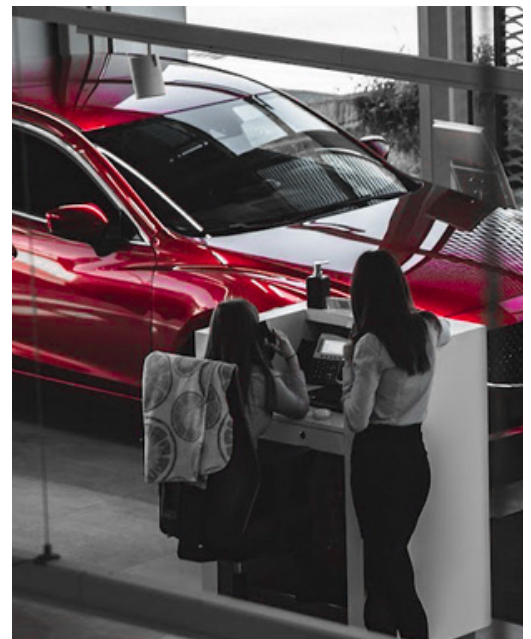


# IV kwartał 2023 - Podsumowanie roku

---

Raport Związku Dealerów  
Samochodów i Proxi.cloud



# Opis i warunki przeprowadzenia badania

---

Kontynuujemy cykl badań rynku dealerskiego, którego wyniki Związek Dealerów Samochodów prezentuje razem z firmą Proxi.cloud. W kolejnej edycji badania, tak jak poprzednio, przedstawiamy dane na temat aktualnego ruchu w salonach i serwisach dealerskich.

Badanie Q4 2023 zostało przeprowadzone na grupie 1707 salonów samochodowych 34 marek, które w ramach badania zostały podzielone na dwa segmenty – marki premium (9 marek) i marki wolumenowe (25 marek). Badanie zostało przeprowadzone w oparciu o dane dla czwartego kwartału 2023 roku - obejmowało okres między 1 października 2023 roku, a 31 grudnia 2023 roku, przy czym rezultaty porównane były do analogicznego okresu roku poprzedzającego (z wykluczeniem świąt oraz niedziel niehandlowych).

Na potrzeby badania przeanalizowaliśmy dane o ruchu we wszystkich badanych salonach samochodowych. Wielkość próby wyniosła 353 126 unikalnych użytkowników. W ramach badania wzięto pod uwagę wizyty, których czas trwania wynosił od 10 minut do 3 godzin. Ponadto wykluczone zostały osoby, które odwiedziły dany salon minimum 4 razy w ciągu tygodnia, dzięki czemu pod uwagę brani nie byli pracownicy i kooperanci konkretnych salonów.

Dane wykorzystane w badaniu pochodzą z aplikacji mobilnych zainstalowanych na telefonach użytkowników, w których uprzednio musieli oni zezwolić na udostępnianie danych lokalizacyjnych w tle. W obu badanych okresach wykorzystano dane z tych samych aplikacji, jednocześnie uwzględniając zmiany w ich wielkości oraz odsetku zgód na udostępnianie lokalizacji.

---

# Wyniki badania

---

Rok 2023 upłynął pod znakiem powrotu do pozytywnych wyników sprzedażowych. Polska branża motoryzacyjna, pomimo odbudowywania rynku, jeszcze nie wróciła do stanu sprzed samej pandemii, ale coraz lepsze wyniki sprzedażowe, stabilizowanie się sytuacji gospodarczej czy wyjście z kryzysu dostępności półprzewodników, surowców, a na końcu pojazdów świadczą o unormowaniu sytuacji w branży. Niestety to wszystko nie przełożyło się na utrzymanie wysokiej liczby odwiedzin w salonach samochodowych. Z czego taka sytuacja może wynikać?

Miniony rok przyniósł powrót liczby pierwszych rejestracji nowych samochodów w kategorii 3.5t do poziomu sprzed 2020 roku. Takich pojazdów zarejestrowano w całym 2023 roku ponad pół miliona, co było wynikiem ok. 10% lepszym niż w poprzednim okresie. Wszystkie te pozytywne zmiany nie znalazły jednak odbicia w cenach pojazdów, które były nadal zdecydowanie droższe niż jeszcze trzy lata wcześniej. Pogarszających się wyników ruchu w salonach, przy jednoczesnym utrzymaniu zadowolającego poziomu sprzedaży należy upatrywać przede wszystkim w cenach nowych pojazdów.

Rejestracji nowych samochodów w Polsce w około 70% dokonuje się "na REGON". W praktyce całkowity udział sprzedaży do firm jest jeszcze większy, według naszych szacunków to ok. 85%. Przedsiębiorstwa, które są w stanie regulować własne możliwości nabywcze podniesieniem cen oferowanych przez siebie usług stają się dominującą grupą kupującą nowe samochody w Polsce. Jednocześnie należy pamiętać, że statystyczny odbiorca indywidualny jako gość autoryzowanych salonów w zdecydowanej większości kupuje przy okazji wizyty wyłącznie jeden pojazd. Lecz w tym celu odwiedza zdecydowanie więcej niż jeden salon. W przypadku odbiorców flotowych stosunek wizyt do ilości nabywanych pojazdów jest zdecydowanie inny. Mniejsza liczba wizyt i większe zakupy przekładają się na pozornie paradoksalną sytuację, gdzie pomimo spadku ruchu w salonach rośnie sprzedaż.

Warto też podkreślić, że w ostatnim czasie coraz większą popularność zyskuje automatyzacja procesów - zarówno zakupowych, jak i odwiedzin serwisu - czego efektem jest coraz mniejsza ilość czasu jaką klient musiałby spędzić u dealera.

---

# Q4 2022 vs Q4 2023

## LICZBA KLIENTÓW

**Wszystkie salony -18,9 %**

**Marki premium -32,07 %**

**Marki pozostałe -15,9 %**

## RUCH W SALONACH

**Wszystkie salony -19,49 %**

**Marki premium -35,05 %**

**Marki pozostałe -15,37 %**



Ostatni kwartał przynosi największe spadki w kontekście całego roku, zarówno w ruchu w salonach, jak również w liczbie unikatowych klientów. Poprzednie badane okresy również nie wykazały wzrostu, jednak to w ostatnim kwartale spadki były największe. Jedynie w pierwszym kwartale obserwowaliśmy wyniki dodatnie. Niemniej kolejne kwartały pomimo negatywnych wyników dawały nadzieję na poprawę niezbyt optymistycznego trendu ze względu na obserwowaną stabilizację oraz mocne wzrosty sprzedażowe.

Niestety wyniki za IV kwartał nie pozostawiają złudzeń. Polacy odchodzą od wizyt w salonach. Bardzo wysokie spadki względem 2022 roku, oscylujące nawet na poziomie -32% w przypadku marek premium, pokazują że coraz mniej osób jest zainteresowanych wizytą u dealera. Wskaźnik fizycznego ruchu w salonach ukazuje jeszcze większe spadki, również najbardziej zauważalne również pośród marek premium, tutaj rekordowe -35%. Cały rok 2023 wykazał się porównywalnym poziomem wskaźników unikatowych klientów i ruchu w salonach. Jednak to w przypadku tego drugiego spadki każdorazowo bardziej zauważalne.

U podstaw tej sytuacji leżą rosnące ceny nowych samochodów oraz pozbywanie się z gam modeli samochodów budżetowych. Coraz mniej odbiorców indywidualnych jest w stanie sobie pozwolić na kupno auta z salonu.

**Analizy zostały przygotowane w oparciu o dane dostarczone przez Proxi.cloud**

# 2022 vs 2023

## LICZBA KLIENTÓW

## RUCH W SALONACH

### KWARTAŁ I

Wszystkie salony 0,81 %

Marki premium 7,64 %

Marki pozostałe -1,91 %

4,64 % Wszystkie salony

5,62 % Marki premium

5,22 % Marki pozostałe

### KWARTAŁ II

Wszystkie salony -20,58 %

Marki premium -26,55 %

Marki pozostałe -19,02 %

-20,83 % Wszystkie salony

-30,67 % Marki premium

-18,08 % Marki pozostałe

### KWARTAŁ III

Wszystkie salony -9,17 %

Marki premium -19,8 %

Marki pozostałe -6,13 %

-10,17 % Wszystkie salony

-25,2 % Marki premium

-5,9 % Marki pozostałe

### KWARTAŁ IV

Wszystkie salony -18,9 %

Marki premium -32,07 %

Marki pozostałe -15,9 %

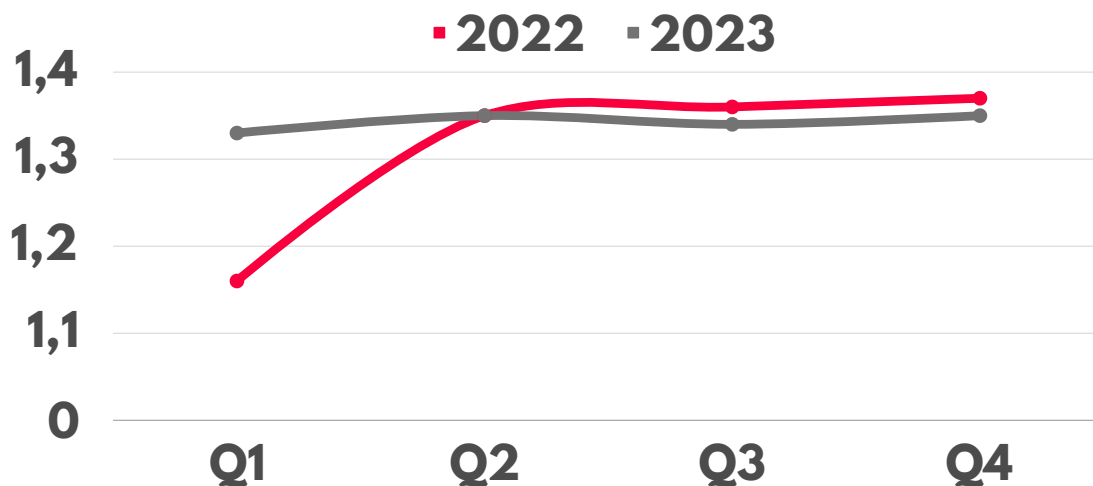
-19,49 % Wszystkie salony

-35,05 % Marki premium

-15,37 % Marki pozostałe

# ROZKŁAD RUCHU

## ŚREDNIA LICZBA ODWIEDZONYCH SALONÓW



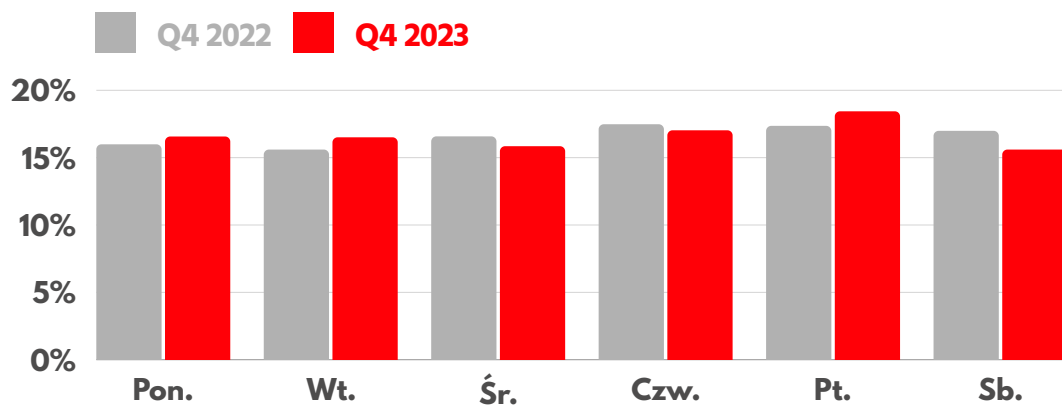
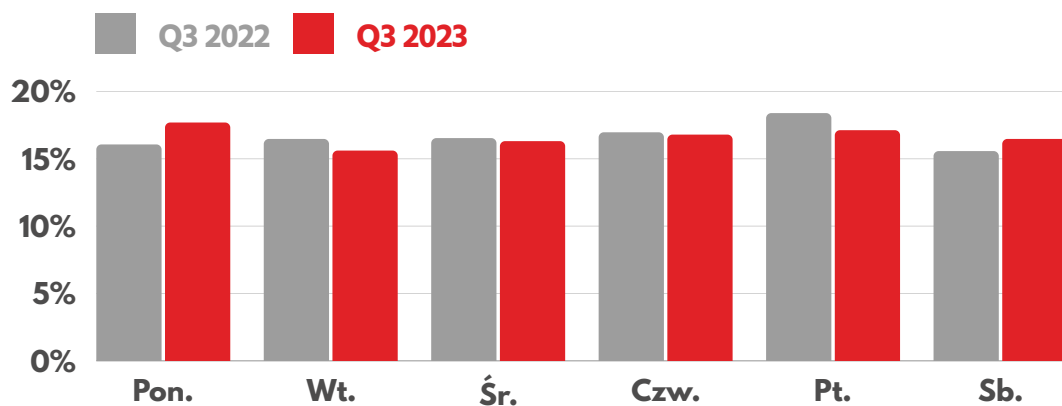
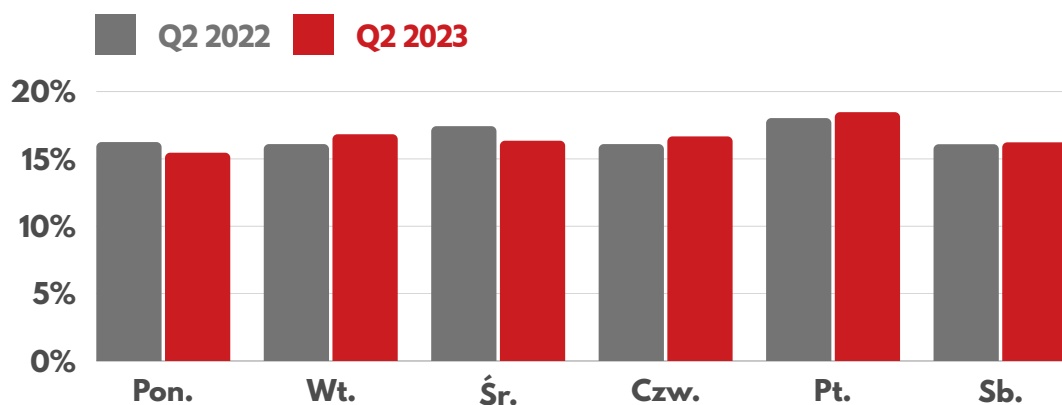
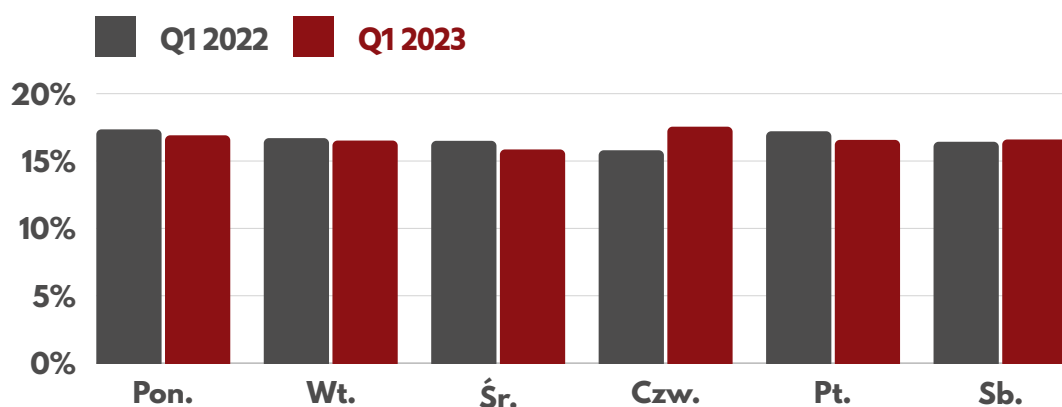
Średnia liczba odwiedzonych salonów przez pojedynczego klienta pozostaje praktycznie niezmienną, ze spadkiem wskaźnika wynoszącym zaledwie 0.02 punktu. Klienci nadal są zainteresowani porównywaniem ofert różnych producentów oraz dealerów odwiedzając średnio 1.35 salonu, co oznacza że w praktyce część przebadanych odwiedziła więcej niż jeden punkt. Warto jednak zwrócić uwagę, że w przypadku dłuższej części 2023 roku krzywa ukazująca zmiany w liczbie odwiedzanych przez pojedynczego klienta salonów jest tak naprawdę na stabilnym poziomie, z różnicą względem poprzedniego roku na poziomie błędów statystycznego.

Powyższy wykres przedstawiający liczbę odwiedzonych salonów przez pojedynczego klienta pokazuje interesującą dynamikę w zachowaniach klientów. Rok 2022 był czasem luzowania obostrzeń pandemicznych, co również wpłynęło na zachowania zakupowe, jak również liczbę wizyt w miejscach publicznych. Autoryzowane salony (mimo tego że dzięki staraniom Związku Dealerów Samochodów, nigdy w trakcie pandemii nie zostały zamknięte) również odczuły spadek liczby wizyt. Aktualnie jesteśmy w sytuacji już mocno postpandemicznej, jednak zmiana przyzwyczajień klientów jest wciąż mocno zauważalna.

Zmiana preferowanego dnia tygodnia na wizytę w salonie wykazała się umiarkowaną dynamiką w ciągu całego roku. Tutaj pozycję lidera w czwartym kwartale 2023 roku obejmuje piątek. Interesujący jest również wynik przedstawiony dla soboty, która w przeciwieństwie do pozostałych kwartałów, straciła na znaczeniu.

# ROZKŁAD RUCHU

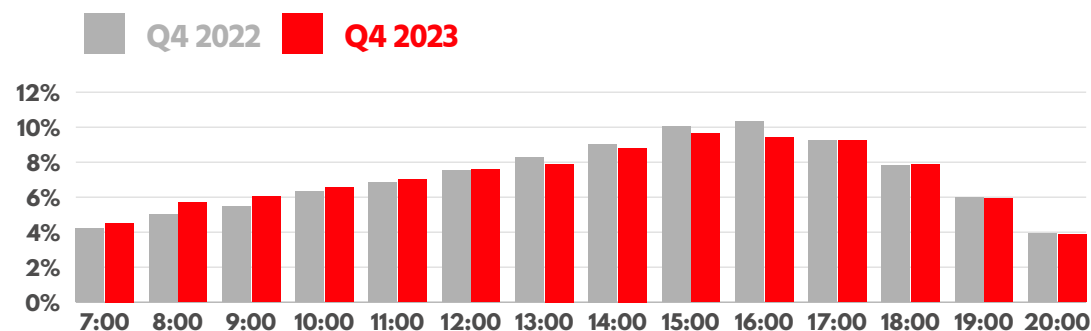
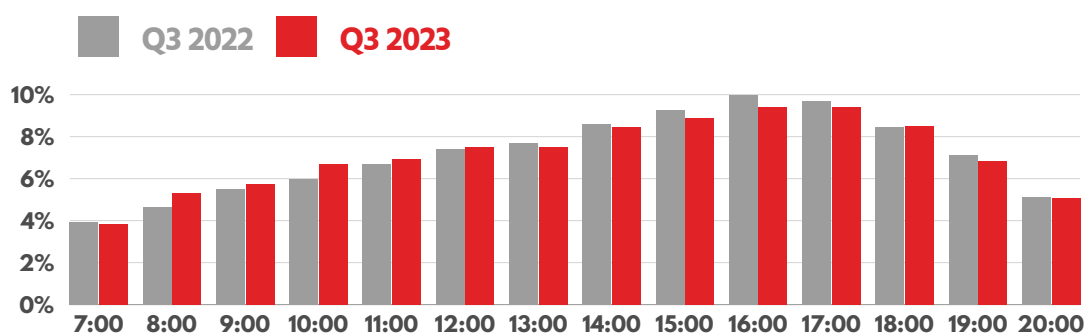
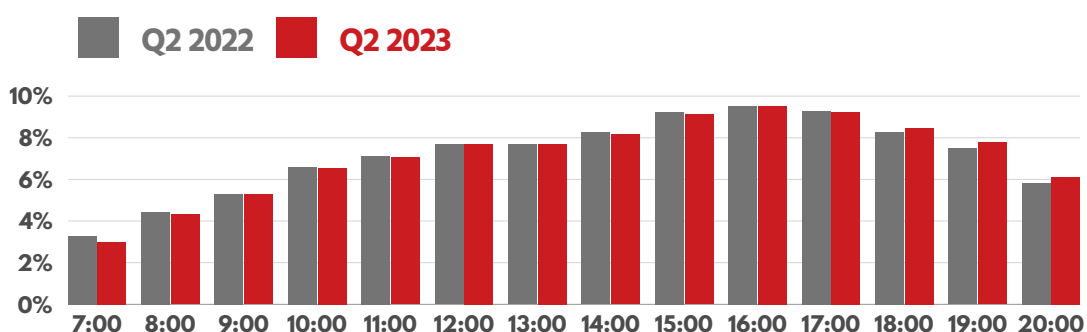
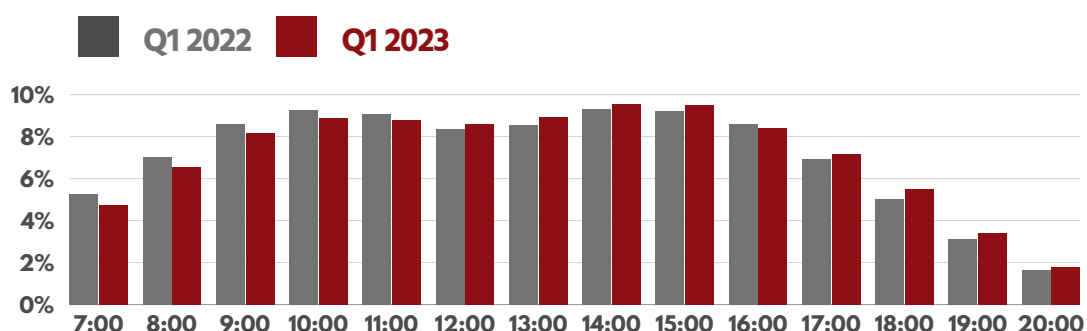
## WEDŁUG DNI TYGODNIA



Analizy zostały przygotowane w oparciu o dane dostarczone przez Proxi.cloud

# ROZKŁAD RUCHU

## WEDŁUG GODZIN



W przypadku godzin wizyt w salonach nie odnotowujemy większych zmian względem poprzedniego roku czy nawet kwartału. W ostatnim badanym okresie nieznacznie więcej osób zaczęło odwiedzać salony w godzinach porannych. Sama zmiana preferowanych przez klientów godzin jedynie obrazuje zmianę cyklu dobowego, gdzie chętniej wybieraną porą stawały się wciąż słoneczne godziny popołudniowe.



# Kontakt

---



## Paweł Tuzinek

Na rynku dealerskim od 2010 roku, od 2021 roku pełni funkcję Prezesa Związku Dealerów Samochodów. Przez szereg lat działa na rzecz branży dealerskiej, świadcząc pomoc prawną oraz reprezentując branżę przed władzami i innymi uczestnikami rynku motoryzacyjnego. Na bieżąco bierze udział w procesach legislacyjnych. Jest autorem dziesiątek analiz, raportów i wystąpień w imieniu branży.

[p.tuzinek@zds.org.pl](mailto:p.tuzinek@zds.org.pl)

+48 694 246 921



## Mateusz Chołuj

Od początku kariery związany z data-driven marketingiem. Obecnie CEO Proxi.cloud, gdzie wraz z zespołem zmienia sposób w jaki marki sprzedające w kanałach offline'owych zarządzają działaniami online'owymi. Prelegent na konferencjach marketingowych i retailowych, autor tekstów m.in. dla NowegoMarketingu, MMP i Magazynu Online Marketing. Prywatnie miłośnik Lotusów i rallycrossu.

[mateusz.choluj@proxicloud.com](mailto:mateusz.choluj@proxicloud.com)

+48 505 931 902



ul. Komitetu Obrony Robotników 56  
02-146 Warszawa  
[zds.org.pl](http://zds.org.pl)



ul. Dąbrowskiego 79A  
60-529 Poznań  
[proxicloud.com](http://proxicloud.com)