

АВТОМОБИЛЬ

БУДУЩЕГО

ИССЛЕДОВАНИЕ
В СИНДИКАТИВНОМ СООБЩЕСТВЕ
IPSOS в России

АВГУСТ, 2020

GAME CHANGERS





АВТОМОБИЛИ БУДУЩЕГО ГЛАЗАМИ РОССИЙСКИХ ВОДИТЕЛЕЙ

«Автономное» будущее автоиндустрии и мобильности – обозримая перспектива даже для массовой аудитории.

Параметры «автомобиля будущего» приобретают все более четкие очертания в восприятии широкого круга автовладельцев.

Что в 2020 году думают о будущем автоиндустрии и мобильности российские автомобилисты? К чему должны быть готовы производители?



1 Отношение к инновациям и «автомобилям-гаджетам» автовладельцев массового сегмента

2 Ожидания потребителей в части информационно-развлекательных систем (ИРС), систем помощи водителю (ADAS), а также подключенных автомобилей (ПА)

3 Отношение массового потребителя к автономному вождению

4 Будущее автомобильной индустрии глазами потребителей



В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ОТЧЕТА ВЫ УЗНАЕТЕ О СВЯЗАННЫХ С АВТОМОБИЛЯМИ БУДУЩЕГО ЗАПРОСАХ И ОПАСЕНИЯХ ПОКУПАТЕЛЕЙ

1 ВОСПРИЯТИЕ АВТОМОБИЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ

- ▶ Каково эмоциональное восприятие инноваций, насколько они важны для ЦА?
- ▶ Как потребители определяют «автомобиль-гаджет»?
- ▶ Какие инновации из других категорий товаров применимы в automotive?

2 ПОТРЕБНОСТЬ В РАЗЛИЧНЫХ АВТО-СИСТЕМАХ

- ▶ Как аудитория оценивает свой пользовательский опыт в области ИРС и ADAS?
- ▶ Что пользователи вкладывают в понятие «подключённый автомобиль»? Какими качествами он должен обладать?

3 ВОСПРИЯТИЕ АВТОНОМНОГО ВОЖДЕНИЯ

- ▶ Как пользователи воспринимают феномен автономного вождения?
- ▶ Насколько аудитория готова к покупке автомобиля с такой опцией?
- ▶ Какие барьеры к автономному вождению необходимо преодолевать?

4 БУДУЩЕЕ АВТОИНДУСТРИИ: ВЗГЛЯД ПОТРЕБИТЕЛЯ

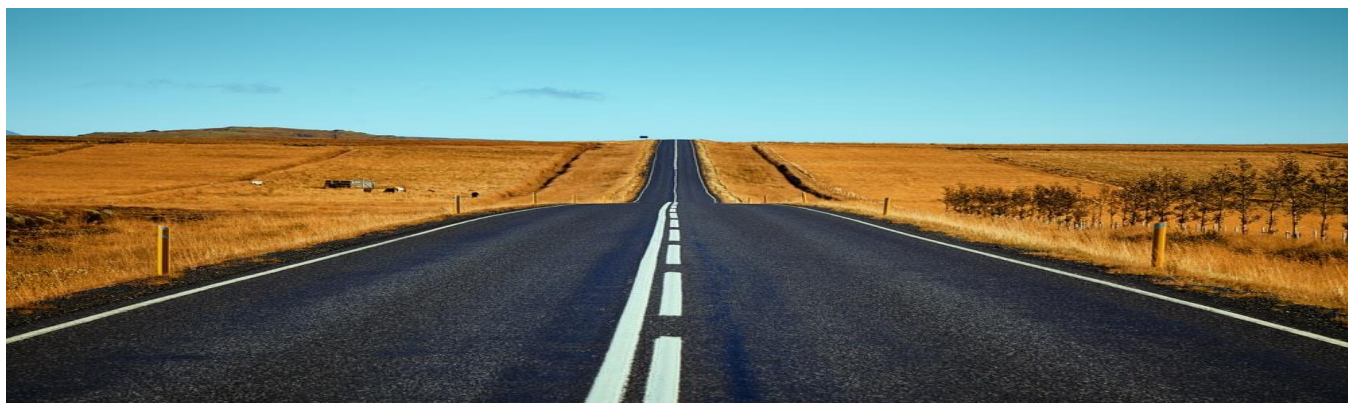
- ▶ Какие ключевые продуктовые качества автомобиля актуальны для массовой аудитории?
- ▶ От каких брендов или IT-компаний автовладельцы ожидают «автомобили будущего»?



**ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ ДОСТУПНА ПО ПОДПИСКЕ.
СТОИМОСТЬ ОТЧЁТА 210 ТЫС РУБ БЕЗ НДС**



КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ



Потребители массового сегмента открыты к владению и пользованию автономным транспортом, показывают большой и эмоциональный интерес к инновациям, несмотря на барьеры, отмеченные ими самими.

Дальнейшее развитие концепции «автомобиля-гаджета» должно быть направлено, в первую очередь, на возможность совмещать поездку с другой деятельностью пользователя: работа, учёба, отдых, хобби.

Это возможно благодаря программному обеспечению автомобилей будущего.

- 1** Сегодня «автомобиль-гаджет» – это яркая концепция, ассоциирующаяся с автопилотом и широким спектром других инноваций в области automotive. Подобный «автомобиль-гаджет» вызывает множество разнонаправленных ожиданий: как эмоциональных, так и рациональных.
- 2** Концепт «автомобиля будущего» ассоциируется с новым уровнем в развитии автомобилестроения. Потребитель рассматривает его в связке с новым уровнем инновационности и оснащённости технологиями (*Информационно-Развлекательные Системы, Умные Ассистенты Водителя, Развитые функции «подключённого автомобиля» и т.д.*).
- 3** Будущее мобильности представляется как **полностью автоматизированная система автопилотов**, которые контролируют компании-производители авто. Несмотря на существующие барьеры, покупатели уже сейчас декларируют готовность **доплачивать до 50% стоимости за автомобиль с автопилотом**, при условии, что эта технология «обкатана» и **избавлена от «детских болячек»**.
- 4** Говоря о дальнейшем развитии автоиндустрии, **респонденты отмечают идеальную формулу производства «автомобиля будущего» – симбиоз мировых автопроизводителей и крупнейших IT-компаний**, предполагающий максимальную концентрацию инновационных технологий в корпусе машины, управляемой автопилотом.
С точки зрения **продукта**, аудитория ориентируется на надёжные и практичные автомобили, оснащённые продвинутыми информационно-развлекательными системами и умными ассистентами водителя.
С точки зрения **бренда**, автовладельцы большей частью хотели бы остаться внутри «классических» немецких, японских или корейских марок; в то же время, среди IT-компаний наибольшее доверие в роли производителей/разработчиков автомобилей вызывают азиатские, американские и российские корпорации.

О ПРОЕКТЕ

Синдикативное онлайн-сообщество типичных потребителей, объединяющее 300 человек из разных городов России.



МЕТОДОЛОГИЯ: качественное исследование
КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ: 20 респондентов

ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В 2020 ГОДУ

- ▶ Геймификация в ритейле
- ▶ Китайские автомобили
- ▶ Суперфуды и модные ингредиенты глазами массового потребителя
- ▶ Экосистемы, умный дом и интернет вещей
- ▶ Экономия времени: лайфхаки и паттерны
- ▶ Киберспорт
- ▶ Автомобиль будущего
- ▶ Mental health
- ▶ Будущее онлайн-торговли и "каменных магазинов"
- ▶ Красота, женственность, сексуальность
- ▶ Новогодние подарки: что, кому и зачем
- ▶ Предновогодние мечты

ФОРМАТЫ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ

ПОДПИСКА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

Опция 1 1 отчет	Опция 2 6 отчетов	Опция 3 12 отчетов
210 000 руб.	980 000 руб.	1 890 000 руб.

- ▶ 1 дискуссия в 3 недели: ~12 тем в 2020
- ▶ В конце каждой 3 недели предоставляется отчёт (summary в формате объемом до 15-20 слайдов)

Ad hoc ПРОЕКТЫ ПО ЗАПРОСУ

Области применения:

Тема по запросу
от 240 000 руб.

Сроки
1 неделя от брифа до отчета

- ▶ Слишком специфический / частный вопрос для отдельного качественного исследования
- ▶ Срочно нужен отклик реальных потребителей!
- ▶ Предварительный этап для другого исследования



СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ

Ekaterina.Kotova@ipsos.com

Denis.Afanasko@ipsos.com

Цены указаны без учёта НДС (20%)