

Cyfryzacja moto-usług warta ponad trzy razy więcej do 2020 roku

data aktualizacji: 2018.06.08



Jak informuje analiza, której podjęła się firma Frost & Sullivan, do 2020 roku wartość inwestycji w cyfryzację usług motoryzacyjno-transportowych, w tym modeli ich oferowania i sprzedaży, osiągnie wartość 82 miliardów dolarów. To niemal 320% wzrost w ciągu 5 lat.

Frost & Sullivan przekonuje, że wyraźny wzrost nakładów na udoskonalanie oraz oferowanie zupełnie nowych udogodnień dla zmotoryzowanych jest bezpośrednim wynikiem wzrostu oczekiwań klientów w zakresie „napędzanych cyfrowo” rozwiązań oraz niespotykanych dotąd doświadczeń związanych z zakupem, eksploatacją czy formą użytkowania pojazdów.

Kluczowe obszary

Firma analityczna wyszczególnia pięć nadrzędnych obszarów, w których inwestorzy ulokują najwięcej swoich środków. Pośród nich wyróżnić można zarówno te związane z motoryzacyjnym zapleczem – jak połączone łańcuchy dostaw czy przemysłowy Internet Rzeczy (IIoT), poza nimi autonomię oraz cyfrowe modele sprzedaży i tzw. mobilność jako usługę (Mobility as a Service), czyli cały szereg rozwiązań pozwalających na przemieszczanie się przy użyciu różnych rodzajów pojazdów bez konieczności ich posiadania.

Online nabiera przyspieszenia

W przypadku branży warsztatowej, z największym zainteresowaniem warto śledzić transformację form eksploataowania samochodów – zarówno przez użytkowników prywatnych jak i firmy – i poszukiwania nowych udogodnień przy wykorzystaniu platform online. Spośród już dzisiaj dostępnych rozwiązań warto wyróżnić choćby serwis Carooobi, który pozyskał właśnie 20 milionów \$ finansowania od funduszu NGP Capital. Działający obecnie na terenie Niemiec, zaś w planach

mający ekspansję na kolejne państwa, portal w prosty i intuicyjny sposób łączy prywatnych kierowców z warsztatami. Po wejściu na stronę WWW wystarczy wskazać jaką usługę serwisową nas interesuje, jakie auto posiadamy oraz kod pocztowy. Narzędzie automatycznie wskaże najbliższe warsztaty z ich aktualnym harmonogramem zleceń, pozwoli na zapisanie się na wizytę w wolnym terminie oraz wskaże cenę naprawy bądź wymiany danego komponentu, oferując także możliwość zapłaty przy pomocy płatności mobilnych. Poza tym, platforma zbiera także opinie odwiedzających poszczególne warsztaty, prezentując je nowym użytkownikom. Twórcy serwisu przyznają, że obecnie współpracują z 750 mechanikami, zaś docelowo chcą objąć swoim zasięgiem aż 35.000 stacji naprawczych. Liczba zainteresowanych korzystaniem z platformy rośnie o 100% z miesiąca na miesiąc.

Inny przykład może stanowić działający na terenie Wielkiej Brytanii portal whocanfixmycar.com, którego zasada działania jest zbliżona do Carooobi, z tą różnicą, że poza wyszukaniem odpowiedniej stacji naprawczej, platforma wskaże nam zakres „rozsądnych” cen dla konkretnej naprawy danego pojazdu, zapobiegając w ten sposób popularnemu także w Polsce zjawisku wykorzystywania nieświadomości kierowców i bezpodstawnego zawyżania cen serwisu. Oczywiście, obserwować będziemy narodziny nowych, zarówno poprawiających doświadczenia użytkowników jak i optymalizujących koszty, rozwiązań i platform adresowanych nie tylko do indywidualnych kierowców.

- Duży potencjał inwestycyjny dostrzegam także w nowych, cyfrowych narzędziach sprzedaży i kontaktu dla sektora B2B. Naturalnie, ze względu na znacznie wyższe wartości obrotu – w tym wypadku częściami, modułami czy systemami przeznaczonymi do samochodów osobowych oraz użytkowych. Widać to już dzisiaj na przykładzie Polski, gdzie udało nam się wskazać na główne problemy branży motocykli, takie jak niskie wykorzystanie Internetu do zawierania transakcji, braki handlowców czy korzystanie z ofert wciąż tych samych dostawców, nie poszukując nowych kontrahentów. Przy pomocy cyfryzacji i nowych rozwiązań online, radzenie sobie z nimi powinno być dla uczestników tego rynku znacznie łatwiejsze - tłumaczy Karol Proznier, CEO i twórca platformy Woop Automotive.

Cyfrowy napęd branży

Jak podkreślają autorzy analizy, partnerstwo podmiotów branży automotive z przedsiębiorstwami technologicznymi, wykorzystanie możliwości dostępnego na rynku oprogramowania oraz oferowanie usług dostosowywanych do potrzeb konkretnych grup odbiorców, najmocniej odmienią oblicze świata motoryzacji w okresie od 2016 do 2025 roku. Za sprawą inicjatyw cyfryzacyjnych, wydatki na IT ponoszone przez producentów autoczęści wzrosną z 37,9 mld \$ w 2015 do niemal 170 mld \$ w 2025 roku. Ponadto, oczekuje się, że znaczny wpływ na łańcuch dostaw moto-przemysłu będzie miało w tym czasie ponad 1700 nowych, technologicznych startupów.

Źródło: