

А.А. Тверитинов

(студент)

*факультет бизнеса и менеджмента Байкальской международной
бизнес-школы Иркутского государственного университета*

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ПОРТФЕЛЯ, РЕГИОНАЛЬНЫЙ АВТОРЫНОК В УСЛОВИЯХ РОСТА

2009 кризисный год уже стал достоянием истории. Показатели в различных сферах производства и бизнеса росли весь 2010 г., тренд сохранится и в 2011. Наиболее серьезный урон был нанесен автомобильному рынку. Об этом красноречиво говорят цифры статистики. В 2010 г. в России было реализовано 1,9 млн. автомобилей, что на 30 % больше, чем в 2009 г. Но, в докризисном, 2008 г. объем продаж составлял почти 2,9 млн. машин. Т.е. по сравнению с 2008 г. недопродано 1 млн. автомобилей. Вернуться к докризисным показателям в 2011 г. вряд ли получится, аналитики АЕБ (Ассоциация Европейского Бизнеса) прогнозируют объем российского авторынка на 2011 г. в районе - 2,2 млн. автомобилей. Хотя это всего лишь прогноз, цифра может быть скорректирована и не раз.

Вклад Иркутской области в общероссийскую копилку, мягко говоря, невелик. В 2009 г. было реализовано 5,8 тысяч автомобилей. В 2010 г. же почти 11000 (!) единиц. См. таблицы 1 и 2. Региональный рынок восстанавливается и показатели 2010 г. могли бы быть еще более впечатляющими, если бы не осторожная политика автопроизводителей и их представительств в России. Вследствие чего на некоторые модели образовывались многомесечные очереди. В минувшем году ряды дилеров полнились представительствами брендов Mazda и Mercedes-Benz. Кроме того, в текущем году планируется открытие

сразу двух дилерских центров, одного из общероссийских лидеров – корейской KIA.

Если говорить о прогнозах регионального рынка на текущий год, то без сомнения, рост продолжится. Этому поспособствуют пролонгирование программ государственного льготного автокредитования и утилизации. Последняя не так популярна у нас в регионе из-за отсутствия пунктов утилизации. Кроме того, производители развивают в России производства, закономерное развитие для соответствия новым правилам промышленной сборки, заявленных Министерством промышленности и торговли. Выводят на рынок новые актуальные модели, созданные специально для российского рынка – Hyundai Solaris и Volkswagen Polo Sedan, активизируют собственные кредитные программы.

Конкуренция на иркутском автомобильном рынке крайне жесткая, т.к. на текущий момент представлены дилерские центры практически всех ведущих автомобильных брендов. При относительно невысокой численности населения. Согласно данным последней переписи населения – общее число жителей Иркутской области – 2,5 млн. человек, из них городского населения – 1,9 млн. человек. Основные продажи обеспечиваются, в основном, агломерацией Иркутска, Ангарска и Шелехова. В такой ситуации каждый из игроков пытается захватить большую долю рынка за счет использования стратегий концентрированного роста - развития рынка и усиления позиции на рынке. Последняя, стоит отметить, требует для реализации больших маркетинговых усилий.

Еще с началом кризиса дилеры, стараясь удержать финансовую устойчивость стали менять себя и свою работу, пытались сохранить свою и захватить долю рынка конкурентов. Это проявлялось в работах по следующим направлениям:

- сокращение издержек – замораживание инвестиций, планирование расходов, минимальное использование заемных средств, кадровая политика;
- привлечение и удержание потребителей – ценовые инструменты и реклама, CRM;
- развитие новых направлений – услуга trade in, продление гарантии, подменные автомобили.

В 2011 г. все «кризисные» наработки продолжают оказывать важное влияние на то, какую долю рынка сможет занять компания. Поэтому хорошо сбалансированный и тщательно подобранный маркетинговый портфель должен включать в себя комплекс различных стратегий и тактик маркетинговой работы.

Из этого следует, что для достижения желаемого успеха необходимо обеспечить несколько потоков целевого трафика. Последний, соответственно, должен обеспечиваться не одним, а несколькими каналами. Единственный источник может обеспечить определенный поток целевых клиентов, но поистине внушительный целевой трафик достигается при использовании комбинации хорошо работающих и направленных на разные

цели источников. Конечно, какой-либо из источников всегда будет приносить больше трафика, чем все остальные, но это не означает, что следует останавливаться на его использовании и лишаться остальных потоков.

Поэтому необходимо крайне ответственно подходить к выбору стратегий для привлечения трафика и их пропорциям:

- Имидж (ознакомление товаром или его благоприятным образом);
- Трафик (ориентация на максимальное привлечение клиентов в дилерский центр);
- Продажи (информирование о маркетинговых программах и спецпредложениях);
- Доверие (изменение настроения, добавление компании к выбору рассматриваемых партнеров).

Многое зависит от того, в какой сфере работает автодилер, если это масс-бренд, то больший упор необходимо сделать на привлечение трафика и продажи, а если премиум-бренд, то на стратегии имиджа и доверия. Но это совершенно не означает что масс-бренду, нет нужды в имиджевой рекламе, а премиум-бренду не нужен трафик или продажи.

Самое главное заключается в том, что использование многих источников целевого трафика и продаж страхует от потерь, обусловленных снижением эффективности того или иного канала. Если один из источников потеряет свою эффективность, остальные продолжают работать. Если же канал один, то с его перекрытием велик риск оказаться в сложной ситуации.

Таблица 1

2009 my		
Brand	City	Total
Audi	Irkutsk	166
BMW	Irkutsk	138
Cadillac	Irkutsk	6
Chery	Irkutsk	28
Chevrolet	Irkutsk	448
Citroen	Irkutsk	46
FIAT	Irkutsk	75
Ford	Irkutsk	703
GAZ LCV	Irkutsk	91
GAZ PC	Irkutsk	97
Honda	Irkutsk	234
Hummer	Irkutsk	16
Hyundai	Irkutsk	118
KIA	Irkutsk	2
Land Rover	Irkutsk	91
Mitsubishi	Irkutsk	429
Nissan	Irkutsk	190
Opel	Irkutsk	100
Peugeot	Irkutsk	79
Renault	Irkutsk	370
Skoda	Irkutsk	166
SsangYong	Irkutsk	72
Subaru	Irkutsk	87
Suzuki	Irkutsk	45
Toyota	Irkutsk	984
UAZ	Irkutsk	694
Volvo	Irkutsk	42
VW	Irkutsk	200
Grand total:		5717

Таблица 2

2010 my		
Brand	City	Total
Audi	Irkutsk	183
BMW	Irkutsk	162
Cadillac	Irkutsk	12
Chery	Irkutsk	66
Chevrolet	Irkutsk	317
Citroen	Irkutsk	47
Daewoo	Irkutsk	16
FIAT	Irkutsk	275
Ford	Irkutsk	815
GAZ PC	Irkutsk	100
Honda	Irkutsk	177
Hummer	Irkutsk	30
Hyundai	Irkutsk	722
Isuzu	Irkutsk	2
Lada	Irkutsk	2050
Land Rover	Irkutsk	103
Mazda	Irkutsk	108
Mercedes-Benz	Irkutsk	36
Mitsubishi	Irkutsk	462
Nissan	Irkutsk	532
Opel	Irkutsk	56
Peugeot	Irkutsk	458
Renault	Irkutsk	503
Skoda	Irkutsk	278
SsangYong	Irkutsk	96
Subaru	Irkutsk	74
Suzuki	Irkutsk	389
Toyota	Irkutsk	1289
UAZ	Irkutsk	1205
Volvo	Irkutsk	41
VW	Irkutsk	296
Grand total:		10900