automotive news
Kiadta a Smarter Média Kommunikációs Ügynökség (https://news.smartermedia.hu)

Újabb területen bizonyult abszolút elsőnek a Lexus

A raktárkészletek minél hatékonyabb értékesítését mesterséges intelligencia és felülmúlhatatlanul részletes adatok segítségével mérő Cloud Theory elemzésében a Lexus végzett az első helyen.

Az autóipar és -kereskedelem kétségtelenül történelmi mélyponton áll világszerte: az elmúlt évek egymást súlyosbító nehézségei – a globális koronavírus-járvány, a beszállítói hálózatból átgyűrűző problémák és a gazdasági válság – következtében a keresleti és a kínálati oldalon egyaránt problémákkal kell hogy szembenézzenek az iparági szereplők.

Egyrészt az elvártnál kevesebb autót tudnak gyártani, ami a szállítási határidők soha nem tapasztalt mértékű és spektrumú növekedését okozta. Másfelől bizonyos régiókban érezhetően megcsappant a vásárlási kedv – a két, egymásnak látszólag ellentmondó trend együtt azt eredményezi, hogy az autógyártóknak minden eddiginél körültekintőbben kell elosztaniuk a piacokon a korlátozottan rendelkezésre álló termékeiket. Ezt nevezzük készlethatékonyságnak, és ennek a képességeknek a megléte vagy hiánya most különösen nagy mértékben befolyásolja az autógyártók piaci teljesítményét.

Ennek a készlethatékonyságnak a mérésére, illetve előrejelzésére fejlesztette ki mesterséges intelligenciát alkalmazó termékét a technológiai fókuszú marketinggel foglalkozó Advance Local Automotive szervezet. Az idei év elején útjára indított Cloud Theory szolgáltatással máris felmérték, hogy melyik márka milyen hatékonysággal képes úgy alakítani marketing- és logisztikai tevékenységeit, hogy a lehető legkedvezőbb ráfordítással, a legnagyobb arányban tudja értékesíteni rendelkezésre álló készleteit.

A valós idejű elemzéseken alapuló, minden típust és minden szóba jöhető piacot lefedő készlethatékonysági index 100-as pontszámmal értékeli azokat a márkákat, amelyek átlagosan teljesítenek. Amelyek ennél alacsonyabb eredményt értek el, a kereslet fejlesztésével javíthatják árukészletük eladásait, míg a 100-nál magasabb pontszám arra utal, hogy az adott autógyártó esetében a kereslet nem csak meghaladja a kínálatot, de a vállalat a lehető legkedvezőbb költségráfordítással képes kezelni az ezzel járó kihívásokat – azaz azokra a piacokra juttatni minél több járművet, ahol a legnagyobb azok iránt a kereslet.

A Lexus ezen a téren a legjobbnak bizonyult a Cloud Theory debütáló felmérésén: a 2023 első két hónapjában mért adatok tanúsága szerint Észak-Amerikában a prémium japán márka indította a leghatékonyabban az évet. Az ügyfelek számára ez csekélyebb extra költségeket, azaz jobb árakat, valamint rövidebb várakozási időket jelent.

Az alábbi táblázat csak a legalább átlagos teljesítményt (100 pont vagy magasabb) elért márkákat tartalmazza. Az itt szereplő autógyártók csekély száma arra enged következtetni,

hogy a piaci szereplők többségének a keresletet meghaladó készletei vannak, azaz gyártásai kapacitásaikat nem tudják maximálisan kiaknázni.

Márka	Készlethatékonysági index
Kia	(155,6)
Lexus	(154,4)
Toyota	(145,4)
Land Rover	(142,1)
Honda	(140,2)
Subaru	(126,1)
BMW	(123,8)
Hyundai	(115,3)
Nissan	(110,0)
Chevrolet	(103,5)
Volkswagen	(100,0)

Fotók: *Lexus, Automotive News*

Forrás:
https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/ujabb-teruleten-bizonyult-abszolut-elsonek-lexus