

Case-study: Oplæg til udvikling af dækforretningen hos XX-Biler

Indledning

XX-Biler har gennem en årrække opbygget en stærk base af servicekunder, der giver et betydeligt forretningsgrundlag for salg af dæk. Med 10.000 aktive servicekunder rummer forretningen op mod 68.000 dæk. I dag er XX-Bilers dækkoncept dog præget af **manuelle processer** og **kapacitetsmæssige begrænsninger**, hvilket betyder, at virksomheden kun realiserer en mindre del af det fulde potentiale.

Dette oplæg analyserer udgangspunktet for dækforretningen, identificerer de nuværende bindinger samt opstiller tre udviklingsspor for, hvordan XX-Biler kan udnytte potentialet i højere grad gennem **automatisering, digitalisering og outsourcing**.

Status og potentiale

Kundebase og dækmængde

- Aktive servicekunder: 10.000
- Dæktyper:
 - 70% sæsondæk (7.000 kunder × 8 dæk) = 56.000 dæk
 - 30% helårsdæk (3.000 kunder × 4 dæk) = 12.000 dæk
- **Samlet dækmængde: 68.000 dæk**

Dækopbevaring og servicekunder

- Dækhotel: 43% af kunderne (4.300) → 34.400 dæk (50,6%)
- Servicekunder uden dækhotel: 57% af kunderne (5.700) → 33.600 dæk (49,4%)

Kundebehov

- Nedslidte: 5% (20%)
- Skævsidte: 5% (20%)
- Forældede: 15% (60%)
- **Samlet udskiftningsbehov: 25% af dækmassen (100%)**

	Dækhotel	Servicekunder	Total
Total antal dæk	34.400	33.600	68.000
Total beregnet dæk potentiale	8.600	8.400	17.000
Ned-, skævslidte + forældede	25%	25%	25%
XX-Bilers dækfokus: Dæk potentiale	1.720	336	2.056
Nedslidte	5%	1%	3%
Mistet dæk potentiale	-6.880	-8.064	-14.944
Total beregnet dæk potentiale – XX-Bilers dækfokus	-80%	-96%	-88%
Realiseret ift. XX-Bilers dækfokus	1.376	336	1.712
Konvertering	80%	100%	83%
Realiseret af total dæk potentiale	16%	4%	10%

Konklusion på status

1. XX-Biler har et samlet beregnet **dækpotentiale på op mod 17.000 dæk**.
2. Den aktuelle andel **udgør kun 10% af potentialet**, hvilket efterlader en meget stor uudnyttet mulighed.
3. Nuværende koncept er baseret på **manuelle processer** og **kapacitetsmæssige bindinger**.
4. Afhængighed af medarbejdere og fysisk opbevaring **hæmmer væksten**.
5. Fremtidig udvikling kræver **skalerbare løsninger** via automatisering, digitalisering og outsourcing.

Udviklingsmuligheder

Tre spor for udvikling af dækforretningen:

Spor 1 – Business-as-usual

- Strategi: Fokus på nedslidte dæk (5%) hos dækhotel-kunder, manuelle salgsprocesser.
- Potentiale: 2.056 dæk (12% af potentialet).
- Realisering: Med 80% konvertering → ca. 10% af potentialet.
- Bindinger: Begrænset kapacitet, manuelle processer afhænger af medarbejdere.
- **Perspektiv: Fastholder niveau men giver ingen reel vækst.**

Spor 2 – Sult på mere forretning

- Strategi: Inkluderer også forældede dæk (15%) + automatisering af salg og rådgivning på dækhotellet.
- Potentiale: 7.216 dæk (42% af potentialet).
- Tiltag: CRM-integration, automatiske påmindelser, standardiseret rådgivning.
- Bindinger: Opbevaring og manuelle processer begrænser fortsat.
- **Perspektiv: Muliggør vækst men ikke fuld skalering.**

Spor 3 – Full potential

- Strategi: Maksimal udnyttelse, inkl. nedslidte (5%), skævslidte (5%) og forældede (15%).
- Potentiale: 17.000 dæk (100% af potentialet).
- Tiltag: Automatisering, e-handel, outsourcing af opbevaring og logistik.
- Bindinger: Fjernes gennem outsourcing og digitalisering.
- **Perspektiv: Fuldt skalerbar model, klar til markant vækst.**

Perspektiver og anbefalinger

1. Automatisering af salget: Digitale kunderejser og proaktive systemer.
2. E-handel: Webshop med køb af dæk, ydelser og montage.
3. Outsourcing: Flytning af opbevaring, opmåling og logistik ud af egne rammer.
4. Skalerbarhed: Kombination af digitalisering og outsourcing frigør vækstopotentiale.

Samlet vurdering

XX-Biler står med et meget stort uudnyttet potentiale i dækforretningen. I dag realiseres kun ca. 10% af de mulige 17.000 dæk, primært gennem manuelle processer og med store bindinger i opbevaringskapaciteten.

En trinvis udvikling, hvor virksomheden først automatiserer salg og rådgivning og dernæst outsourcer opbevaring og logistik, kan åbne for en fuldt skalerbar forretningsmodel. På sigt kan XX-Biler dermed gå fra et begrænset dæksalg til at udnytte det fulde potentiale, styrke kundeloyaliteten og skabe en væsentlig ny indtægtskilde.

Kilder og forudsætninger

Kilderne anvendt til udarbejdelsen af dette papir er primært baseret på den fiktive og til lejligheden opfundne 'case-study' kaldet XX-Biler. Dernæst på data fra Tyretrust A/S, Dækbranchen Danmark samt MiCAR Auto E-commerces egne beregninger og antagelser.

Analysen tager udgangspunkt i oplysninger om XX-Bilers **aktive kundebase**, og det beregnede potentiale indeholder således ikke estimater, der vedrører det salgspotentiale som XX-Biler har blandt inaktive og ukendte mærke-kunder i markedsområdet.

Papiret tager udgangspunkt i et '**high-level**' fokus på at beregne salgspotentialet for dæk i XX-Bilers aktive kundebase. Altså; hvor mange dæk anvender de aktive kunder på årsbasis. Estimatet kan udsættes for kritik ved at fokusere på forskellige detaljer, men det er vores overbevisning at det ikke vil kunne ændre på at der er et stort uudnyttet salgspotentiale.

Vi har tilstræbt os på at anvende forsigtige estimater, blandt andet ved anvendelse af Tyretrust A/S estimater for nedslidte, skævslidte og forældede dæk på dækhotel.

Ansvarsfraskrivelse

Dette oplæg er udarbejdet på baggrund af tilgængelige data, interne estimater og generelle antagelser om kundebehov og markedsudvikling. Beregninger, estimater og scenarier skal betragtes som vejledende og ikke som præcise prognoser.

MiCAR forbeholder sig retten til at justere forudsætninger, beregninger og strategiske anbefalinger i takt med ændringer i kundeadfærd, markedsforhold eller virksomhedens interne kapacitet. Implementering af de foreslåede tiltag bør ske på baggrund af en konkret vurdering af økonomi, ressourcer og organisatoriske muligheder.

Dette dokument er udarbejdet til internt brug og må ikke kopieres, distribueres eller anvendes uden forudgående skriftlig tilladelse.

Udarbejdet af

MiCAR Auto E-Commerce

Smedeholm 11

2730 Herlev

www.micar.dk

Stig Andersen

stig@micar.dk

Mobil +45 5354 5159

Peter Zandbergen

peter@micar.dk

Mobil +45 5190 9971