

# Анализ статистики регистраций легковых автомобилей

Презентация аналитического продукта для автомобильных дилеров

# Структура документа



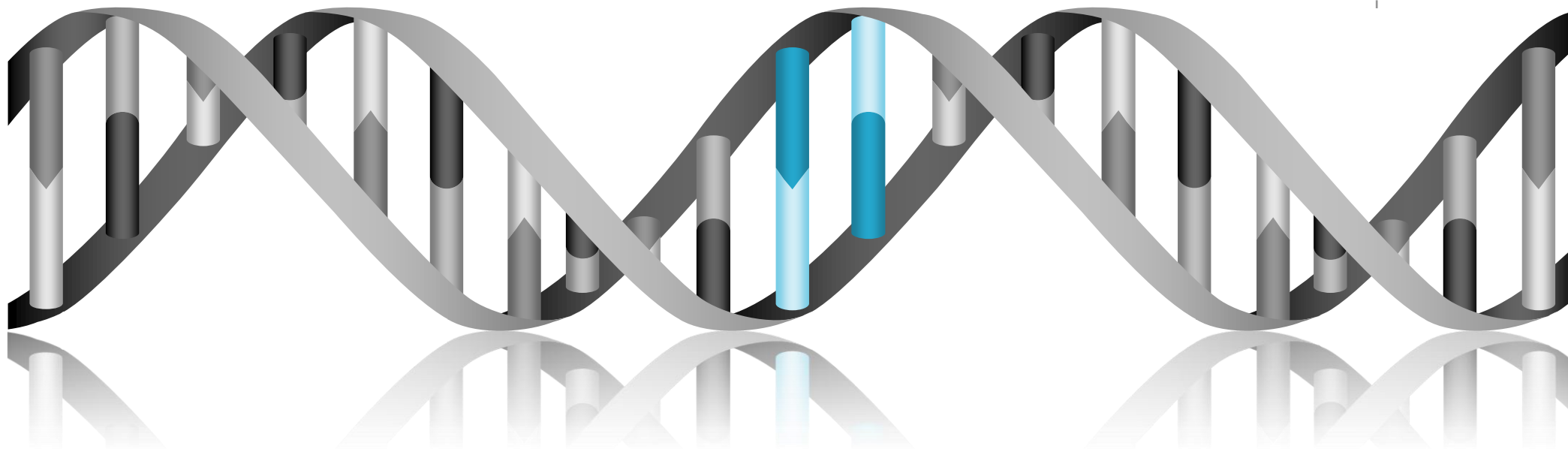
Преимущества продукта



Предоставляемые  
результаты



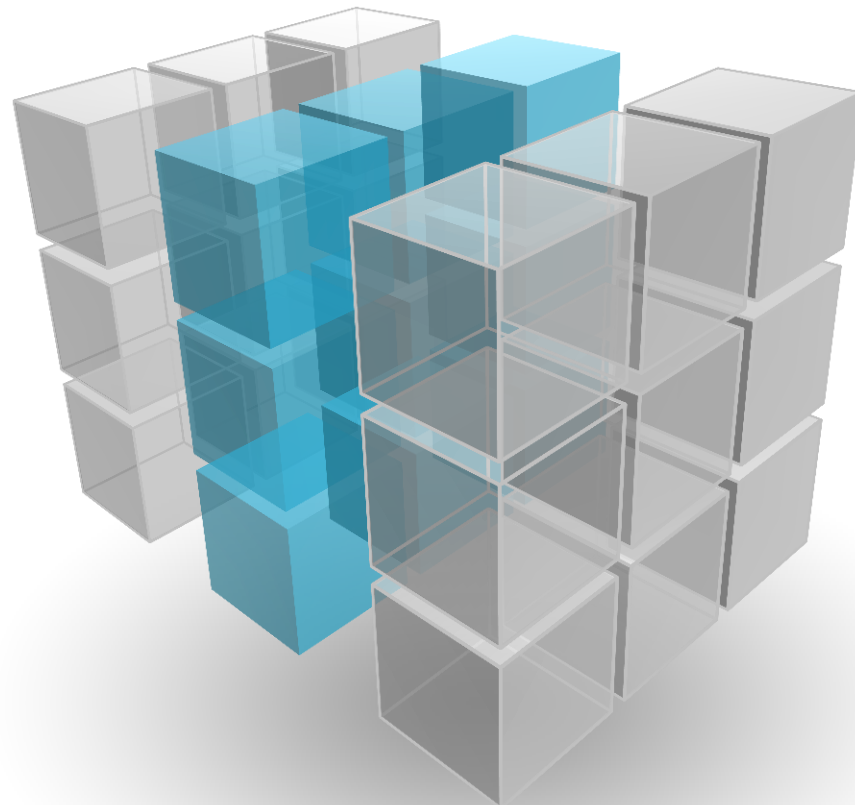
Преимущества работы с  
компанией МИП



# 1. Преимущества продукта

# Преимущества аналитического продукта МИП

- 1** Удобный и практичный инструмент для осуществления краткосрочного маркетингового планирования автодилера. Позволяет достаточно быстро понять эффективность продаж Вашей компании (выше/ниже рынка), понять почему это происходит и сформулировать комплекс мер на ближайший квартал.
- 2** Аналитический продукт дает краткосрочный прогноз, позволяющий осуществлять индикаторное маркетинговое планирование.
- 3** Прогнозирование ведется по инерционному сценарию. Отклонение от инерционного прогноза позволяет оценить эффективность рекламных акций.



## 2. Предоставляемые результаты

# Предоставляемые результаты

1

**Источник**

- БД ГИБДД РФ по регистрации автотранспортных средств

2

**Форма предоставления**

- Таблицы Excel

3

**Периодичность**

- 1 раз в квартал (при необходимости с помесечной разбивкой)

4

**Разрез**

- Субъекты РФ

5

**Обработка**

- Помесечная статистика регистраций за год
- Прирост продаж за последний квартал по отношению к предыдущему
- Прирост продаж за последний квартал по отношению к аналогичному периоду прошлого года
- Прогноз продаж на следующий квартал

## Содержание документа

1

Анализ регистраций по брендам

2

Анализ регистраций по моделям

3

Анализ регистраций по ценовым сегментам

4

Анализ регистраций по классам

5

Анализ регистраций по типу кузова

6

Анализ регистраций по объему двигателя

7

Анализ регистраций по мощности двигателя

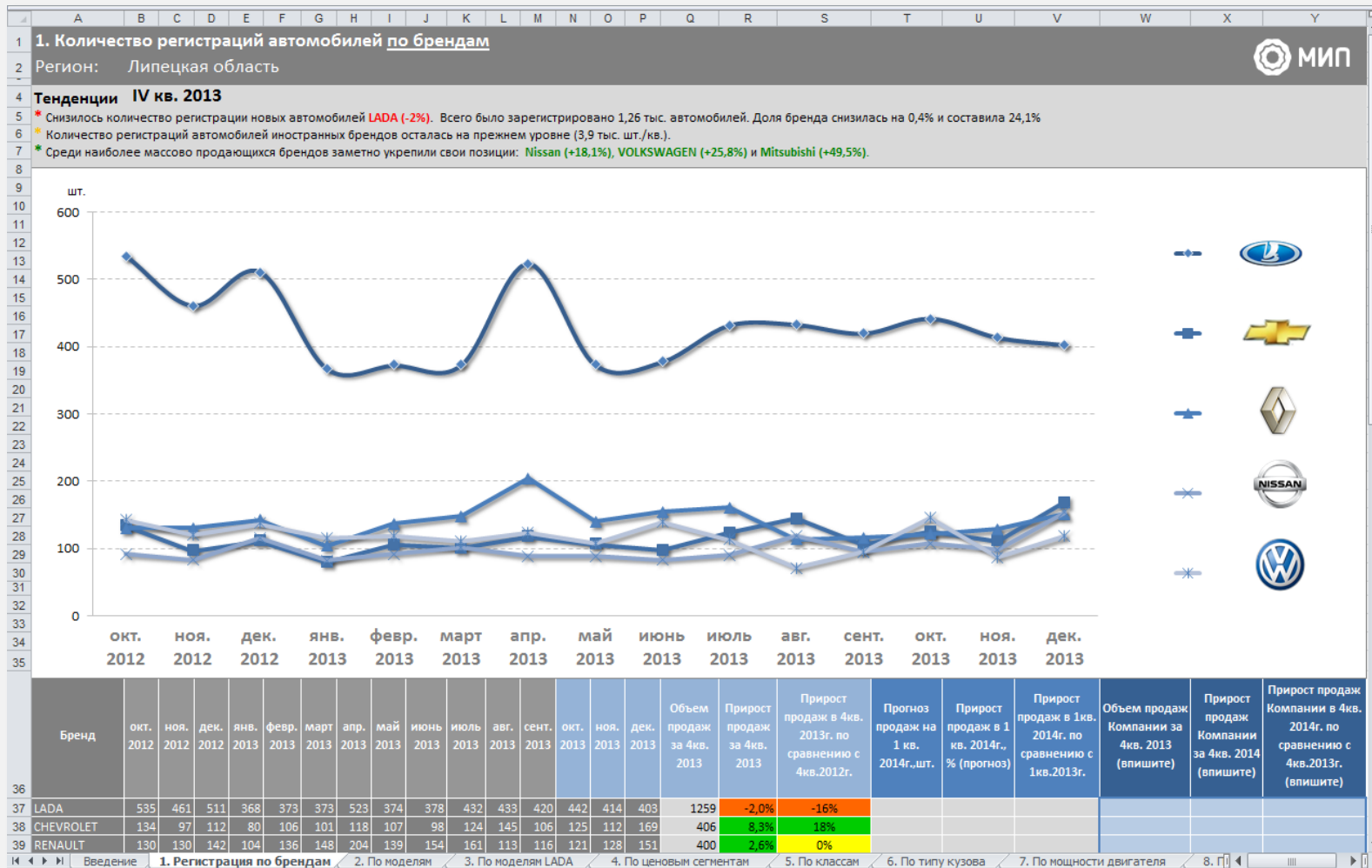
8

Анализ регистраций по году выпуска

9

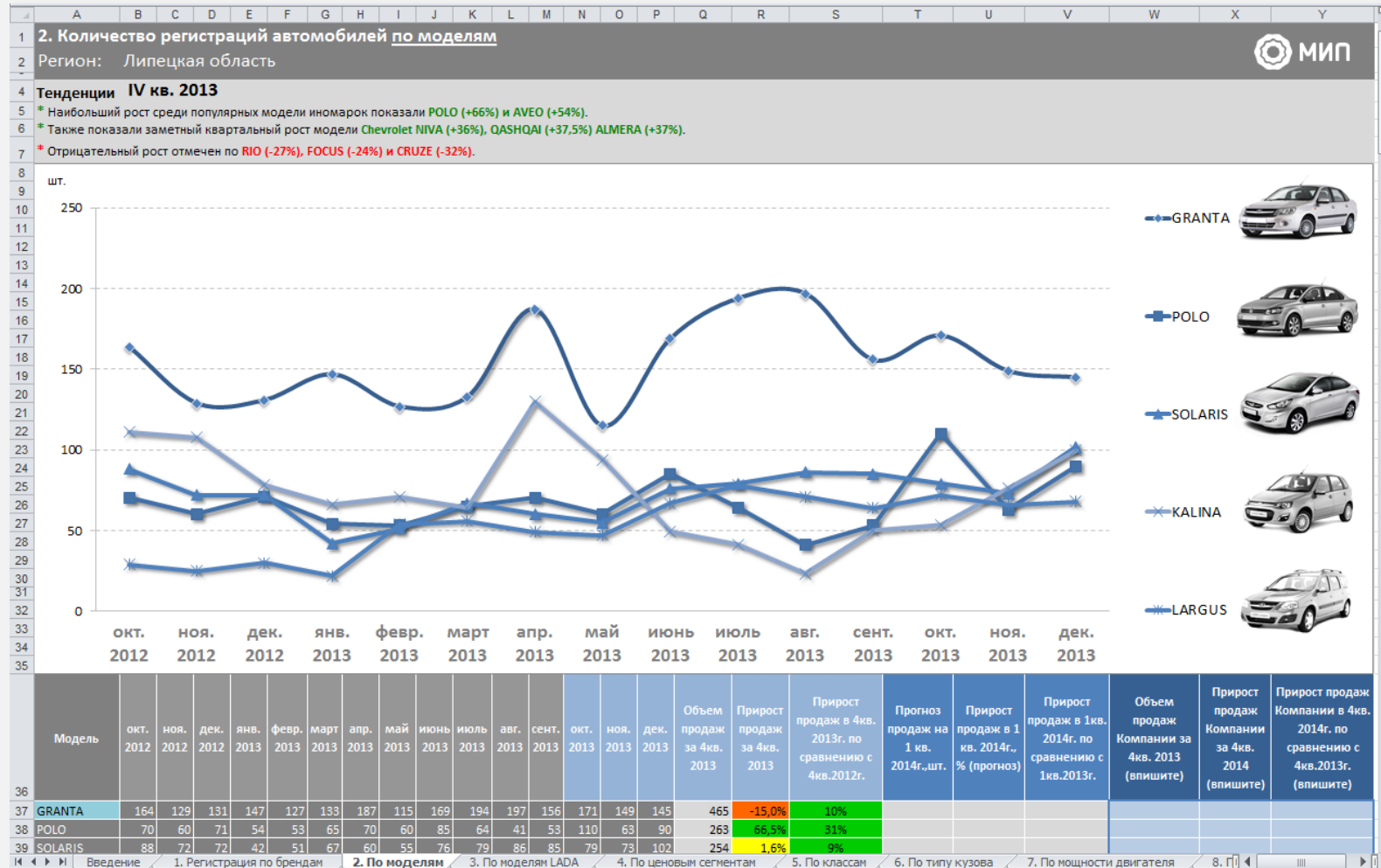
Планирование маркетинговых мероприятий на базе проведенного анализа статистики регистраций

# 1. Количество регистраций автомобилей по брендам

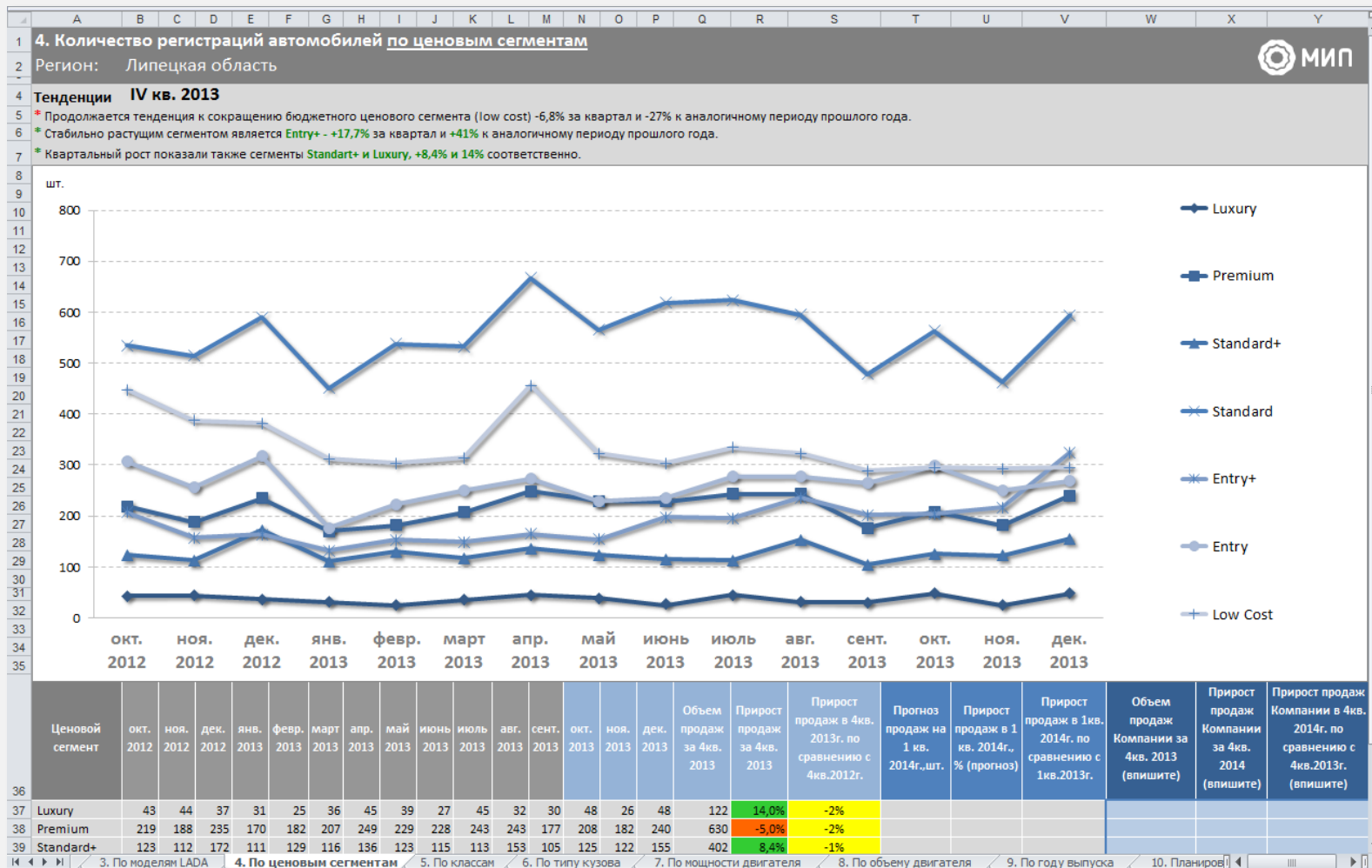




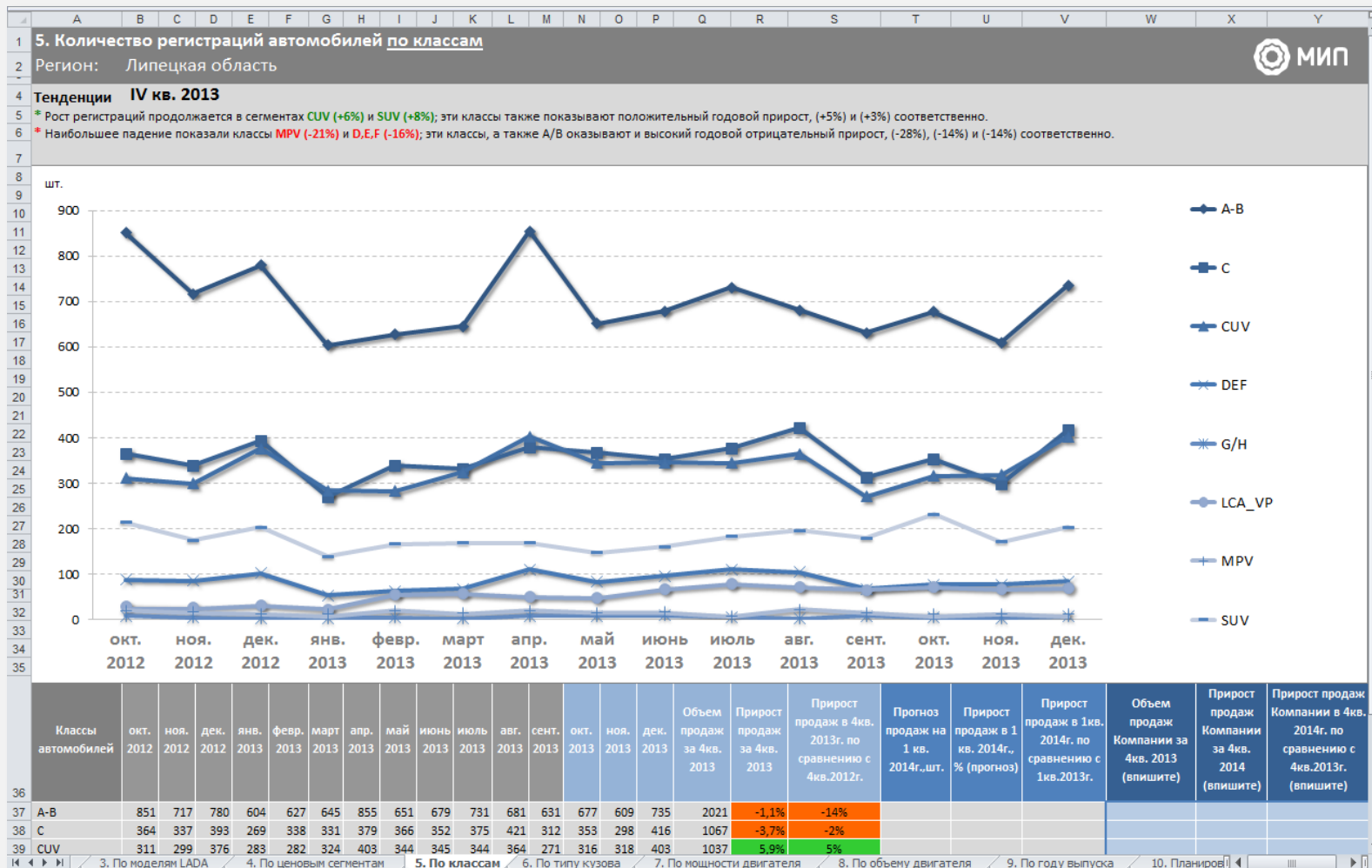
## 2. Количество регистраций автомобилей по моделям



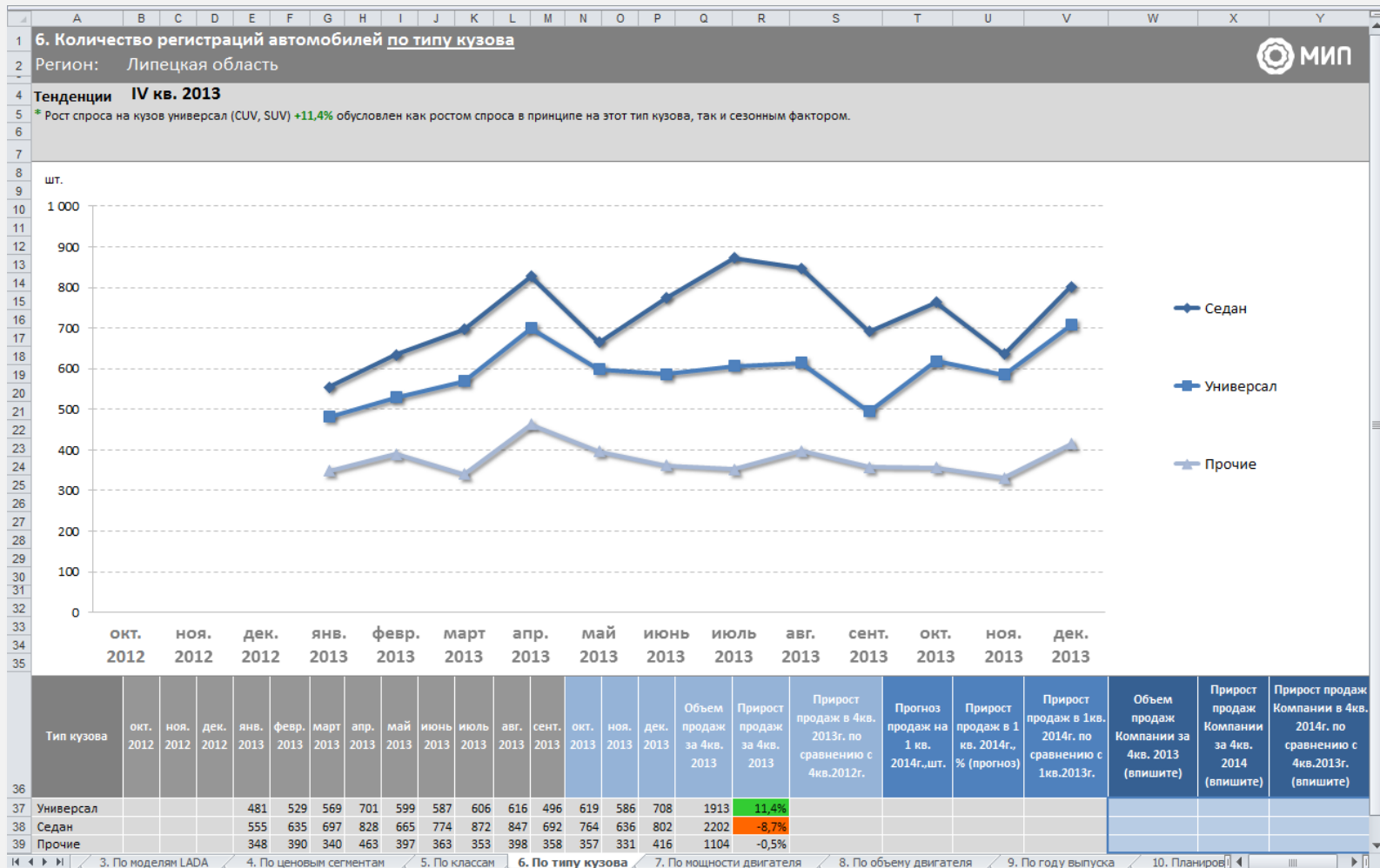
### 3. Количество регистраций автомобилей по ценовым сегментам



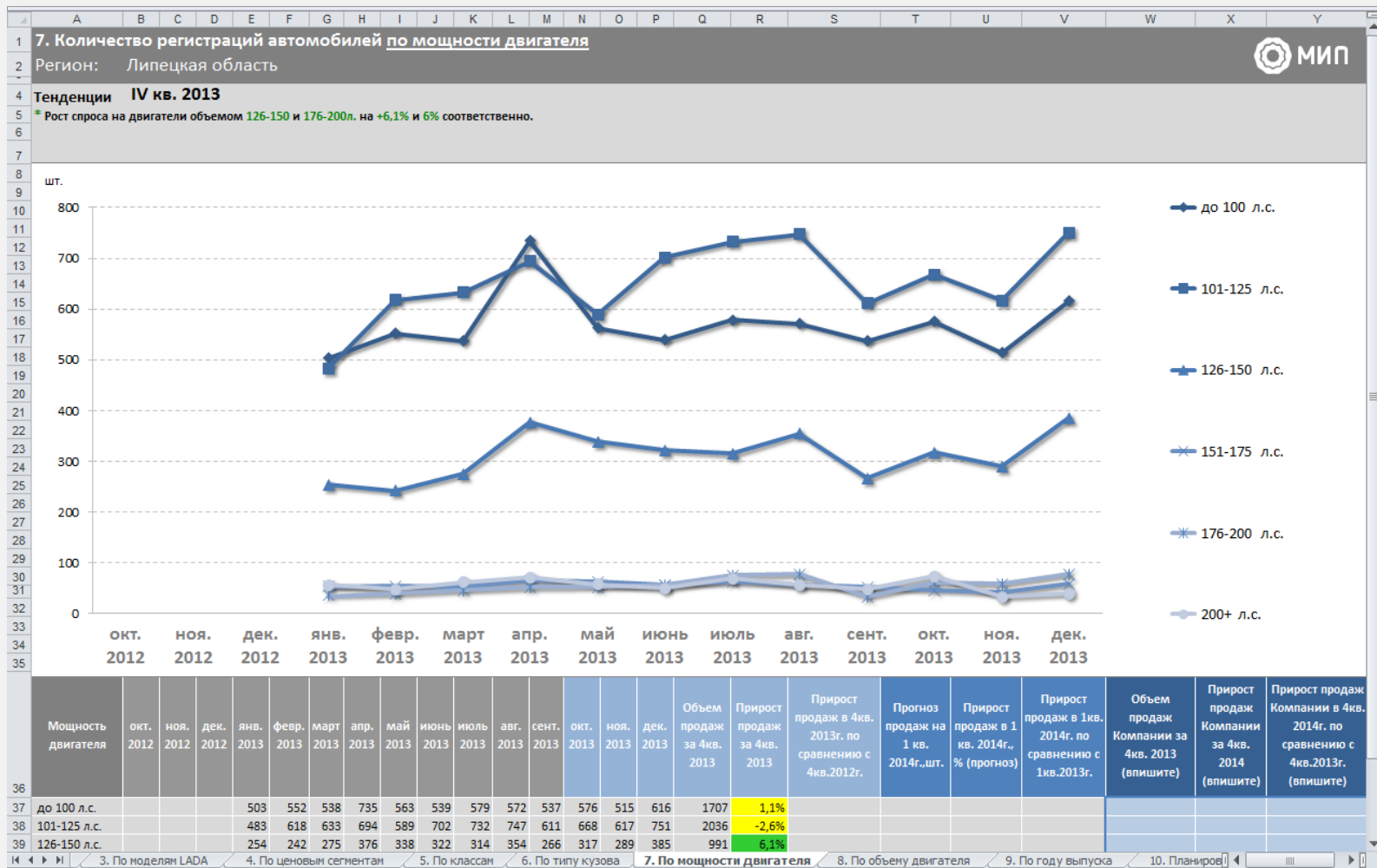
# 4. Количество регистраций автомобилей по классам



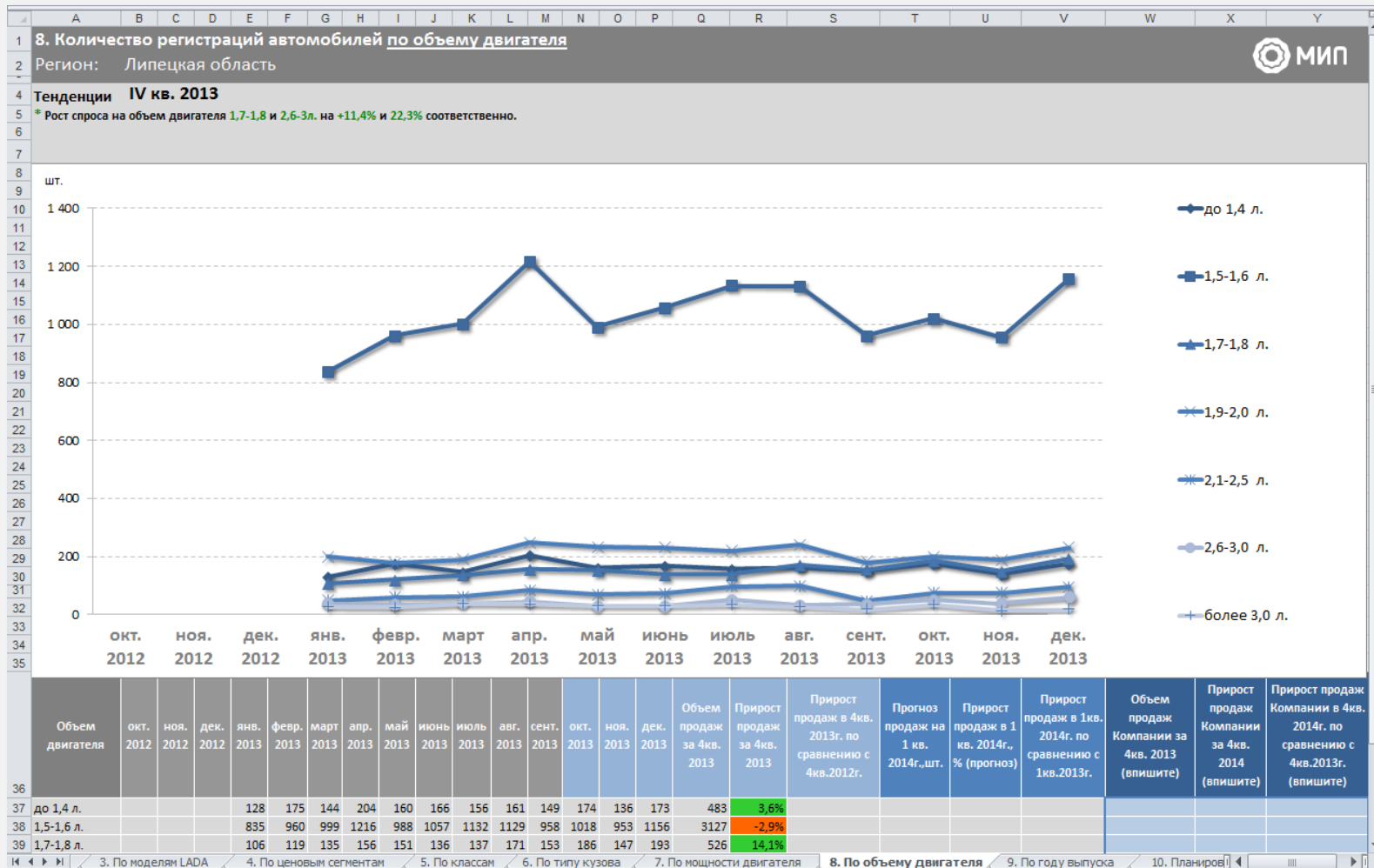
## 5. Количество регистраций автомобилей по типу кузова



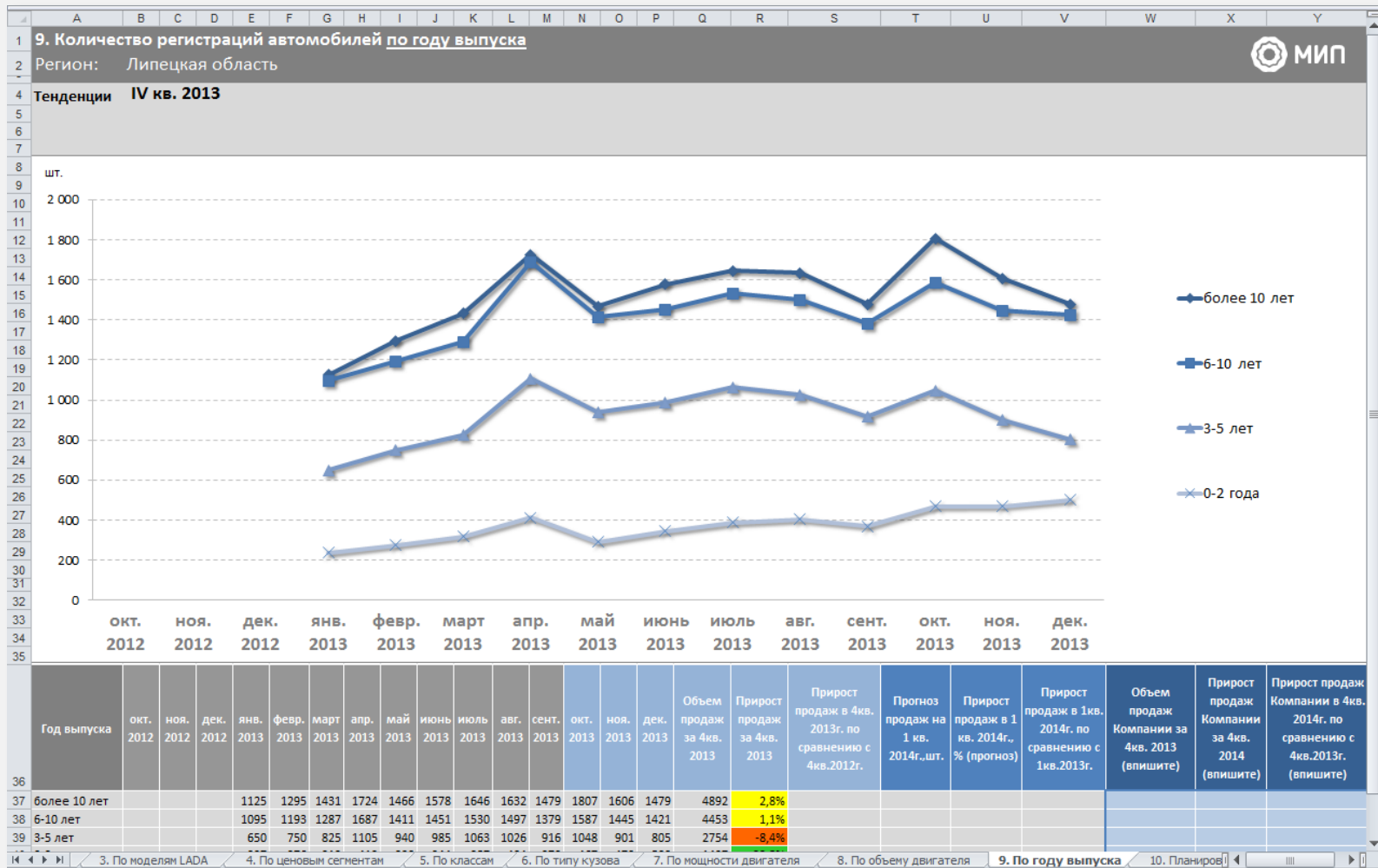
## 6. Количество регистраций автомобилей по мощности двигателя



# 7. Количество регистраций автомобилей по объему двигателя



## 8. Количество регистраций автомобилей по году выпуска



## 9. Пример использования статистики регистраций АТС при планировании оперативных маркетинговых мероприятий дилера

Форма 1. Сравнение динамики продаж Компании и динамики рынка (оценка отклонения)

Модель автомобиля	Статистика по рынку региона (расчёт МИП)		Статистика по Компании (впишите информацию для Вашей компании)		Доля Компании в продаже модели в регионе в 1 кв. 2014г.	Изменение доли рынка Компании в продаже модели в регионе
	Количество регистраций в 4 кв. 2013г, шт	Прирост по сравнению с 3 кв. 2013, %	Кол-во проданных авто данной модели в 4 кв. 2013	Прирост по сравнению с 3 кв. 2013, %		
Марка А	206	-3%			0%	
Марка В	229	101%			0%	
Марка С	465	-15%			0%	
Марка D	99	-23%			0%	
Марка E	101	-18%			0%	
Марка F	159	5%			0%	

Форма 2. Анализ причин отрицательных отклонений (в случае, если Компания отстаёт от рынка/ конкурентов)

Модель автомобиля	Повышенная маркетинговая активность КОНКУРЕНТОВ (дополнительная к обычным маркетинговым мероприятиям)			Недостаточная эффективность маркетинговой деятельности КОМПАНИИ		
	1. Рекламная активность	2. Спец. предложения	3. Другое	1. Рекламная деятельность	2. Спец. предложения	3. Другое
Марка А	Дилер N провел в декабре розыгрыш призов на "Авторадио"	-	-	-	-	-
Марка В	-	Дилер М предложил зимний комплект шин в подарок (реклама на 5-ти наружных носителях основных дорог города)	-	-	Зимний комплект в подарок, но каждый случай предоставления согласовывается с руководством	-
Марка С						
Марка D						
Марка E						
Марка F	...	...	...	...	...	...

Форма 3. Предлагаемые мероприятия для формирования положительного отклонения (чтобы Компания опережала рынок)

Модель автомобиля	Рекламная кампания				Специальные акции	
	1. Печатные издания	2. Радио	3. Наружная реклама	4. Другое	1.	2.
Марка А	Поддержка акции "Со сдачи - товаров для дачи"				Рекламная акция на 2 квартал "Со сдачи - товаров для дачи" - купон на 10 тыс.руб. - для покупки любых товаров в	
Марка В					Доп. скидка 3% на модель 2013г	
Марка С	...	...	...	...	...	...
Марка D						
Марка E						
Марка F	...	...	...	...	...	...



## Сроки предоставления

Данные за квартал предоставляются в конце следующего месяца

Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь
1 Квартал			2 квартал			3 квартал			4 квартал			
			1			2			3			4

### 3. Преимущества работы с компанией МИП

## Ключевое преимущество МИП



- Ключевое преимущество базируется на отраслевой компетенции компании МИП, основанной на проведении регулярных маркетинговых исследований и консультирования на автомобильном рынке и рынке автокомпонентов (с 1996 года), а также на рынке нефтепродуктов в сегменте розничных продаж (с 2004 года).
- Большой опыт работы МИП на автомобильном рынке, давнее и тесное сотрудничество с автопроизводителями и большой опыт работы со смежными отраслями позволяет лучше понимать рыночные тенденции.
- Ежегодные исследования позволяют регулярно верифицировать прогнозную модель и добиваться качества прогнозов, не превышающих 5% отклонения от фактических значений.

# Статус маркетингового консультанта позволяет поддерживать постоянный контакт со всеми участниками рынка

МИП - официальный маркетинговый консультант:

- конференция «современная АЗС»
- международная конференция автодилеров

## Научные институты

ИСА-РАН, МАДИ, Научно-исследовательские центры, лаборатории и т.п.

## Автопроизводители

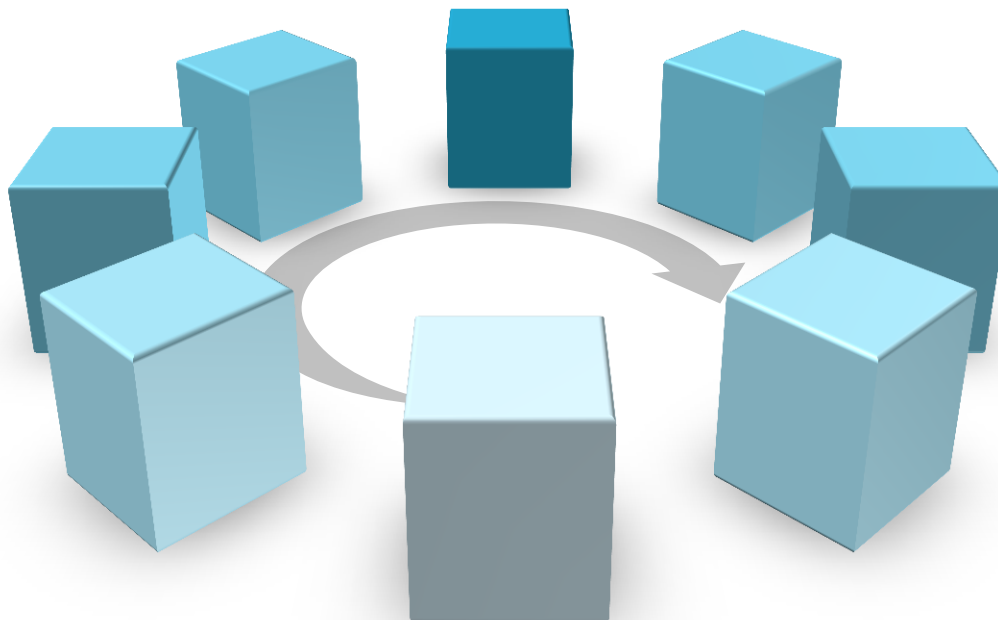
Инженеры-конструкторы, руководители направлений маркетинга и брендинга

## Отраслевые эксперты

Обозреватели, испытатели, инженеры-технологи, образовательные центры

## Автодилеры

Руководители отделов продаж



## Трейдеры нефтепродуктов

Менеджеры по продажам

## Крупнейшие потребители

РЖД, ГОКи, с/х производители, морской/ речной транспорт, энергетика, строительство

## Производители топлива

Руководители направлений маркетинга, брендинга, развития продукта

## Автосервисы

Технические специалисты

# МИП применяет различные технологии прогнозирования в зависимости от рыночной ситуации, что значительно улучшает качество прогноза

Ретроспективный анализ эффективен на стабильных рынках, без внешних шоков и с устойчивыми законами развития, и наиболее эффективен для краткосрочных прогнозов. Так как российский рынок существенно зависит от внешних рынков и быстро развивается (сменяются стадии развития), важно применять и другие методы прогнозирования, учитывающие вероятность внешних шоков и изменение законов развития (например, при достижении рынком определенного уровня насыщения).

Пример:  
Продажи новых автомобилей 2005-2012



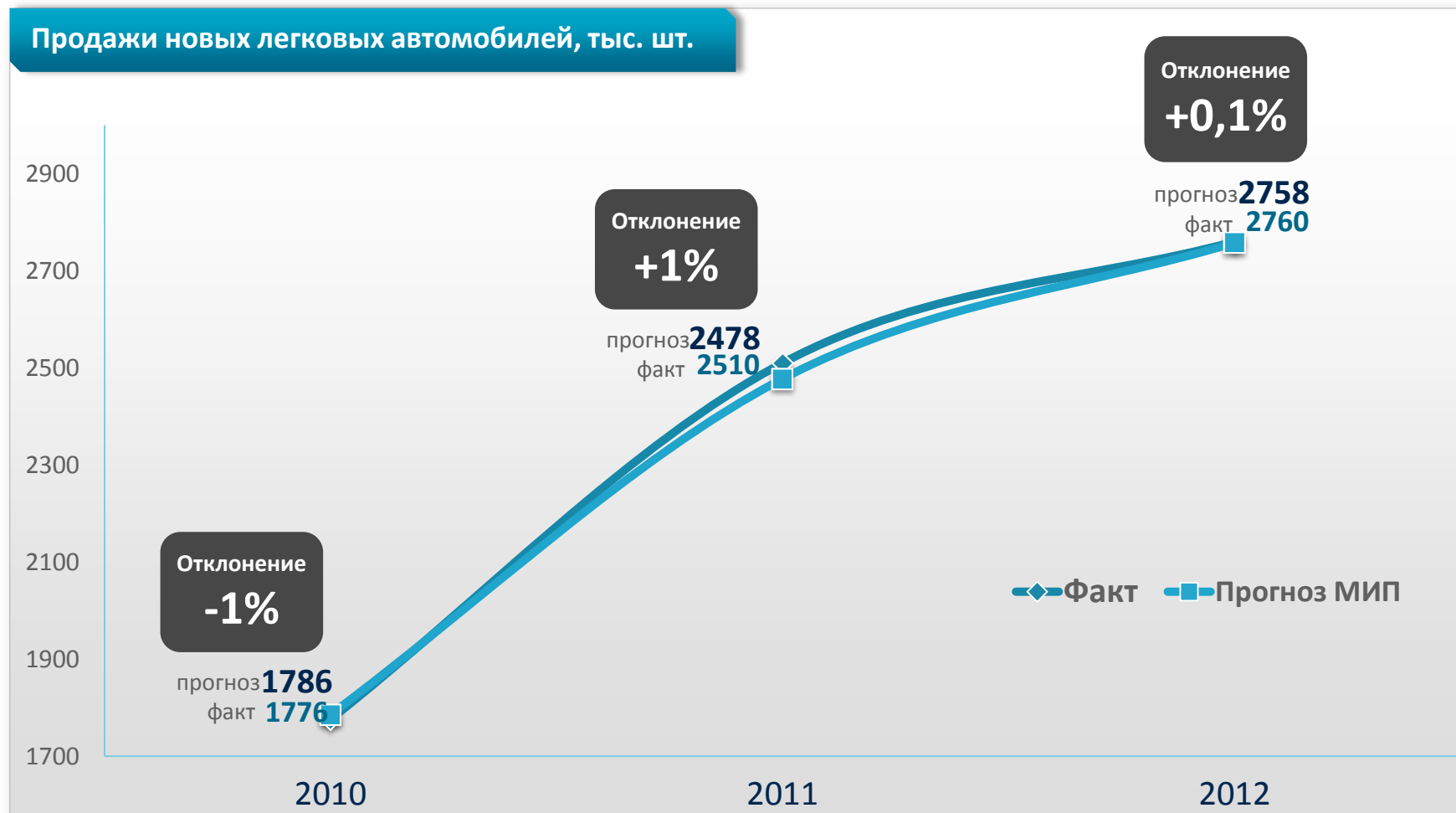
Проективный прогноз включает ретроспективные данные, но также учитывает вероятность наступления внешних шоков и изменение законов развития рынка.

Ретроспективные данные позволяют прогнозировать краткосрочные сценарии

Законы развития рынка отличаются на каждой стадии (рост, стагнация, разная степень насыщения и пр.)

Вероятность наступления внешних шоков может быть оценена экспертно на основе политэкономического анализа

## Нашим прогнозам можно верить: высокая точность прогнозов МИП подтверждается ежегодно

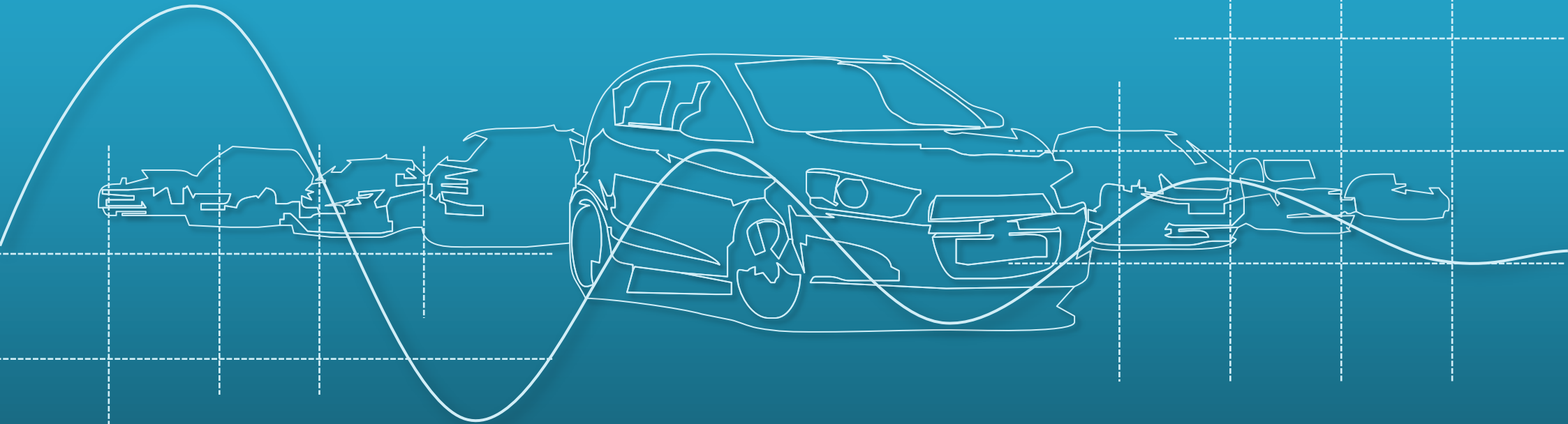




T +7.495.6402555

E [info@mipr.ru](mailto:info@mipr.ru)

W [mipr.ru](http://mipr.ru)



Спасибо за внимание!