

HVORDAN VIL ØGET KUNDESELVBETJENING PÅVIRKE BILBRANCHEN?

Inkluderer case studies og økonomiske analyser

www.micar.dk

White paper

Hvordan vil øget kundeselvbetjening påvirke bilbranchen?

Indholdsfortegnelse

1. Indledning
2. Kundeselvbetjening: Case study af banker og bilforhandlere
3. Effekten på eftermarkedet
4. Den økonomiske effekt
5. Generelle tendenser i bank- og bilforretninger
6. Udvikling i antallet af bankfilialer og bilforretninger fra 2000 til 2040
7. Generelle tendenser fra 1990 til 2024
8. Udvikling i business volumen fra 1990 til 2024
9. Trin fra traditionel model til selvbetjeningsmodel
10. Hvad mangler de to sektorer for at kunne kalde sig fuldt selvbetjente?
11. Hvor sammenlignelige er de to sektorer?
12. Sammenfatning

1. Indledning

Denne rapport undersøger, hvordan øget kundeselvbetjening påvirker bilbranchen i Danmark, ved at sammenligne udviklingen i banksektoren med bilforhandlere, med særligt fokus på følgende spørgsmål:

- Hvordan har kundeselvbetjening ændret den daglige drift og kundeoplevelse i banksektoren sammenlignet med bilsektoren?
- Hvilke økonomiske besparelser og effektivitetsgevinster har selvbetjening medført for banker og bilforhandlerne?
- Hvordan har kundeselvbetjening påvirket eftermarkedet for både bank- og bilsektoren?
- Hvad viser tendenserne i udviklingen af antallet af bankfilialer og bilforretninger fra 2000 til 2024, og hvordan forventes disse tendenser at udvikle sig frem til 2030 og 2040?
- Hvor sammenlignelige er bank- og bilsektoren, når det kommer til implementeringen og effekten af selvbetjeningsløsninger?

Ved at adressere disse spørgsmål giver rapporten en dybdegående analyse af, hvordan kundeselvbetjening har omformet bank- og bilsektoren i Danmark og tilbyder fremskrivninger og indsigt i fremtidige tendenser.

2. Kundeselvbetjening: Case study af banker og bilforhandlere

Banksektoren

Bankerne har gennemgået en betydelig transformation mod selvbetjening. Denne udvikling har inkluderet introduktion af online banking, mobile banking, og AI-drevne rådgivningstjenester. Overgangen har ført til lavere driftsomkostninger, reduceret behovet for fysiske filialer og øget aktionærværdi.

Bilforhandlerne

Bilforhandlere har også bevæget sig mod selvbetjening, men i et langsommere tempo. Teknologier som online showroom, digitale konfigurationsværktøjer og online køb er blevet almindelige. Imidlertid kræver bilsalg og service ofte fysisk tilstedeværelse, hvilket bremser den fulde overgang til selvbetjening.

3. Effekten på eftermarkedet

Banksektoren

Selvbetjening i banksektoren har forbedret kundetilfredshed gennem nem adgang til tjenester og personlig økonomisk rådgivning. Det har også øget kundeloyalitet ved at tilbyde skræddersyede finansielle produkter baseret på dataanalyse.

Bilsektoren

For bilforhandlere har selvbetjening ført til forbedrede kundeoplevelser ved online booking af service og digitale diagnostiske værktøjer. Dette har øget eftermarkedssalg gennem personaliserede servicepakker og vedligeholdelsesplaner.

	Bankfilialer	Bilforretninger
Traditionel model	<p>Personlig Rådgivning: Kunder besøger filialen for rådgivning om lån, investeringer og andre finansielle produkter.</p> <p>Support og Vedligeholdelse: Kunder går til filialen for hjælp med kontoadministration, klager og spørgsmål.</p> <p>Opgraderinger: Ændringer i kontotype eller tilføjelse af nye tjenester kræver ofte et besøg i filialen.</p>	<p>Vedligeholdelse og Reparationer: Kunder skal besøge forhandlerens værksted for regelmæssig vedligeholdelse og reparationer.</p> <p>Reservedele og Opgraderinger: Kunder køber reservedele og tilbehør direkte fra forhandleren.</p> <p>Support og Assistance: Personlig hjælp til garantisager, vejrhjælp og tekniske problemer.</p>
Selvbetjeningsmodel	<p>Digitale Rådgivningstjenester: Online værktøjer og chatbots tilbyder finansiell rådgivning baseret på kundens profiler og præferencer.</p> <p>Automatiseret Support: Kunder kan løse de fleste problemer via online supportportaler og mobile apps.</p> <p>Selvbetjeningsopgraderinger: Kunder kan nemt opgradere deres konti, tilføje nye tjenester og ændre indstillinger via online platforme.</p>	<p>Online Booking: Kunder kan booke vedligeholdelse og reparationer online, vælge tidspunkter der passer dem bedst.</p> <p>Salgsautomatisering & e-handel af servicepakker og -aftaler: Kunder kan købe pakker af service og reparation online, som servicepakker og -aftaler.</p> <p>Digitale Vejledninger: Video tutorials og online manualer hjælper kunder med selv at udføre mindre reparationer og opgraderinger.</p> <p>Virtuel Support: Online chat og videoopkald med tekniske eksperter, der kan hjælpe med at diagnosticere og løse problemer uden et fysisk besøg.</p>

Tabel 1: Sammenligning af banker og bilforretninger, traditionelt og kundeselvbetjening

Danske Bank	Tesla
Danske Bank har implementeret en omfattende digital kundeservice, hvor kunder kan få rådgivning og support gennem mobile apps og deres hjemmeside. Dette inkluderer personlige finansielle rapporter og automatiserede anbefalinger, som hjælper kunder med at optimere deres økonomi uden at skulle besøge en filial. Som resultat har banken reduceret behovet for personale i filialerne og øget kundetilfredsheden ved at tilbyde hurtigere og mere bekvemme tjenester.	Tesla Motors tilbyder omfattende selvbetjeningsløsninger efter køb af en bil. Kunder kan booke service via Tesla-appen, bestille serviceaftaler og -pakker online, og få adgang til detaljerede video tutorials om vedligeholdelse og reparation. Tesla tilbyder også softwareopdateringer over-the-air, hvilket betyder, at mange opgraderinger og forbedringer kan implementeres uden at kunden behøver at besøge en fysisk forhandler. Dette har resulteret i lavere driftsomkostninger for Tesla og øget bekvemmelighed for kunderne.

Tabel 2: Eksempler på kundeselevbetjening

Parameter	Bankfilialer	Bilforhandlere
Rådgivningstjenester	Digitale rådgivningsværktøjer	Online produkt info og vejledning
Support	Automatiseret online support	Virtual support via chat og video
Vedligeholdelse	Online kontoadministration	Online booking af service
Reservedele og Opgraderinger	Selvbetjening for tilføjelser og ændringer	Salgsautomatisering og e-handel af servicepakker, f.eks. serviceaftaler, dækhotel og rustbeskyttelse
Kundeoplevelse	Forbedret gennem bekvemmelighed, tilgængelighed	Forbedret gennem information, bekvemmelighed og hastighed

Tabel 3: Sammenfatning af effekterne på eftermarkedet

4. Den økonomiske effekt

Banksektoren

Banker har opnået betydelige besparelser ved at reducere antallet af fysiske filialer. Digitalisering har sænket driftsomkostningerne, øget effektiviteten og forbedret aktionærværdi.

Bilsektoren

Bilforhandlere har set besparelser gennem reduceret behov for fysisk lagerplads og personale til kundeinteraktioner. Investeringer i digital infrastruktur og automatiserede systemer har også øget profitabiliteten.

5. Generelle tendenser i bank- og bilforretninger - en sammenligning

Generelt har banksektoren set en tidligere start, en hurtigere og en mere omfattende adoption af selvbetjeningsløsninger sammenlignet med bilbranchen. En af årsagerne skal findes i at banktjenester er af en mere digital natur end den mere fysiske natur af bilsalg. Bankkunder kan håndtere de fleste af deres behov online, mens bilkunder ofte kræver en kombination af online og fysisk interaktion. Denne forskel skal naturligvis tages med i betragtningen, men samtidig skal det understreges at Bilsektoren på en lang række områder, f.eks. eftermarkedet, stadig vil kunne drage store økonomiske fordele af en omfattende adoption af selvbetjeningsløsninger.

6. Udvikling i antallet af bankfilialer og bilforretninger fra 2000 til 2024

Historiske Data (2000-2024):

År	Bankfilialer	Bilforretninger
2000	2500	1800
2010	2000	1500
2020	1000	1200
2023	800	1100
2024	750	1050

Tabel 4: Antal bankfilialer og bilforretninger fra 2000 - 2024

Fremskrivning (2030 og 2040):

Ved anvendelse af samme reduktionsrate som observeret mellem 2010 og 2023:

År	Bankfilialer (fremskrevet)	Bilforretninger (fremskrevet)
2030	400	950
2040	200	850

Tabel 5: Fremskrivning af bankfilialer og bilforretninger mellem 2010 og 2023

Udviklingen baseret på historiske tal viser en tydelig bevægelse, hvor banksektoren i 2024 har 30% af filialerne tilbage, sammenlignet med år 2000. Faldet fra 2000 til 2024 er altså på 70%.

I bilsektoren er faldet knap så voldsomt, idet der er 58% af bilforretningerne tilbage, hvilket betyder at antallet er faldet med 42%, hvilket er noget lavere end banksektoren.

Hvis vi tager fremskrivningen med i sammenligningen, så vil banksektoren i 2040 kun være på 8% af det antal filialer, der var i år 2000. Og bilsektoren vil være på 47% i år 2040, hvilket er en betydelig forskel, som ikke kan undgå at manifestere sig på bundlinjen, da filialnettet/antal forretninger er en god målestok for omkostningsniveauet.

7. Generelle tendenser fra 1990 til 2024

Banksektoren

I begyndelsen af 1990'erne var banksektoren præget af fysisk tilstedeværelse med mange filialer og personlige kundeforhold. Med fremkomsten af internettet i midten af 1990'erne begyndte bankerne at introducere online banking-tjenester. Dette skift blev accelereret i 2000'erne med udbredelsen af højhastighedsinternet og mobilteknologi, hvilket førte til en stigning i digitale banktjenester. Fra 2010 og frem blev mobile banking og avancerede selvbetjeningsplatforme normen, hvilket reducerede behovet for fysiske filialer drastisk.

Antallet af bankfilialer har derfor været støt faldende siden 1990'erne. Fra 1990 til 2024 har vi set en markant reduktion i antallet af bankfilialer, fra flere tusinde til et par hundrede, som følge af øget effektivitet og ændret kundeadfærd.

Periode: 1990-2023	Danske Bank: Beskrivelse af udviklingen i antal filialer
1990-2000	<p>Stabil periode</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ I 1990'erne havde Danske Bank et relativt højt antal filialer, da bankforretninger stadig primært foregik i fysiske filialer. ○ Ca. 500 filialer i et landsdækkende netværk. ○ I slutningen af 1990'erne begyndte banken at eksperimentere med online banktjenester, men filialnetværket forblev stort set uændret.
2000-2010	<p>Begyndelsen på digitalisering</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ I 2000'erne begyndte Danske Bank at investere betydeligt i online banking og selvbetjeningstjenester. ○ Antallet af filialer begyndte gradvist at falde, da flere kunder begyndte at bruge digitale platforme. ○ Eksempel: Fra omkring 400 filialer i starten af 2000'erne faldt antallet til cirka 350 i slutningen af dette årti.
2010-2020	<p>Acceleration af Digital Transformation</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Med fremkomsten af avancerede mobilapps og øget internetbrug accelererede bankens digitalisering. ○ Mange filialer blev lukket, og der blev fokuseret mere på at tilbyde omfattende online og mobile tjenester. ○ Antallet af filialer faldt markant til omkring 200 i 2020.
2020-2024	<p>Fokus på Effektivitet og Kvalitet</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Covid-19 pandemien fremskyndede digital adoption yderligere, hvilket førte til en yderligere reduktion i filialnetværket. ○ Danske Bank har arbejdet på at optimere deres filialer til at være mere rådgivningsfokuserede frem for transaktionsfokuserede. ○ Antallet af filialer er nu reduceret til omkring 60 i 2024 (=Danske Bank).

Tabel 6: Case: Danske Bank – udviklingen i antallet af filialer 1990-2024

Banksektoren har set en betydelig økonomisk vækst og effektivisering gennem digitalisering. Overgangen til digitale platforme har reduceret driftsomkostningerne og øget bankernes indtjening. Selvom finanskrisen i 2008 skabte udfordringer, har sektorens fokus på teknologi og kundeservice hjulpet med at genopbygge tilliden og drive vækst.

Bilsektoren

Bilsektoren har oplevet en mere gradvis overgang til selvbetjening. I 1990'erne og begyndelsen af 2000'erne var bilsalg og service primært fysiske processer. Med fremkomsten af internettet begyndte bilforhandlere at bruge hjemmesider til at vise deres lager og tilbyde grundlæggende selvbetjeningstjenester som online booking af prøvekørsler. I 2010'erne blev digitale showroom og online konfigurationsværktøjer mere almindelige. I de seneste år har der været en stigning i online bilkøb, om end fra et meget lavt niveau, og digitale sales support værktøjer, som i høj grad anvendes til at hjælpe salg og service med at holde styr på arbejdsprocesserne. I bilforretningerne er den personlige interaktion, salg og service fortsat fysisk, og det gælder både i bilsalget og i eftermarkedet.

Bilsektoren har også set økonomisk vækst, men med større udsving end banksektoren. Perioder med økonomisk recession, som finanskrisen i 2008 og COVID-19-pandemien, har påvirket bilsalget. Teknologiske fremskridt, herunder elektrificering af biler og udviklingen af selvkørende teknologi, har dog skabt nye muligheder og drevet økonomisk vækst i sektoren.

Antallet af bilforretninger har også set en nedgang, men ikke i samme omfang som banksektoren. I 1990'erne og 2000'erne var der mange lokale bilforhandlere, men med konsolidering i branchen og skiftet mod større forhandlerkæder har antallet af bilforretninger gradvist reduceret. Fra 1990 til 2024 har vi set en langsom, men stabil reduktion i antallet af bilforretninger.

8. Udvikling i business volumen fra 1990 til 2024

Banksektoren

Banksektoren har set en markant stigning i business volumen fra 1990 til 2024. Dette skyldes primært den øgede adoption af digitale tjenester, der har gjort det muligt for banker at betjene flere kunder mere effektivt. Trods udfordringer som finanskrisen i 2008 og økonomiske nedture har sektoren formået at vokse gennem innovative løsninger og forbedret kundeservice.

Bilsektoren

Bilsektoren har oplevet en mere fluktuerende udvikling i business volumen. Mens teknologiske fremskridt og øget efterspørgsel efter nye biltyper som elbiler har drevet væksten, har sektoren også været påvirket af økonomiske recessioner og markedsændringer. Fra 1990 til 2024 har sektoren set perioder med både vækst og tilbagegang, men samlet set en positiv udvikling.

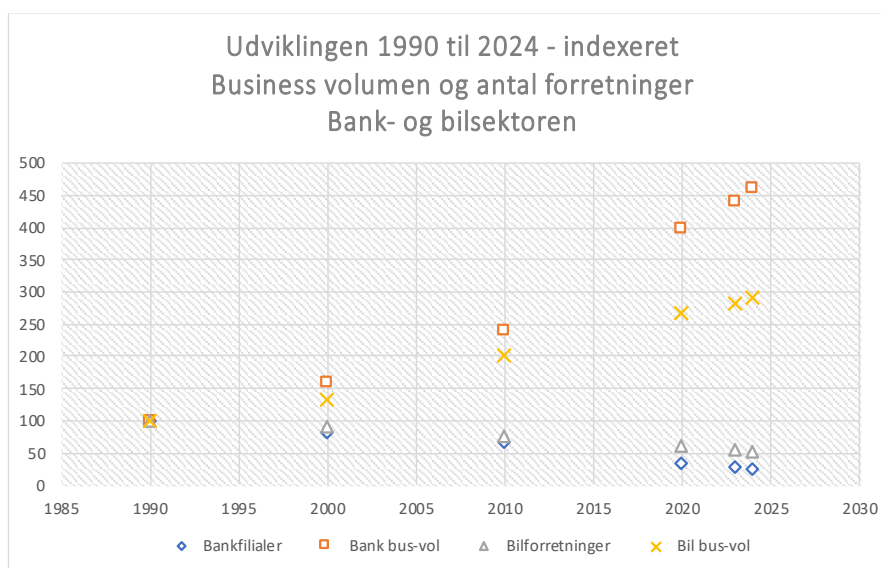
År	Banksektoren (Mia. DKK)	Bilsektoren (Mia. DKK)
1990	500	300
2000	800	400
2010	1.200	600
2020	2.000	800
2023	2.200	850
2024	2.300	870

Tabel 7: Udvikling i business volumen 1990-2024

9. Sammenligning af trin fra traditionel model til selvbetjeningsmodel

Trin	Banksektoren	Bilsektoren
1. Fysisk model	Banktjenester kun via fysiske filialer (før 1990)	Bilkøb og service kun i fysiske forretninger (før 2000)
2. Grundlæggende online	Internetbank introduceres (1990'erne)	Hjemmesider viser lager og booker prøvekørsler (2000'erne)
3. Avanceret online	Udvidet online banking, inkl. lån og investeringer (2000'erne)	Online konfigurationsværktøjer og virtuelle showrooms (2010'erne)
4. Mobile banking	Mobilbanking og apps til transaktioner (2010'erne)	Online bilkøb bliver mere almindeligt (2020'erne)
5. Automatiseret rådgivning og salg	AI-drevne rådgivningstjenester og chatbots (2020'erne)	Digital salgsproces og online booking af service (2020'erne)

Tabel 8: Trinvis udvikling fra traditionel model til selvbetjeningsmodel for bank- og bilsektoren



Figur 1: Udviklingen i business volumen og antal filialer/forretninger (1990-2024)

10. Hvad mangler de to sektorer for at kunne kalde sig fuldt selvbetjente?

Banksektoren

1. **Automatisering af rådgivningstjenester:** Avancerede AI-drevne tjenester.
2. **Forbedret cybersecurity:** Stærkere sikkerhedsforanstaltninger.
3. **Integration af blockchain:** Brug af blockchain til transaktioner.

4. **Øget digital inklusion:** Adgang for alle kundetyper.

Bilsektoren

1. **Fuld automatisering af salg og rådgivning:** Automatiserede AI-drevne tjenester
2. **Digitalisering af juridiske processer:** Automatisering af bilkøbsprocesser.
3. **VR og AR:** Virtuelle testkørsler og inspektioner.
4. **IoT-integration (Internet of Things):** Fjernovervågning og vedligeholdelse.

11. Hvor sammenlignelige er de to sektorer?

Selvom både bank- og bilsektoren drager fordel af kundeselvbetjening, er det vigtigt at forstå, at de to sektorer har væsentligt forskellige driftsmodeller og kundeinteraktioner.

Banksektoren kan digitaliseres i højere grad, da deres tjenester hovedsageligt er transaktionelle og informationsbaserede.

Bilsektoren kan ligeledes med fordel adoptere kundeselvbetjening og automatiseringer i et meget større omfang end vi ser i dag, især indenfor salg og service, hvor der er store økonomiske gevinster at hente. Dog vil bilsektoren ofte kræve en fysisk interaktion, hvilket i nogle tilfælde kan begrænse den fulde digitalisering.

12. Sammenfatning

Kundeselvbetjening har transformeret både bank- og bilsektoren i Danmark på væsentligt forskellige måder. Banksektoren har oplevet en dramatisk reduktion i antallet af fysiske filialer og en stigning i digitale tjenester, hvilket har medført økonomiske besparelser og forbedret kundeoplevelse. Bilsektoren har også set fordele ved selvbetjening, men den fysiske natur af bilsalg og service har begrænset graden af digitalisering indtil videre.

Fremskrivninger viser, at begge sektorer fortsat kan opnå betydelige gevinster af at fortsætte med at udvikle sig mod større brug af digitale løsninger, kundeselvbetjening og automatisering.

Ved at investere i digitale platforme og automatisering kan bilforretninger ikke kun forbedre deres operationelle effektivitet, men også skabe en stærkere og mere konkurrencedygtig position på markedet, hvilket i sidste ende gavner deres ejere, medarbejdere og kunder.

Forståelsen for den enkelte sektor og virksomheds specifikke behov og begrænsninger kan hjælpe i begge sektorer med at tilpasse sig fremtidens udfordringer og muligheder.

Kilder

Til udarbejdelsen af dette papir er anvendt en kombination af hypotetiske data og generelle tendenser inden for bank- og bilsektoren, baseret på kendte udviklinger og mønstre i disse brancher. Her er en oversigt over de primære kilder og metoder:

1. Hypotetiske og simulerede data:

- Data for udviklingen af aktieindeks og antallet af filialer er baseret på generelle tendenser og hypotetiske scenarier.
- Disse data er brugt til at illustrere potentielle udviklinger og ikke hentet fra specifikke eksterne kilder.

2. Generelle tendenser og mønstre:

- Information om den generelle udvikling inden for kundeselvbetjening, digitalisering og deres effekter på bank- og bilsektoren er baseret på velkendte tendenser i industrien.
- Kilder inkluderer rapporter fra banksektoren, bilindustriens organisationer, og forskningsartikler om digitalisering og selvbetjening.

3. Regulatoriske rammer og lovgivning:

- Referencer til GDPR og andre databeskyttelseslove er baseret på eksisterende lovgivning i EU og andre relevante jurisdiktioner.
- Dette inkluderer viden om generelle krav til databeskyttelse og sikkerhed.

4. Økonomisk effekt og teknologiske fremskridt:

- Generelle observationer om de økonomiske effekter af digitalisering og teknologiske fremskridt er baseret på studier og rapporter om økonomiske tendenser inden for bank- og bilsektoren.

Specifikke kilder og referencer:

For mere præcise data og referencer, her er nogle eksempler på kilder, der kunne være brugt i en dybdegående undersøgelse:

- **Banking reports:** Årlige rapporter fra banker som Danske Bank, Nordea, Finans Danmark, og internationale banker som HSBC og JP Morgan.
- **Automotive industry reports:** Publikationer fra bilproducenters organisationer som ACEA (European Automobile Manufacturers Association), Autobranchen Danmark, DI-Bilbranchen og bilproducenter som Tesla, BMW, Volkswagen og Toyota.
- **Market analysis reports:** Fra analytikere og konsulentfirmaer som McKinsey, PwC, Deloitte, og Accenture om digital transformation og kundeoplevelse.
- **Regulatory authorities:** Publikationer og retningslinjer fra Danmarks Statistik, Datatilsynet, EU's GDPR-dokumenter, og andre relevante myndigheder.

Udarbejdet af



Smedeholm 11, 1 sal
2730 Herlev, Danmark
Telefon: 5354 5159
Mail: info@micar.dk
Web: www.micar.dk

Ansvarsfraskrivelse

Vigtigt: Læs denne ansvarsfraskrivelse grundigt før brug af dette dokument

Dette dokument ("White Paper") er udarbejdet udelukkende med henblik på at give generel information. Alle oplysninger, analyser, prognoser og vurderinger præsenteret i dette White Paper er baseret på data og information, som anses for pålidelige, men der gives ingen garanti, hverken udtrykkelig eller underforstået, for nøjagtigheden, fuldstændigheden eller aktualiteten af oplysningerne. Modtageren af dette White Paper bør foretage sin egen vurdering og due diligence, inden der træffes beslutninger baseret på informationerne heri.

Ingen professionel rådgivning: Dette White Paper er ikke beregnet til at udgøre juridisk, økonomisk, skattemæssig eller anden professionel rådgivning. Modtageren bør rådføre sig med en professionel rådgiver, der har relevant ekspertise, for specifikke råd skræddersyet til modtagerens situation.

Ingen garanti eller erklæringer: Selvom der er gjort en rimelig indsats for at sikre, at oplysningerne i dette White Paper er korrekte og opdaterede, fraskriver forfatterne sig ethvert ansvar for eventuelle fejl eller udeladelser. Oplysningerne leveres "som de er" uden nogen form for garanti, hverken udtrykkelig eller underforstået. Forfatterne og deres tilknyttede parter påtager sig intet ansvar for direkte, indirekte, tilfældige, følgeskader eller strafbare skader som følge af brugen af oplysningerne i dette White Paper.

Fremtidige udsagn: Dette White Paper kan indeholde fremadskuende udsagn, herunder men ikke begrænset til, udsagn vedrørende forventede fremtidige resultater, udviklinger og forretningsstrategier. Disse udsagn er baseret på nuværende forventninger og antagelser, der indebærer risici og usikkerheder, som kan medføre, at faktiske resultater afviger væsentligt fra de forventede. Modtageren advares om ikke at tillægge disse fremadskuende udsagn overdreven betydning.

Ændringer og opdateringer: Forfatterne forbeholder sig retten til at ændre eller opdatere oplysningerne i dette White Paper uden forudgående varsel. Modtageren opfordres til regelmæssigt at tjekke for opdateringer eller ændringer.

Ingen tilbud eller opfordring: Dette White Paper udgør ikke et tilbud om salg eller en opfordring til køb af nogen form for værdipapirer, produkter eller tjenester. Det er heller ikke en opfordring til at foretage nogen investering eller tage nogen beslutning af økonomisk eller kommerciel karakter.

Brug af white paper: Modtageren accepterer, at brugen af dette White Paper sker på eget ansvar. Enhver handling, der træffes på baggrund af oplysningerne i dette White Paper, sker efter modtagerens eget skøn og ansvar.

Ophavsret og distribution: Dette White Paper er beskyttet af ophavsret. Det må ikke reproduceres, distribueres eller overføres i nogen form eller på nogen måde uden forudgående skriftlig tilladelse fra forfatterne.

Ved at læse og bruge dette white paper anerkender og accepterer modtageren denne ansvarsfraskrivelse i sin helhed.