

# SaaS-решения для автобизнеса

Июнь 2026

 **Data Insight**

# Об исследовании

Исследование посвящено использованию цифровых платформ и SaaS-решений в российском автобизнесе

## Цель

Оценить текущее состояние рынка цифровых платформ для автодилеров

## Задачи:

1. Определить долю пользователей различных цифровых платформ
2. Описать опыт и стаж работы с цифровыми платформами
3. Оценить воспринимаемую ценность цифровых платформ
4. Изучить использование аналитических инструментов автодилеров
5. Выделить наиболее востребованные функции платформ
6. Представить рейтинг платформ по оценке пользователей

## Благодарности

**Исследование проведено при содействии  
Союза  
автомобильных дилеров**

— авторитетного профессионального объединения, формирующего консолидированную позицию дилерского сообщества по ключевым вопросам развития автомобильного рынка России

# Ключевые выводы

## Содержание раздела:

1. Цифровая экосистема российского автодиллинга
2. Рынок ПО автодилеров: состояние конкуренции
3. Массовое использование при разной глубине освоения
4. Аналитика: от операционного контроля к управлению эффективностью
5. Ценность цифровых платформ: автоматизация, скорость и управляемость
6. Качество пользовательского опыта – ключ к лояльности

# Цифровая экосистема российского автодилинга

Среди российских автодиллинговых компаний использование IT-платформ и инструментов управления стоком, финансами, маркетингом давно стало стандартом отрасли

## 1 Автодилеры широко используют платформы автоматизации процессов, такие как Авто.ру Бизнес и Автохаб

Эти платформы являются лидерами рынка программного обеспечения для управления стоком автомобилей с пробегом. Они позволяют быстро определять ликвидность автомобиля, прогнозировать срок продажи и сравнивать конкретную машину с предложением на рынке по множеству параметров

## 2 Платформы автоматизации процессов сегодня имеют широкий функционал и поддерживают все ключевые бизнес-процессы автодилера

ПО охватывает весь цикл работы отдела подержанных авто от первичной оценки до финализации сделки, включает возможности CRM-систем и аналитический инструментарий, позволяющий менеджменту видеть воронку продаж, оценивать эффективность байеров и текущий статус склада

## 3 Параллельно с платформами автоматизации автодилеры используют несколько узкоспециализированных IT-решений

Хотя платформы автоматизации охватывают большинство процессов по работе с подержанными авто, дилеры дополняют их сервисами для отдельных задач. В частности, для оказания финансовых услуг покупателям около 23% дилеров используют F&I платформу eКредит Авто.ру Бизнес, для оформления финансовых продуктов для бизнеса 38% обращаются к Финанс Авто.ру Бизнес, а для получения сквозной аналитики звонков применяется MTC Exolve или Calltouch

# Рынок ПО автодилеров: состояние конкуренции

1

## По состоянию на 2026 год рынок ПО для автодилеров поделен между производителями IT-продуктов

По данным опроса, 96% дилеров уже используют ту или иную платформу для автоматизации процессов. Большинство подключились в последние 2 года: лишь около 40% используют их более 2 лет

2

## Авто.ру Бизнес — наиболее используемая цифровая платформа

Согласно данным опроса, Авто.ру Бизнес используют 77% автодилеров. Другие игроки в этом сегменте ПО заметно уступают по проникновению: Автохаб (26%) и Инфотек (19%)

3

## Уровень переключения пользователей между платформами низкий

Платформы достигли высокого уровня развития и имеют схожий функционал. Сотрудники автодилерских центров отмечают, что кардинально новые функции при переходе получить сложно, а стоимость переключения высока. Более склонны к поиску альтернатив наиболее крупные компании с объемом продаж более 100 авто в месяц; 29% рассматривают альтернативы

Несмотря на высокий уровень лояльности выбранному продукту, аргументами для переключения могут быть:

- a. Техническое превосходство в конкретных функциях. Пример: преимуществом «Авто.ру Бизнес» для некоторых дилеров является удобный фотобанк, который автоматически подтягивает фотографии к объявлениям
- b. Ценовая политика и условия: активный маркетинг и значительные скидки от разработчиков
- c. Действия импортеров и дистрибьюторов: дистрибьюторы автомобильных брендов могут рекомендовать или субсидировать использование конкретных платформ

4

## В борьбе за рынок цифровые платформы претендуют на аудиторию агентств

Платформы берут на себя многие функции, которые ранее выполнялись сторонними подрядчиками. Автоматизация позволяет дилеру самостоятельно управлять выгрузкой и продвижением на классифайдах через «одно окно», исключая внешние звенья в цепочке управления

# Массовое использование при разной глубине освоения

1

## Глубина освоения цифровых сервисов различается по типам платформ

Автомобильные классифайды оказываются наиболее привычным и устойчивым инструментом для автодилеров, что поддерживается их массовым использованием частными лицами: 50% опрошенных работают с ними не менее 2 лет. Они давно встроены в работу с внешним спросом и размещением автомобилей, а возможности личного кабинета освоены в большей мере. Финансовые потребительские платформы чаще находятся на более ранней стадии освоения внутри дилерских процессов: 65% работают с ними до 2 лет.

Здесь важна роль обучения, поддержки и постепенного расширения сценариев использования их функционала

2

## Рынок переходит от этапа подключения к этапу выбора оптимальной конфигурации сервисов

На фоне высокого проникновения и узнаваемости цифровых платформ для дилеров на первый план выходит не вопрос подключения нового сервиса, а пересмотр его роли в бизнес-процессах. 36% компаний расширяют использование текущих решений, 23% ищут альтернативы или тестируют новые сервисы. Фокус постепенно смещается с факта цифровизации на качество настройки цифровых решений под задачи конкретной компании

3

## Зрелость использования ПО отличается в разных регионах

В городах-миллионниках заметно расширение используемых функций и инструментов на выбранных цифровых платформах (41% опрошенных), тогда как автодилеры Москвы и С.-Петербурга склонны сохранять текущий формат работы (46%). Такая статистика использования отражает разные стадии освоения цифровых продуктов: в регионах ИТ-инфраструктура активно развивается, в то время как в столицах скорее стабилизируется

4

## Крупные дилеры переходят от опоры на внутренние системы к точечному освоению внешних решений

Крупные автодилеры чаще располагают собственными CRM-системами и внутренним ПО, поэтому их потребность во внешних сервисах долгое время могла оставаться ниже. Однако планы 29% из них по поиску и тестированию новых платформ, а также по расширению использования текущих сервисов (39%) показывают, что внешние решения начинают восприниматься не как замена внутренней инфраструктуры, а как способ усилить отдельные процессы: аналитику, работу с лидами, звонками, складом и финансовыми продуктами



# Аналитика: от операционного контроля к управлению эффективностью

1

## Аналитика продаж чаще закрывает базовый операционный контур

Автодилеры в первую очередь отслеживают метрики ежедневного контроля продаж: количество сделок (40%), выполнение плана (35%), цену продажи (34%), выручку (30%) и сроки реализации (30%). Более комплексные показатели — маржинальность, конверсия, убыточность, продажи по каналам, допродажи — используются реже, менее 25% опрошенных, так как требуют связки данных продаж, маркетинга, F&I и склада

2

## Фокус аналитики зависит от бизнес-модели дилера

При продаже новых авто основной аналитический блок связан с управлением поступлением автомобилей, каналами продаж и выполнением плана. В сегменте авто с пробегом важнее экономика сделки: цена, маржинальность, срок реализации и риск убыточности. Здесь аналитика помогает снижать риск ошибки и контролировать финансовый результат по каждому автомобилю, который уникален по состоянию, истории, ликвидности и потенциальной доходности

3

## Сервисы для звонков переводят клиентские обращения в измеримый контур управления

Сервисы для работы со звонками помогают оценивать как количественные параметры обращений — их объем (50% автодилеров), длительность (42%), источники (39%), скорость ответа (47%) — так и качество коммуникации: тематику диалога (30%), соблюдение скрипта (26%), тональность (22%) и уровень работы менеджеров (22%). Аналитика звонков является источником данных о потерянных лидах, проблемных диалогах и качестве работы отдела продаж

4

## ИИ ускоряет поиск проблемных звонков, но качество коммуникации требует ручной оценки

Автоматические ИИ-инструменты уже используют 71% опрошенных, чаще всего для разметки звонков по темам (30%), оценки тональности (22%) и проверки скрипта (26%). Однако эмоциональный контекст и нестандартные ситуации пока снижают качество речевой аналитики, проводимой ИИ. На сегодня уровень адаптации ИИ-решений — это быстрый поиск проблемных звонков. Ручное прослушивание остается важным для точной оценки и обучения менеджеров

# Ценность цифровых платформ: автоматизация, скорость и управляемость

1

## Двойная ценность платформ — снижение трудозатрат и повышение прибыли

Цифровые платформы помогают сокращать трудозатраты сотрудников — это отмечают 82% опрошенных. Они позволяют быстрее выполнять рутинные операции: подгрузку фото, публикацию объявлений, запуск продвижения, отправку кредитных заявок в банки. Кроме того, по мнению 85% опрошенных автодилеров, цифровые платформы повышают выручку компании. Это происходит благодаря возврату упущенных лидов, анализу ликвидности авто, принятию управленческих решений на основе встроенной аналитики, ускорению оформления финансовых продуктов

2

## Скоринг и аналитика рынка – ключевой сценарий использования платформ автоматизации бизнеса

Ключевая ценность платформ автоматизации бизнеса для дилера заключается в обеспечении высокой оборачиваемости капитала и минимизации финансовых рисков при работе с автомобилями с пробегом. Они позволяют снизить риски ошибок при оценке авто, ускорить работу со складом, упростить публикацию и продвижение объявлений, а также дать руководителю более прозрачную картину по этапам сделки и эффективности продаж

3

## Сервисы для работы со звонками превращают клиентские обращения в значимый источник данных

Такие сервисы помогают дилерам системно работать с качеством коммуникации: быстро находить проблемные диалоги, выявлять ошибки менеджеров, формировать сводные отчеты и использовать расшифровки для обучения сотрудников. За счет ИИ-анализа, интеграций с CRM, классифайдами и внутренними системами звонки связываются с другими этапами сделки, а потерянные или необработанные обращения можно возвращать в работу

4

## Финансовые потребительские платформы ускоряют оформление финансовых продуктов и снижают риск потери клиента

Их преимущество связано с автоматизацией заявки, документооборотом, отслеживанием статусов и быстрым получением решений от финансовых партнеров. Чем меньше ручных действий и ожидания на этапе оформления кредита или страхования, тем выше шанс удержать клиента в сделке, быстрее подобрать подходящее предложение и довести сделку до результата

# Качество пользовательского опыта — ключ к лояльности

1

## Большинство сервисов воспринимаются как полезные рабочие инструменты

Высокие оценки удовлетворенности, не менее 7 баллов из 10, показывают, что цифровые решения уже закрывают важные повседневные задачи дилеров и воспринимаются рынком позитивно.

Среди платформ автоматизации бизнеса выше других оценивается Авто.ру Бизнес — 8,1. В сегменте сервисов для работы со звонками лидирует МТС Exolve — 8,7. В области финансовых сервисов для бизнеса наиболее высокие оценки получает Финанс Авто.ру Бизнес, а среди финансовых потребительских платформ — Баланс Платформа, оба по 8,6. eКредит Авто.ру Бизнес также демонстрирует высокий уровень удовлетворенности — 8,4. Использование классифайдов в B2B-контуре оценивается на сопоставимом уровне — по 8,5

2

## На фоне высокой общей удовлетворенности платформы конкурируют за качество отдельных функций

- Авто.ру Бизнес лидирует по всем исследуемым параметрам работы с лидами, управляемости и бизнес-эффективности. Преимущества платформы связаны с контролем этапов сделки, удобством обработки лидов в системе, интеграциями, контролем работы подразделений, сокращением трудозатрат сотрудников и вкладом в рост выручки. Авто.ру Бизнес помимо этого выступает самой распространенной платформой для автоматической аналитики звонков: 55% пользователей
- В аналитике Авто.ру Бизнес лидирует по 4 из 7 параметров, МТС Exolve — по 3 из 7, Автохаб — по 2 из 7. Авто.ру Бизнес выделяется в аналитике продаж, отчетности для руководителя, рекламной аналитике и связке с CRM. МТС Exolve — в комплексном анализе звонков, Автохаб — в удобстве отчетов и дашбордов, а также в качестве аналитики продаж
- В работе со звонками МТС Exolve лидирует по 6 из 7 параметров, Автохаб — по 2 из 7. Сильные стороны МТС Exolve связаны с полнотой статистики, автоматической проверкой скрипта, оценкой качества звонка, распознаванием речи и качеством расшифровок звонка
- Финанс Авто.ру Бизнес отличается качественной работой поддержки, надежностью и удобством платформы. Он лидирует по 4 из 5 параметров качества поддержки и по 4 из 6 параметров UX и безопасности

3

## На следующем этапе конкуренция будет идти за качество пользовательского опыта

Для рекомендации платформы все важнее не только функциональность, но и качество пользовательского опыта: стабильность, удобство интерфейса, простые интеграции, поддержка, обучение и адаптация сервиса под задачи конкретного дилера

# Список терминов и сокращений

- **SaaS-решение** — веб-сервис/облачная платформа, доступная через личный кабинет, по подписке или сервисной модели, без локальной установки
- **B2B-решения** — продукты и сервисы для компаний и профессиональных участников рынка, а не для частных клиентов
- **Платформы автоматизации автобизнеса** — B2B-решения для управления процессами автодилера: продажами, складом, лидами, аналитикой, маркетингом, выкупом и взаимодействием с клиентами. Например, Авто.ру Бизнес, Автохаб, Инфотек
- **Классифайды в автобизнесе** — онлайн-площадки объявлений о продаже автомобилей, где дилеры и частные лица размещают предложения, получают обращения покупателей и отслеживают рынок. Например, Авто.ру, Drom.ru, Авито Авто
- **Сервисы для работы со звонками** — решения для приема, распределения, записи, учета и анализа телефонных обращений клиентов. Например, Calltouch, MANGO OFFICE, UIS, CoMagic, MTC Exolve, SalesAI, 3iTech
- **ПО** — программное обеспечение
- **CRM-система** — система для управления взаимоотношениями с клиентами, которая помогает компании фиксировать, хранить и обрабатывать информацию о клиентах, обращениях, сделках и коммуникациях
- **F&I** — Finance & Insurance, направление в автобизнесе, связанное с оформлением финансовых и страховых продуктов при продаже автомобиля: кредитов, страхования, лизинга, рассрочки и дополнительных услуг
- **F&I-платформы для автобизнеса** — B2B-решения, которые помогают автодилерам ускорять и упрощать продажу финансовых продуктов в автосалоне: кредит, страхование, допугслуги и оформление документов. Например, eКредит Авто.ру Бизнес, Баланс Платформа, Fast Auto
- **Платформа финансирования автобизнеса** — B2B-решения, которые помогают автодилерам получать и сопровождать финансовые продукты и операции, связанные с оценкой, выкупом и продажей автомобилей. Например, Финанс Авто.ру Бизнес, Carcraft
- **ИИ** — искусственный интеллект



# Метод исследования

## Онлайн опрос

**Метод сбора выборки:** River Sampling  
**Размер выборки** – 475 человек

## Целевая аудитория

Специалисты дилерских центров из столиц и городов миллионников

## Разделы опроса:

1. Социально-демографический профиль
2. Опыт использования и воспринимаемая ценность платформ
3. Аналитические инструменты цифровых платформ
4. Финансовые платформы и финансовые продукты автодилеров
5. Общая оценка удовлетворенности цифровыми платформами

Также в качестве установочного этапа проведены 4 интервью с представителями автодилеров, руководителями подразделений продаж, выкупа, маркетинга и F&I

## Квоты:

### Должность и сфера деятельности:

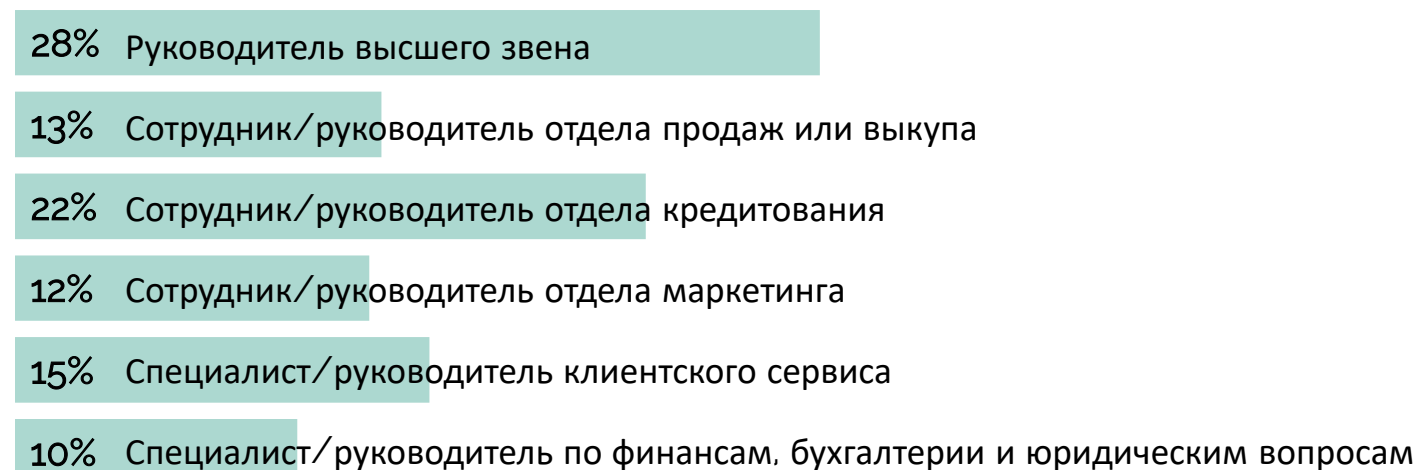
1. Руководитель высшего звена
2. Руководитель среднего звена
3. Сотрудник отдела продаж или выкупа
4. Сотрудник F&I отдела
5. Сотрудник отдела маркетинга и рекламы
6. Специалист клиентского сервиса
7. Специалист колл-центра / контакт-центра
8. Специалист по финансам, бухгалтерии и юридическим вопросам

# Социально-демографический профиль

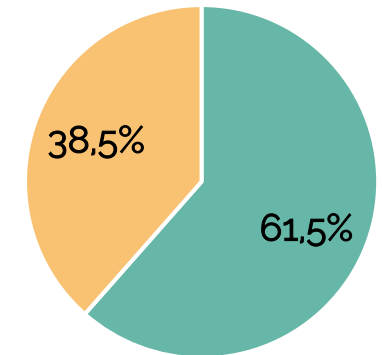
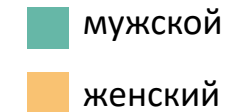
## Размер населенного пункта



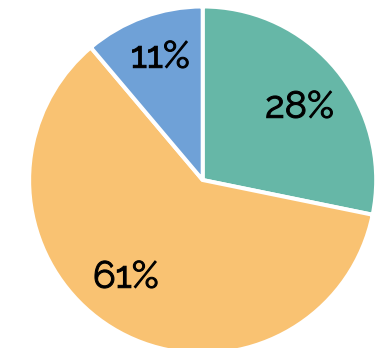
## Сфера обязанностей



## Пол

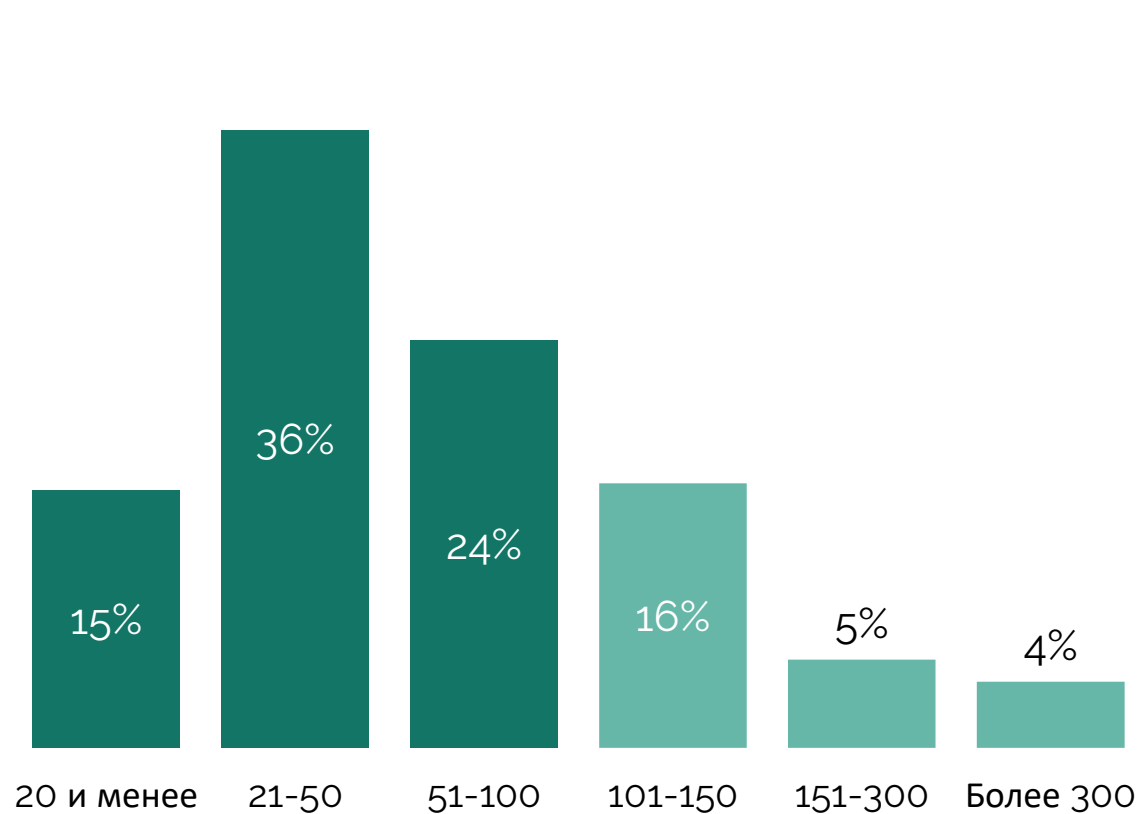


## Возраст



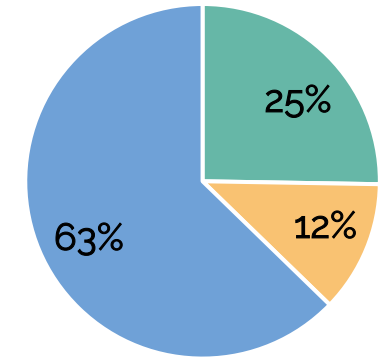
# Параметры бизнеса автодилеров

## Продажи авто в месяц, шт. авто



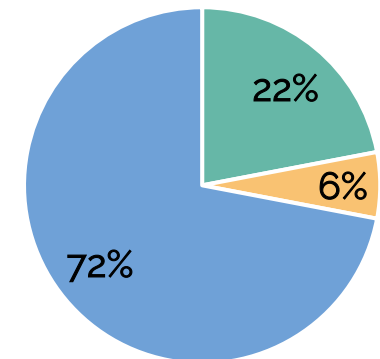
## Тип авто

- только новые автомобили
- только автомобили с пробегом
- и новые, и автомобили с пробегом



## Клиенты

- с физ.лицами
- с юр.лицами
- и с физ., и с юр.лицами



Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=475

Вопрос 1: «Сколько автомобилей в среднем продает ваша компания в месяц?»

Вопрос 2: «Какие авто продает ваша компания?»

Вопрос 3: «С какими клиентами работает ваша компания?»

# Аудиторная доля цифровых платформ и их воспринимаемая ценность

## Содержание раздела:

1. Аудиторная доля цифровых платформ
2. Стаж использования
3. Ключевая ценность: сокращение трудозатрат и рост выручки
4. Три наиболее ценимых функции платформ автоматизации бизнеса
5. Планы по расширению использования на год

# Использование цифровых платформ — стандарт работы автодилеров

96%

автодилеров используют цифровые платформы и онлайн-сервисы в повседневной работе

Наиболее широко используемый тип облачного ПО – платформы автоматизации бизнеса (90%)

Классифайды и сервисы для работы со звонками также входят в регулярный цифровой контур работы (61% и 58% соответственно). Платформы для оформления финансовых услуг потребителем, а также финансовые бизнес-платформы используются не повсеместно – 37% и 43%

## Типы используемых цифровых платформ

90% Платформы автоматизации бизнеса

61% Классифайды

58% Сервисы для работы со звонками

43% Финансовые бизнес-платформы

37% Потребительские финансовые платформы

# Авто.ру Бизнес — наиболее используемая цифровая платформа

## Доля пользователей платформы

### Платформы автоматизации бизнеса

77% Авто.ру Бизнес

26% Автохаб

19% Инфотек

### Классифайды

54% Авто.ру

52% Авито Авто

37% Drom.ru

### Топ-5 сервисов для работы со звонками

30% МТС Exolve

16% MANGO OFFICE

11% CoMagic

10% SalesAI

10% Calltouch

Авто.ру Бизнес – наиболее распространенная платформа автоматизации бизнеса – 77% опрошенных. Автохаб и Инфотек заметно уступают по проникновению – 26% и 19% соответственно

Среди классифайдов лидируют Авто.ру и Авито Авто с сопоставимым уровнем использования – 54% и 52%.

тогда как Drom.ru менее распространен – 37%

Среди финансовых бизнес-платформ чаще всего используют Финанс Авто.ру Бизнес – 38%, а для потребителей – eКредит Авто.ру Бизнес – 23%

В сервисах для работы со звонками лидирует МТС Exolve – 30%

### Финансовые бизнес-платформы

38% Финанс Авто.ру Бизнес

13% Carcraft

### Финансовые потребительские платформы

23% eКредит Авто.ру Бизнес

13% Баланс Платформа

13% Fast Auto

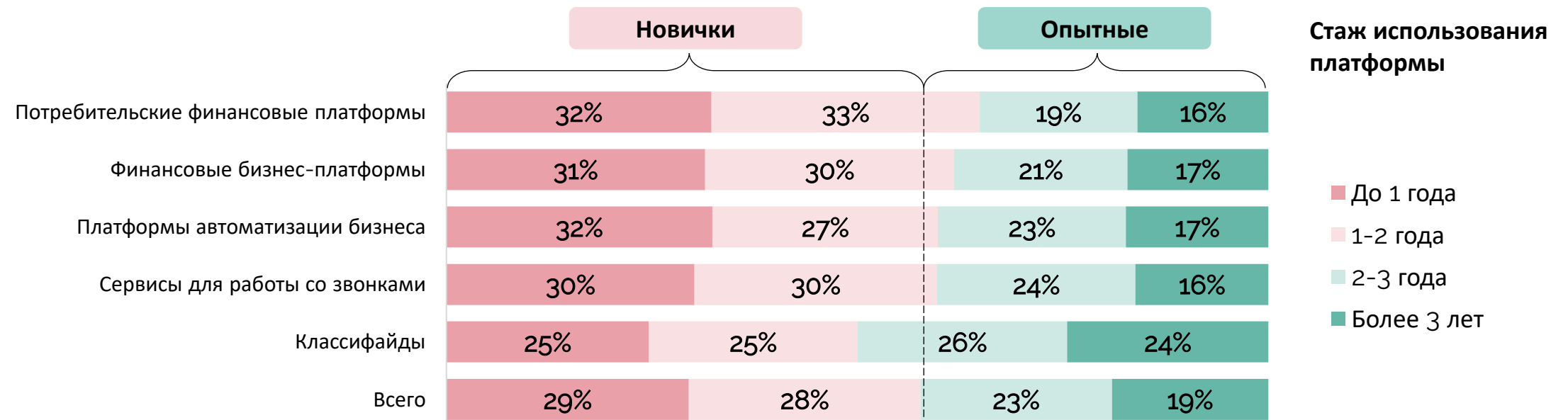
Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=615

Вопрос: «Какие платформы для автодилеров вы используете в повседневной работе?»

# Пользователи цифровых платформ делятся почти поровну на новичков и опытных игроков

Несмотря на высокое проникновение цифровых платформ, опыт их использования у автодилеров пока неоднороден: 57% работают с ними менее 2 лет, а 42% – 2 года и более. Наиболее зрелая аудитория сложилась у классифайдов: половина B2B-пользователей работает с ними не менее 2 лет.

Финансовые потребительские платформы используются недавно (65% до двух лет). Это может ограничивать глубину освоения их функционала и усиливать потребность в обучении и поддержке

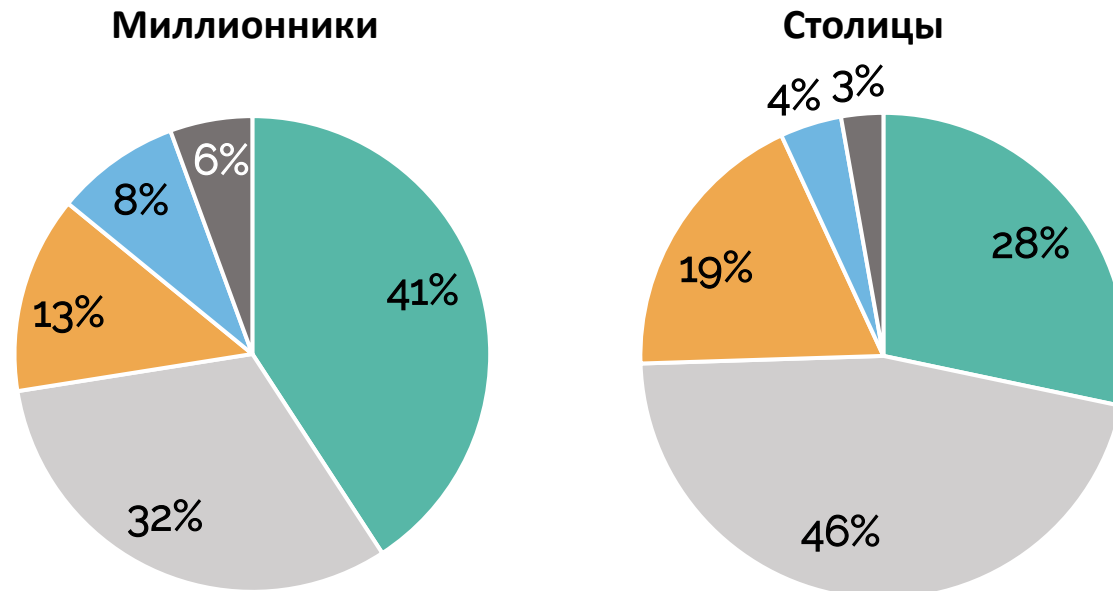


Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=475

Вопрос: «Как давно в вашей компании используются следующие сервисы для автобизнеса?»

# В городах-миллионниках рынок цифровых платформ находится в стадии активного расширения

## Планы автодилера в зависимости от региона



- Расширение используемых инструментов
- Без изменений
- Поиск альтернатив
- В процессе смены
- Затруднились ответить

В городах-миллионниках дилеры чаще планируют расширять функционал используемых цифровых решений: 41% против 28% среди столичных дилеров. В столицах чаще сохраняют текущий набор сервисов без изменений – 46%. Это может указывать на более активную стадию развития цифрового контура в регионах

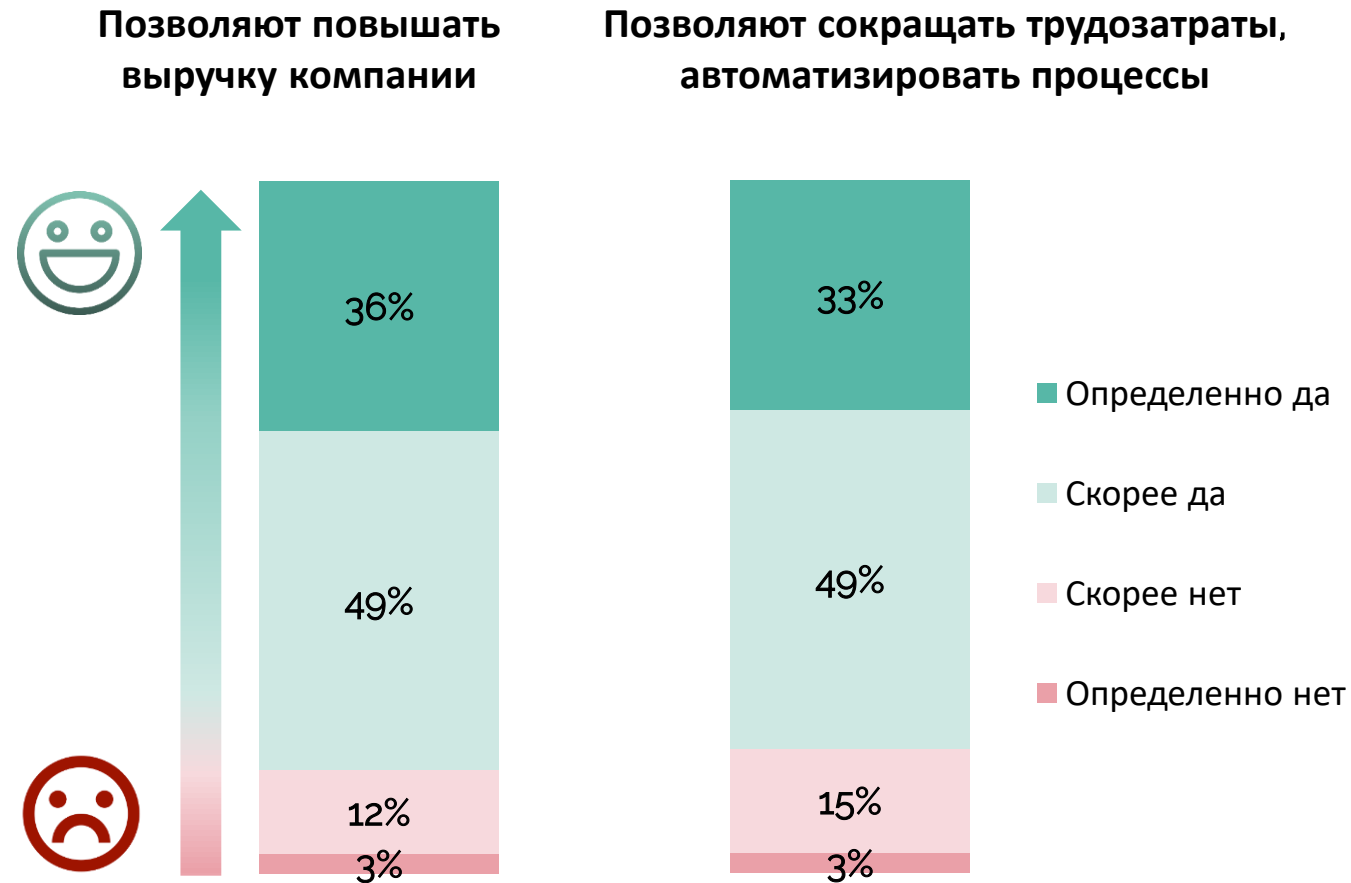
Доля дилеров, находящихся в процессе смены или поиска альтернативных платформ, в миллионниках и столицах сопоставима — 21-23%

Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=287

Вопрос 1: «Планируются ли в вашей компании в ближайшие 12 месяцев изменения в наборе используемых платформ для автобизнеса?»

Вопрос 2: «Расскажите, в каком населенном пункте РФ ведет бизнес компания (филиал компании), в которой вы работаете?»

# Более 80% автодилеров: цифровые платформы повышают выручку и сокращают затраты



Автодилеры в большинстве случаев видят в цифровых платформах инструмент повышения эффективности бизнеса: 82% считают, что они помогают сокращать трудозатраты и автоматизировать процессы, а 85% — что способствуют росту выручки

Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=475

Вопрос 1: «Позволяют ли платформы для автобизнеса, которые вы используете, повышать выручку компании?»

Вопрос 2: «Планируются ли в вашей компании в ближайшие 12 месяцев изменения в наборе используемых платформ для автобизнеса?»

# Ключевая операционная ценность цифровых платформ — автоматизация регулярных задач

## Ценность цифровых сервисов с точки зрения разных должностей и сферы ответственности

Универсальным преимуществом цифровых платформ для всех сфер ответственности сотрудников в автобизнесе оказывается снижение ручной нагрузки при составлении отчетов



Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=379  
Вопрос: «За счет чего именно они сокращают трудозатраты?»

# Цифровые платформы воспринимаются как инструмент роста продаж и управления бизнес-процессами

Ценность цифровых сервисов с точки зрения разных должностей и сферы ответственности



Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=388

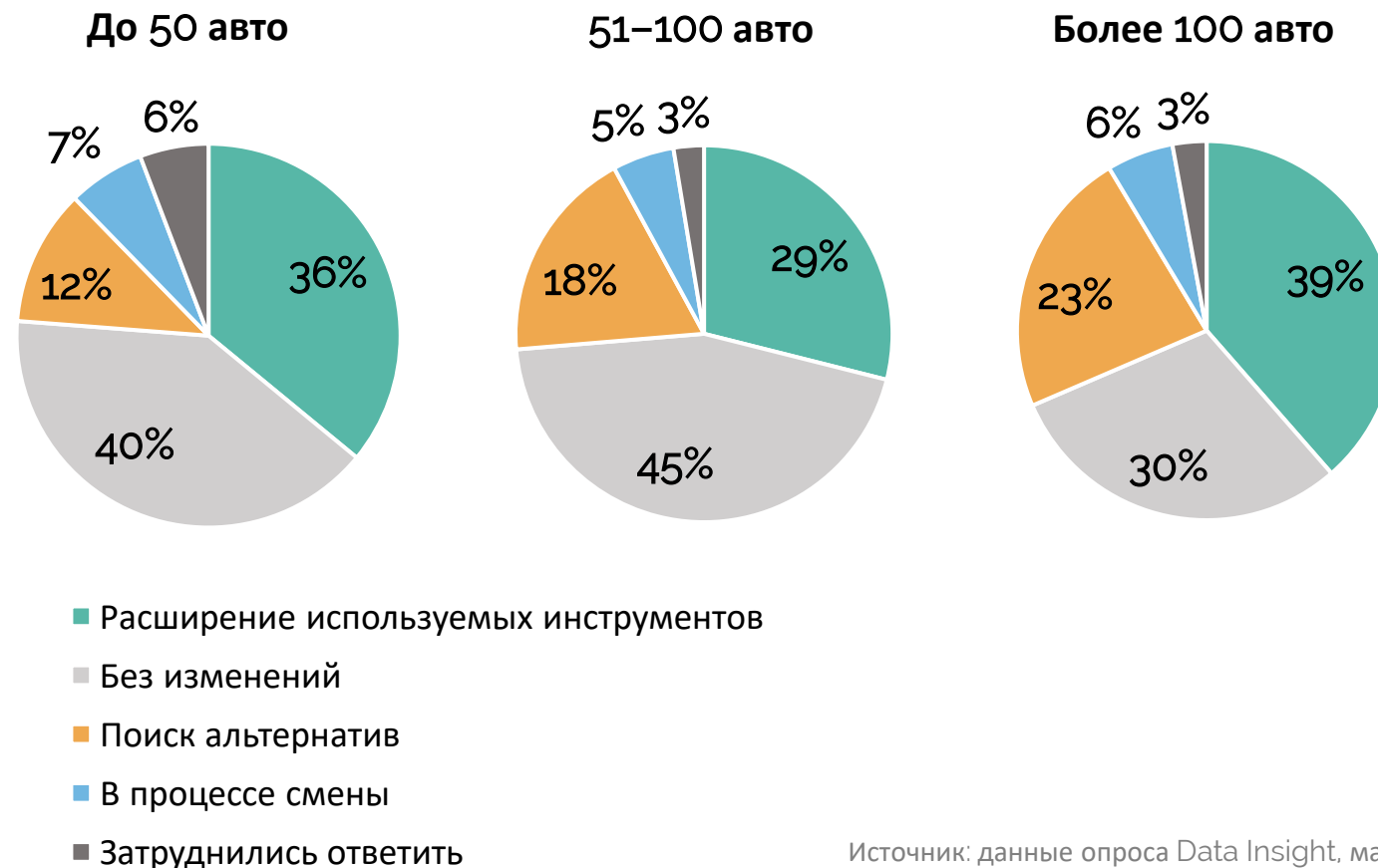
Вопрос: «За счет чего они помогают повысить выручку компании?»

# Три наиболее ценимых функции платформ автоматизации бизнеса



# Около четверти крупных автодилеров рассматривают возможность смены платформы

## Планы автодилера в зависимости от объема продаж в месяц



Дилеры с продажами более 100 авто в месяц активнее развивают набор цифровых платформ: 39% планируют расширить использование текущих решений. Также они более других готовы к смене поставщика: 29% ищут альтернативы или уже находятся в процессе смены сервисов

Средние дилеры чаще сохраняют текущий набор сервисов без изменений – 45%. Среди малых дилеров также высока доля стабильного использования (40%), но более трети планируют расширить функционал текущих инструментов

Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=287

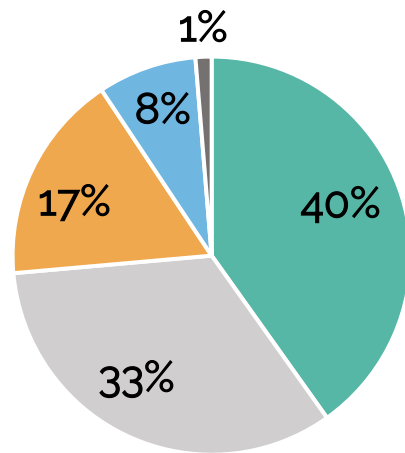
Вопрос 1: «Планируются ли в вашей компании в ближайшие 12 месяцев изменения в наборе используемых платформ для автобизнеса?»

Вопрос 2: «Сколько автомобилей в среднем продает ваша компания в месяц?»

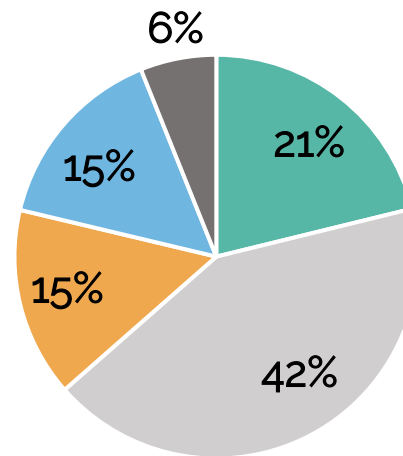
# Новые авто — развитие текущих сервисов, б/у авто — пересмотр набора инструментов

## Планы автодилера в зависимости от типа продаваемого авто

Только новые авто



Только авто с пробегом



- Расширение используемых инструментов
- Без изменений
- Поиск альтернатив
- В процессе смены
- Затруднились ответить

Дилеры только новых авто чаще планируют расширить использование уже подключенных цифровых инструментов – 40%

Продавцы авто с пробегом преимущественно сохраняют текущий формат работы без изменений – 42%, но при этом 30% уже меняют платформы или ищут альтернативы

Это свидетельствует о потребности дилеров подержанных авто в пересмотре отдельных цифровых решений

Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=287

Вопрос 1: «Планируются ли в вашей компании в ближайшие 12 месяцев изменения в наборе используемых платформ для автобизнеса?»

Вопрос 2: «Какие авто продает ваша компания?»

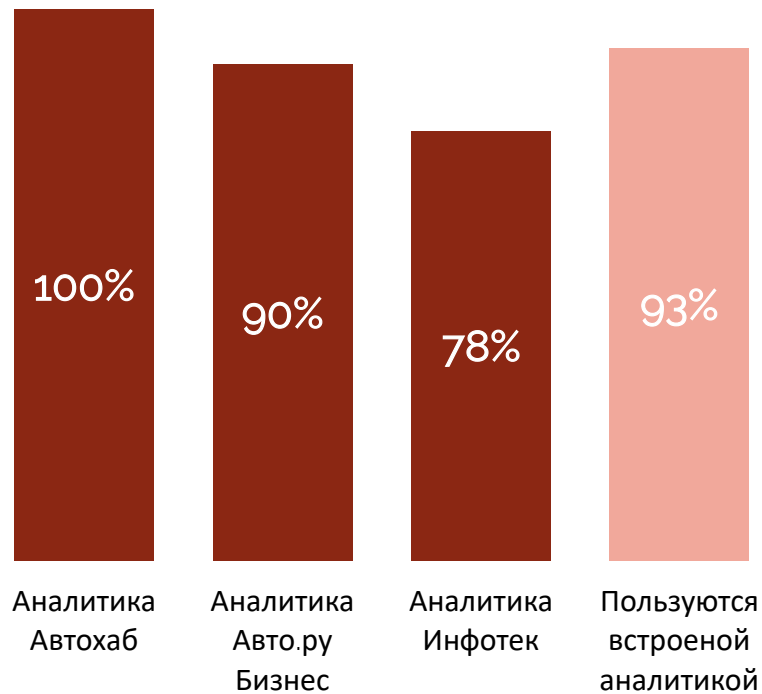
# Аналитические инструменты цифровых платформ

## Содержание раздела:

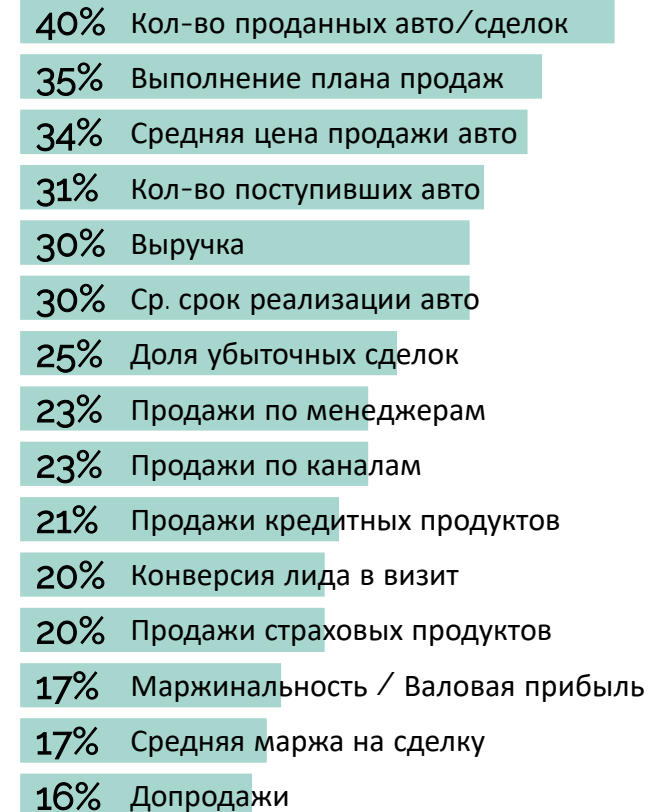
1. Платформы аналитики продаж
2. Метрики аналитики продаж
3. Автоматизация аналитики звонков менеджеров
4. Метрики оценки качества звонков
5. Преимущества цифровых платформ в аналитике звонков

# Встроенная аналитика стала базовым инструментом пользователей платформ автоматизации бизнеса

Доля пользователей встроенной аналитики на площадке от всех пользователей площадки



Самые отслеживаемые автодилерами метрики продаж



На определенных платформах уровень использования встроенной аналитики сотрудниками из отделов продаж и маркетинга достигает практически максимальных значений – 100% среди пользователей Автохаб и 90% среди пользователей Авто.ру Бизнес

Фокус встроенной аналитики смещен в сторону базового управления продажами: автодилеры чаще отслеживают объем сделок, выполнение плана, цену продажи и выручку (30% и более). Метрики маржинальности, конверсии, убыточности сделок отслеживаются заметно реже

Допродажи могут относиться к профилю работы F&I отдела, а не маркетинга и продаж, поэтому реже представлены в ответах респондентов

Источник: данные опроса Data Insight, май 2026

Вопрос 1: «Пользуетесь ли на следующих площадках встроенной аналитикой продаж?», N1=112

Вопрос 2: «Какие метрики продаж вы отслеживаете?», N2=103

# Фокус аналитики продаж зависит от типа продаваемых авто

Показатель	Только новые автомобили	Только автомобили с пробегом
Средняя цена продажи авто	5	1
Выполнение плана продаж	3	2
Маржинальность / Валовая прибыль	8	2
Кол-во проданных авто/сделок	4	3
Выручка	3	3
Ср. срок реализации авто	3	4
Доля убыточных сделок	7	4
Продажи по менеджерам	7	4
Конверсия лида в визит	6	4
Продажи кредитных продуктов	1	4
Кол-во поступивших авто	1	5
Продажи по каналам	1	5
Продажи страховых продуктов	4	6
Средняя маржа на сделку	6	6
Допродажи	5	6

У дилеров новых авто аналитика чаще сфокусирована на управлении потоком автомобилей, каналах продаж и допродажах: количество поступивших авто, продажи по каналам, продажи кредитных продуктов, выполнение плана и выручка

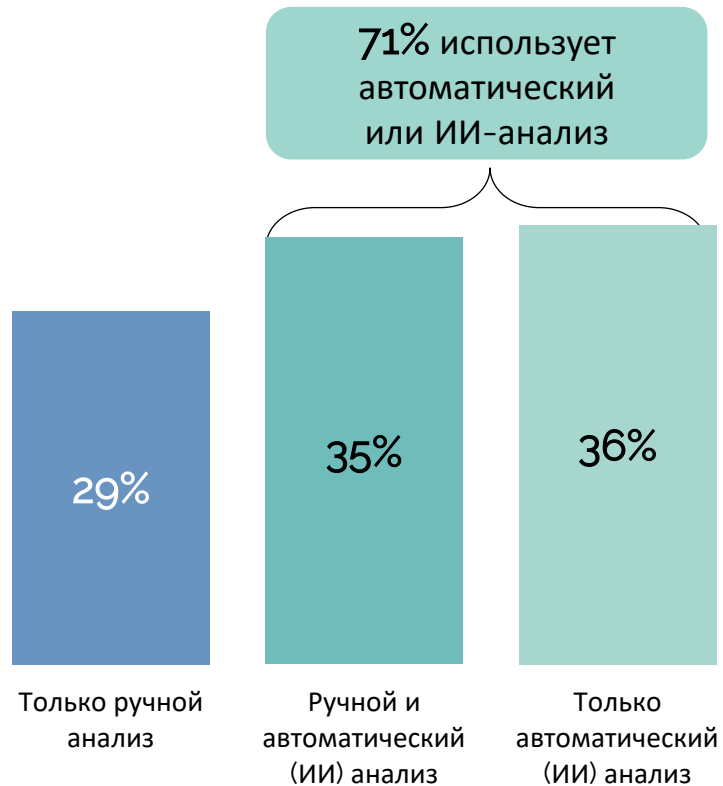
У продавцов авто с пробегом на первый план выходят показатели экономики сделки — средняя цена продажи, маржинальность / валовая прибыль, выполнение плана и количество проданных авто

Указан ранг важности, где 1 — самый отслеживаемый показатель для той или иной группы автодилеров

Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=103  
 Вопрос 1: «Какие метрики продаж вы отслеживаете?»,  
 Вопрос 2: «Какие авто продает ваша компания?»»

# Контроль звонков менеджеров преимущественно строится на автоматической аналитике

## Автоматизация анализа звонков



## Виды аналитики звонков менеджеров



Автоматический и ИИ контроль звонков вошел в практику работы 71% опрошенных автодилеров

Однако автоматизация не вытесняет ручной контроль: 34% по-прежнему применяют выборочное прослушивание звонков

Полноценная речевая аналитика с помощью искусственного интеллекта пока используется только 21% опрошенных

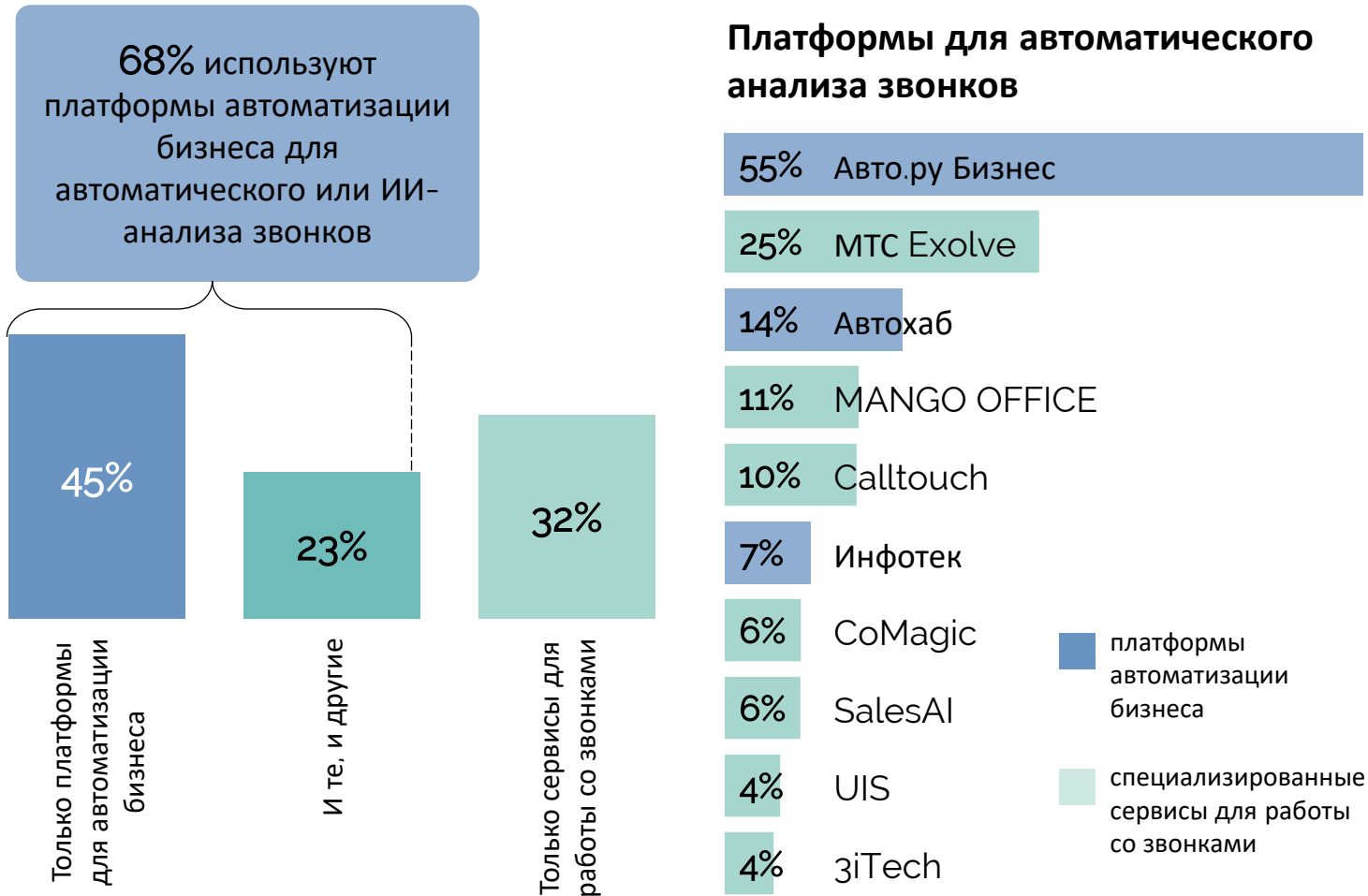
Интервью показывают, что ручное прослушивание остается востребованным для оценки качества диалога, эмоционального тона и нестандартных ситуаций. Поэтому контроль звонков сохраняет гибридный характер

Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=181

Вопрос: «Расскажите, как происходит контроль звонков менеджеров по продажам/колл-центра в вашей компании?»

# 55% используют Авто.ру Бизнес для автоматического анализа звонков

Среди пользователей автоматического или ИИ-анализа звонков



Авто.ру Бизнес – основной инструмент автоматического или ИИ-анализа звонков: его используют 55%. Другие платформы автоматизации бизнеса применяются для этой задачи заметно реже: Автохаб – 14%, Инфотек – 7%. Среди специализированных сервисов для работы со звонками чаще всего используют МТС Exolve – 25%

Около двух третей пользователей автоматического или ИИ-анализа звонков используют для этого платформы автоматизации бизнеса

При этом специализированные решения также остаются актуальными: 32% применяют исключительно сервисы для работы со звонками

Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=128

Вопрос: «Где в вашей компании реализуется автоматическая или ИИ-аналитика звонков?»



# Фокус аналитики звонков различается у дилеров новых авто и авто с пробегом



У дилеров новых авто аналитика звонков чаще связана с контролем качества коммуникации: выше доля автоматической проверки скрипта и разметки тональности звонка – по 34%

У продавцов авто с пробегом фокус смещен к структурированию обращений: автоматической разметке по темам и тегам и сбору статистики по звонкам – по 32%

...% статистически значимые отличия от среднего

Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=181

Вопрос 1: «Расскажите, как происходит контроль звонков менеджеров по продажам/колл-центра в вашей компании?», Вопрос 2: «Какие авто продает ваша компания?»

# В контроле качества звонков доминируют количественные, а не качественные метрики

## Доля отслеживающих метрики



Автодилеры прежде всего отслеживают **базовые количественные параметры звонков**: количество, время ответа, среднюю длительность, источник обращения и число пропущенных звонков. Они позволяют контролировать поток обращений и скорость реакции менеджеров

- ▼ -14 п.п. только новые авто
- ▲ +13 п.п. только новые авто
- ▼ -21 п.п. только авто с пробегом
- ▼ -17 п.п. только авто с пробегом

▲ Показатель на +n п.п. в группе X выше среднего значения  
▼ Показатель на -n п.п. в группе X ниже среднего значения



Наиболее содержательные **отличия связаны с типом продаваемых авто**: дилеры новых авто чаще контролируют пропущенные звонки, тогда как продавцы авто с пробегом реже отслеживают пропущенные и целевые/нецелевые обращения

# Какие задачи решают цифровые платформы в аналитике звонков?

Ранг	Задачи	Описание
1	Поиск проблемных звонков	Помогает быстро находить звонки с ошибками, конфликтами или потерянными лидами и точно разбирать их с менеджерами
1	Сводные отчеты	Позволяет видеть общую картину по звонкам, обращениям и результатам отдела без ручной сборки отчетности
1	Обучение функциям платформы	Снижает барьер внедрения: менеджеры быстрее начинают пользоваться системой без длительного обучения
2	ИИ-анализ качества звонка	Автоматически оценивает содержание разговора, соблюдение скрипта и качество коммуникации с клиентом
3	Интеграции с другими системами	Позволяет связать аналитику звонков с CRM, внутренними системами дилера и классифайдами как каналом продаж и источником данных
4	Возвращение упущенных лидов	Помогает выявлять необработанные или потерянные обращения и повторно возвращать их в работу
<b>Базовые функции</b>	<b>Определение ошибок менеджера Расшифровки звонков</b>	Позволяет фиксировать типовые ошибки в коммуникации и использовать их для обучения сотрудников Переводят разговоры в текст, чтобы быстрее искать нужные фрагменты и анализировать обращения

Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=136  
Вопрос: «Что для вас особенно важно в аналитике звонков?»



# Финансовые платформы и продукты автодилеров

## Содержание раздела:

1. Финансовые и страховые продукты автодилеров
2. Партнеры автодилеров по финансовым услугам
3. Выбор основного партнера: банк или цифровая платформа?
4. Три наиболее ценимых функции F&I-сервисов

# Финансовые и страховые продукты автодилеров: использование решений

## Услуги покупателям



## Продукты для бизнеса



Финансовые и страховые продукты для покупателей преимущественно связаны с оформлением сделки по автомобилю: рассрочка, автокредиты и страхование

Продукты для бизнеса используются реже и решают широкий круг внутренних задач дилера – расчеты, развитие бизнеса, лизинг, платежи, гарантии и оборотное финансирование

Более распространены решения, направленные на поддержку операционной деятельности компании, а не только на сопровождение отдельной сделки с автомобилем

Источник: данные опроса Data Insight, май 2026,

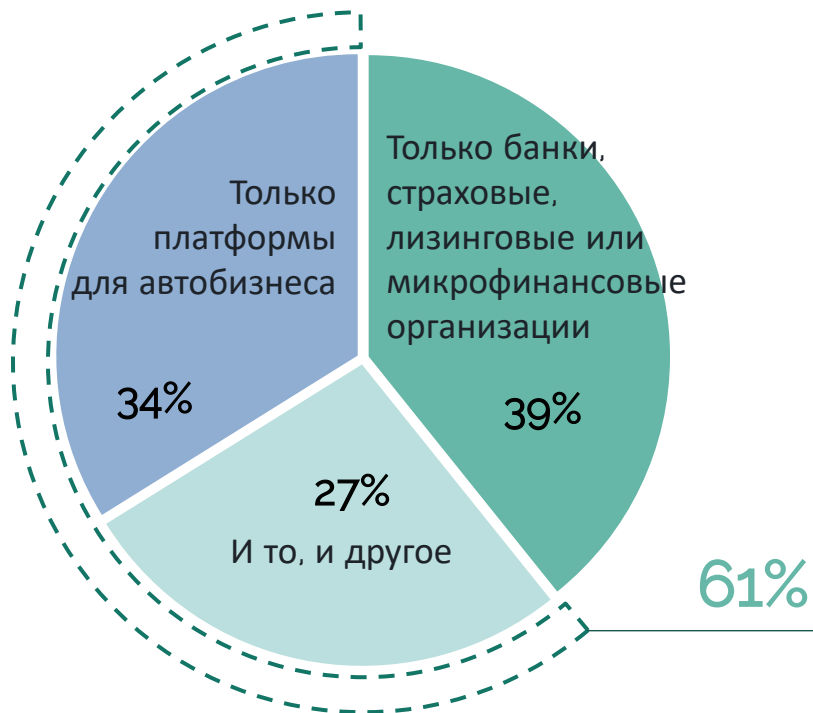
Вопрос 1: «Предоставляете ли вы вашим покупателям дополнительные финансовые и страховые услуги?», N1=102

Вопрос 2: «Какими финансовыми продуктами для автобизнеса (не для покупателя авто)

вы пользуетесь?», N2=180

# Автодилеры сочетают услуги финансовых партнеров и специализированных финансовых и F&I-платформ

## Партнеры по оформлению финансовых и страховых услуг



Используют для оформления финансовых и страховых продуктов специализированные F&I-платформы:

- Для автобизнеса:
  - Финанс Авто.ру Бизнес
  - Carcraft
- Для потребителей:
  - eКредит Авто.ру Бизнес
  - Fast Auto
  - Баланс Платформа

На рынке сосуществуют несколько моделей оформления финансовых и страховых услуг: работа напрямую с финансовыми организациями, использование специализированных платформ и смешанный подход

**Цифровые платформы уже стали заметным элементом процесса оформления, но работают скорее как дополнение к классическим партнерам**

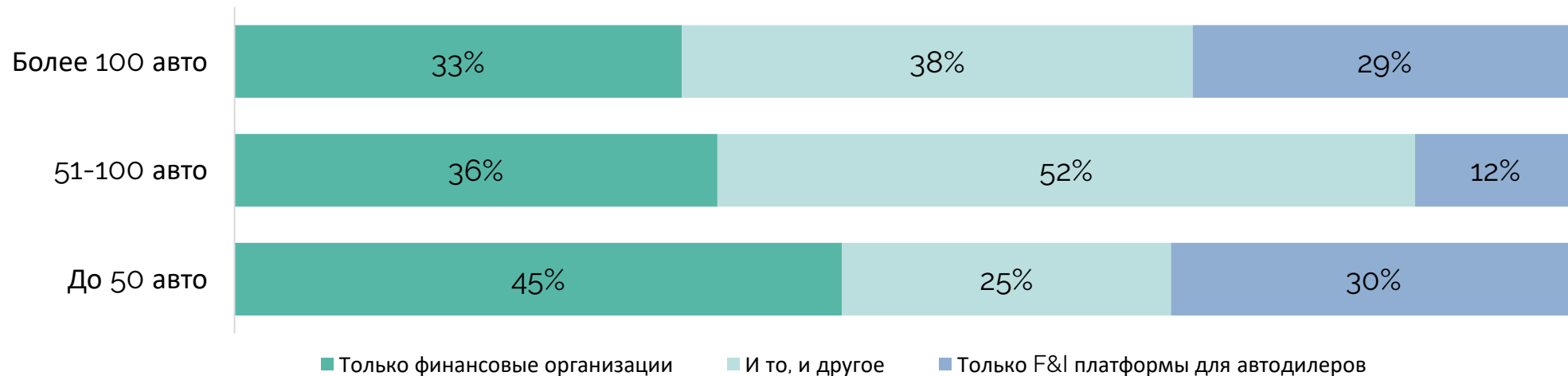
# С ростом размера дилера меняется модель работы с финансовыми партнерами

С ростом размера дилера снижается ориентация только на классические финансовые организации: среди малых дилеров исключительно их используют 45%, среди крупных – 33%

Малые дилеры чаще выбирают несмешанную модель работы – только финансовые организации или только F&I-платформы

Средние дилеры, напротив, чаще совмещают оба типа партнеров: смешанную модель используют 52%

## Финансовые партнеры в зависимости от продаж дилера, авто в месяц



Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=101

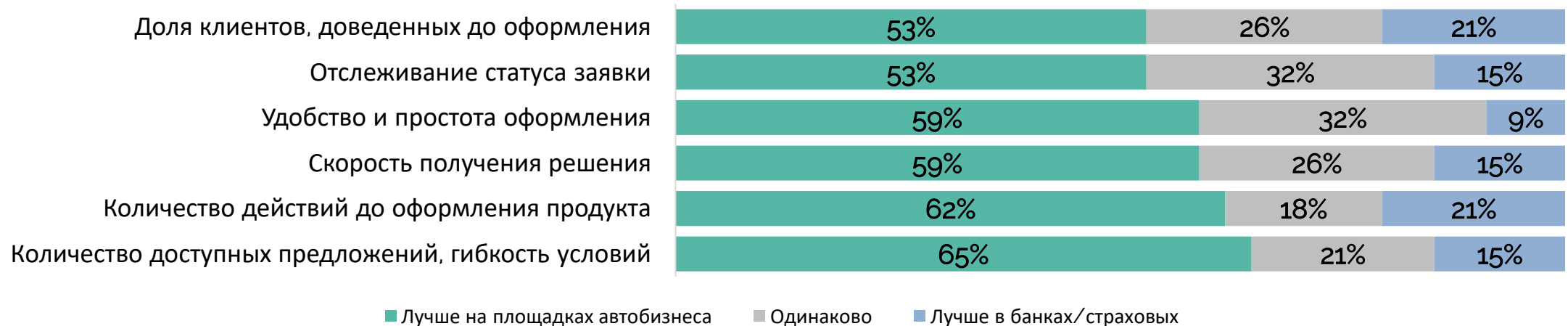
Вопрос 1: «В каких организациях и на каких площадках вы оформляете финансовые и страховые услуги?», Вопрос 2: «Сколько автомобилей в среднем продает ваша компания в месяц?»

# Автодилеры ценят цифровые платформы за скорость, количество предложений и гибкость условий

Среди автодилеров, которые оформляют финансовые продукты и через финансовые организации, и через F&I-платформы, чаще преобладает оценка в пользу цифровых площадок. Особенно заметно преимущество F&I-платформ по параметрам гибкости условий (65%), количества доступных предложений (65%), сокращения числа действий до оформления (62%), скорости и простоты процесса (59%)

По статусу заявки и доле клиентов, доведенных до оформления, оценки менее однозначны: 47% дилеров не видят разницы между каналами или считает более удобными банки/страховые компании

## Метрики удобства оформления финансовых продуктов в финансовых организациях и на F&I-платформах



Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=34

Вопрос: «Сравните удобство и скорость оформления кредитных продуктов в банках/страховых компаниях и на площадках для автобизнеса?»

# Три наиболее ценимых функции финансовых потребительских платформ

Функция	Описание
 <p><b>Единое окно подачи заявок (Мультиссылка)</b></p>	Одномоментная рассылка документов клиента сразу во все банки-партнеры
 <p><b>Полный цикл документооборота внутри системы</b></p>	Весь процесс — от отправки анкеты, получения одобрения и до подготовки документов — «замыкается» внутри платформы. Дилеру не нужно обращаться в банк напрямую
 <p><b>Интеграция и распознавание документов</b></p>	Оперативная загрузка и обработка документов клиента, что минимизирует ручной ввод и ускоряет процесс обработки заявки банками



**Экономия времени и ресурсов**



Вместо ручной передачи документов в каждый банк по отдельности система автоматизирует весь цикл. Время ожидания решения сокращается до 10-45 минут

Эффективнее продавать финансовые продукты, благодаря чему получать комиссионное вознаграждение

**Доходность**



**Удержание клиента и рост продаж**



Оперативность позволяет получить решение от банка, пока клиент «пьет чашечку кофе» в офисе. Это исключает риск ухода покупателя в поисках более быстрых решений и позволяет поднимать продажи за счет скорости работы



# Сильные стороны цифровых платформ для автодилеров

## Содержание раздела:

1. Потребительский рейтинг цифровых сервисов
2. Сильные стороны дилерских бизнес-платформ
3. Сильные стороны сервисов для работы со звонками
4. Сильные стороны F&I-платформ

# Потребительский рейтинг IT-платформ

Средняя удовлетворенность, от 1 до 10

## Платформы автоматизации бизнеса

8,1 Авто.ру Бизнес

7,8 Автохаб

7,1 Инфотек

## Классифайды

8,5 Авто.ру

8,5 Авито Авто

8,5 Drom.ru

## Топ-5 сервисов для работы со звонками

8,7 МТС Exolve

8,2 SalesAI

8,1 MANGO OFFICE

7,8 CoMagic

7,7 Calltouch

Все цифровые платформы, входившие в контур исследования, получили оценки на уровне 7 баллов и выше, что говорит о высоком уровне удовлетворенности рынка имеющимися решениями

Среди платформ автоматизации бизнеса лидирует Авто.ру Бизнес с оценкой 8,1 из 10

Лидеры в сегментах финансовых бизнес платформ – это Финанс Авто.ру Бизнес, а потребительских – Баланс Платформа, они получили 8,6 балла

Сервис для работы со звонками с наивысшей оценкой 8,7 – МТС Exolve

## Финансовые бизнес-платформы

8,6 Финанс Авто.ру Бизнес

8,2 Carcraft

## Финансовые потребительские платформы

8,6 Баланс Платформа

8,4 eКредит Авто.ру Бизнес

7,9 Fast Auto

Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=475

Вопрос 1: «Насколько вы в целом довольны платформами, которые используете в работе?»

# Авто.ру Бизнес получила наивысшие оценки автодилеров за качество работы с лидами и финансовую эффективность

Оценка удовлетворенности по шкале от 1 до 10, сравнение Авто.ру Бизнес и Автохаб

## Работа с лидами

**Авто.ру  
Бизнес**

Лидирует по 5 из 5 метрик

Удобство контроля этапов сделки

Удобство отслеживания источника

Удобство обработки лида в системе

Скорость передачи лида менеджеру

Полнота информации о клиенте

## Финансовая эффективность

**Авто.ру  
Бизнес**

Лидирует по 6 из 6 метрик

Вклад платформы в рост выручки

Сокращение трудозатрат сотрудников

Окупаемость затрат на работу платформы

Удобство контроля подразделений и сотрудников

Контроль эффективности расходования маркетингового бюджета

Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=475  
Вопрос: «Как бы вы оценили платформы по следующим параметрам?»



# Наивысшие оценки за аналитический блок: Авто.ру Бизнес, МТС Exolve и Автохаб

Оценка удовлетворенности по шкале от 1 до 10, сравнение Авто.ру Бизнес, Автохаб, МТС Exolve, Calltouch. Платформа автоматизации Авто.ру Бизнес лидирует в оценке рекламной аналитики и аналитики продаж, МТС Exolve — в анализе звонков



Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=475

Вопрос: «Как бы вы оценили платформы по следующим параметрам?»

# МТС Exolve опережает другие платформы по качеству работы со звонками

Оценка удовлетворенности по шкале от 1 до 10, сравнение Авто.ру Бизнес, Автохаб, МТС Exolve, Calltouch



Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=475  
Вопрос: «Как бы вы оценили платформы по следующим параметрам?»»

# Финанс Авто.ру Бизнес получает самые высокие оценки за качество работы поддержки

Оценка удовлетворенности по шкале от 1 до 10, сравнение Авто.ру Бизнес, Автохаб, МТС Exolve, Финанс Авто.ру Бизнес, eКредит Авто.ру Бизнес, Авто.ру, Авито Авто и Drom.ru



# Финанс Авто.ру Бизнес опережает другие платформы по оценкам UX и безопасности

Оценка удовлетворенности по шкале от 1 до 10, сравнение Авто.ру Бизнес, Автохаб, МТС Exolve, eКредит Авто.ру Бизнес и Финанс Авто.ру Бизнес



Источник: данные опроса Data Insight, май 2026, N=475

Вопрос: «Как бы вы оценили платформы по следующим параметрам?»

# Партнеры Data Insight



# Исследования Data Insight



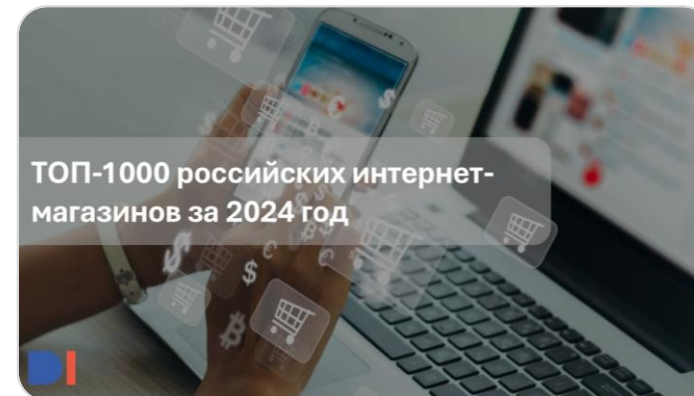
еGrocery бюллетень  
апрель 2025



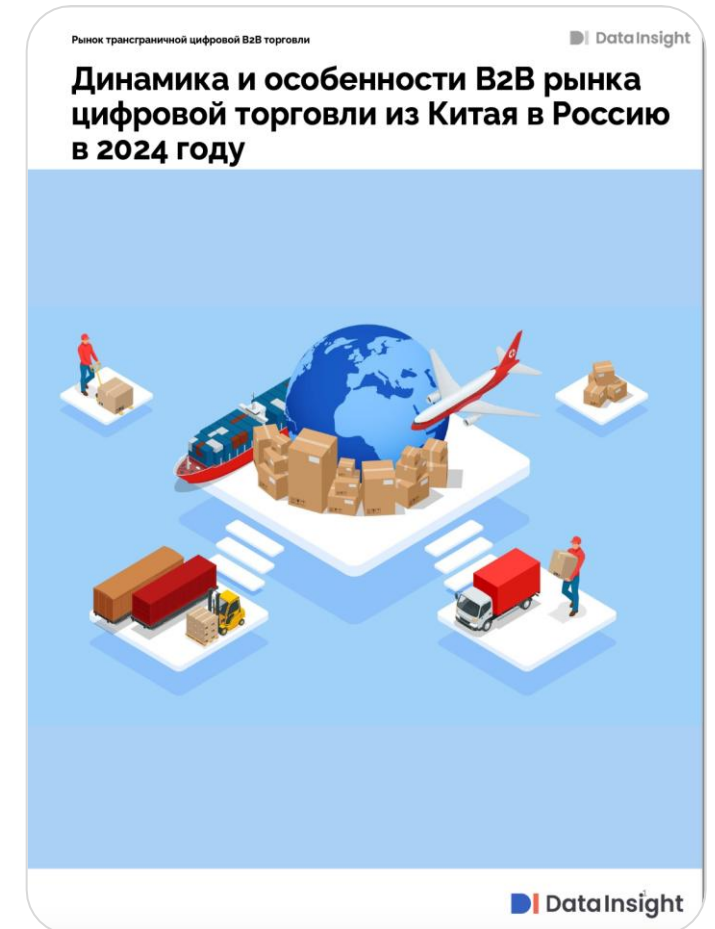
Сравнение пользователей программ  
лояльности крупных сетей 2024



Прогноз развития ePharma 2025-2027 гг. Объем,  
тренды, каналы продаж, регионы



ТОП-1000 российских интернет-магазинов  
2024



Динамика и особенности рынка B2B цифровой  
торговли из Китая в Россию в 2024 году

# Data Insight

Первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях и консалтинге в области eCommerce и digital рынков

## Новости Data Insight

---

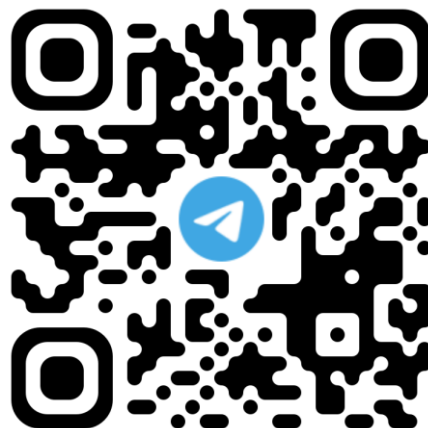
Исследования по почте от Data Insight



## Telegram Data Insight

---

Исследования, события, новости рынка от Data Insight



## Контакты

---

[datainsight.ru](https://datainsight.ru)

[a@datainsight.ru](mailto:a@datainsight.ru)

+7 (495) 540 59 06