

Diskussionsunderlag

CASE TILL VALUE – Digitalisering

Frågor till texten

1. Exempel som ges är till exempel förmedling av privata bostäder för att konkurrera med hotell vilket företaget Airbnb gör. Det kan även vara att ta bort mellanhänder (butiker som är återförsäljare) som företaget Amazon gör. Ett annat exempel är företag som bara möter kunden via digitala plattformar (appar och hemsidor). Boutlåneutmanaren Stabelo har på detta sätt kunnat pressa de traditionella bankernas höga vinstmarginaler på bolån.
2. Kan innefatta till exempel strömning av musik, film och serier, transporter, prisjämförelser etc.
3. Kanske förenklar det din vardag? Ökar utbudet av varor? Möjliggör lägre priser? Möjliggör ökade möjligheter att återanvända begagnade produkter? Etcetera.

Fördjupningsfrågor

1. De digitala kunderbjudandena konkurrerar ofta med lågt pris och bekvämlighet. Men hur är det med servicen? Behöver konsumenten acceptera en lägre grad av service? Hur är det med kvaliteten på tjänsten? Är den alltid densamma eller är den beroende av vem som utför tjänsten? Det här kan se olika ut för de olika exemplen. På vilket sätt kommunicerar den digitala tjänsten med konsumenten? Är det via enbart en app eller finns även till exempel ett callcenter dit man kan ringa vid problem?

2. Erbjudandet handlar som sagt oftast om att pressa priserna – att det ska bli billigare för dig som konsument. Beroende på vilken produkt vi jämför kan det medföra att du måste göra avkall på delar av vad den traditionella produkten erbjuder. Hotell erbjuder till exempel ofta frukost inkluderat i priset medan om du bor via Airbnb ingår inte frukost.

3. En sådan bransch där trenden pekar entydigt mot allt mer digitala kanaler är bilbranschen. Tesla var det första märke som började med enbart digital försäljning av bilar via internet och allt fler konkurrenter rör sig nu i denna riktning. Det som sker då är att man plockar bort återförsäljarna som mellanled och istället säljer direkt till konsumenten. Volvo Cars avslöjade i mars 2021 att man förändrar i grunden i hur man kommer att sälja sina bilar i framtiden. Man kommer därför ändra sin traditionella affärsmodell och starta direktförsäljning av elbilar online. I sin nya flaggskeppsbutik online kommer Volvo sikta på att förenkla köpprocessen och minska antalet steg. Målet är ett erbjuda ett färre antal ”attraktiva, förkonfigurerade elektriska Volvo-bilar som är redo för enkel och praktisk beställning och med snabb leverans”.

Det kan även finnas andra branscher där trenden pekar mot allt mer digital försäljning.