

# *AUTOSEGMENT C*



Hanna Lipnicka  
Michał Porwisz

# Segment

Zbiór, do którego należą modele aut osobowych i dostawczych, posiadające wspólne cechy i przeznaczenie, zwykle podobne wielkością.



A – Citroën C1



K – Chrysler Voyager

# Podział w Europie:

- segment A (miejskie, mini) - Chevrolet Spark, Kia Picanto, Fiat Seicento/600/Panda/500, Peugeot 107,
- mikrosamochody (podgrupa A) - Smart Fortwo, Toyota iQ, BMW Isetta
- segment B (małe) - Citroën C2/C3, Fiat Punto, Ford Fiesta, Toyota Yaris, Škoda Fabia, Volkswagen Polo
- segment C (kompaktowe, klasa niższa średnia)
- segment D (klasa średnia, samochody rodzinne) - Renault Laguna, Volkswagen Passat, Ford Mondeo, Honda Accord

- segment E (klasa wyższa-średnia) - Citroën C6; Audi A6, BMW serii Mercedes klasy E
- segment F (luksusowe) - Audi A8, BMW serii 7, Lexus LS, Mercedes klasy S
- segment F+ (ultraluksusowe) - Maybach 57/62, Rolls-Royce Phantom, Bentley Continental
  - segment G (sportowe) - Maserati GranTurismo, Porsche 911
- segment G+ (supersportowe) - Pagani Zonda, Bugatti 16.4 Veyron, Chevrolet Corvette, Ferrari 599 GTB Fiorano/Enzo, Lamborghini Aventador

- segment H (kabriolety) - Audi TT Roadster, BMW serii 6 Cabrio, Ferrari F430 Spider, Porsche 911 Carrera Cabrio
- segment I (klasa aut terenowych) - Jeep Cherokee, Land Rover Defender
- SUV - Range Rover, Audi Q7, BMW X5, Porsche Cayenne,
- SAV - Audi Q5, BMW X3, Volkswagen Tiguan,
  - SAC – BMW X6
- segment K (vany) - Renault Espace, Volkswagen Sharan, Citroën Xsara Picasso, Opel Zafira

# SEGMENT C

- Niższa klasa średnia samochodów osobowych
- Najliczniejszy, najbardziej konkurencyjny segment





- Auta 'średniej wielkości' – komfort jazdy po mieście oraz w trasie.
- Wygodna jazda 4 dorosłych osób

# Typy nadwozia

## Hatchback



Opel Astra



# Sedan



# Kombi



# Coupe



# Cabrio



# Struktura produktu

**Rdzeń produktu** – możliwość szybkiego przemieszczania się, wygoda, możliwość przewożenia bagażu i pasażerów, prestiż, doznania związane z jazdą, niskie koszty eksploatacji, bezpieczeństwo

**Produkt rzeczywisty** – samochód i jego design, osiągi, wyposażenie,

**Produkt oczekiwany** - zgodność z zapewnieniami producenta, niezawodność, wygoda, łatwość w obsłudze, dobre właściwości jezdne,

**Produkt poszerzony** –gwarancje, serwis, promocje, specjalne systemy zwiększające bezpieczeństwo, rozmaite rozwiązania zwiększające wygodę (czujniki parkowania, nawigacja, audio), rozwiązania zmniejszające zużycie paliwa,

**Produkt potencjalny** – dalsze zwiększanie bezpieczeństwa, wygody, ekonomiczności

# Grupy docelowe

Grupy docelowe będą też różnić się w zależności od marki, modelu oraz tego czy chodzi o auta używane czy nowe itd. Przykładowe grupy docelowe:

- .Ludzie młodzi (18-25) szukający taniego i ekonomicznego auta, ale dającego pewien poziom osiągnięć, komfortu czy prestiżu, niedostępnego w niższych segmentach. Kupują raczej auta używane, takie jak np. VW Golf, Audi A3, Honda Civic (od 2001), Subaru Impreza
- .Rodziny (szczególnie nie podróżujące zbyt często lub nie posiadające środków na większe auto, raczej bez małych dzieci) – np. Skoda Octavia, Opel Astra, VW Golf, Ford Focus
- .Auta służbowe np. dla kierowników średniego szczebla
- .Osoby zamożne, ale rzadko używające samochodu, np. nowe Audi A3, Mercedes A

## Sprzedaz2011

Volkswagen Golf	493,855
Opel Astra	327,458
Ford Focus	308,747
Renault Megane	251,487
Skoda Octavia	186,440
Peugeot 308	155,227
Audi A3	143,382
BMW 1 Series	135,087
Citroen C4	113,379
Hyundai i30	101,328
Toyota Auris	95,265
Mercedes A-Class	87,981
Inne kompakty	619,751

## Sprzedaz do IV 2012

Volkswagen Golf	161,762
Ford Focus	99,655
Opel Astra	88,868
Renault Megane	68,224
Skoda Octavia	66,708
BMW 1 Series	50,831
Peugeot 308	49,477
Audi A3	46,996
Citroen C4	38,024
Hyundai i30	33,046
Toyota Auris	27,757
Mercedes A-Class	25,685
inne kompakty	178,762



- W 2011 był to drugi najpopularniejszy segment rynkowy (po segmencie B), ze sprzedażą na poziomie około 3 milionów.
- auta kompaktowe stanowią 46% (2012) nowych rejestracji w Polsce.

# Audi A3





# Audi A3

- .Segment C premium – zapoczątkował jego istnienie
- .3-drzwiowy lub 5-drzwiowy hatchback
- .3 generacje 1996-2003, 2003-2012, od 2012
- .Dobrze wykończone wnętrze
- .Na bazie Golfa
- .Cena (wersja podstawowa) - 90 670zł



# Używane AUDI A3

+

- .Dobre wyniki w raportach niezawodności ADAC
- .Dobre właściwości jezdne
- .Wysoka jakość wykonania
- .Duża liczba zamienników
- .Niska utrata wartości – pożądana na rynku wtórnym
- .Bogate wyposażenie
- .Szacunek na dziełni

-

- .Droższy niż inne auta z tego segmentu (9000zł+ 1999, 17000zł+ 2003)
- .Głównie usterki elektroniki oraz diesli
- .Spore spalanie
- .Raczej nie użytkowane przez babcie, które jeździły tylko do kościoła i do sklepu
- .Mało miejsca z tyłu w pierwszej generacji

# Ford Focus



# Ford Focus

- .Wyróżnia się prowadzeniem, pierwszy w swojej klasie miał wielowahaczowe tylne zawieszenie
- .Hatchback, Sedan, Kombi
- .3 generacje 1998-2004,2004-2010,od 2010
- .Cena wersji podstawowej – 58 000zł



# Używany Ford Focus

+

- .Wyróżnia się w swojej klasie poprzez wielowahaczowe tylne zawieszenie
- .Dużo miejsca w bagażniku (poza hatchbackiem)
- .Składane tylne siedzenie
- .Dobre prowadzenie
- .Nowocześniejsza stylistyka
- .Dużo, tanich zamienników
- .Cena (1998 – 6000-9000zł, 10000zł-18000zł)

-

- .Źle współgra z instalacją LPG
- .Ciężko znaleźć egzemplarz w dobrym stanie
- .21 miejsce w testach niezawodności ADAC z 2011
- .Tylne zawieszenie szybko się zużywa
- .Szybko rdzewiejąca karoseria
- .Często stosunkowo ubogie wyposażenie

# Marki oferujące auta kompaktowe





# Wybrane marki

- **Volkswagen, VW**

Niemcy – kraj pochodzenia

28 V 1937 – data założenia

159,3 mld EUR – obroty 2011

ok. 500 000 – zatrudnieni 2011

Beetle, Golf – auta segmentu C

VW Golf – 7 generacji, od **1974**



- **Citroën**

Francja, Paryż

1919r

13 900 – zatrudnienie

**C4II, C-Elysée, DS4 (C+),  
wcześniej: C4I, Xara, ZX od  
1991r**



- **Fiat**

Włochy

11 lipca 1899

200 701 (2008) – zatrudnienie

**Bravo II**, wcześniej: Stilo,  
Bravo/Brava, Marea,  
Tipo, Tempra, Regata,  
131, Ritmo, 124, 128,  
1100 od **1939**



- **Toyota**

Japonia

28 sierpnia 1937

317 734 (2010) – zatrudnienie

171.088mln\$ (2008) - dochód

**Corolla** – 10generacji,  
wcześniej segment B, od  
**1966r**



- **Honda**

Japonia

24 września 1948

181 876 (2008) – zatrudnienie

94,24mld \$ (2007) – obroty

5mld \$ - dochód

**Civic** – od **1972**, 9 generacja



- **Škoda Auto**

Czechy

1895

27 680 (2007) – zatrudnienie

8,5 mld € (2007) – dochód

**Octavia** – od **1996**, III generacja, wcześniej:  
Octavia 1959-1971



# Cykl życia produktu

Przestarzałe modele aut kompaktowych są albo modernizowane i wypuszczane jako nowa generacja (np. Audi I,II,III) albo zastępowane zupełnie nowym modelem (Ford Escort i Ford Focus).

Zmiany pomiędzy generacjami są często względnie kosmetyczne – facelifting.

Nowe generacje są wprowadzane co średnio 5-10 lat.

Najdłużej produkowanym modelem jest Opel Astra (1991), a najkrócej Hyundai i30 (2007) i Peugeot 308.



**Audi A3 L8  
1996-2003  
przed i po  
faceliftingu w  
2000r**

# Przykłady reklam

## Telewizyjna reklama

- Citroën C4, jedna z dwóch reklam 'transformers', rok 2006  
<http://www.youtube.com/watch?v=P4ckJFNkra8>
- Telewizyjna reklama Poloneza Caro  
<http://www.youtube.com/watch?v=gXT7Qu5-J6k>



1925





**BRAVO. MADE IN FIAT.**

Rabat do 5,5 tys.  
Rok bez odsetek z rabatem do 2,5 tys. zł  
lub ubezpieczenie gratis z rabatem do 2,5 tys. zł? Ty wybierasz ...

- VW Golf

 **ŠKODA** *Octavia*

KONIEC