

北米における中・大型商用車アフターマーケット部品オンライン販売の成長機会

【概要】

本調査では、北米における中・大型商用車アフターマーケット部品オンライン販売の成長機会について分析しています。具体的には、潜在的なトレンドとその影響、規制概況、販売予測、オンライン販売流通/ビジネスモデル、オンラインカスタマージャーニーと顧客行動の決定要因、競合他社のマッピングなどが含まれています。調査対象地域は北米、調査対象期間は2021年から2028年までです。

【内容一覧】

戦略的重点

成長機会分析：商用車のアフターマーケット部品オンライン販売

- ・市場概況
- ・調査手法/仮定
- ・セグメンテーション
- ・重要ポイント
- ・主な成長指標
- ・成長促進要因
- ・成長阻害要因
- ・競争環境
- ・チャネル参入者タイプの定義

商用車のアフターマーケット部品オンライン販売：概況

- ・市場構造
- ・潜在的なトレンド
- ・潜在的なトレンドの影響
- ・米国の規制
- ・カナダの規制
- ・販売予測
- ・地域別販売予測
- ・参入者タイプ別販売予測
- ・製品別販売予測
- ・現在のシナリオと将来の展望

商用車のアフターマーケット部品オンライン販売：流通/ビジネスモデルと顧客の購買行動

- ・流通モデル：専門店のオンライン販売

- ・流通モデル：量販店のオンライン販売
- ・流通モデル：サプライヤーのオンラインストア
- ・流通モデル：OEM 直営（OEM オンラインチャンネル）
- ・流通モデル：ディーラーのオンラインストア（OEM オンラインチャンネル）
- ・参入者タイプ別の収益モデル
- ・参入者タイプ別のビジネスモデル
- ・オンラインカスタマージャーニーにおける参入者タイプ別の活動
- ・オンラインカスタマージャーニー
- ・顧客行動の決定要因
- ・主要顧客セグメントの部品購入パターン
- ・顧客セグメント別製品への期待およびオンライン販売戦略

商用車のアフターマーケット部品オンライン販売：競合ベンチマーク

- ・競合他社のマッピング
- ・競合情勢
- ・参入者タイプ別の市場機会
- ・OEM の部品オンライン販売ルートから市場へのアプローチ
- ・ケーススタディ 1：Amazon
- ・ケーススタディ 2：Canadian Tire
- ・ケーススタディ 3：FinditParts
- ・ケーススタディ 4：FleetPride
- ・ケーススタディ 5：Goodyear

地域分析：米国

- ・主な成長指標
- ・概況
- ・競合他社のマッピング
- ・販売予測
- ・参入者タイプ別販売
- ・部品別販売
- ・顧客構成

地域分析：カナダ

- ・主な成長指標
- ・概況
- ・競合他社のマッピング
- ・販売予測
- ・参入者タイプ別販売
- ・部品別販売
- ・顧客構成

成長機会のまとめ

次のステップ