

Зарубежный опыт ведения бизнеса по продаже автомобилей с пробегом



ГРУППА КОМПАНИЙ

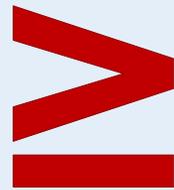
Модель автомобильного бизнеса В РОССИИ

Модель автомобильного бизнеса ЗАРУБЕЖНЫХ КОМПАНИЙ



Цель: прийти к паритету продаж новых и автомобилей с пробегом.

Продажи
автомобилей
с пробегом



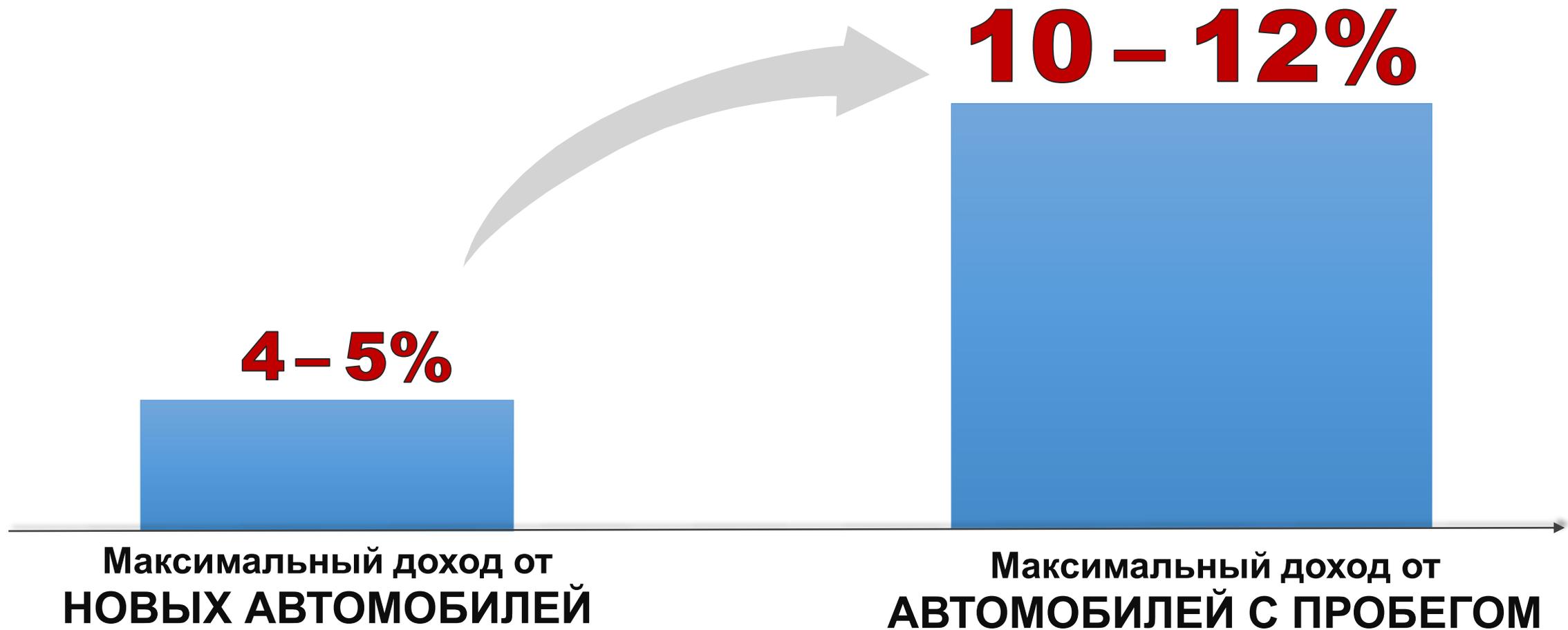
Продажи
НОВЫХ
автомобилей

Пример практик дилеров членов NADA и компании AAA (Чехия)

I. Зачем нужен проект по продаже автомобилей с пробегом официальному дилеру?

Объективные факторы

1 Более высокая маржинальность сделок



2 Большие объёмы рынка. На примере различных стран мира.

**Рынок по продаже автомобилей с пробегом В РАЗЫ БОЛЬШЕ,
чем рынок по продаже новых автомобилей.**

	НОВЫЕ АВТОМОБИЛИ	АВТОМОБИЛИ С ПРОБЕГОМ	
США	16,5 млн.	~40 млн.	↑ в 2,4 раза
Европа	18 млн.	~35 млн.	↑ в 2 раза
Великобритания	2,5 млн.	~8 млн.	↑ в 3 раза
Чехия	200 тыс.	~700 тыс.	↑ в 3,5 раза
Россия	2,3 млн.	~6,1 млн.	↑ в 2,7 раза

2 Большие объёмы рынка. На примере Брянской, Орловской, Калужской областей.

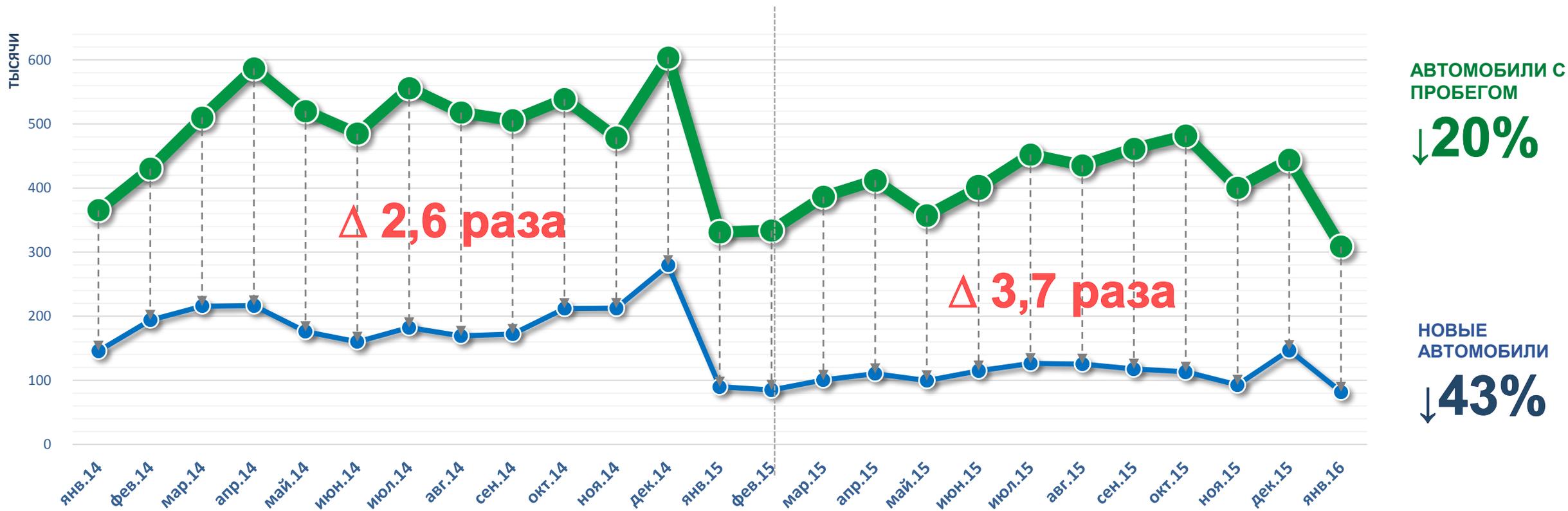
Продажи автомобилей с пробегом в регионах нашего охвата в 4 раза превышают продажи новых автомобилей



* По данным регистрации а/м за 2015 год (ист. Автостат и система WebMis)

3 Сохранение объёмов продаж

- Рынок новых автомобилей падает гораздо быстрее.
- Часть покупателей новых автомобилей переходят на рынок автомобилей с пробегом.



* Данные по регистрациям а/м за 2014-2015 год (ист. Автостат)

4 Высокая оборачиваемость капитала

Средняя оборачиваемость
1-2 МЕСЯЦА



Средняя оборачиваемость
3 МЕСЯЦА



5 Конкуренция на рынке

Рынок новых автомобилей – конкуренция официальных дилеров.

Рынок автомобилей с пробегом в РФ – конкуренция мелких продавцов.



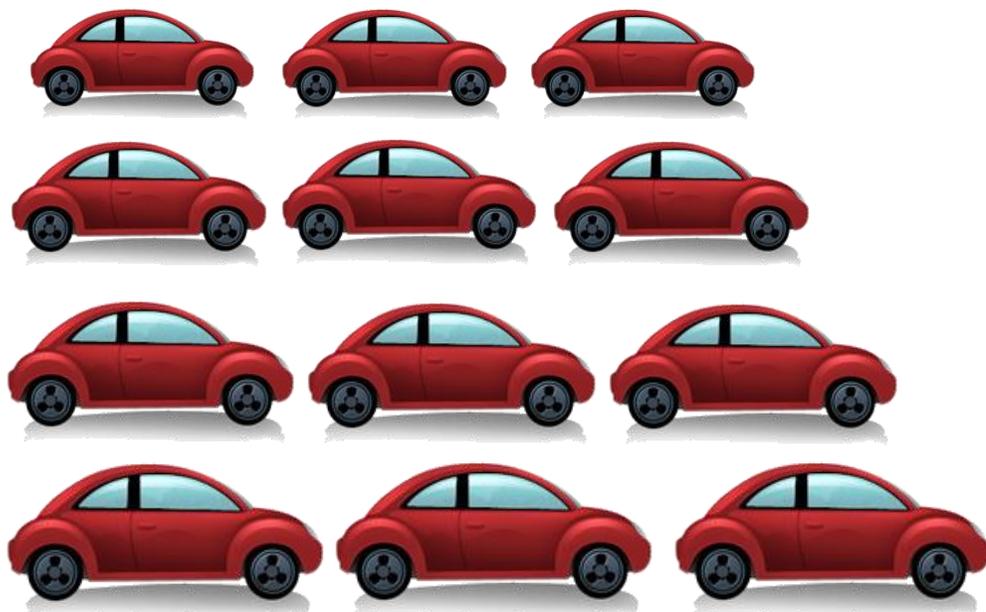
Вывод: удачное время для создания крупных проектов с высокими шансами на успех!

Субъективные факторы

1 Оптимальная величина склада автомобилей

Более гибкая работа со складом автомобилей, так как их размер всегда зависит только от объёмов продаж.

V СКЛАДА = СПРОСУ



3 Нет необходимости содержать тестовый парк

На всех товарных автомобилях можно проводить тест-драйв.



4 Бизнес по продаже автомобилей с пробегом не замыкается в рамках одного официального бренда

Продаются любые автомобили, главное – состояние и цена!



4 Невысокие затраты на оформление автоцентра по сравнению с дилерскими



5 Недорогое обучение небольшого количества персонала



II. Основные каналы продаж автомобилей с пробегом

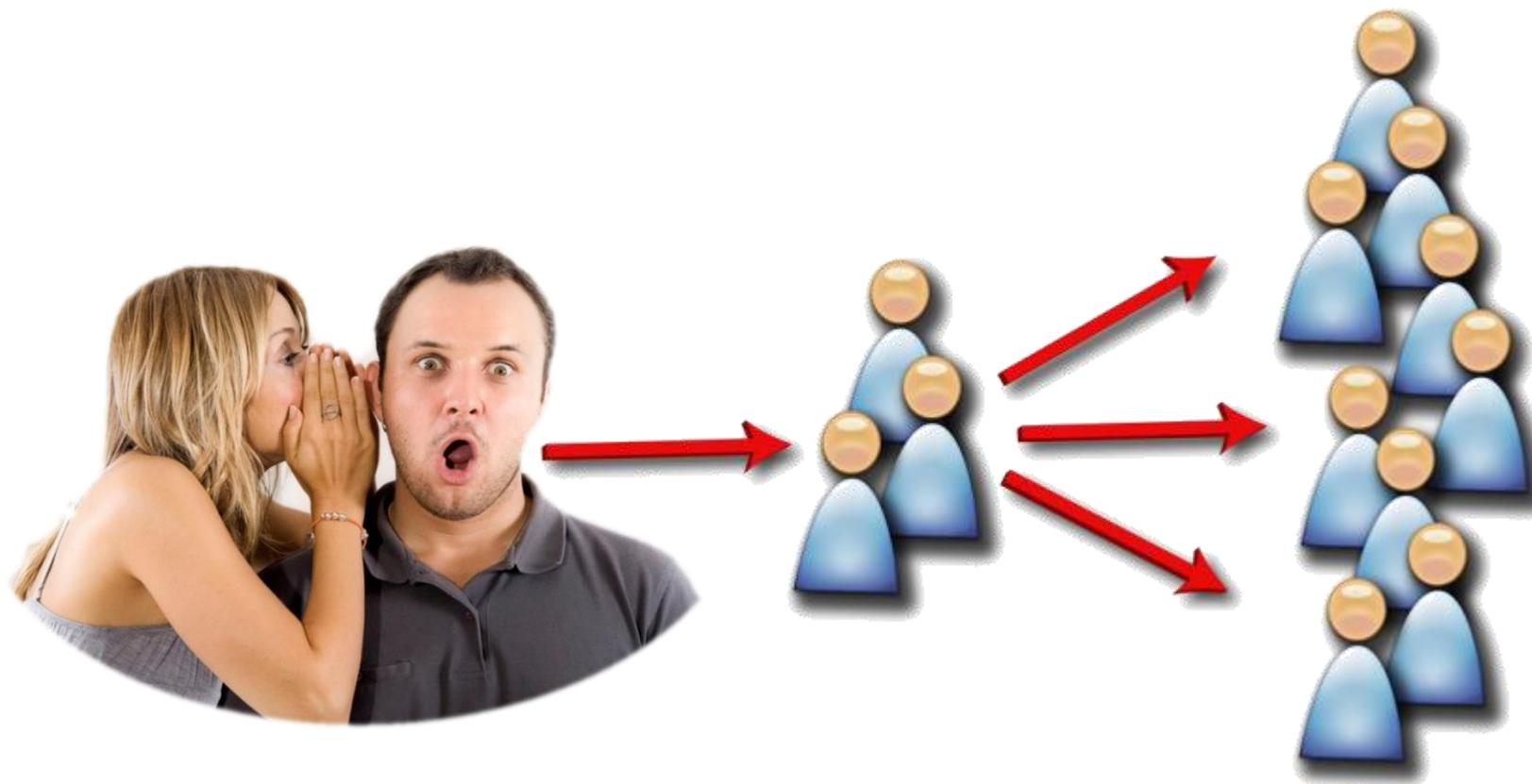
1 Посещение клиентом дилерского центра

С целью привлечения клиентов центр должен располагаться на «первой линии» автомобильных дорог с высоким трафиком.



2 Рекомендации или «сарафанное радио»

Каждый довольный клиент своими рекомендациями привлекает в центр новых клиентов



3 Интернет – это главный канал продаж автомобилей с пробегом

1. ВЕДУЩИЕ САЙТЫ



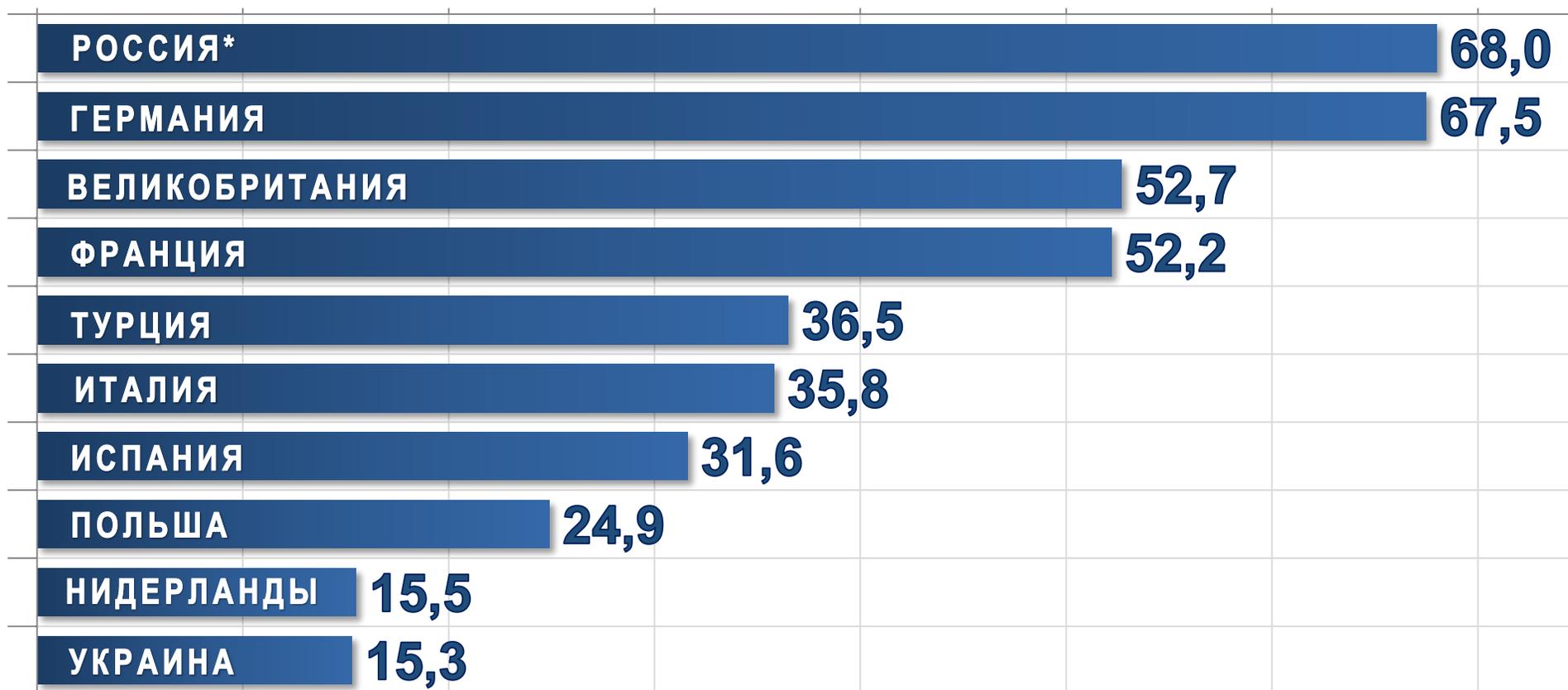
2. СОБСТВЕННЫЙ САЙТ



Это инструмент продаж и привлечения клиентов.

Россия занимает 1 место в Европе по количеству интернет пользователей

Топ-10 стран Европы по количеству интернет пользователей на 30 июня 2012 г., млн. пользователей



*В 2015 году
87,5 млн.

Рост проникновения интернета в России

Количество населения России, пользующиеся ресурсами интернет стремительно растёт.



III. Основные преимущества перед конкурентами

1 Лучшая экспозиция автомобиля

В САЛОНЕ

- Выставочный крытый центр.
- Расположение на 1-й линии.
- Большой склад автомобилей.

INTERNET

- Размещение а/м на лучших сайтах (auto.ru, avito).
- Собственный сайт.
- Обновления информации в режиме online.



2 Правильная фотоэкспозиция автомобиля

- Необходимо минимум **25 фотографий** автомобиля.
- Фотографии должны быть выполнены по стандартам.





Пример фотографий автомобиля с пробегом. ГЛАВНЫЕ ФОТОГРАФИИ





Пример фотографий автомобиля с пробегом. ПРОЧИЕ ФОТОГРАФИИ





Пример фотографий автомобиля с пробегом. ПРОЧИЕ ФОТОГРАФИИ





Пример фотографий автомобиля с пробегом. ПРОЧИЕ ФОТОГРАФИИ



Для чего так много фото?

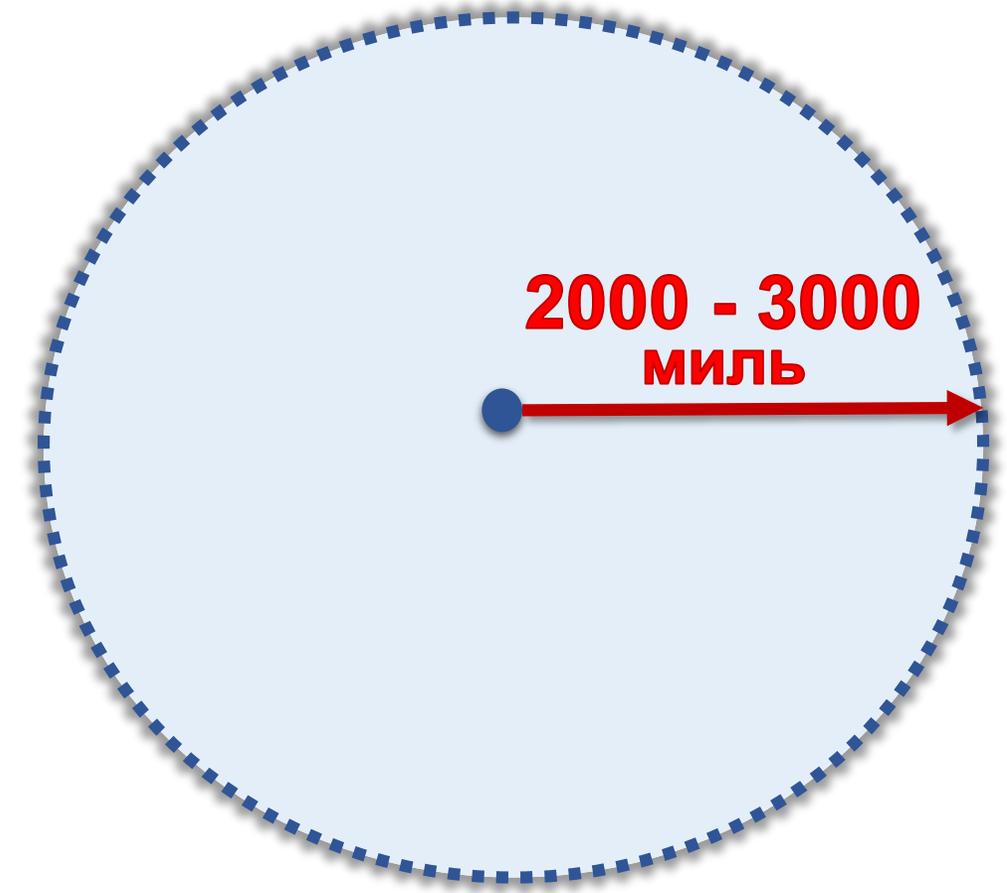
Увеличение дистанции покупки

(на примере американских компаний)

10 ЛЕТ НАЗАД



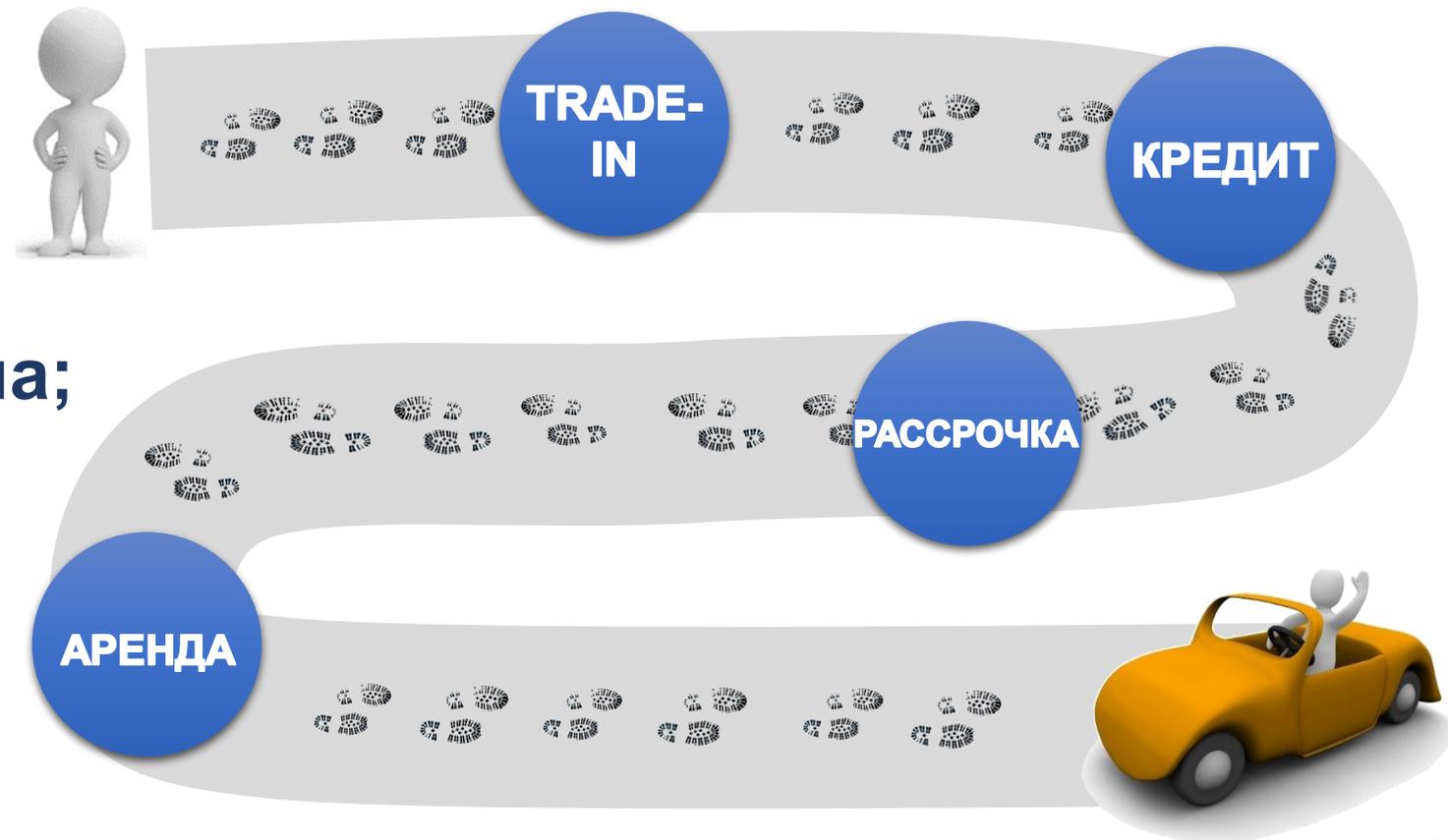
СЕГОДНЯ



3 Активное использование финансовых инструментов для продажи

В бизнесе по продаже АСП необходимо использовать все финансовые инструменты для продаж:

- Trade-in;
- Кредит;
- Рассрочки;
- Аренда с правом выкупа;
- Аренда.



IV. Где взять автомобили?

Каналы поставки автомобилей

Новые автомобили

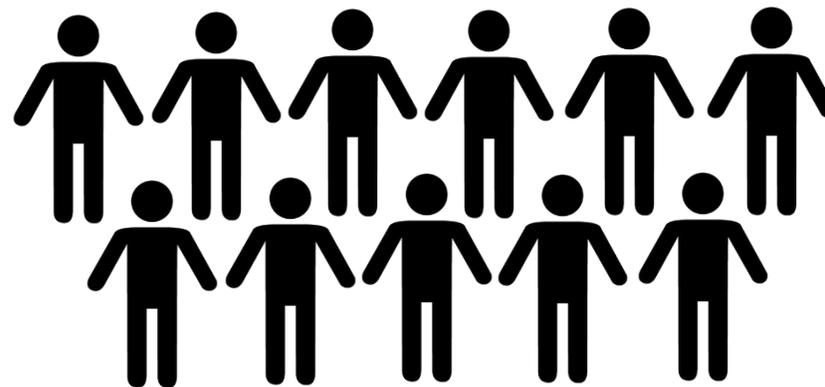


1 КАНАЛ

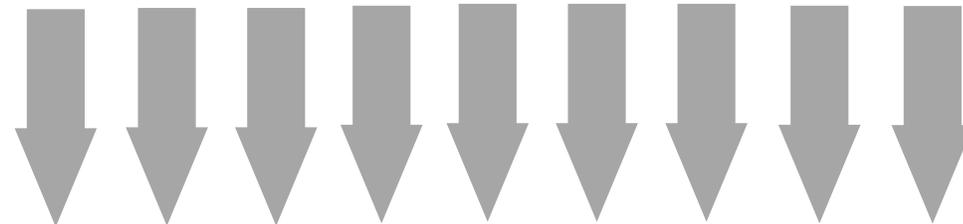


дистрибьютор

Автомобили с пробегом



**МНОЖЕСТВО РАЗЛИЧНЫХ
КАНАЛОВ**



клиенты

«Старые» способы

1 Схема TRADE-IN

Данная схема не требует дополнительных вложений.
Так как во всех ДЦ уже имеются 1-2 сотрудника отдела trade-in.



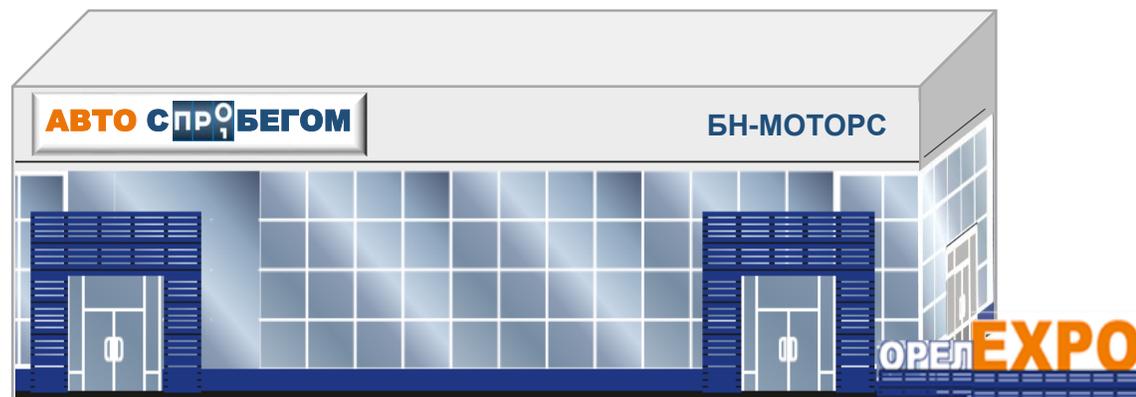
данный источник даёт

не более 30% автомобилей

2 Клиенты сами обратились в центр

Стандартные способы привлечения клиентов в автоцентр, такие как:

- реклама в интернете;
- наружная реклама;
- рекомендации знакомых;



**Ждать пока клиенты придут сами –
это «ленивая» модель привлечения клиентов.**



**Мы будем действовать активно!
Искать своих клиентов!**



3 Главный способ поиска автомобилей – это ЦЕНТР ТЕЛЕМАРКЕТИНГА

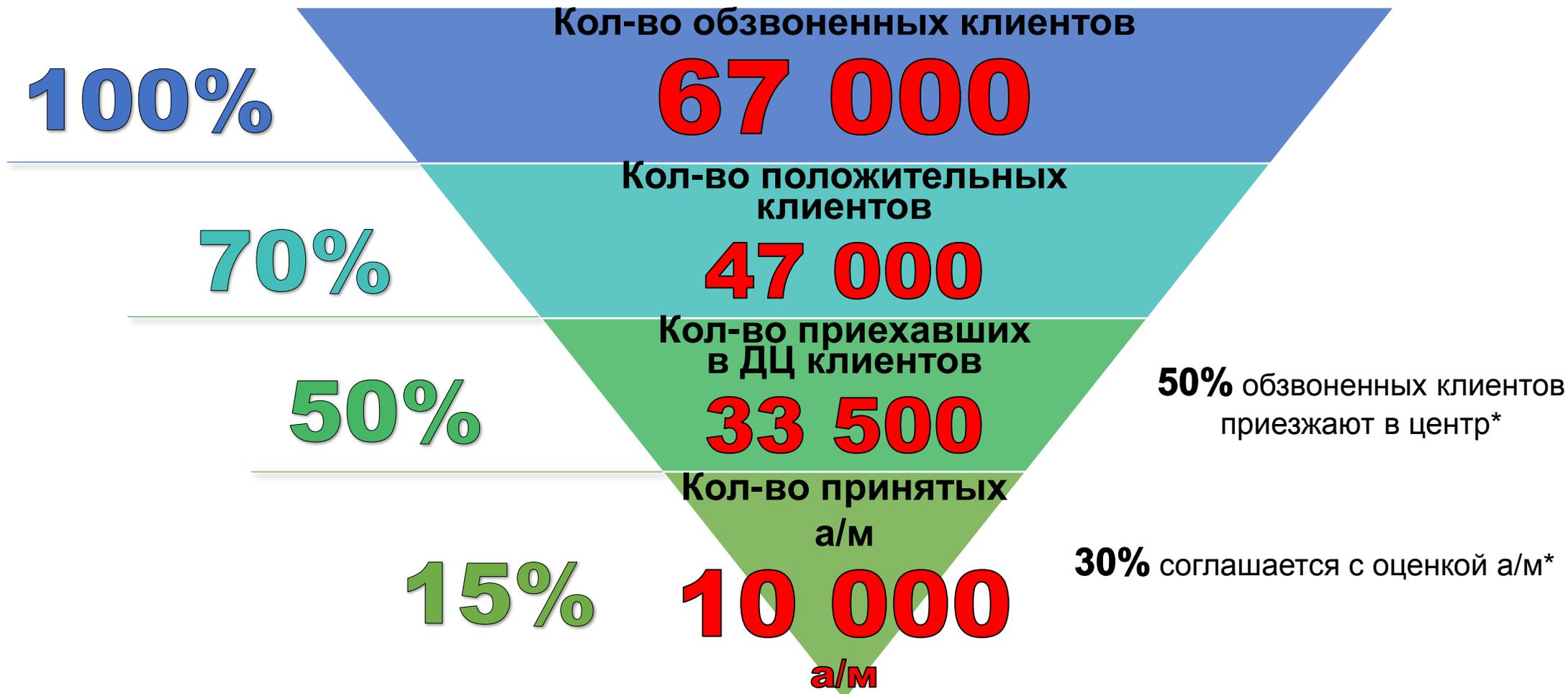
Работа центра телемаркетинга – это новый технологичный способ поиска и покупателей и продавцов.

10 операторов



Эффективность «ЦЕНТРА ТЕЛЕМАРКЕТИНГА»

Для продажи 10 000 а/м в год необходимо обзвонить 66 700 человек.



Мы уже приняли решение!



Выставочный центр автомобилей с пробегом «Орел-Экспо» (г. Орёл)

**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!**



ГРУППА КОМПАНИЙ