



טרנספורמציה דיגיטלית של תהליך קניית רכב פרטי באופן מקוון בתנאי מגיפה

מנחה: גדי פרנקל

סטודנטים מגישים: יערה אלייה, אביב קליין, סהר מנשקו

מתודולוגיה

חקר מצב קיים



- מעבר וסקירה של השירותים המוצעים היום ע"י חברות יבואניות הרכבים.
- בניית תמונה של המצב הקיים היום של תהליך קניית רכב.

איסוף נתונים



- ניסוח השערות מחקר • ניסוח שאלון והפצה בקרב מדגם

ניתוח נתונים וממצאים



- מיפוי הנתונים בתוכנת POWER BI
- ביצוע מבחנים סטטיסטיים בתוכנת R

מסקנות



- הבנה האם קיים ביקוש מצד החברות המוכרות כלי רכב לבניית פלטפורמה דיגיטלית לרכישת רכבים.
- מה משפיע על אפיון ובניית הממשק הדיגיטלי.

ממצאים

- בבדיקת השערות המחקר, ע"י שימוש בתוכנת R, דחינו את ההשערה הראשונה והמרכזית שניסחנו, מהי מידת הנכונות לרכישת רכב בפלטפורמה דיגיטלית.
- החלטנו להמשיך לבחון את ההשערות הנוספות אך ורק על קבוצת המדגם שענתה כי רמת הנכונות היא מעל החציון. בבדיקת ההשערות הנ"ל דחינו חמש מתוך שש השערות מחקר שניסחנו.

דיון ומסקנות

אומנם לא קיימים קשרים בין הפרמטרים השונים שבחנו על מנת לאפיין ממשק דיגיטלי למכירת רכבים חדשים, אך נראה כי אכן יידרש פיתוח (כולל סקר תיכון) של הממשק ליישום פלטפורמה דיגיטלית לקניית רכב חדש

רקע

בעקבות המגבלות שהוטלו על הציבור ובהן הגבלות שמירת המרחק והריחוק החברתי זיהינו את תהליך רכישת הרכב כתהליך קריטי שנדרש לספק לו מענה הולם שיבטיח את זכות הקיום של תהליך רכישת הרכב גם בתנאי מגיפה ותחת הגבלות קפדניות.

בעיה במצב הקיים

בתקופת מגיפה הבעיה העיקרית שלקוחות נתקלים בה היא הצורך לבצע רכישות אונליין. בעולם קניית הרכבים הבעיה הגדולה היא בהגעה לסניף לביצוע נסיעות מבחן ובחירת הרכב באופן מוחשי. לצורך התמודדות עם הבעיה נדרש מנותני השירות והארגונים המוכרים שירותים שונים לבנות פלטפורמה דיגיטלית שתענה על כלל הצרכים, הן של הלקוח והן של הארגון.

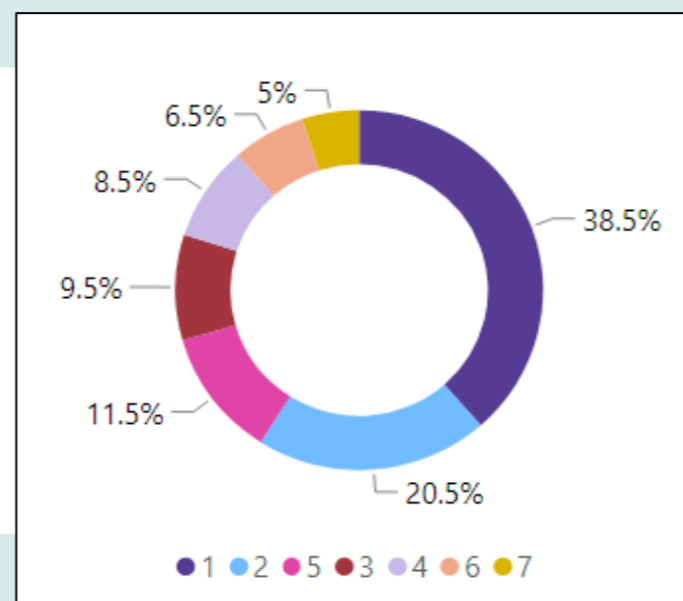
מטרתו העיקרית של הפרויקט היא לבחון התכנות לבניית פלטפורמה

דיגיטלית בתחום רכישת הרכב.

תיאור וניתוח הנתונים

- מתוך 202 המענים לסקר 200 נמצאו תקינים.
- הגיל הממוצע של אוכלוסיית הסקר הוא כ-44 שנים.
- כ-75% מהמשיבים שכירים אשר בבעלות כ-86% מהם רכב פרטי.
- לכ-72% מאוכלוסיית הסקר רמת הביטחון האישי בביצוע עסקה באמצעים דיגיטליים בסכום שמעל ל-75,000 ₪ היא נמוכה מהחציון בסולם ליקארט עם 7 רמות.
- התמריץ העיקרי שסוכנויות הרכב יכולות להציע לקונה הפוטנציאלי באמצעות פלטפורמה דיגיטלית היא הנחה משמעותית במחיר

מידת נכונות לרכישת רכב חדש בפלטפורמה דיגיטלית



מידת ביטחון בביצוע רכישה דיגיטלית בסכום מעל 75,000 ₪

