

インドの自動車エコシステムのダイナミクスを推進する新しいビジネスモデルと認識

【概要】

本調査では、COVID-19 前後の車両購入の嗜好および嗜好変化の背景にある消費者の意向についての考察を提供しています。調査対象地域はインドです。

【内容一覧】

戦略的重点

対象範囲、カバレッジ、およびターゲットグループ

成長機会分析：調査および調査結果

- COVID-19 前の主な通勤/輸送手段
- COVID-19 後の好まれる通勤/輸送手段
- COVID-19 前の所有形態別の通勤/輸送手段
- COVID-19 後の好まれる所有形態別の通勤/輸送手段
- 今後車両を購入する意向
- 購入する可能性が最も高い車両タイプ
- 中古車購入の主な理由
- COVID-19 後の新車購入予算
- 好まれる新車所有形態のタイプ
- 車両メーカーが提供する車両サブスクリプション
- 車両購入資金調達方法
- COVID-19 後における車両購入前の調査
- オンラインでの車両購入の意向
- オンラインでの車両購入を検討する主な理由
- オンラインでの車両購入を検討しない主な理由
- 今後6か月間の共有モビリティに対する意向
- 今後6か月間に共有モビリティを検討する主な理由
- 今後6か月間に共有モビリティを検討しない理由
- COVID-19 後の個人の車両利用目的
- 市場関係者の声

次へのステップ