

Sprzedaż motocykli online osiągnie 20 miliardów \$ do 2020 roku

data aktualizacji: 2018.03.19



Tyle warty będzie rynek sprzedaży części i akcesoriów motoryzacyjnych za pośrednictwem globalnej sieci w Europie i Ameryce Północnej - donosi analiza firmy Frost & Sullivan. To jednocześnie kolejny dowód na stopniowe przechodzenie dystrybutorów, producentów, ale także samych stacji naprawczych do wymiany handlowej w Internecie.

Na popularności zyskiwać będzie także trend sprzedaży bezpośredniej przy pomocy internetowych kanałów, pozwalających pozyskiwać nowych partnerów i zwiększać wolumen sprzedaży komponentów do aut użytkowych oraz osobowych.

Bosch przetrwał szlaki?

Zdaniem Sarwanta Singha, opisującego tematykę multi-kanałowości w sprzedaży części motoryzacyjnych na łamach globalnej edycji Forbesa, pionierski ruch w stronę maksymalnego wykorzystania potencjału sprzedaży internetowej zrobiła firma Bosch. Uruchomienie przez nią swojego e-sklepu na popularnej chińskiej platformie zakupowej TMall okazało się strzałem w dziesiątkę. Zaledwie w ciągu roku od założenia kanał ten wygenerował 9 milionów dolarów przychodu, wzbudzając ogromne zainteresowanie pozostałych uczestników rynku do podążenia tą samą drogą. Dziś wśród producentów obecnych we wspomnianym serwisie handlowym znaleźć można wielu producentów obecnych na liście stu największych dostawców świata „Top Suppliers”, opracowanej przez PwC. Swoją ofertę prezentują tam m.in. Denso, Valeo, Goodyear czy Continental.

- Głównym celem przyświecającym producentom części w zwiększeniu swojej aktywności online było oczywiście bezpośrednie dotarcie do większej liczby odbiorców produktów, spośród których znaleźli się zarówno klienci prywatni jak i biznesowi. Ogromny potencjał chińskiego rynku także miał tutaj duże znaczenie, lecz nie należy sądzić, że jest to działanie zarezerwowane wyłącznie dla gospodarek takiego pokroju. Dużą nadzieję dla

wprowadzania dodatkowych kanałów sprzedaży i kontaktu między graczami rynku motocykli upatruje się szczególnie w przypadku mniej zaawansowanych cyfrowo regionów, w tym w Europie Środkowo - Wschodniej, które jeszcze nie wyeksplatawały potencjału handlu w sieci, przez co mogą śladem Boscha „przecierać szlaki” na swoich rynkach, licząc na wymierne wzrosty przychodów – tłumaczy Karol Prozner, twórca i prezes zarządu platformy Woop Automotive.

Obiecująca przyszłość

Forbes już przed trzema laty prognozował, że okres 2015-2020 będzie najbardziej przełomowym czasem dla rynku części zamiennych w całościowym, globalnym ujęciu. Naturalnie, mowa tutaj o dużych przyrostach jego wartości wynikających głównie z postępującej digitalizacji operacji handlowych. Warto w tym miejscu nadmienić, że jak wynika z analizy firmy Hedges & Company, w ubiegłym roku tylko za pośrednictwem urządzeń mobilnych dokonano zakupów części samochodowych na łączną kwotę 4 miliardów dolarów. Najbardziej dynamicznych jak dotąd przyrostów przychodów ze sprzedaży w tym segmencie spodziewa się ona natomiast właśnie w latach 2018-2020.

Źródło: