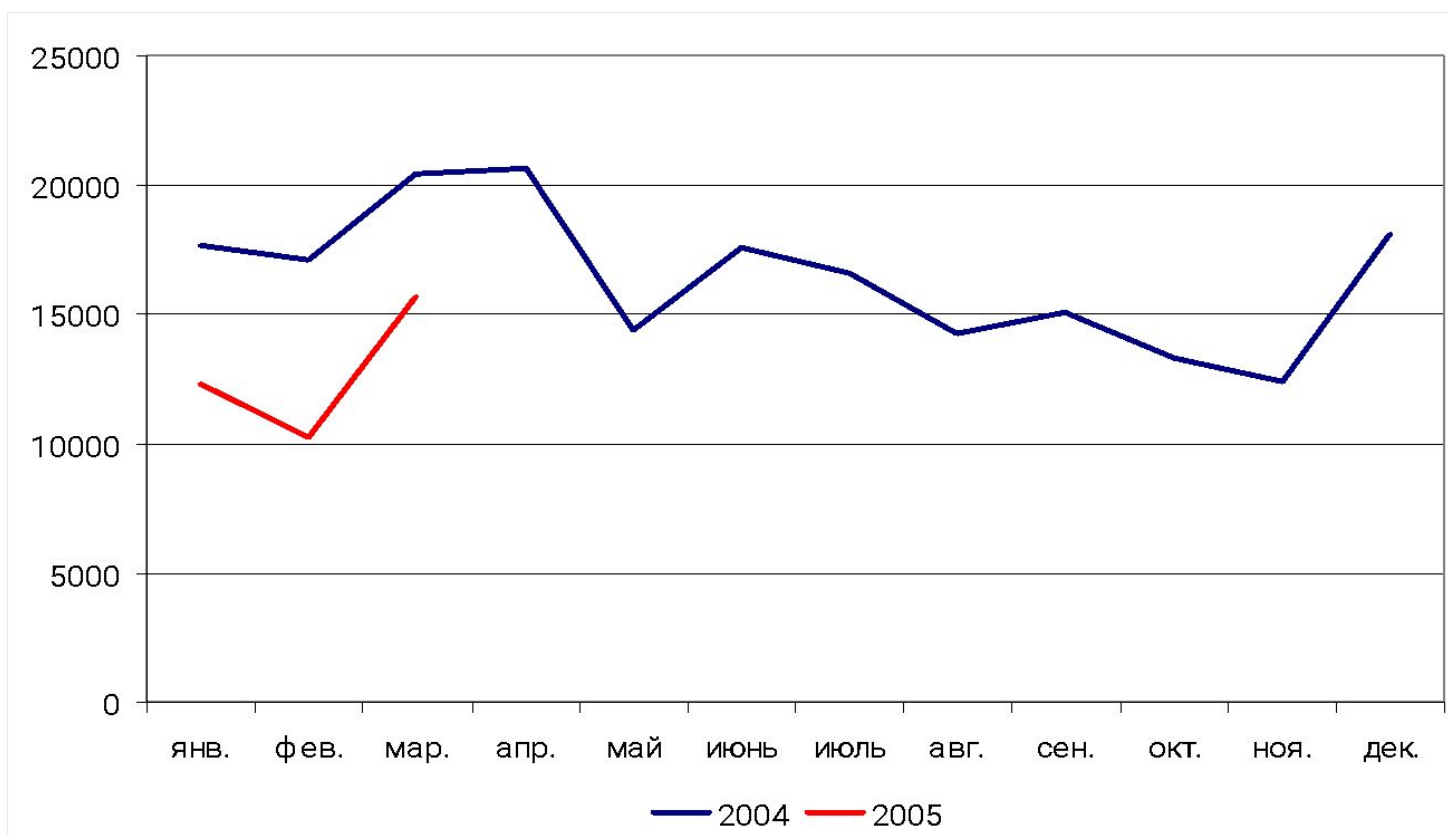
Сегмент	1 кв. 2004	1 кв. 2005	1 кв. 2005г./ 1 кв. 2004г.	1 кв. 2004	1 кв. 2005
	шт.		%		
<b>1. Новые автомобили российских марок</b>	<b>215 272</b>	<b>178 787</b>	<b>-16,90%</b>	<b>61,00%</b>	<b>53,40%</b>
- Автомобили ЛАДА, включая сборки ИЖ-Авто и РосЛада	173 065	147 097	-15,00%	49,10%	43,90%
(в том 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%
<b>2. Автомобили иностранных марок</b>	<b>137 548</b>	<b>156 042</b>	<b>13,40%</b>	<b>39,00%</b>	<b>46,60%</b>
- 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%
<b>ВСЕГО</b>	<b>352 820</b>	<b>334 829</b>	<b>-5,10%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

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



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

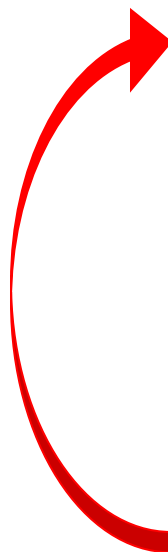
УПРАВЛЕНИЕ  
ПО МАРКЕТИНГУ

Ценовой сегмент,  
Долл. США

8-10+



6-8



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



УПРАВЛЕНИЕ  
ПО МАРКЕТИНГУ

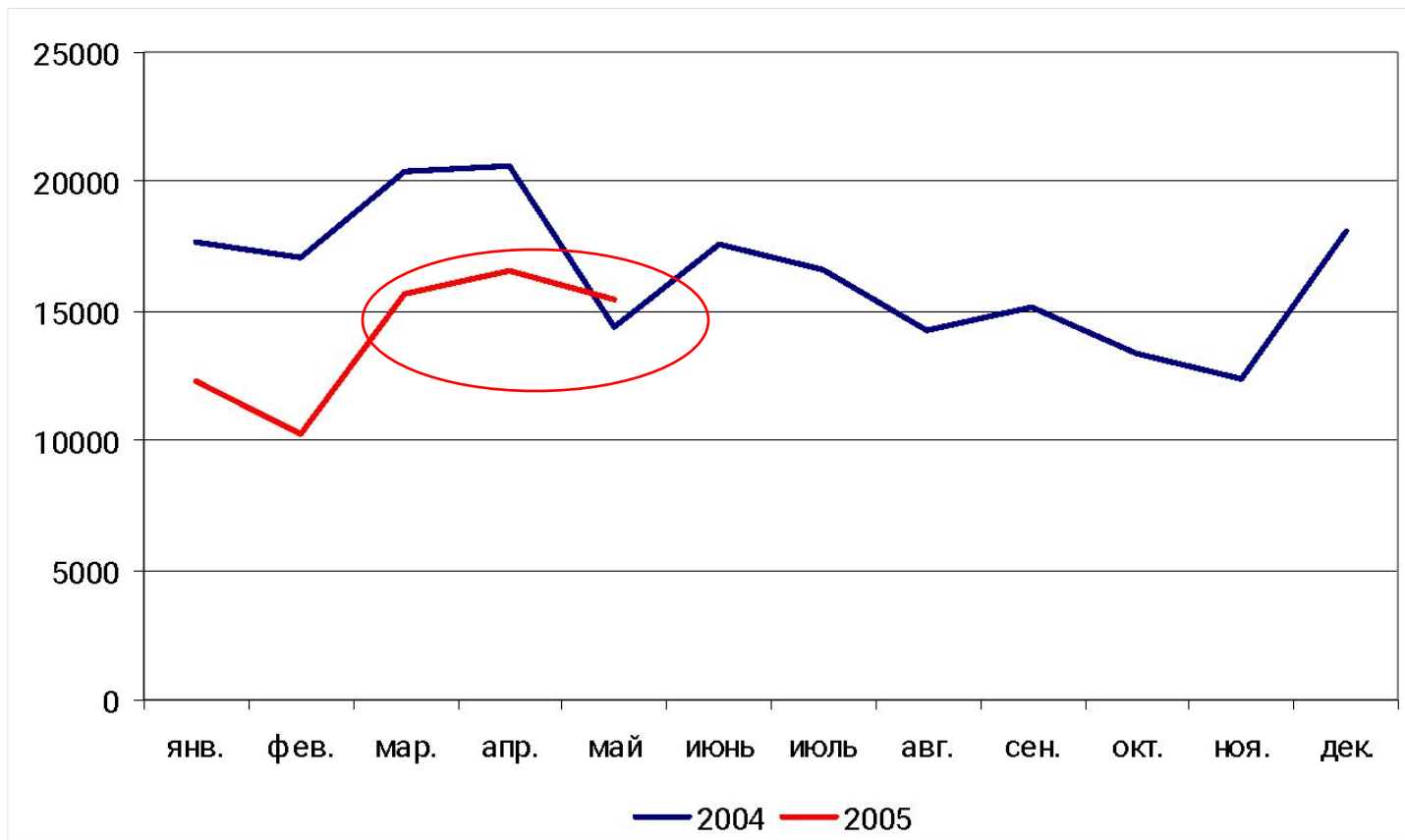
## Мероприятия по стимулированию спроса на автомобили семейства LADA 110 в феврале-мае 2005 г.

- 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

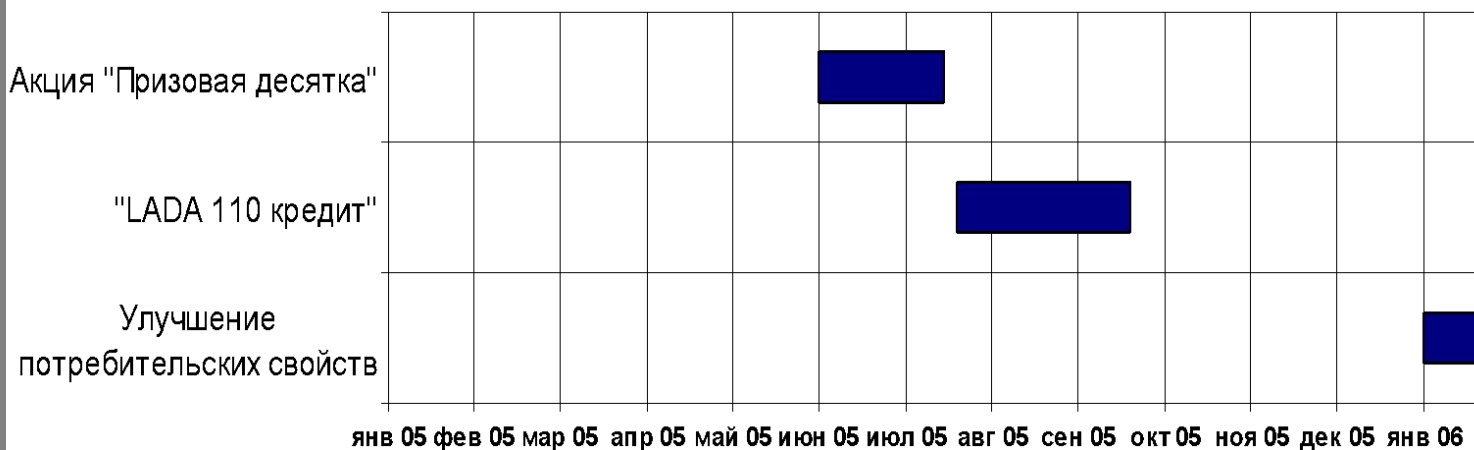




## Программа по увеличению потребительского спроса на автомобили семейства LADA 110 в июне-декабре 2005 г.

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

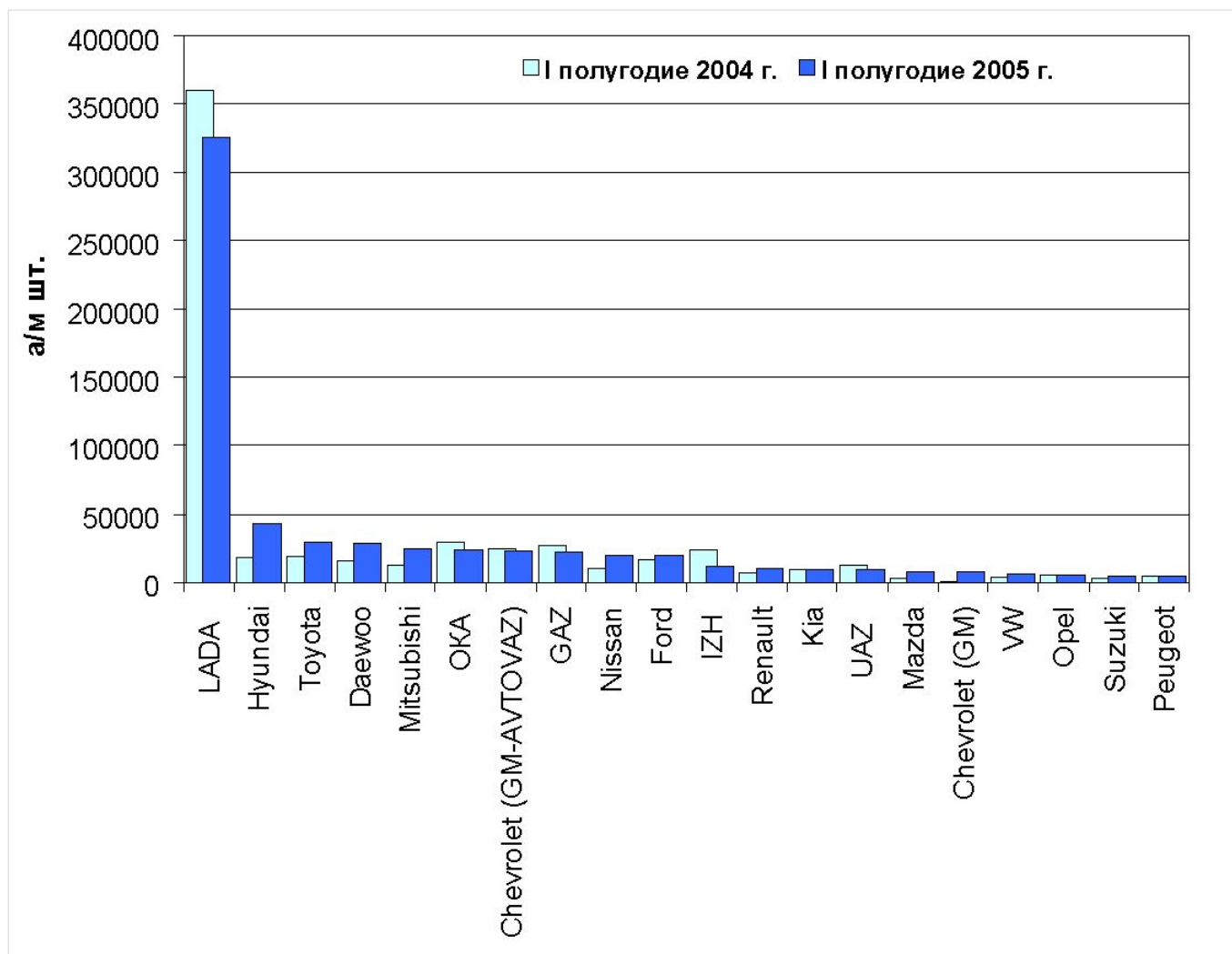
УПРАВЛЕНИЕ  
ПО МАРКЕТИНГУ





## 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



**Усиление рекламного воздействия через ТВ  
в августе-декабре 2005 года  
(рекламный ролик «Город»)**

УПРАВЛЕНИЕ  
ПО МАРКЕТИНГУ



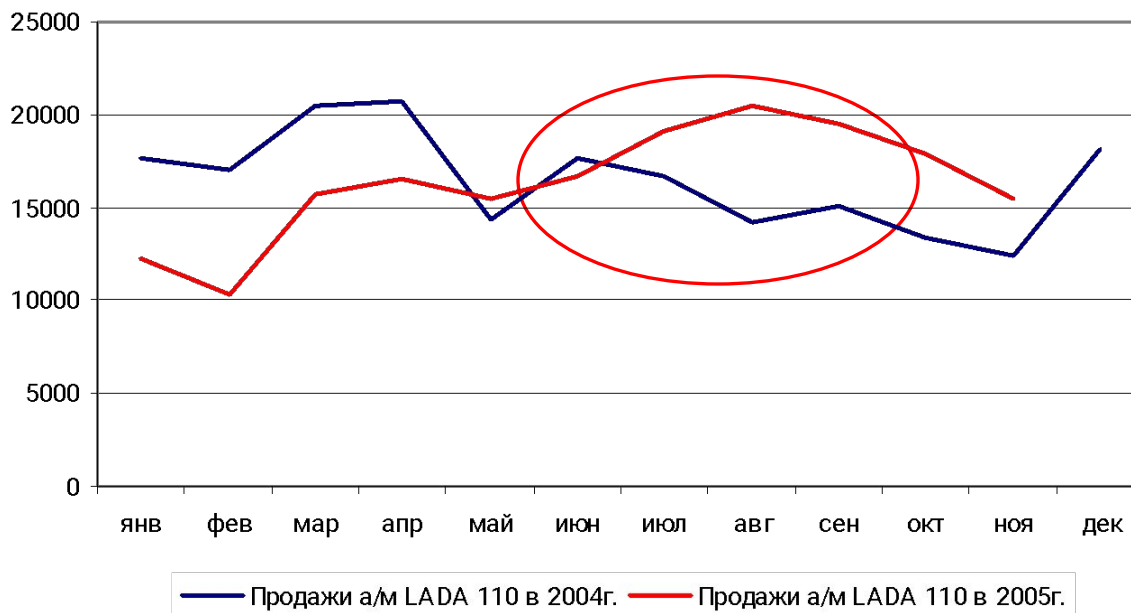
**Усиление рекламного воздействия через ТВ  
в августе-декабре 2005 года  
(рекламный ролик «Село»)**

УПРАВЛЕНИЕ  
ПО МАРКЕТИНГУ



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

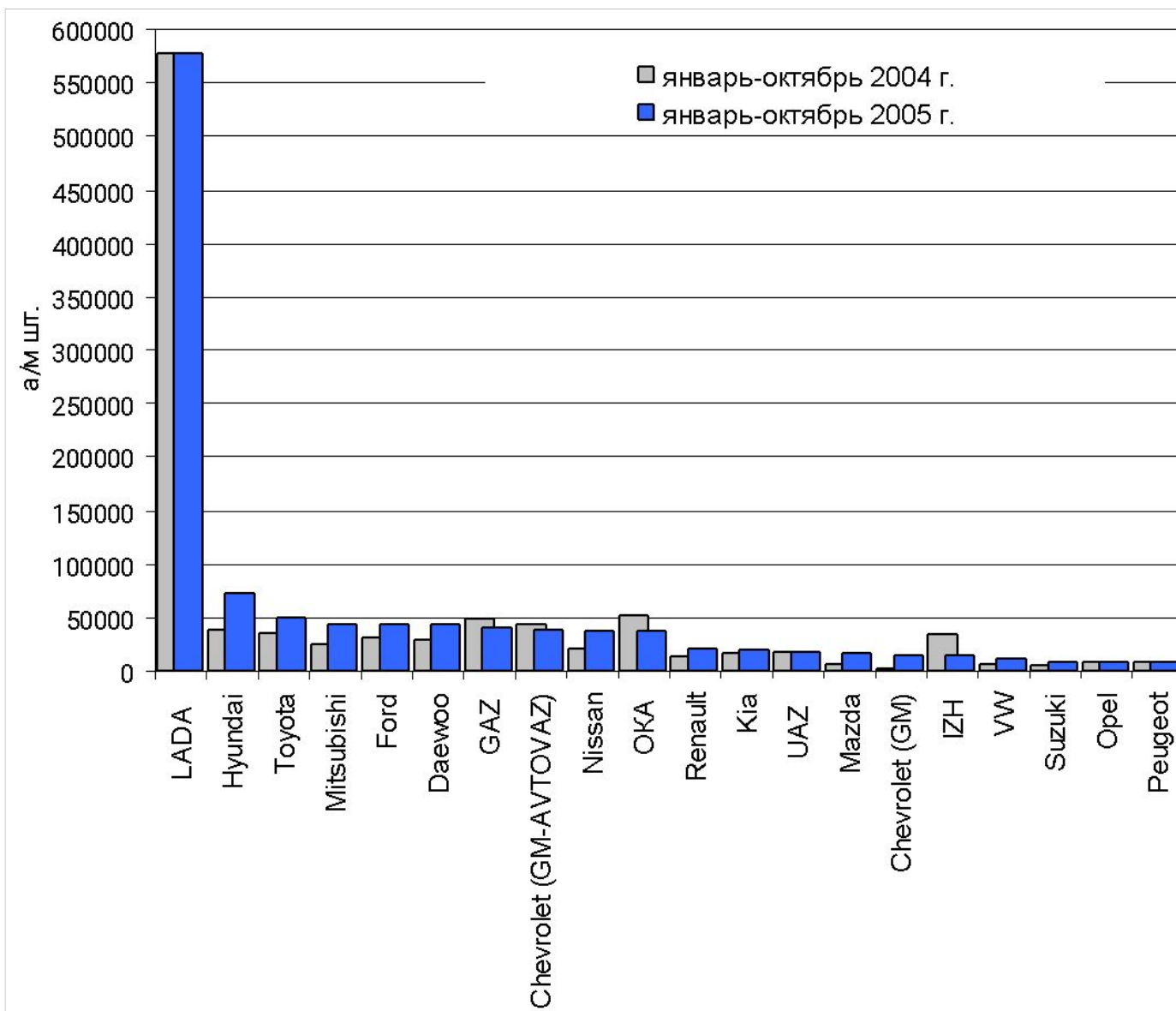
- Рост продаж автомобилей по сравнению с маем:
  - июнь +8%
  - июль +24%
  - август +32%
  - сентябрь +26%
  - октябрь +16%
  - ноябрь 0%



# 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





**БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!**

УПРАВЛЕНИЕ  
ПО МАРКЕТИНГУ