



AUTOBOSS

АВТОМОБИЛЬНАЯ КОНСАЛТИНГОВАЯ
КОМПАНИЯ

ОТДЕЛ ПРОДАЖ

BigData – еще больше знаний о ваших клиентах

Кузнецов Олег
Директор Департамента Электронной Коммерции
Авилон АГ

AVILON

Стратегия Avilon 2018-2023

ГОТОВЫ ОТВЕТИТЬ КЛИЕНТУ ВО ВСЕХ КАНАЛАХ КОММУНИКАЦИИ





Было продано в Авилон
В 2019

>23 000
Автомобилей в розницу

Из них

60,9% По рекламе в интернет

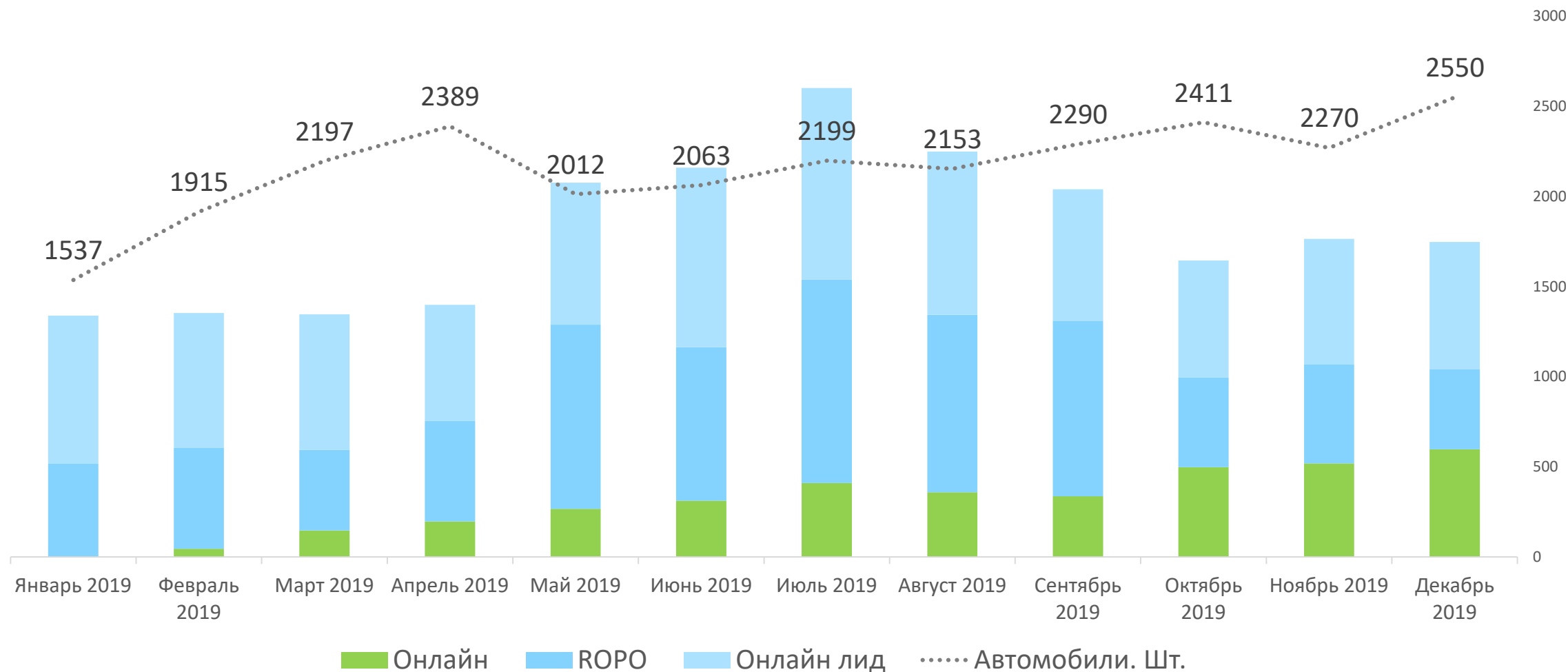
39% Авансировано через интернет

Модель и статистика продаж онлайн 2019

	Ecommerce					Дилерские продажи		
	Онлайн (самоход)	Онлайн	ROPO	Онлайн лид		ROPO	Онлайн лид	Оффлайн
Выбор автомобиля	Online	Online	Online	Online	Online	Online	Online	Offline
Согласование условий		Online	Offline	Online	Offline	Offline	Offline	Offline
Аванс (Контракт)	Online	Online	Online	Offline	Offline	Online	Offline	Offline
	1,4%		3,4%	3,7%		30,3%	31,0%	30,1%

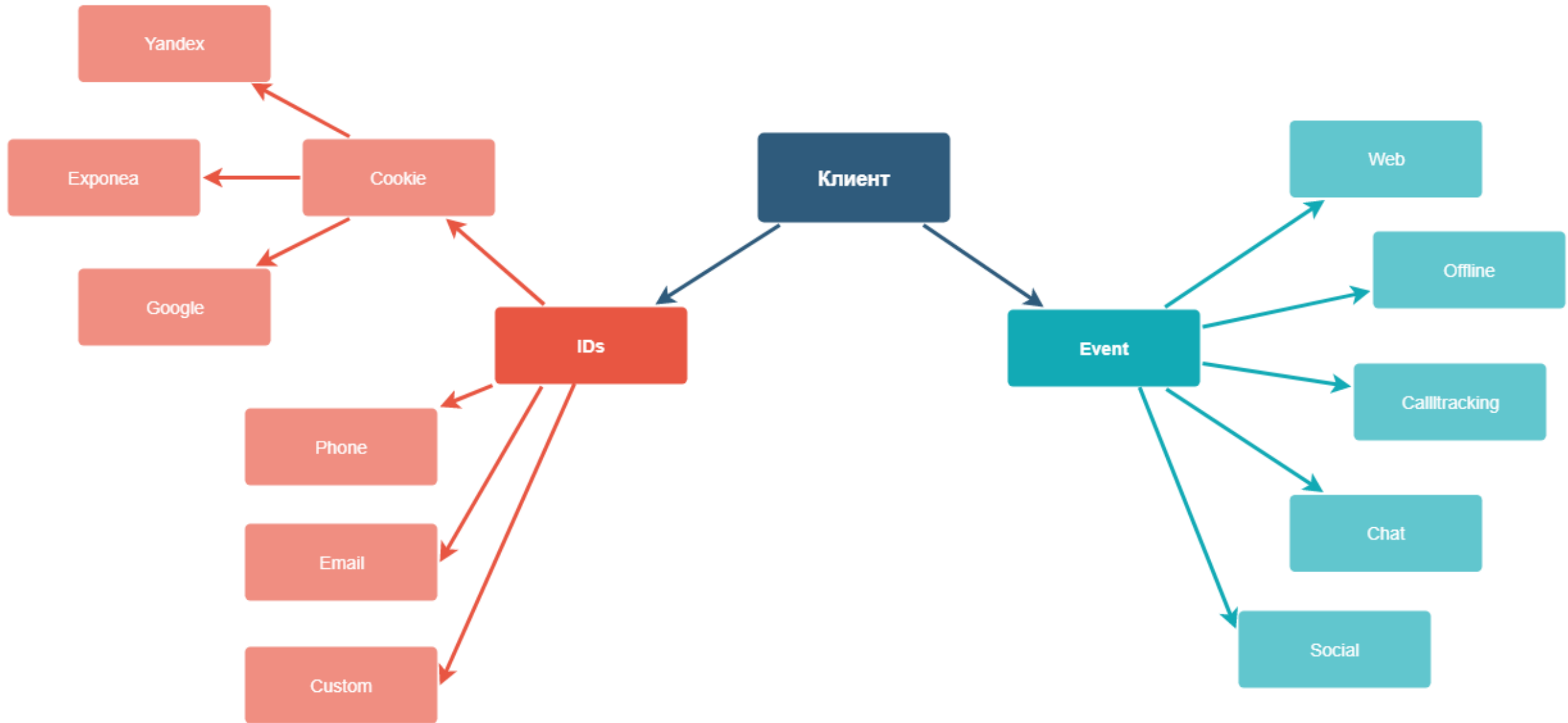
Тренды доли продаж с канала Екоммерс в 2019 году

2019 % Контрактов розничные авто по ROPO



Customer Data Platform

Структура хранения данных



Как собрать полную картинку по клиенту На уровне трафика?

- Много фронтов (Сайты, Мобильное приложение, Телеграм бот)
- Много устройств (Mobile, Destop, Tablet)
- Много браузеров в одном устройстве (FB, Chrome, IE, Safari)



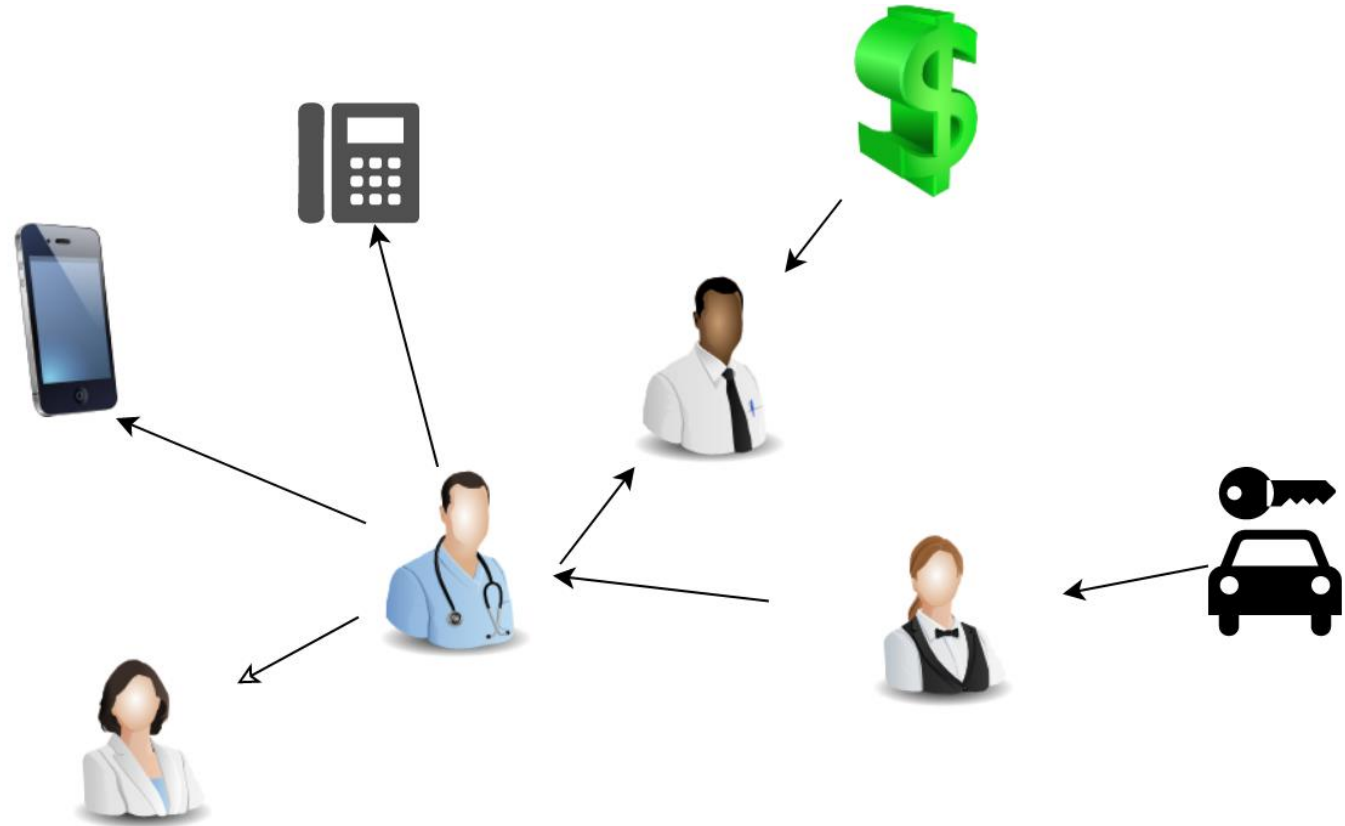
Как собрать полную картинку по клиенту На уровне лида?



- Много видов лидов: чаты, звонки, формы ОС
- Много каналов: сайт, мобильное приложение, мессенджеры, соцсети,

Как собрать полную картинку по клиенту На уровне заказа?

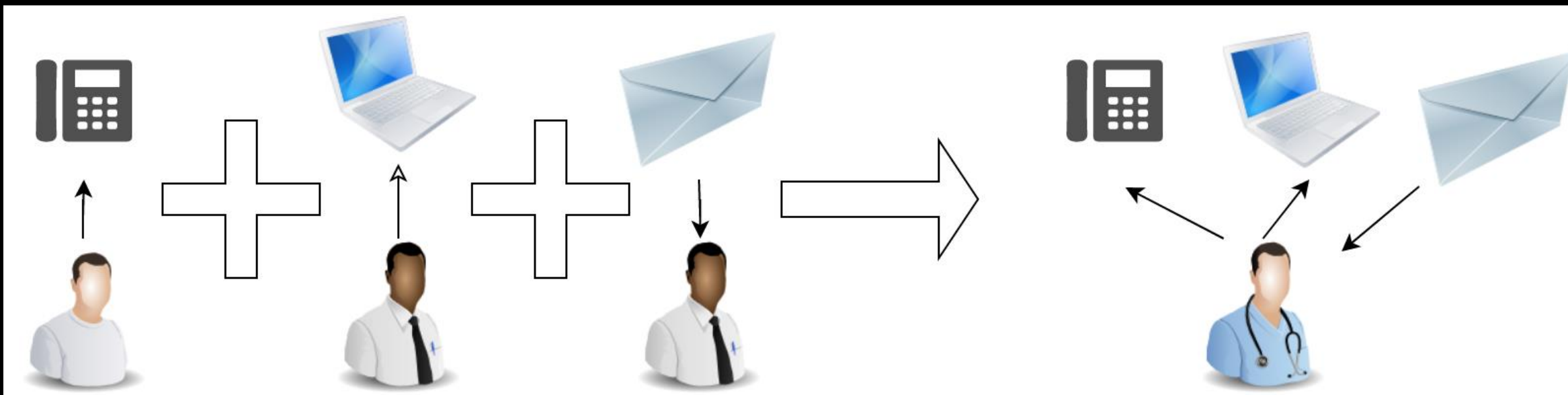
- Нет связи между поведением онлайн и покупкой в салоне
- Как сопоставить, если другой номер телефона в оффлайн
- Выбирал муж, а оформляем на жену
- Оформление в лизинг

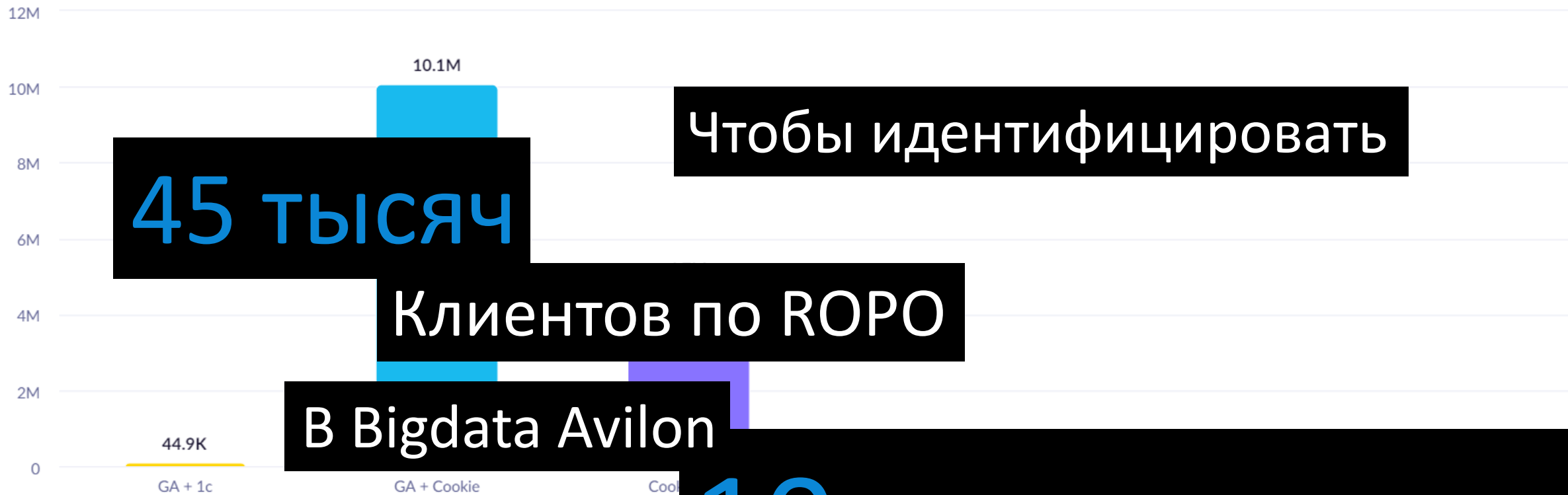


7

Механик сбора Омни-профилей клиентов

1. Кросс доменное отслеживание Cookie
2. Сбор данных с форм
3. Сбор данных с Колтрекинга
4. Персональная ссылка в email
5. Персональная ссылка в sms
6. Оплата по ссылке
7. Анкетирование по ссылке





45 тысяч

Чтобы идентифицировать

Клиентов по RORO

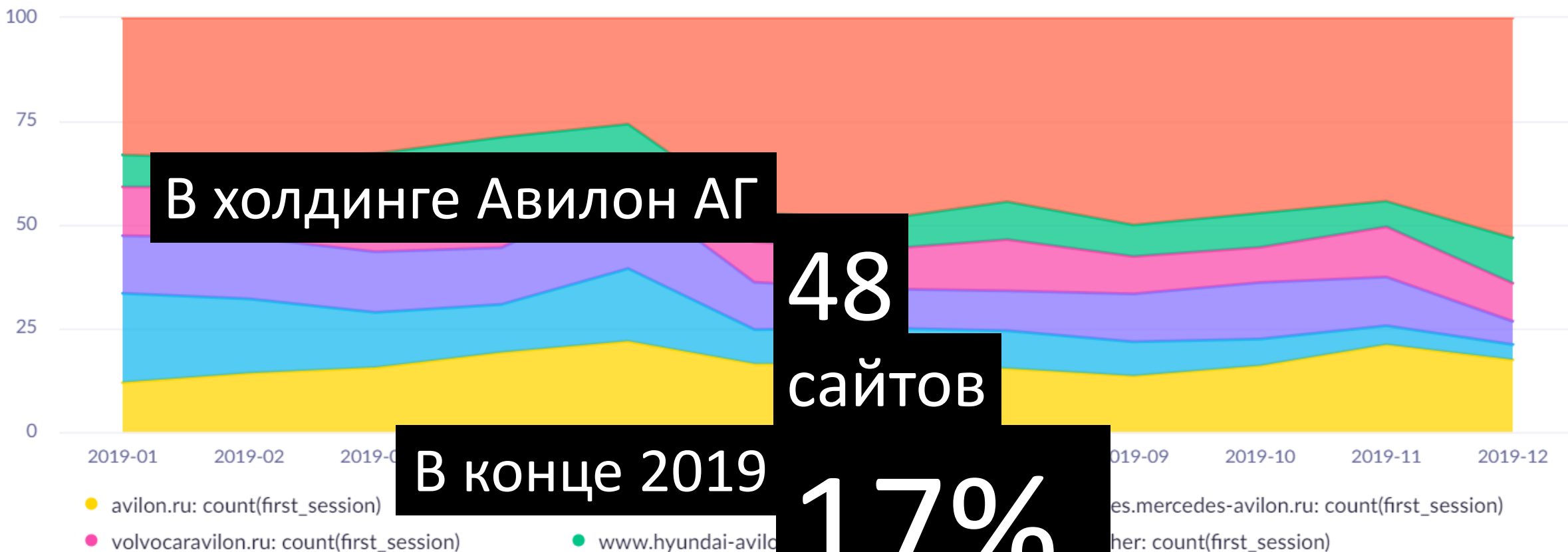
В Bigdata Aviron

10 миллионов
Анонимных пользователей

80 миллионов
Событий

Segment	count(c
GA + 1c	
GA + Cookie	
Cookie + 1c	
Phone	
Email ¹¹	

Оценка % новых клиентов через канал Aviron.ru



Сквозная воронка с учетом источника рекламы

Funnel details				
Drill down by Customer Лиды // Avilon.ru // 2019.08				
☐ Compare conversion				
Лиды //	Контакты	Payment	Выдачи	
Total un		10.66% (126.00)	6.94% (82.00)	
Ретаргетинг	100.00% (37.00)	27.03% (10.00)	10.81% (4.00)	
Контекстная реклама	100.00% (114.00)	(16.00)	10.53% (12.00)	
Прочее	100.00% (368.00)	(42.00)	7.07% (26.00)	
Email		9.46% (7.00)	6.76% (5.00)	
Органический поиск	100.00% (317.00)	.46% (30.00)	6.94% (22.00)	
SMS	100.00% (118.00)	.47% (10.00)	5.08% (6.00)	
РСЯ, КМС	100.00% (154.00)	7.14% (11.00)	4.55% (7.00)	

С канала Ретаргетинг
Конверсия

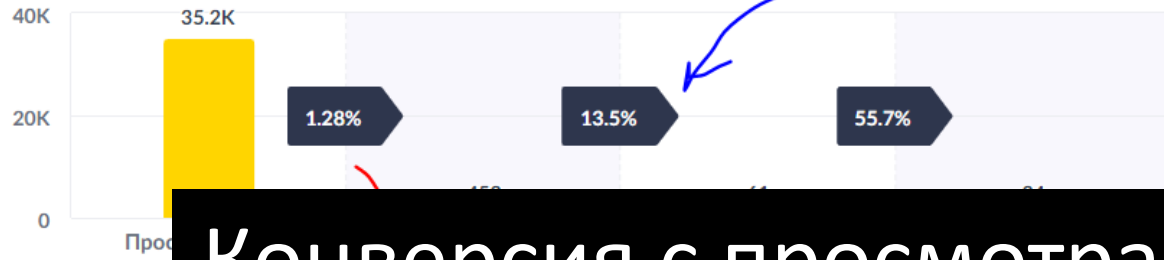
27%
в контракт

С каналов РСЯ и КМС

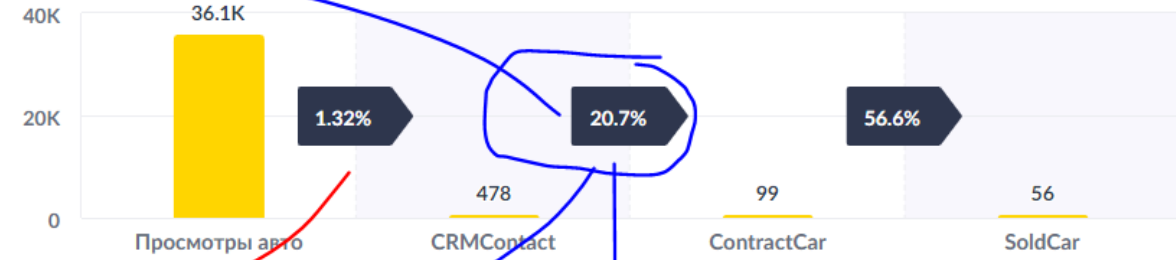
13%
В контракт

Мультибрендовая аналитика по поведению на сайте и конверсии

Avilon.ru // Просмотры авто Mercedes-Benz // 6 Month



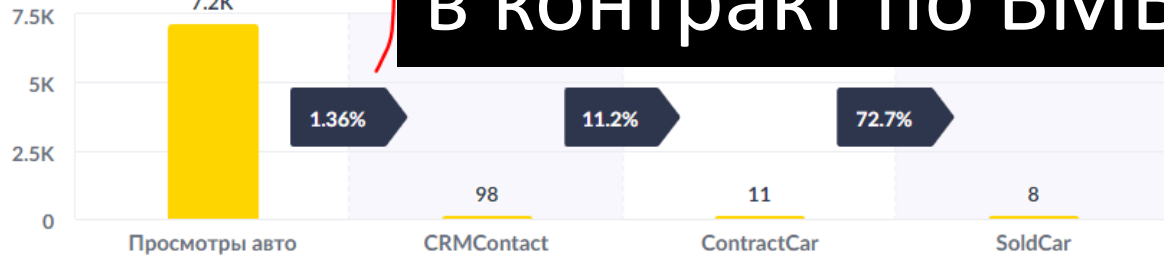
Avilon.ru // Просмотры авто BMW // 6 Month



Avilon.ru // Пр



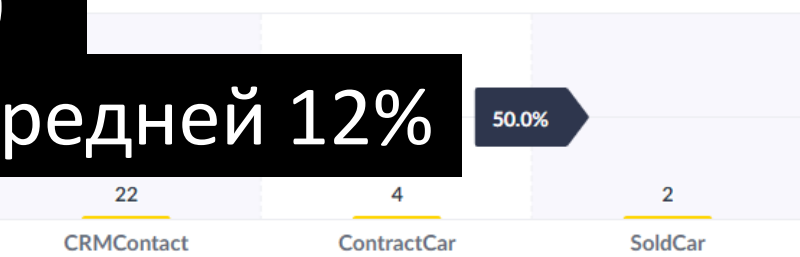
Avilon.ru // Просмотры авто Lar



Avilon.ru Volvo // 6 Month



6 Month



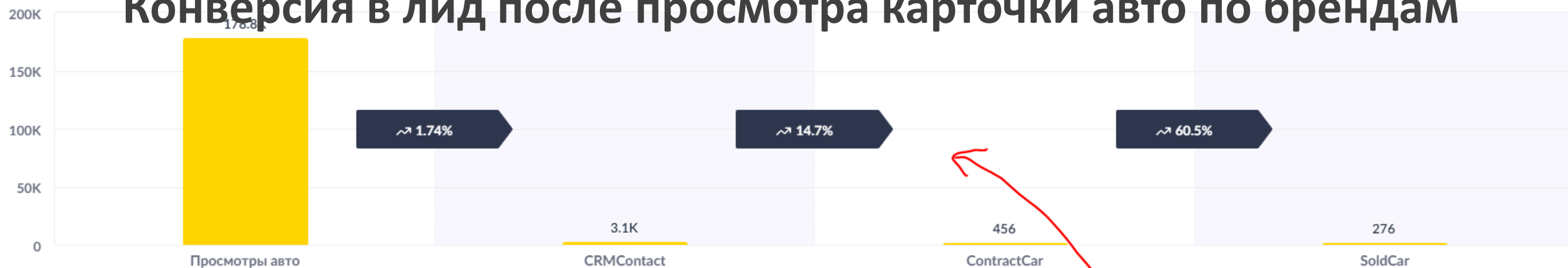
Конверсия с просмотра
в лид по Ауди

Конверсия с лида
в контракт по БМВ

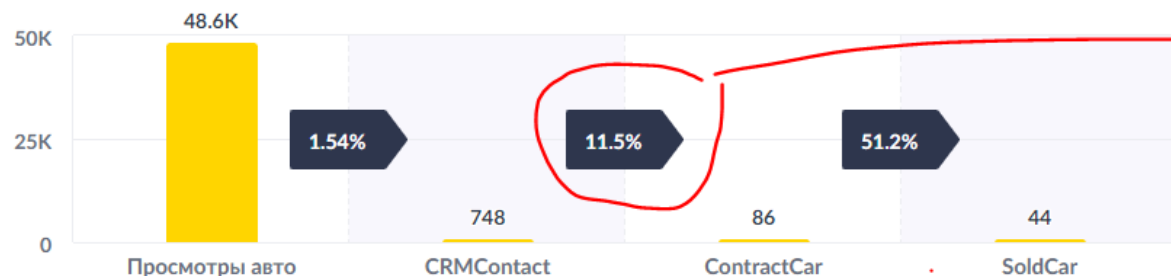
0,99%
что ниже средней 1,3%

20%
что выше средней 12%

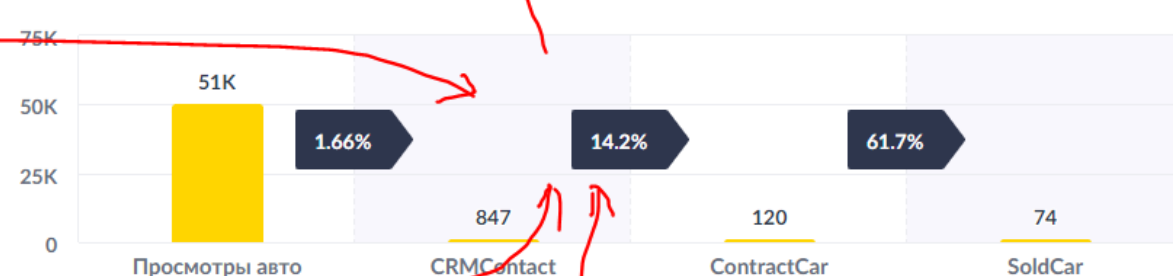
Конверсия в лид после просмотра карточки авто по брендам



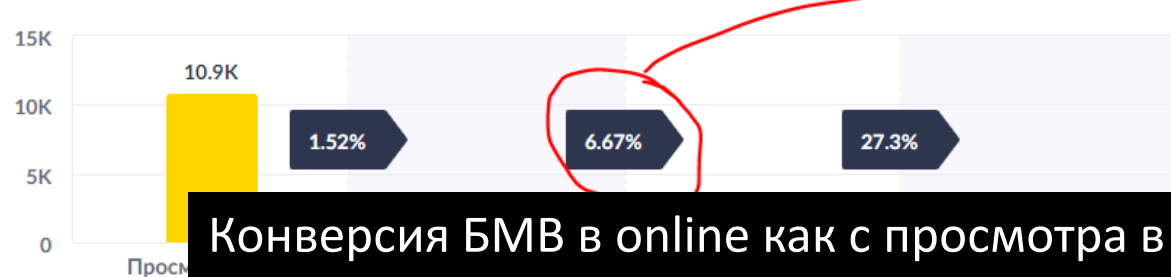
Avilon.ru // Просмотры авто Mercedes-Benz // 6 Month



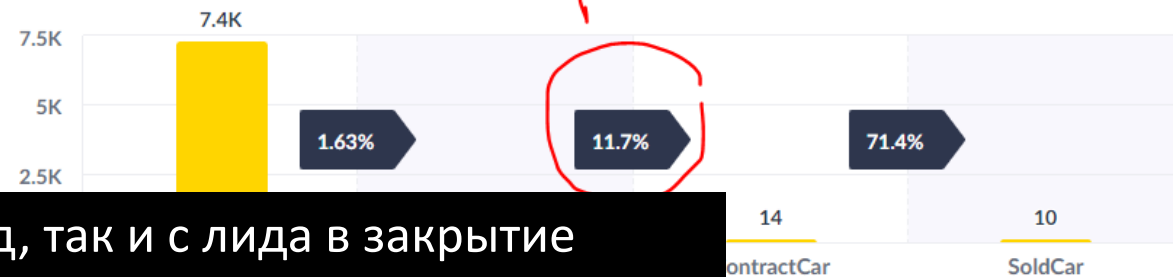
Avilon.ru // Просмотры авто BMW // 6 Month



Avilon.ru // Просмотры авто на Avilon.ru Audi // 6 Month

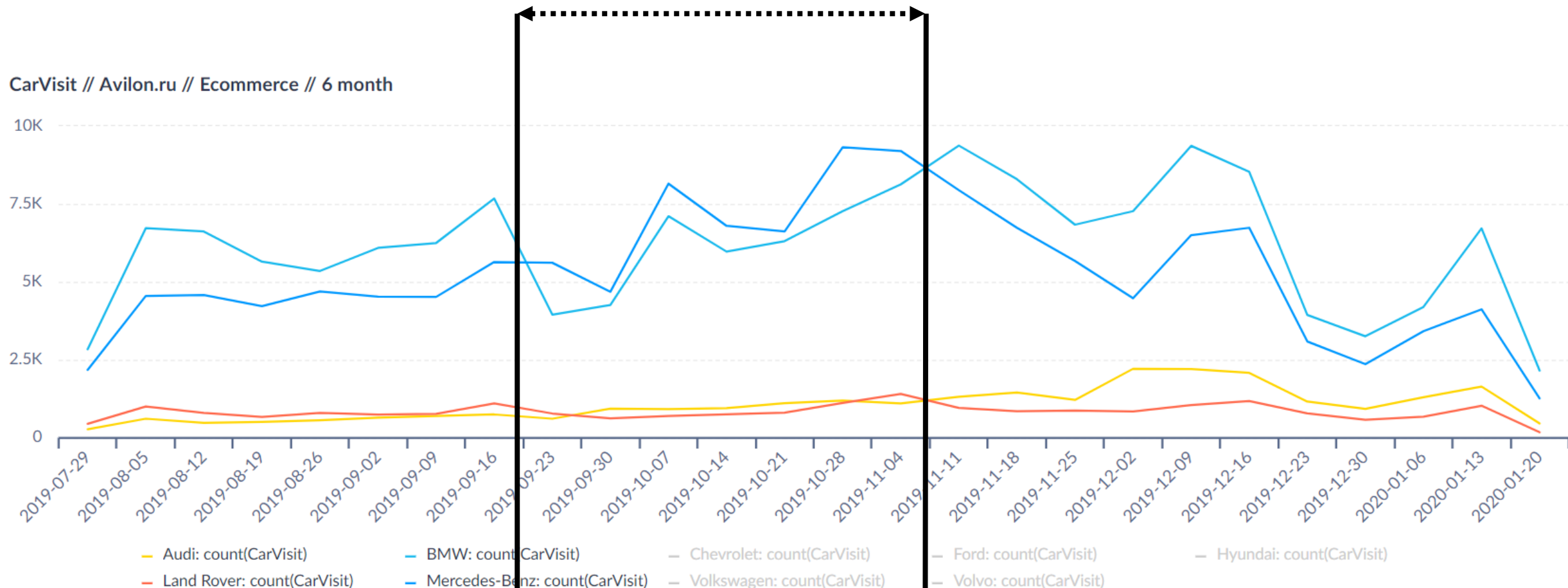


Avilon.ru // Просмотры авто на Avilon.ru Volvo // 6 Month



Конверсия BMW в online как с просмотра в лид, так и с лида в закрытие самая высокая. 1,66% и 14,2% соответственно

Просмотры карточек авто по брендам



В Период действия акций Mercedes обогнал БМВ по спросу на сайте показав эластичность спроса в Премиум сегменте

Интерес клиента по владению

Просмотр карточек авто (просмотр бренда - владение брендом)

Last(Car.Brand)	Audi	BMW	BMW Motorrad	Chevrolet	Ford	Hyundai	Jaguar	Jeep	Land Rover	Maserati	Mercedes-Benz	Mini	Rolls-Royce	Volkswagen	Volvo
Audi	50.62%	2.40%	3.23%	0.00%	0.22%	1.01%	0.00%	1.35%	1.90%	6.67%	2.46%	2.78%	8.57%	2.29%	5.13%
BMW	11.62%	66.19%	48.39%	29.31%	2.90%	4.27%	15.25%	12.16%	10.48%	26.67%	13.14%	25.00%	25.71%	6.00%	19.23%
Bentley	0.83%	0.10%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1.69%	0.00%	0.00%	0.00%	0.46%	0.00%	2.86%	0.00%	0.00%
Cadillac	0.00%	0.10%	0.00%	5.17%	0.22%	0.00%	0.00%	0.00%	0.24%	0.00%	0.31%	0.00%	2.86%	0.29%	0.00%
Chevrolet	0.00%	0.38%	0.00%	15.52%	0.45%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.15%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Ford	3.73%	3.75%	9.68%	12.07%	85.75%	4.77%	3.39%	8.11%	2.38%	4.44%	1.92%	0.00%	5.71%	6.29%	5.13%
Hyundai	3.32%	2.50%	3.23%	10.34%	3.34%	78.89%	8.47%	12.16%	1.19%	0.00%	1.84%	8.33%	8.57%	6.00%	1.28%
Jaguar	0.83%	1.06%	1.61%	3.45%	0.00%	0.25%	49.15%	1.35%	2.14%	2.22%	0.77%	2.78%	0.00%	0.00%	0.00%
Jeep	0.83%	0.29%	1.61%	1.72%	0.22%	0.25%	0.00%	39.19%	0.48%	0.00%	0.54%	0.00%	0.00%	0.29%	2.56%
Land Rover	2.49%	3.07%	0.00%	3.45%	0.89%	0.50%	6.78%	4.05%	66.19%	6.67%	3.61%	5.56%	2.86%	1.14%	3.85%
Maserati	0.00%	0.29%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.24%	13.33%	0.23%	0.00%	0.00%	0.29%	0.00%
Mercedes-Benz	16.60%	14.22%	16.13%	13.79%	2.67%	5.53%	8.47%	14.86%	10.95%	31.11%	69.33%	13.89%	40.00%	7.43%	16.67%
Mini	0.83%	0.58%	0.00%	0.00%	0.22%	0.50%	1.69%	1.35%	0.24%	0.00%	0.31%	41.67%	0.00%	0.57%	0.00%
Volkswagen	7.47%	4.51%	14.52%	5.17%	2.67%	4.02%	5.08%	2.70%	2.86%	8.89%	4.46%	0.00%	2.86%	68.57%	7.69%

Volvo

Sum

50

1 - 1

66% просмотров карточек BMW это клиенты BMW, и 14% клиенты Mercedes-Benz. Наибольше лояльностью отличаются масс бренды Ford, Hyundai и Volkswagen. Mercedes-Benz на 69% смотрят текущие владельцы Mercedes-Benz

38.46%

78

Количество просмотров карточек авто по брендам до лида

Carvisit to CRM Contact // Dynamics // Aviron.ru // 12 Months

Brand	2019-02	2019-03	2019-04	2019-05	2019-06	2019-07	2019-08	2019-09	2019-10	2019-11	2019-12	2020-01
Audi	1	2	8	8	6	8	5	4	9	5	10	8
BMW	5	4	6	5	6	7	8	7	9	8	7	8
Ford	7	4	5	5	8	7	7	5	3	7	4	8
Hyundai	5	4	3	4	5	5	5	3	4	5	6	7
Jaguar	3	2	5	6	2	7	5	12	3	6	2	9
Land Rover	4	9	6	8	6	7	8	7	10	6	6	8
Mercedes-Benz	3	3	5	4	5	7	6	6	6	6	7	9
Volkswagen	4	3	3	6	3	5	6	6	6	5	6	8
Volvo	3	2	4	8	6	6	6	9	16	5	9	8
Avg	4	4	5	6	5	6	6	7	7	6	6	8

В среднем количество просмотров авто на клиента растет в динамике и увеличилось вдвое за год и составило 8 карточек авто до лида в салон.

Сравнение пола и возраста клиентов: offline MB vs BMW

Age to Last(Car.Brand) // CRM // Lifetime

Age // Avilon // Ecommere // Lifetime	Женский	Мужской
20-25	0.65%	1.15%
25-30	2.16%	3.81%
30-35	6.55%	10.33%
35-40	7.01%	12.12%
40-45	5.69%	10.31%
45-50	4.36%	8.21%
50-55	2.89%	6.07%
55-60	2.40%	5.20%
60-65	1.58%	3.88%
65+	1.49%	4.13%

50

1 - 10 of 10

Age to Last(Car.Brand) // MB // CRM // Lifetime

Age // Avilon // Ecommere // Lifetime	Женский	Мужской
20-25	0.76%	0.94%
25-30	2.53%	3.00%
30-35	7.28%	7.82%
35-40	7.91%	9.52%
40-45	6.89%	8.97%
45-50	5.72%	8.45%
50-55	3.79%	6.87%
55-60	3.00%	5.37%
60-65	1.83%	3.54%
65+	2.06%	3.73%

50

1 - 10 of 10

Age to Last(Car.Brand) // BMW // CRM // Lifetime

Age // Avilon // Ecommere // Lifetime	Женский	Мужской
20-25	0.59%	1.47%
25-30	2.10%	4.44%
30-35	7.49%	12.65%
35-40	8.04%	14.36%
40-45	6.05%	11.84%
45-50	4.19%	8.48%
50-55	2.41%	5.17%
55-60	1.66%	3.42%
60-65	1.04%	1.93%
65+	0.97%	1.72%

50

1 - 10 of 10

В MB наибольшая доля клиентов женщин среди всех брендов в портфеле Avilon

Сравнение пола и возраста клиентов: online MB vs BMW

Age to Last(Car.Brand) // All // Avilon.ru // Lifetime

Age // Avilon // Ecommere // Lifetime	Женский	Мужской
20-25	0.47%	0.79%
25-30	1.34%	3.52%
30-35	3.79%	9.74%
35-40	5.25%	14.09%
40-45	4.17%	14.60%
45-50	3.42%	12.39%
50-55	2.13%	8.06%
55-60	1.60%	6.26%
60-65	0.91%	3.75%
65+	0.85%	2.88%

50

1 - 10 of 10

Age to Last(Car.Brand) // MB // Avilon.ru // Lifetime

Age // Avilon // Ecommere // Lifetime	Женский	Мужской
20-25	0.62%	0.69%
25-30	1.93%	3.17%
30-35	4.48%	7.49%
35-40	5.33%	11.27%
40-45	4.40%	13.67%
45-50	5.02%	10.58%
50-55	2.78%	8.88%
55-60	1.78%	7.03%
60-65	0.93%	4.25%
65+	1.62%	4.09%

50

1 - 10 of 10

Age to Last(Car.Brand) // BMW // Avilon.ru // Lifetime

Age // Avilon // Ecommere // Lifetime	Женский	Мужской
20-25	0.26%	1.04%
25-30	0.86%	3.62%
30-35	3.28%	11.22%
35-40	5.26%	16.65%
40-45	5.00%	16.13%
45-50	2.67%	14.06%
50-55	1.73%	7.68%
55-60	1.64%	5.35%
60-65	0.60%	1.64%
65+	0.35%	0.95%

50

1 - 10 of 10

Но все онлайн посетители больше мужчины



Avilon.ru 2020 год сравнение с планом

Рост по трафику	+8%	(с опережением на 3 мес.)
Рост по авансам	+72%	(с опережением на 6 мес.)
Экономия бюджета	-5 млн. рублей	



Кузнецов Олег

Директор департамента
Электронной коммерции

oleg.kuznetsov@avilon.ru

+7 (916) 4462376

Avilon.ru