

## POJĘCIA I DEFINICJE WYKORZYSTANE W OPRACOWANIU

### SAMOCHOODY OSOBOWE Z HOMOLOGACJĄ CIĘŻAROWĄ

Samochody w nadwoziu auta osobowego pozwalającego na przewóz 4 i więcej osób, które uzyskały homologację auta ciężarowego, uprawniającą do pełnego odpisu podatku VAT

### SPRZEDAŻ

Zadeklarowana przez producentów liczba samochodów sprzedanych przez dealerów

### REJESTRACJE

Liczba samochodów zarejestrowanych zgodnie z Centralną Ewidencją Pojazdów

### TREND

Wykres prezentujący zmianę liczby aut zarejestrowanych w okresie ostatnich 12 miesięcy w poszczególnych miesiącach roku

### UDZIAŁ W RYNKU

Stosunek liczby samochodów danego producenta zarejestrowanych w regionie, do liczby wszystkich aut zarejestrowanych w tym regionie

### PENETRACJA

Porównanie udziału danej marki w analizowanym regionie, do udziału danej marki na terenie kraju

### CHŁONNOŚĆ RYNKU

Stosunek liczby samochodów zarejestrowanych w regionie do liczby mieszkańców tego regionu. Najczęściej chłonność rynku liczona jest w przeliczeniu na 100 lub 1000 mieszkańców

### POTENCJAŁ BAZOWY

Minimalny poziom sprzedaży, jaki potencjalnie powinien osiągnąć dealer. Poziom ten określany jest na podstawie dotychczasowej historii sprzedaży, z uwzględnieniem penetracji danej marki w rynku lokalnym oraz ewentualnej prognozy rynkowej. Potencjał bazowy nie określa rzeczywistego potencjału dealera, który musi także uwzględniać politykę modelową oraz promocyjną producenta, a także jego plany dotyczące rozwoju sieci w danym regionie

### METODYKA OBLICZANIA POTENCJAŁU BAZOWEGO DEALERA

1. Przygotowanie prognozy sprzedaży **PS** dla całego rynku motoryzacyjnego
2. Określenie średniego udziału rynku lokalnego **SUL** w okresie ostatnich trzech lat
3. Przygotowanie prognozy sprzedaży dla rynku lokalnego **PSL** na bazie prognozy sprzedaży całego rynku **PS** oraz średniego udziału rynku lokalnego **SUL**  
**PSL = PS x SUL**

---

4. Określenie średniego udziału marki w rynku **SWM** na podstawie wyników z ostatnich trzech lat
5. Przygotowanie prognozy sprzedaży marki dla kraju PM na podstawie prognozy sprzedaży dla całego rynku **PS** oraz średniego udziału marki w rynku **SWM**  
**PM = PS x SWM**
6. Określenie średniego udziału marki w rynku lokalnym **SWL** w okresie ostatnich trzech lat

---

7. Obliczenie potencjału bazowego dealera **PB** na podstawie średniego udziału marki w rynku lokalnym **SWL** oraz prognozowanej sprzedaży dla rynku lokalnego **PSL**  
**PB = PSL x SWL**

# DEALER MANAGEMENT BRIEFING

## OPIS SYTUACJI MARKI W KRAJU ORAZ STREFIE ODDZIAŁYWANIA DEALERA W ROKU 2009 – SAMOCHODY NOWE

KRAJ			STREFA ODDZIAŁYWANIA DEALERA		
<b>CAŁKOWITA LICZBA ZAREJESTROWANYCH NOWYCH SAMOCHODÓW W ROKU 2009</b>	[sztuki]	<b>22 556</b>	<b>1 182</b>	[sztuki]	<b>CAŁKOWITA LICZBA ZAREJESTROWANYCH NOWYCH SAMOCHODÓW W ROKU 2009</b>
			1 023	[sztuki]	<i>Liczba samochodów zarejestrowanych w obszarze wspólnym</i>
Udział w rynku krajowym 2009	[%]	8,30	7,05	[%]	Udział w rynku lokalnym 2009
Średni udział w rynku krajowym w okresie ostatnich 3 lat	[%]	8,60	9,59	[%]	Średni udział w rynku lokalnym w okresie ostatnich 3 lat
			<b>84,87</b>	[%]	<b>PENETRACJA MARKI UZYSKANA W RYNKU LOKALNYM W ROKU 2009</b>
Zmiana (2009/2008)	[%]	<b>-14,32</b>	<b>-41,63</b>	[%]	Zmiana (2009/2008)
<b>Osoby fizyczne (prywatny użytek i prowadzące działalność gosp.)</b>	[sztuki]	<b>16 291</b>	<b>667</b>	[sztuki]	<b>Osoby fizyczne (prywatny użytek i prowadzące działalność gosp.)</b>
Udział w rynku krajowym 2009	[%]	72,22	56,43	[%]	Udział w rynku lokalnym 2009
Średni udział w rynku krajowym w okresie ostatnich 3 lat	[%]	70,17	42,66	[%]	Średni udział w rynku lokalnym w okresie ostatnich 3 lat
Zmiana (2009/2008)	[%]	<b>-12,63</b>	<b>-9,62</b>	[%]	Zmiana (2009/2008)
<b>Firmy bezpośrednio (w tym dealerzy)</b>	[sztuki]	<b>3 102</b>	<b>201</b>	[sztuki]	<b>Firmy bezpośrednio (w tym dealerzy)</b>
Udział w rynku krajowym 2009	[%]	13,75	17,01	[%]	Udział w rynku lokalnym 2009
Średni udział w rynku krajowym w okresie ostatnich 3 lat	[%]	16,35	23,89	[%]	Średni udział w rynku lokalnym w okresie ostatnich 3 lat
Zmiana (2009/2008)	[%]	<b>-17,63</b>	<b>-52,93</b>	[%]	Zmiana (2009/2008)
<b>Firmy (leasing, CFM)</b>	[sztuki]	<b>3163</b>	<b>314</b>	[sztuki]	<b>Firmy (leasing, CFM)</b>
Udział w rynku krajowym 2009	[%]	14,02	26,57	[%]	Udział w rynku lokalnym 2009
Średni udział w rynku krajowym w okresie ostatnich 3 lat	[%]	14,01	37,10	[%]	Średni udział w rynku lokalnym w okresie ostatnich 3 lat
Zmiana (2009/2008)	[%]	<b>-19,19</b>	<b>-63,49</b>	[%]	Zmiana (2009/2008)
<b>Samochody osobowe</b>	[sztuki]	<b>21 792</b>	<b>1 115</b>	[sztuki]	<b>Samochody osobowe</b>
Udział w rynku krajowym 2009	[%]	96,61	94,93	[%]	Udział w rynku lokalnym 2009
Zmiana (2009/2008)	[%]	<b>-17,22</b>	<b>-36,54</b>	[%]	Zmiana (2009/2008)
<b>Samochody osobowe z homologacją ciężarową</b>	[sztuki] [%]	<b>764</b>	<b>67</b>	[sztuki]	<b>Samochody osobowe z homologacją ciężarową</b>
Udział w rynku krajowym 2009	[%]	3,39	5,67	[%]	Udział w rynku lokalnym 2009
Zmiana (2009/2008)	[%]	-	-	[%]	Zmiana (2009/2008)

### OCENA WYNIKU DEALERA UZYSKANEGO W ROKU 2009

<b>CAŁKOWITY POTENCJAŁ RYNKU LOKALNEGO WYNIKAJĄCY Z UDZIAŁU MARKI W RYNKU KRAJOWYM</b>	[sztuki]	1 442	[sztuki]	<b>CAŁKOWITY POTENCJAŁ RYNKU LOKALNEGO WYNIKAJĄCY Z UDZIAŁU MARKI W RYNKU KRAJOWYM</b>
<i>Całkowity potencjał rynku lokalnego w obszarze wspólnym</i>	[sztuki]	<u>1 199</u>	[sztuki]	<i>Całkowity potencjał rynku lokalnego w obszarze wspólnym</i>
Liczba punktów dealerskich działających w obszarze wspólnym	[punkt]	4	[punkt]	Liczba punktów dealerskich działających w obszarze wspólnym
<b>POTENCJAŁ BAZOWY DEALERA SKORYGOWANY O OBSZAR WSPÓLNY</b>	[sztuki]	<b>415<sup>1</sup>(542)<sup>2</sup></b>	[sztuki]	<b>Potencjał bazowy 2009 przeliczony na dealera z uwzględnieniem obszaru wspólnego</b>
Potencjał zrealizowany w strefie wynikający z penetracji marki w rynku lokalnym	[sztuki]	1 182	[sztuki]	Potencjał zrealizowany w strefie wynikający z penetracji marki w rynku lokalnym
<b>SPRZEDAŻ ZREALIZOWANA PRZEZ DEALERA</b>	[sztuki]	<b>465</b>	[sztuki]	<b>SPRZEDAŻ ZREALIZOWANA PRZEZ DEALERA</b>
Potencjał całkowity a zrealizowany (Potencjał bazowy dealera a jego sprzedaż zrealizowana)	[sztuki]	<b>+50(-77)**</b>	[sztuki]	Potencjał całkowity a zrealizowany (Potencjał bazowy dealera a jego sprzedaż zrealizowana)

1 – potencjał dealera liczony w oparciu o zarejestrowaną rzeczywistą liczbę samochodów danej marki i uzyskany udział w rynku lokalnym; 2 – potencjał dealera liczony w oparciu o średni udział marki w rynku krajowym

# DEALER MANAGEMENT BRIEFING

## OPIS SYTUACJI OGÓLNEJ W KRAJU ORAZ STREFIE ODDZIAŁYWANIA DEALERA W ROKU 2009 – SAMOCHODY NOWE\*

KRAJ			STREFA ODDZIAŁYWANIA DEALERA		
<b>CAŁKOWITA LICZBA NOWYCH SAMOCHODÓW ZAREJESTROWANYCH W 2009</b>	[sztuki]	<b>271 645</b>	<b>16 772</b> <i>(13 937)</i>	[sztuki]	<b>CAŁKOWITA LICZBA NOWYCH SAMOCHODÓW ZAREJESTROWANYCH W 2009</b> <i>(Liczba samochodów zarejestrowanych w obszarze wspólnym)</i>
Udział w rynku krajowym 2009	[%]	-	6,17	[%]	Udział w rynku krajowym 2009
Średni udział rynku lokalnego w rynku krajowym w okresie ostatnich 3 lat	[%]	-	6,36	[%]	Średni udział rynku lokalnego w rynku krajowym w okresie ostatnich 3 lat
Zmiana [2009/2008]	[%]	<b>-13,80</b>	<b>-15,07</b>	[%]	Zmiana [2009/2008]
<b>Osoby fizyczne (prywatny użytek i prowadzące działalność gosp.)</b>	[sztuki]	<b>136 970</b>	<b>5 194</b>	[sztuki]	<b>Osoby fizyczne (prywatny użytek i prowadzące działalność gosp.)</b>
Udział 2009	[%]	50,42	30,97	[%]	Udział 2009
Średni udział w rynku w okresie ostatnich 3 lat	[%]	-	29,68	[%]	Średni udział w rynku w okresie ostatnich 3 lat
Zmiana (2009/2008)	[%]	<b>-19,18</b>	<b>-15,72</b>	[%]	Zmiana (2009/2008)
<b>Firmy bezpośrednio (w tym dealerzy)</b>	[sztuki]	<b>51 071</b>	<b>3 640</b>	[sztuki]	<b>Firmy bezpośrednio (w tym dealerzy)</b>
Udział 2009	[%]	18,80	21,70	[%]	Udział 2009
Średni udział w rynku w okresie ostatnich 3 lat	[%]	-	19,85	[%]	Średni udział w rynku w okresie ostatnich 3 lat
Zmiana (2009/2008)	[%]	15,34	<b>-1,34</b>	[%]	Zmiana (2009/2008)
<b>Firmy (leasing, CFM)</b>	[sztuki]	<b>83 604</b>	<b>7 938</b>	[sztuki]	<b>Firmy (leasing, CFM)</b>
Udział 2009	[%]	30,77	47,33	[%]	(udział)
Średni udział w rynku w okresie ostatnich 3 lat	[%]	-	50,92	[%]	Średni udział w rynku w okresie ostatnich 3 lat
Zmiana (2009/2008)	[%]	<b>-17,54</b>	<b>-22,08</b>	[%]	Zmiana (2009/2008)
<b>Samochody osobowe</b>	[sztuki]	<b>225 716</b>	<b>13 734</b>	[sztuki]	<b>Samochody osobowe</b>
Udział 2009	[%]	83,09	81,89	[%]	Udział 2009
Zmiana (2009/2008)	[%]	<b>-28,37</b>	<b>-27,46</b>	[%]	Zmiana (2009/2008)
<b>Samochody osobowe z homologacją ciężarową</b>	[sztuki]	<b>45 929</b>	<b>3 038</b>	[sztuki]	<b>Samochody osobowe z homologacją ciężarową</b>
Udział 2009	[%]	16,91	18,11	[%]	Udział 2009
Zmiana (2009/2008)	[%]	-	-	[%]	Zmiana (2009/2008)
<b>Liczba zarejestrowanych samochodów MAREK POPULARNYCH</b>	[sztuki]	<b>254 052</b>	<b>15 462</b>	[sztuki]	<b>Liczba zarejestrowanych samochodów MAREK POPULARNYCH</b>
Udział 2009	[%]	93,52	92,19	[%]	Udział 2009
Zmiana (2009/2008)	[%]	<b>-14,58</b>	<b>-16,04</b>	[%]	Zmiana (2009/2008)
<b>Liczba zarejestrowanych samochodów MAREK PREMIUM</b>	[sztuki]	<b>17 593</b>	<b>1 310</b>	[sztuki]	<b>Liczba zarejestrowanych samochodów MAREK PREMIUM</b>
Udział 2009	[%]	6,48	7,81	[%]	Udział 2009
Zmiana (2009/2008)	[%]	<b>-0,60</b>	<b>-1,65</b>	[%]	Zmiana (2009/2008)

\* Obejmuje samochody osobowe oraz osobowe z homologacją ciężarową

# DEALER MANAGEMENT BRIEFING

## PROGNOZA 2010

PROGNOZA 2010 - RYNEK					
KRAJ			STREFA ODDZIAŁYWANIA DEALERA		
<b>PROGNOZOWANA LICZBA ZAREJESTROWANYCH NOWYCH SAMOCHODÓW</b>	[sztuki]	<b>285 000</b>	<b>18 128</b>	[sztuki]	<b>PROGNOZOWANA LICZBA ZAREJESTROWANYCH NOWYCH SAMOCHODÓW</b>
Zakładany minimalny udział w rynku krajowym 2010	[%]	-	15 062	[sztuki]	<i>(Prognozowana liczba nowych samochodów zarejestrowanych w obszarze wspólnym)</i>
			6,36	[%]	Zakładany minimalny udział w rynku krajowym 2010
Klient indywidualny (prywatny użytek i działalność gospodarcza)	[sztuki]	123 640	5 380	[sztuki]	Klient indywidualny (prywatny użytek i działalność gospodarcza)
Prognozowany udział 2010	[%]	43,38	29,68	[%]	Prognozowany udział 2010
Zmiana (2010/2009)	[%]	<b>-9,73</b>	3,58	[%]	Zmiana (2010/2009)
Firma	[sztuki]	161 360	12 932	[sztuki]	Firma
Prognozowany udział 2010	[%]	56,62	70,32	[%]	Prognozowany udział 2010
Zmiana (2010/2009)	[%]	19,81	11,69	[%]	Zmiana (2010/2009)

PROGNOZA 2010 - MARKA					
KRAJ			STREFA ODDZIAŁYWANIA DEALERA		
<b>Prognozowana min. liczba zarejestrowanych nowych samochodów 2010</b>	[sztuki]	<b>24 510</b>	<b>1738<sup>1</sup></b>	[sztuki]	<b>Prognozowana min. liczba zarejestrowanych nowych samochodów 2010</b>
<i>Prognozowana min. liczba samochodów zarejestrowanych w obszarze wspólnym</i>	[%]	8,6	<b>(1559)<sup>2</sup></b>	[%]	<i>Prognozowana min. liczba samochodów zarejestrowanych w obszarze wspólnym</i>
Zakładany minimalny udział w rynku 2010			<i>(1504)</i>		Zakładany minimalny udział w rynku lokalnym 2010
			9,59		
Klient indywidualny (prywatny użytek)	[sztuki]	17 701	741	[sztuki]	Klient indywidualny (prywatny użytek)
Prognozowany udział 2010	[%]	72,22	42,66	[%]	Prognozowany udział 2010
Firma	[sztuki]	6 809	997	[sztuki]	Firma
Prognozowany udział 2010	[%]	27,78	57,34	[%]	Prognozowany udział 2010

POTENCJAŁ DEALERA					
Prognozowany potencjał bazowy	[sztuki]	<b>1738<sup>1</sup></b>	<b>(1559)<sup>2</sup></b>	[sztuki]	Prognozowany potencjał bazowy
<i>Prognozowany potencjał bazowy dealera obliczony na bazie udziału w strefie (w kraju)</i>			<b>547<sup>1</sup></b>		<i>Prognozowany potencjał bazowy dealera obliczony na bazie udziału w strefie (w kraju)</i>
			<b>(659)<sup>2</sup></b>		
<b>POTENCJAŁ 2010 WYNIKAJĄCY Z DZIAŁANIA PRODUCENTA</b>	[sztuki]			[sztuki]	<b>POTENCJAŁ 2010 WYNIKAJĄCY Z DZIAŁANIA PRODUCENTA</b>
<b>RAZEM - Całkowity potencjał dealera 2010</b>	[sztuki]			[sztuki]	<b>RAZEM - Całkowity potencjał dealera 2010</b>
<b>OSOBA FIZYCZNA (PRYWATNY UŻYTEK LUB DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA)</b>			<b>FIRMA</b>		
Prognozowany minimalny potencjał bazowy KI	[sztuki]			[sztuki]	Prognozowany minimalny potencjał bazowy F

1 – potencjał dealera liczony w oparciu o uzyskany średni udział marki w rynku lokalnym zanotowany w okresie ostatnich trzech lat; 2 – potencjał dealera liczony w oparciu o średni udział marki w rynku krajowym