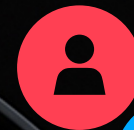


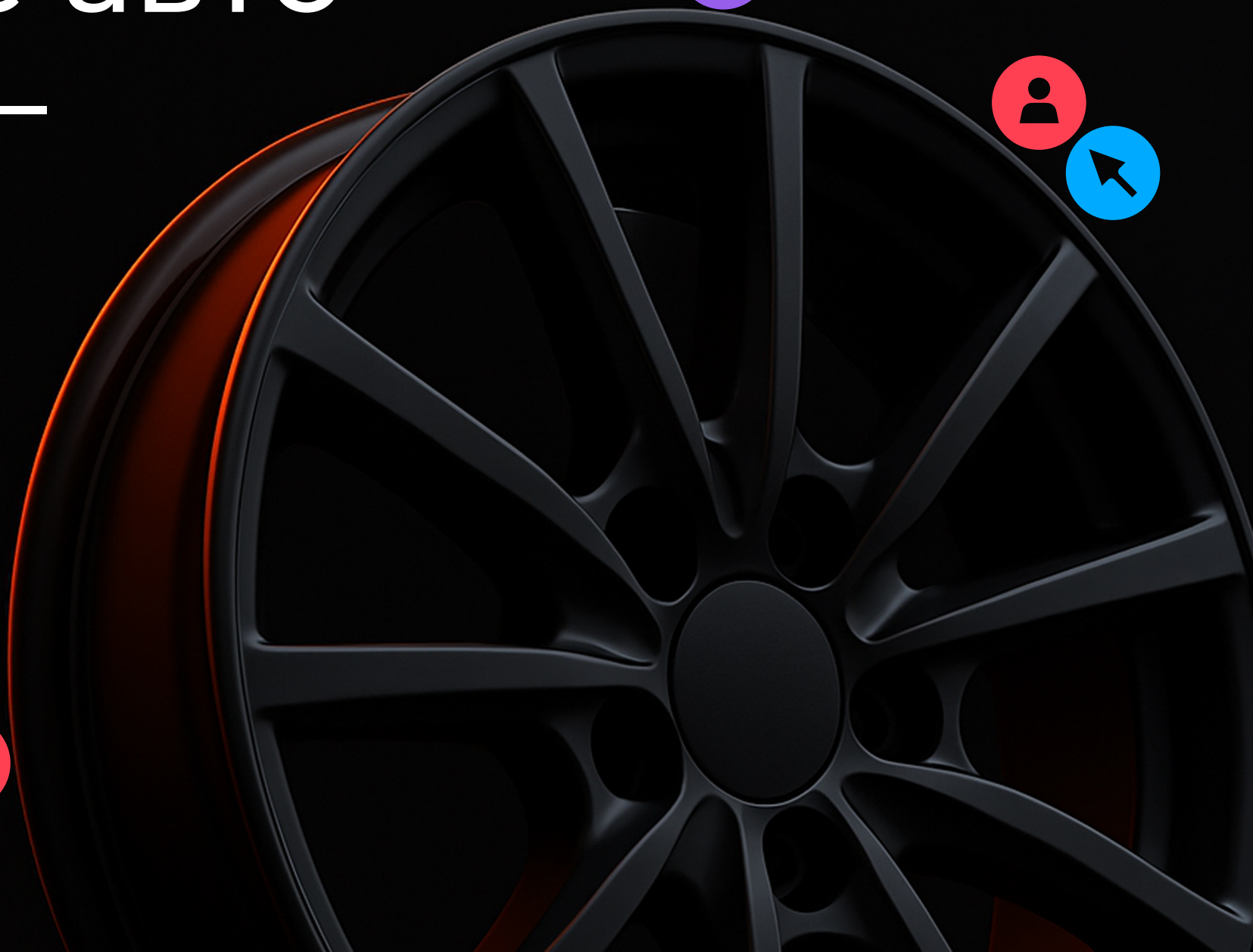
В покупке авто главное — процесс

АВИТО ВИДИТ
НЕ ТОЛЬКО ПОКУПКУ,
НО И ВЕСЬ ПУТЬ К НЕЙ



Данные Авито,
категория «Новые авто», 2025

 **Avito Реклама**



Путь покупателя: от интереса к действию

226 млн

Клик

Человек только начинает
поиск, присматривается

9,5 млн

Избранное

Составляет список лучших
вариантов, сравнивает

1,14 млн

Звонок

Клиент готов к предметному разговору —
финал выбора

626 тыс.

Сообщение

Уточняет детали, чтобы принять решение, —
финал выбора

Авито фиксирует четыре типа действий в категории «Новые авто» и раскладывает «спрос» на траекторию — от первого интереса до контакта с продавцом.

Интерес перерастает в решение

От «бренд еще не выбран» до «мне нужно именно это»

226 млн

Клик — ранний интерес

9,5 млн

Избранное — сравнение

Окно вендора

Ранние клики — момент, когда покупатель еще не выбрал бренд. Здесь имиджевая реклама помогает попасть в шорт-лист

1,14 млн

Звонок — горячее намерение,
финал выбора

626 тыс.

Сообщение — горячее намерение,
финал выбора

Окно дилера

Звонок и сообщение — горячий этап. Здесь работает конкретный офер и трейд-ин

Авито видит не среднего «покупателя авто»

А повод, с которого всё началось



74 тыс.

запросов

Ремонт

бампер передний,
двигатель, лобовое
стекло

трейд-ин

76 тыс.

запросов

Рост доходов

apple watch, ipad,
macbook, ps5

премиум-сегмент

59 тыс.

запросов

Работа на авто (B2B)

водитель, газель,
прицеп, категория C

B2B / лизинг

35 тыс.

запросов

Стройка / дача

баня, щебень,
теплица,
поликарбонат

большие кузова

23 тыс.

запросов

Пополнение в семье

коляска, автокресло,
няня

семейные модели



В топ-10 000 поисковых запросов новых авто лежат жизненные события

«Ремонтировать дорого — возьму новое авто»

Поиск запчастей для старой машины —
сигнал, что могут возникнуть мысли о
замене



74 тыс.
поисковых запросов о ремонте
предшествовали покупке нового
автомобиля

Что ищут

- Бампер передний — 6 259 запросов
- Двигатель — 4 267 запросов
- Эвакуатор — 3 560 запросов
- Лобовое стекло — 3 007 запросов

Сигнал для коммуникации

Дорогая запчасть — точка перехвата
клиента. Предложите трейд-ин до того, как
он начнет искать новую машину.



Категория «Услуги»

1,6 млн — решение рутинных
задач, в т. ч. по ремонту авто

Рост доходов определяет потребности

Рядом с покупкой авто — премиальная электроника и статусные вещи

  **76 тыс.** 

запросов на премиальную электронику
и статусные товары от покупателей
НОВЫХ АВТО

Что ищут

- Apple Watch — 4 400 запросов
- iPad — 4 313 запросов
- MacBook — 3 841 запрос
- Sony PlayStation 5 — 3 227 запросов

Сигнал для коммуникации

Платежеспособная аудитория в фазе крупных покупок. Премиум-бренды авто и дополнительное оборудование — релевантный офер.



Категория «Одежда и обувь»

1,07 млн — поиск электроники
и премиум-брендов

Машина как средство заработка

Авто покупают под такси, доставку,
грузоперевозки


59 тыс.

запросов о работе водителем
и о коммерческом транспорте сделали
будущие автовладельцы

Что ищут

- Водитель — 8 486 запросов
- Прицеп легковой — 4 360 запросов
- Водитель категории С — 2 300 запросов
- Газель — 2 287 запросов

Смежный интерес

«Вакансии» — 39 тыс. в смежном интересе.
Пересечение «вакансия водитель» + «новые авто» —
точный сигнал.

Сигнал для коммуникации

Готовый сегмент для лизинга коммерческого
транспорта и корпоративного страхования.



Категория «Работа»

1,07 млн — поиск занятости, в том числе
на авто

Комфортное авто для семейных поездок на дачу

Покупка авто идет рядом со стройкой, дачей, обустройством участка

  **35 тыс.** 

поисковых запросов о стройке, даче и стройматериалах сделали покупатели **НОВЫХ АВТО**

Что ищут

- Баня — 2 842 запроса
- Щебень — 1 917 запросов
- Теплица — 1 866 запросов
- Баня под ключ — 1 455 запросов

Сигнал для коммуникации

Для стройки и дачи люди ищут практичные авто: пикапы и вместительные внедорожники.



Категория «Ремонт и стройка»

1,35 млн — дача, обустройство, большие задачи для вместительного авто

Родился ребенок — нужна машина побольше

Самый «человеческий» сигнал: детские товары рядом с поиском авто

  **23 тыс.** 

запросов о детских товарах —
от покупателей новых авто

Что ищут

- Коляска — 1 797 запросов
- Няня — 1 512 запросов
- Прогулочная коляска — 1 410 запросов
- Коляска 3-в-1 — 1 200 запросов
- Детское автокресло — 1 208 запросов

Сигнал для коммуникации

С появлением семьи главными становятся безопасность и вместительность. В фокусе внимания — кроссоверы, минивэны и другие семейные авто.



Категория «Недвижимость»

2,6 млн событий — переезд рядом
с покупкой авто

Покупатель авто — прагматик-исследователь

Сравнивает, выбирает, добавляет в Избранное, покупает



~8

Касаний до звонка

Пользователь
возвращается, чтобы
сравнить варианты, а не
уходит после первого
просмотра

3,3 млн

Ведут шорт-лист

Добавляет в Избранное —
осознанный выбор, а не
случайный клик

2–3

Авто в Избранном

Перед звонком покупатель
детально сравнивает
несколько машин

6–7 мес.

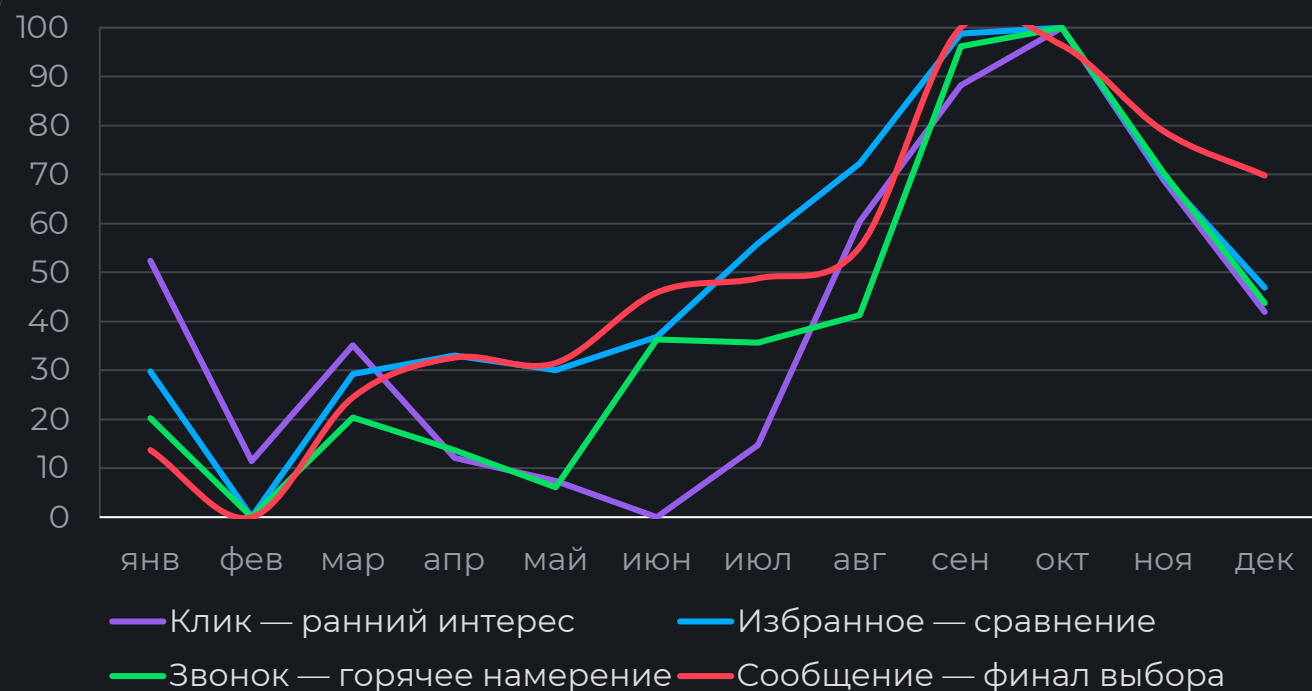
На выбор

Путь от первого интереса
летом до пика покупок
осенью



Влияйте на выбор покупателя на всем пути: коммуницируйте с клиентом постоянно, а не ограничивайтесь одним баннером в пик сезона.

Работайте с клиентом весь год, а не только в сезон продаж



Январь

Обзор «новинок года»

Высокий объем поисковых кликов (52%) — окно для влияния на короткий список моделей

Весна — лето

Разогрев интереса

Поисковые клики и добавления в Избранное растут — имидж-охват и знакомство с брендом

Сентябрь — октябрь

Пик продаж

Избранное переходит в звонки и сообщения — ставка на конкретный offer

Избранное — фаза между поиском и звонком: человек уже собрал шорт-лист, но еще не определился. Это ключевое окно для вашего влияния.



Один путь пользователя — два этапа влияния на выбор

ВЕНДОР

Влияет на выбор
бренда

226 млн

Кликов — ранний интерес,
пока бренд не выбран

Имидж-охват особенно весной и
летом влияет на шорт-лист
выбранных брендов

ДИЛЕР

Вся воронка обращений покупателя

226 млн

Клик

9,5 млн

Избранное

1,14 млн Звонок

626 тыс. Сообщение

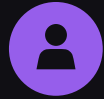
+ Трейд-ин
74 тыс. запросов

«ремонт → возьму новую»: бампер, двигатель,
эвакуатор. Перехват до формирования списка
салонов

+ B2B / лизинг
59 тыс. запросов

машина для заработка: водитель,
газель, прицеп, коммерческий
транспорт

Трейд-ин и B2B — не отдельные клиенты, а подsegmenty внутри дилерской аудитории.



Аудитория покупателей авто — премиальный таргет для других отраслей



Как монетизировать поведенческий сигнал
«человек прямо сейчас выбирает авто»

В фокусе банки, страховые, автосервисы, B2B



Покупка авто — лишь первый этап в цепочке сделок

Таргетируйтесь на тех, кто прямо сейчас в поиске новых авто

Финансы

99%

не ищут
финансирование
заранее

Автокредит и лизинг
— предлагайте до
того, как клиент
начнет искать сам

Страхование

715 тыс.

звонков дилеру в год

Момент покупки
авто, сезон шин,
трейд-ин и смена
владельца

Автосервисы

35 тыс.

запросов на шины и
диски*

Трейд-ин-сигнал,
шинный сезон,
ретаргетинг после
покупки

B2B / лизинг

39 тыс.

в интересе «Вакансии»

Коммерческий
транспорт, корп.
страховка,
оборудование на авто



Триггерный таргетинг на будущих покупателей

99%

покупателей НЕ ищут финансирование заранее — они ждут, пока банк сам предложит услугу. Меньше 1 000 пользователей ищут «кредит/лизинг».

Идеальный момент — пока решение не принято.

В карточке объявления

пользователь еще выбирает машину
— самый высокий интент

Ретаргетинг

пока решение не принято —
запускаем предложение на ЦА

Look-alike от горячей базы

расширяем верх воронки: +3–5 млн
потенциальных покупателей

Три момента, чтобы предложить полис



715 тыс.

человек в год звонят дилеру

Момент звонка дилеру

Конец воронки: предложение на следующую неизбежную покупку — страховку

35 тыс.

запросов на шины и диски*

**Ноябрь — сезон
шиномонтажа**

Сбор релевантной базы владельцев, чтобы продавать продукты весь год

103 тыс.

интересуются авто с пробегом

Трейд-ин и покупка б/у

Большинство ищут новые и б/у одновременно — момент смены владельца



Три готовых аудиторных сегмента

25 700

ищут запчасти для кузова
бампер, крыло, лобовое, фара

Трейд-ин-сигнал

«бампер передний» → на грани
новой машины. Офер:
диагностика перед обменом

Таргет: запросы запчастей + новые
авто

35 000

ищут шины и диски
пик — октябрь, смена резины

Сезон шин — октябрь

Октябрьский пик кликов
совпадает со сменой резины —
максимально релевантная ЦА

Таргет: смежный интерес «шины»

13 700

ищут автосервис, покраску
«эвакуатор», «антикор», «СТО»

После покупки — 30–90 дней

Новый владелец возвращается
за аксессуарами, антикором,
тонировкой

Таргет: интересы СТО



Машина как рабочий инструмент

Кто эти люди

Самозанятые, ИП, малый бизнес — покупают авто как средство производства: такси, доставка, грузоперевозки, мобильные услуги.

- Ищут работу водителем, курьером, грузчиком
- Ищут газель, грузовик, фургон, спецтехнику
- Смежный интерес — все типы вакансий (39 тыс.)

Лизинг

B2B-покупатели авто — идеальные клиенты для лизинга коммерческого транспорта

B2B-услуги для авто

Страховые продукты, оборудование для ИП и самозанятых

Точный таргет

Пересечение «вакансия водитель» + «новые авто»

Сезонный медиаплан

Имиджевый

Январь — март

- Новинки модельного года
- Низкая конкуренция за аудиторию
- Конверсия в звонок минимальная — работаем на узнаваемость
- Февраль: скидочные оферы для продавцов

Прогрев

Апрель — июнь

- Аудитория начинает формировать шорт-лист
- Избранное растет: нужны карточки с детальным контентом
- Запускаем ретаргетинг по «добавил в Избранное»
- Трейд-ин-оферы: аудитория еще ремонтирует старую машину

Золотой квартал

Июль — сентябрь

- Август: старт performance-кампаний (сентябрь — максимум звонков)
- «Горячий» ретаргетинг: позвонил → персональный офер в течение часа
- Трейд-ин — самое высокое число лидов

Заккрытие года

Октябрь — декабрь

- Октябрь: максимальный охват рынка
- Ноябрь: «замена резины» = окно для дооборудования и сервисов
- Декабрь: новогодние спецпредложения, конверсия в звонок остается высокой