

Яндекс

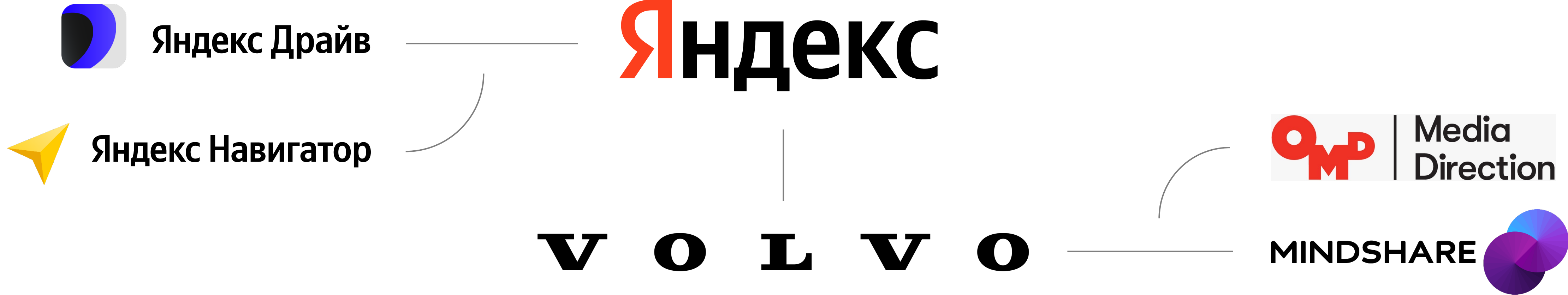
V O L V O

Новый подход к проектам в автомобильном сегменте


Кейс Volvo XC40




Ключевые ценности проекта для площадки



От чего отталкивались?



Повышение знания
о бренде и модели



Посадить пользователя за руль –
амбициозный рост объема тест-драйвов



Рост объёма продаж

Ключевые KPI проекта

Не менее **30 000** тест-драйвов

Инсайты для формирования подхода

23 млн

автомобилистов в Навигаторе в месяц, которые проводят около 6 часов в неделю за рулем

~70%

пользователей каршеринга имеют личный автомобиль

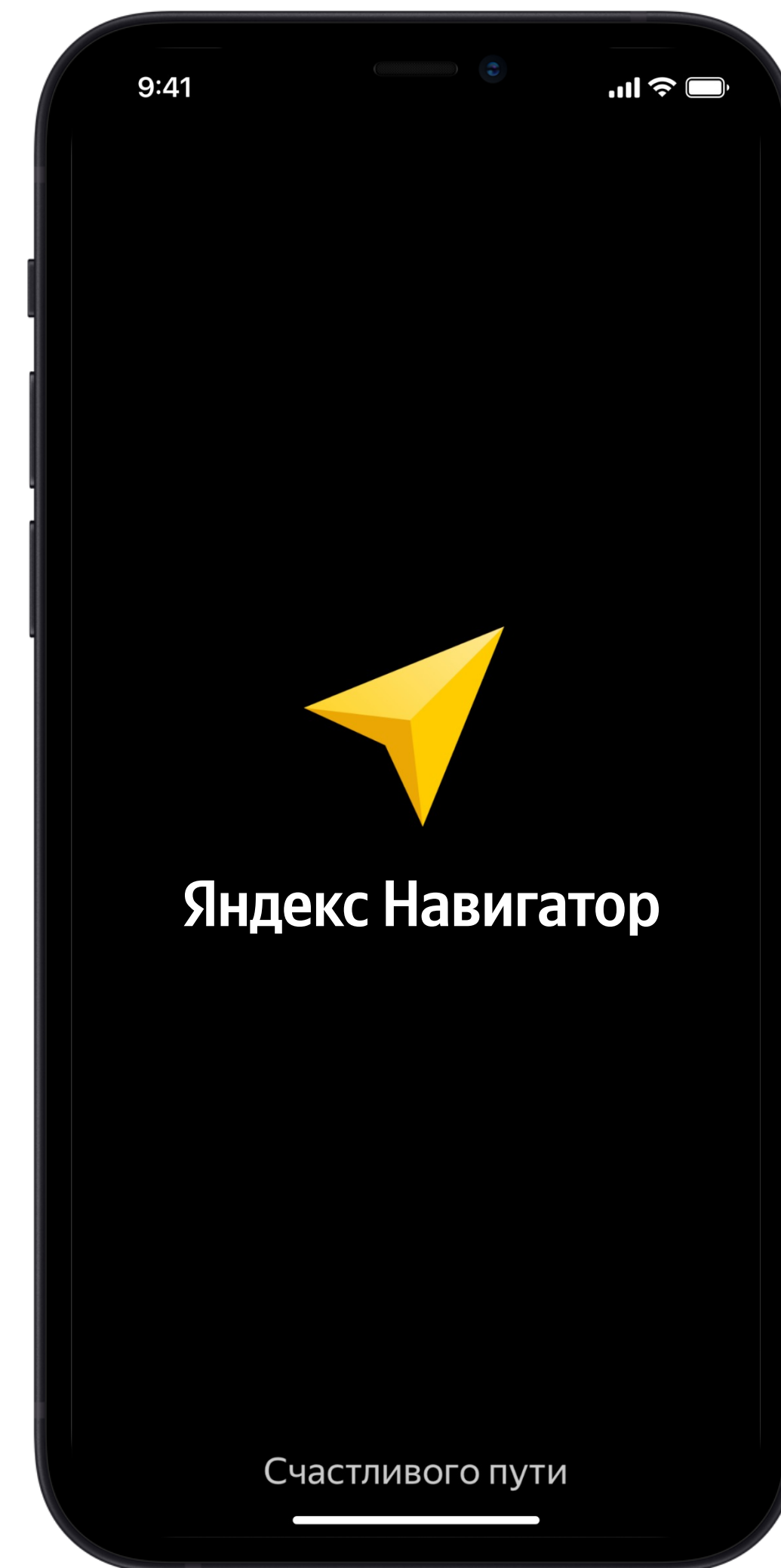
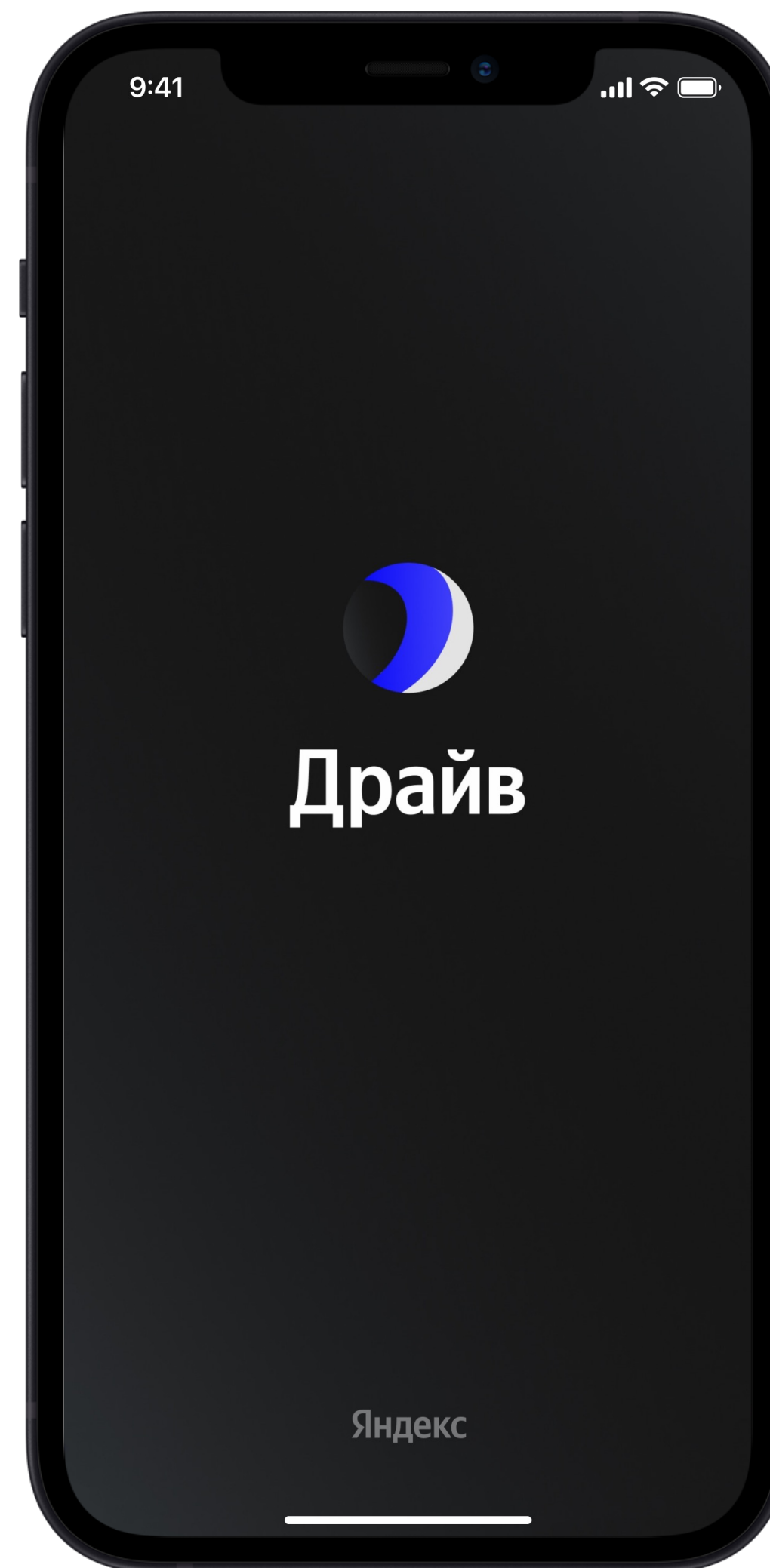
20%

респондентов подтвердили, что опыт использования автомобиля в каршеринге повлиял на их решение его купить

Объединение сервисов в единую экосистему

Выявление
потребности ЦА

Предложение
решения



**ЦА — автомобилисты, активные
молодые городские жители,
с доходом высокий+**

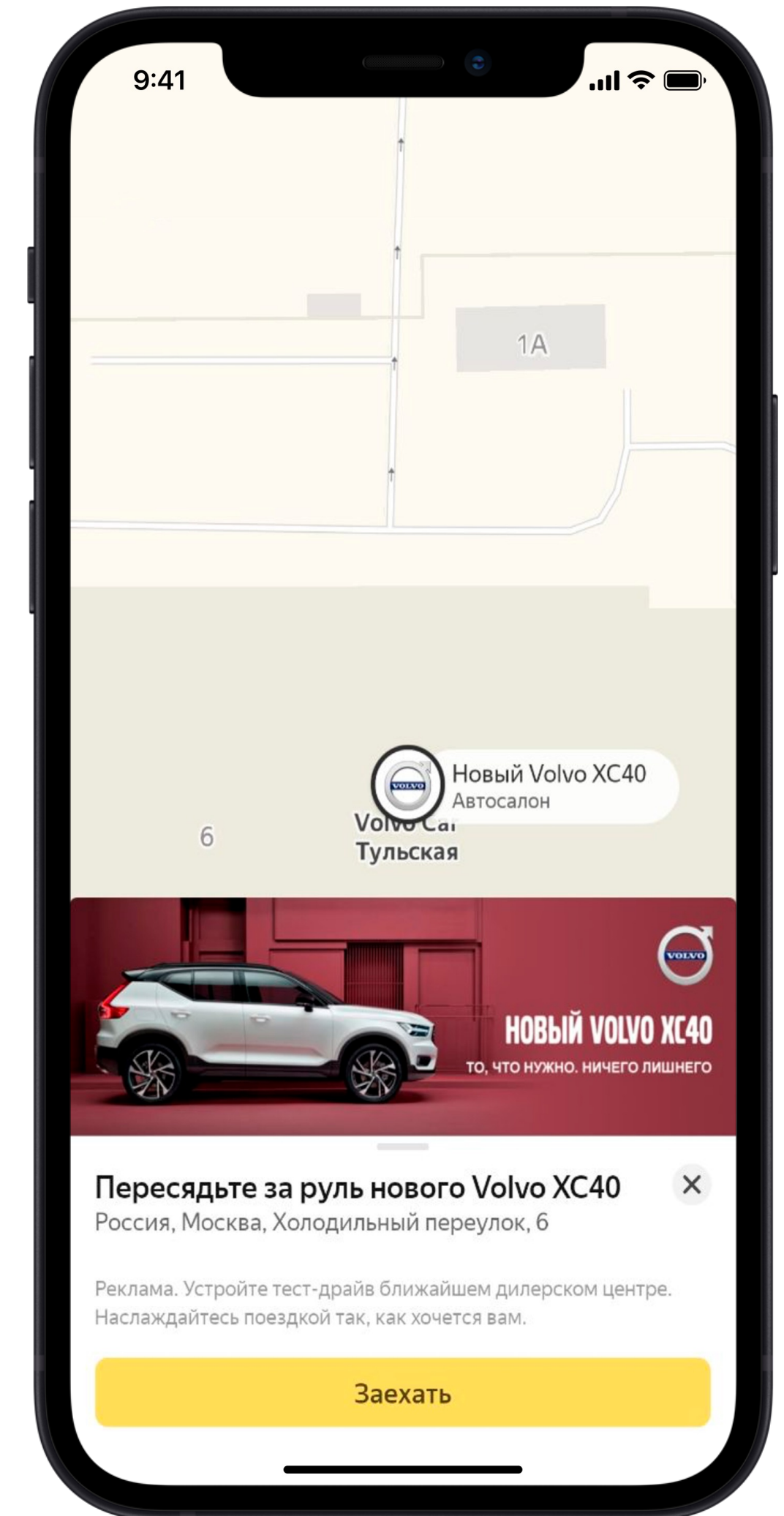
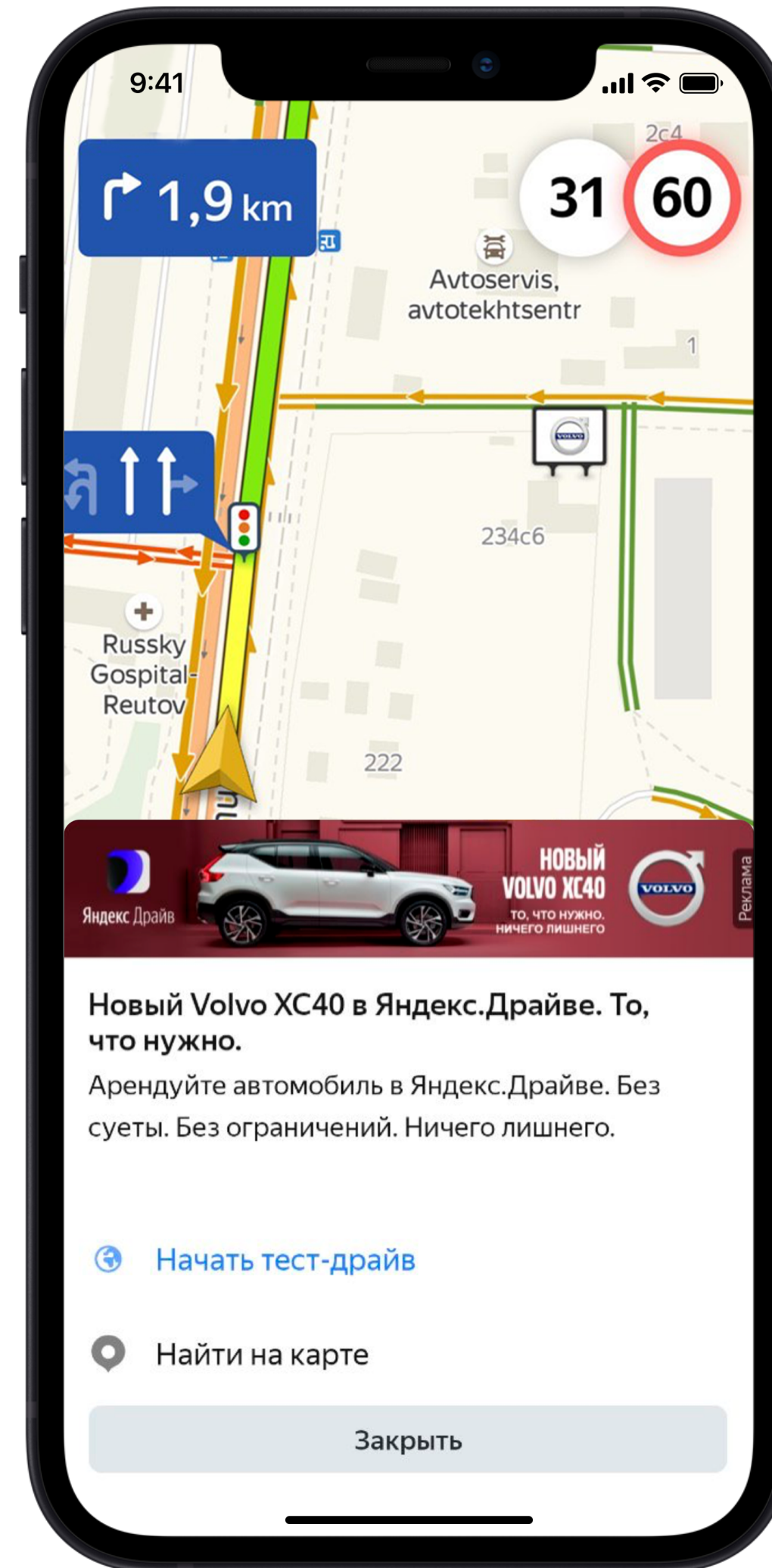
**Строят жизнь по своим
правилам. ВРЕМЯ для них –
СУПЕРЦЕННОСТЬ**

**Классический тест-драйв –
это не удобно особенно
для этой ЦА**

**Сесть за руль Volvo XC40
здесь и сейчас! Автомобиль
в городе, по пути, в быстром
доступе и без ограничений
по времени**

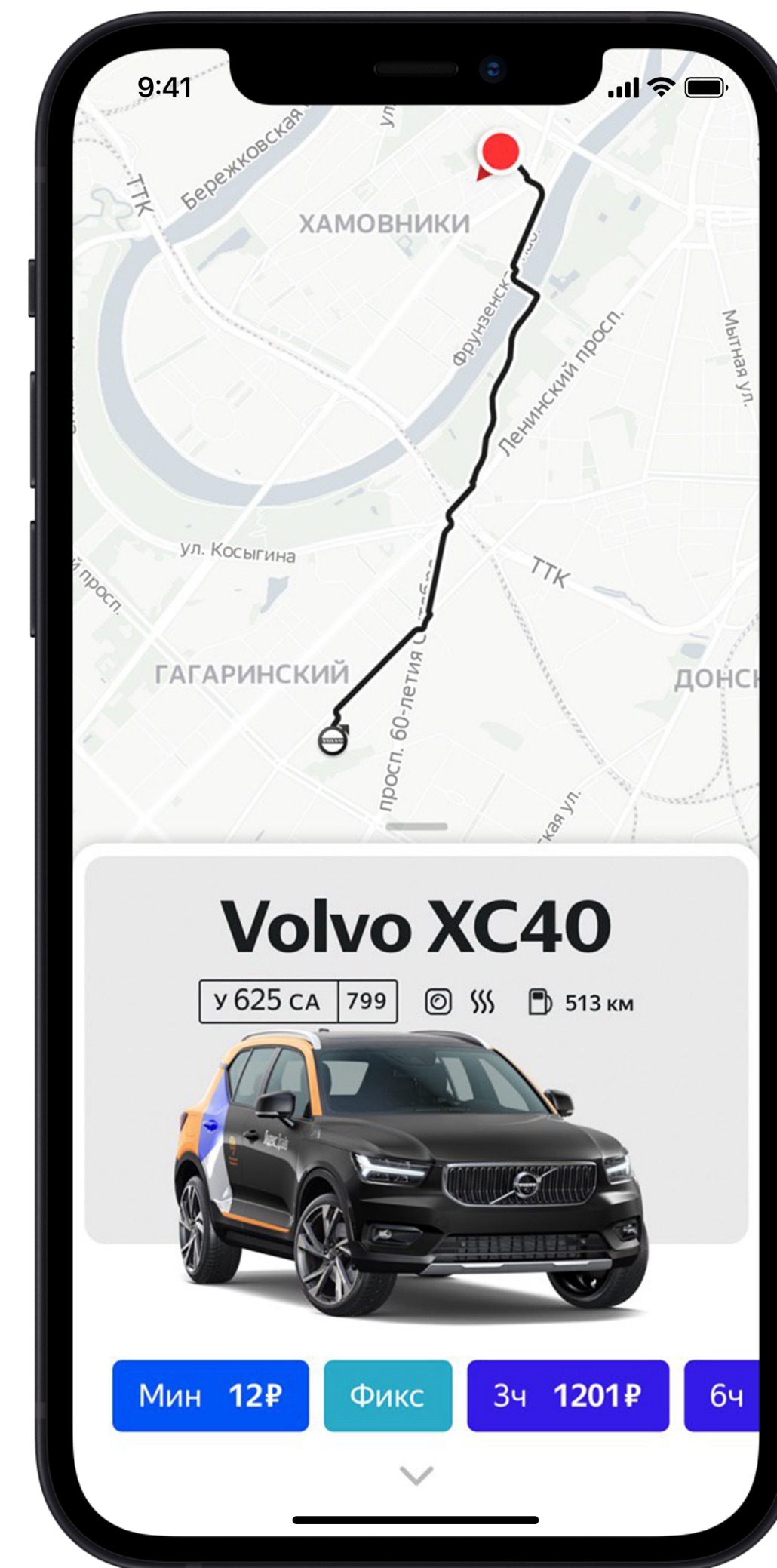
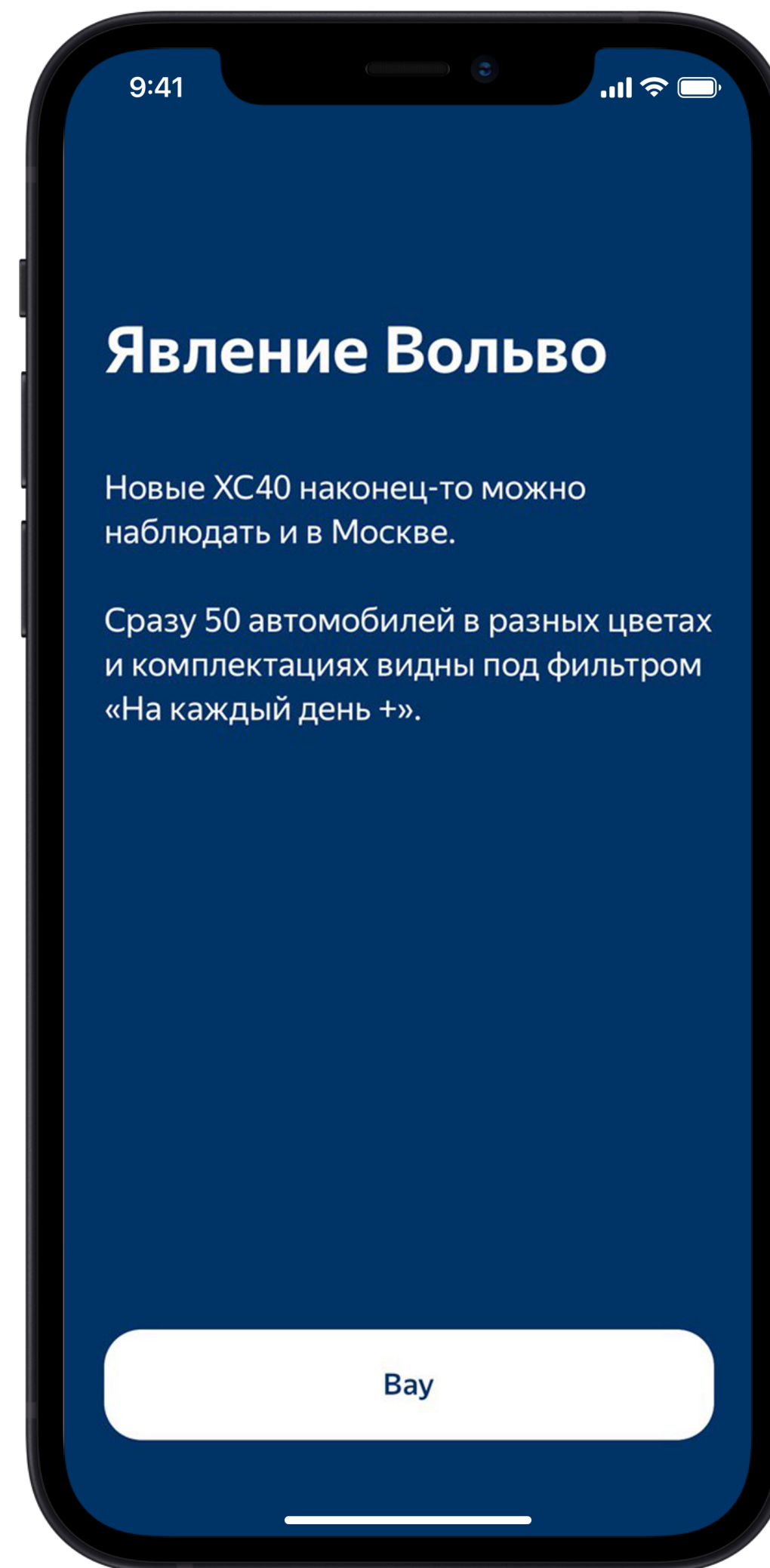
Яндекс.Навигатор

«За руль» —
переход из Навигатора
на карточку выбора Volvo
в сервисе Драйв

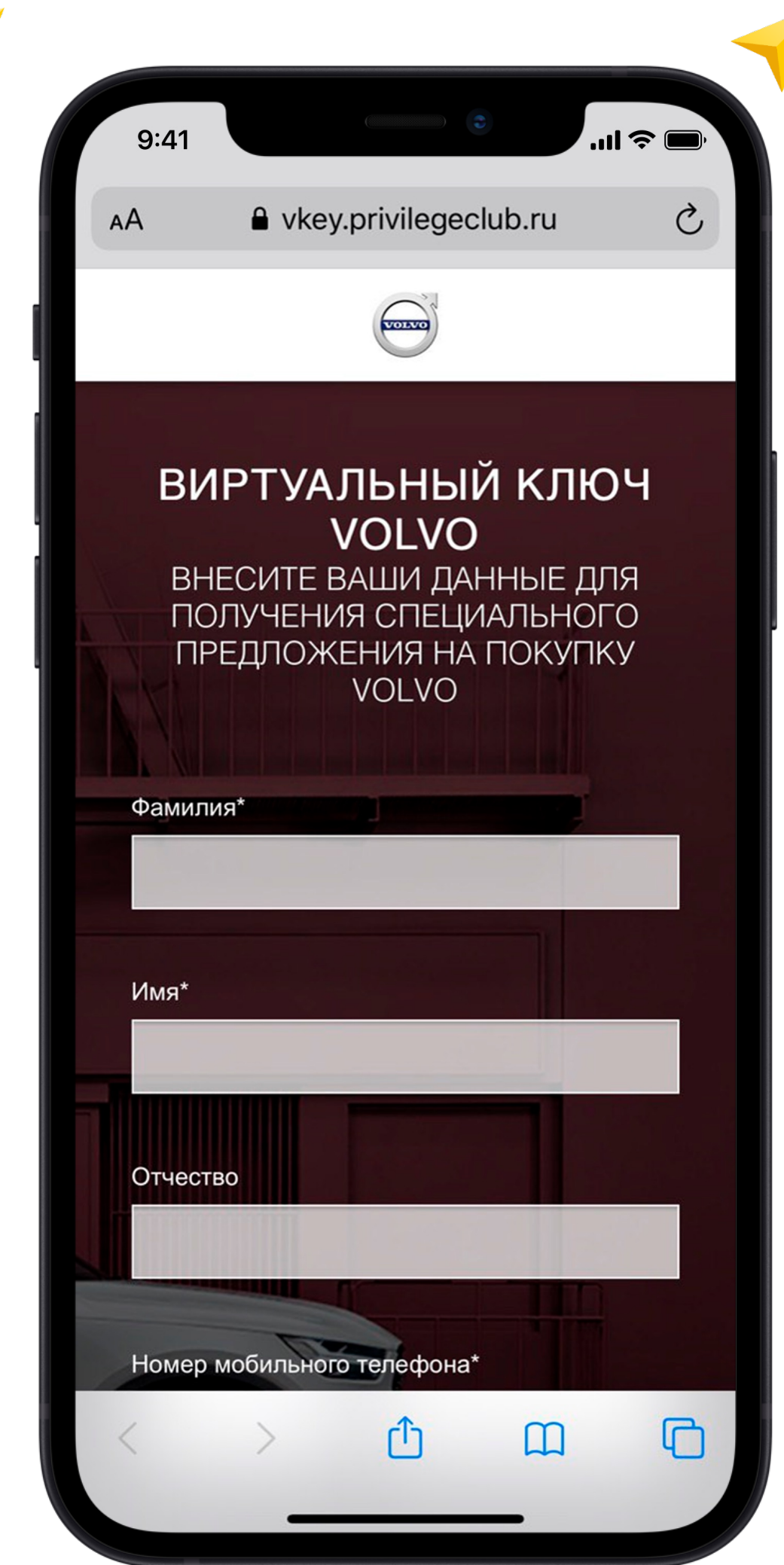
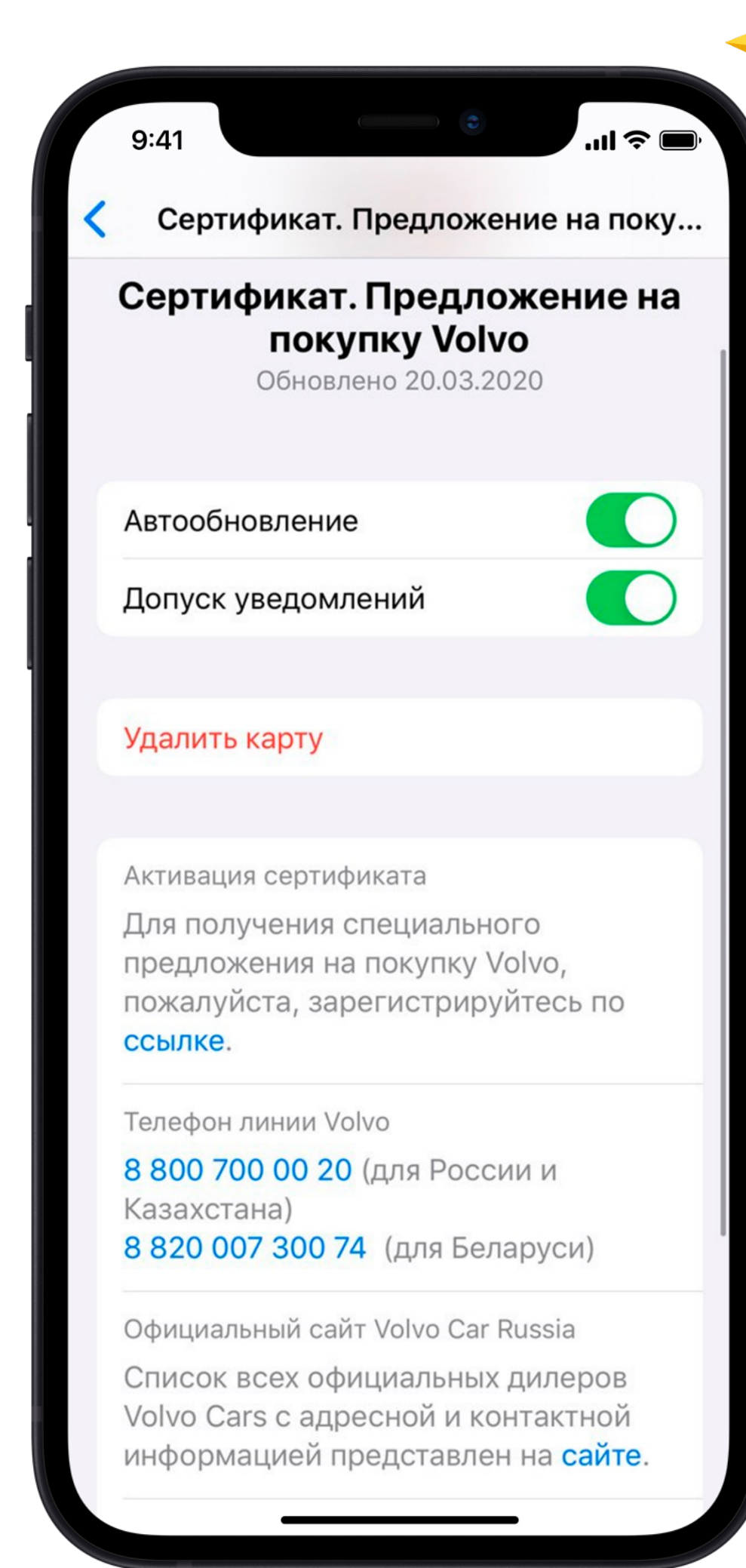
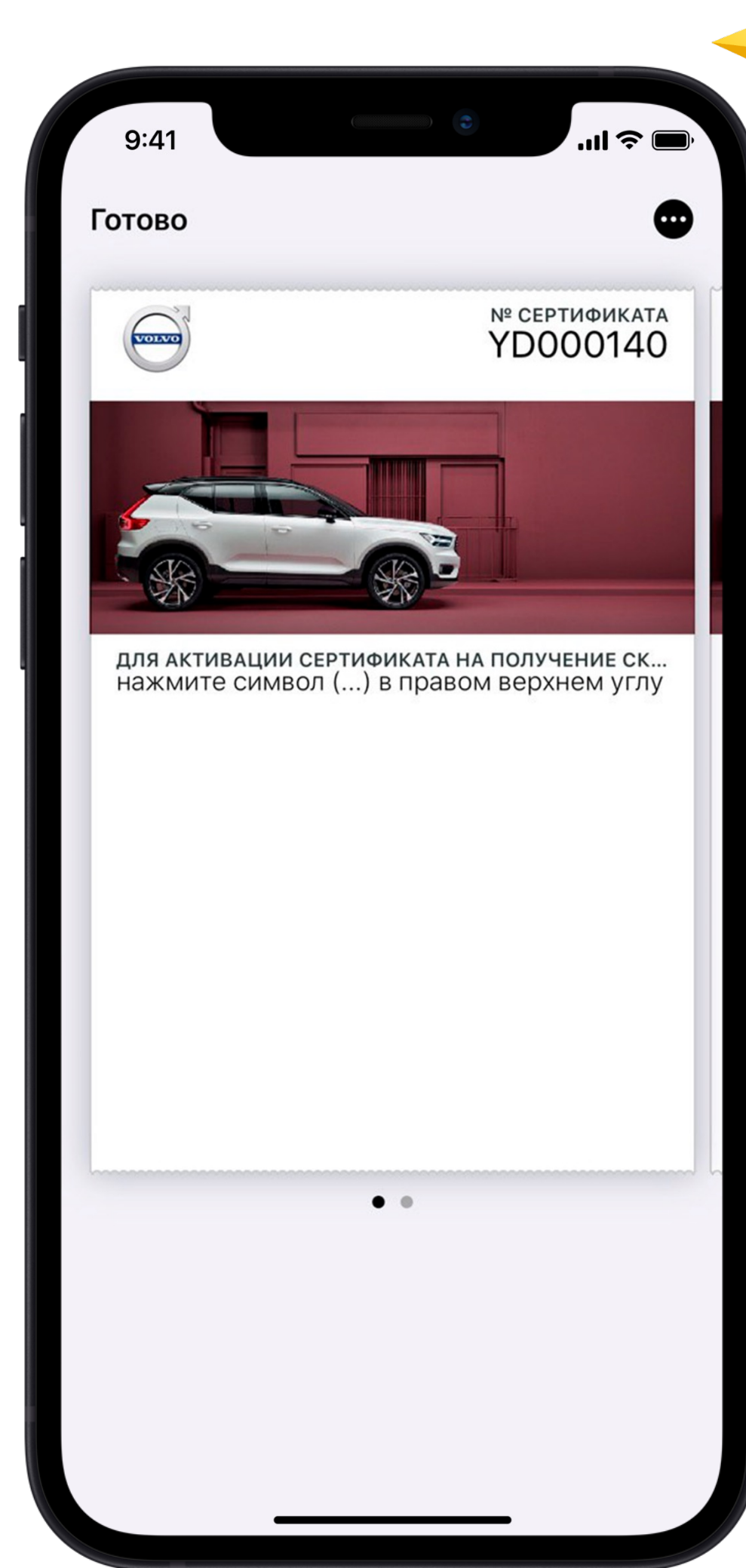
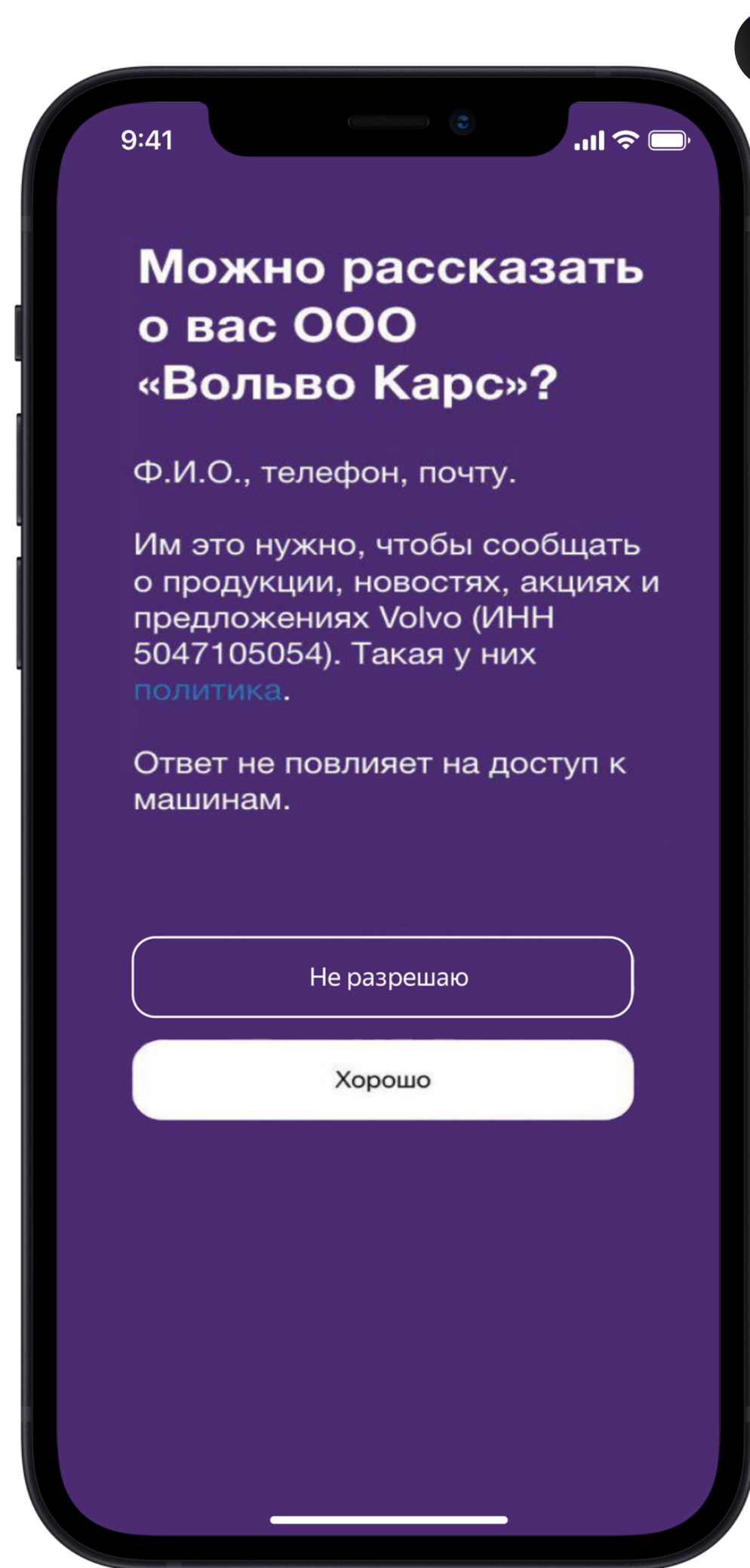


Яндекс.Драйв

Вывод автомобиля в Парк Драйва — присутствие в городе и жизни пользователя



Плюс отложенный спрос на покупку



Итоги проекта

5 500 000

Медийный охват проекта

34 387

Тест-драйвов за 4 месяца проекта.

Стоимость одного тест-драйва была в среднем в два раза ниже, чем на рынке среди автомобилей этого класса

43%

пользователей, кто прошел тест-драйв, согласились оставить Volvo свои данные

Яндекс

V O L V O

Спасибо!

Кристина Куплевацкая

Руководитель группы продаж GT Яндекса

kuplevatskaya@yandex-team.ru