Electrified Vehicle

Mengembangkan Model Bisnis Baru dalam Upaya Popularisasi BEV

10 March 2020



Toyota memandang ada beberapa hal yang menjadi kunci dalam memopulerkan BEV, salah satunya adalah membangun model bisnis baru penggunaan BEV. Tentunya dengan mempertahankan sikap kooperatif, Toyota akan secara luas dan terbuka mengundang mitra untuk membangun model bisnis baru bersama tersebut.

Pada tahun 2018 sudah sekitar 1,2 juta unit BEV terjual di seluruh dunia. Lebih dari setengahnya dijual di Cina, diikuti Amerika Serikat, negara-negara Eropa dan Jepang. Semua pasar ini dibentuk berdasarkan peraturan dan kebijakan insentif BEV dari pemerintah daerah dan nasional masing-masing negara.

2b. foto 2

Hal ini membuat Toyota harus segera menyiapkan BEV yang lebih baik dibandingkan dengan kendaraan konvensional sehingga disukai dan bisa menjadi pilihan konsumen. Dengan kata lain, ada kebutuhan untuk BEV yang dapat dipopulerkan, terlepas dari langkah promosi pemerintah.

Toyota tidak akan melakukan model bisnis konvensional. Seperti hanya mengembangkan dan memproduksi BEV, memasarkan ke dealer lantas mengirimkannya kepada konsumen. Sebaliknya, akan dipikirkan suatu terobosan inovatif untuk melayani masyarakat dengan lebih baik. Toyota akan mencari mitra secara luas dan terbuka dan bersama mereka akan menciptakan model bisnis baru.

Ini adalah tinjauan umum model bisnis yang dibayangkan Toyota untuk memopulerkan BEV. Fokus utama adalah meningkatkan kekuatan produk melalui baterai yang sangat tahan lama dan berkinerja tinggi. Toyota juga akan memaksimalkan penggunaan BEV dan baterainya, mulai dari pembuatan hingga proses penanganan setelah masa pakai baterai tersebut habis.

Secara konkret, di samping penjualan, Toyota akan memperluas inisiatif penyewaan BEV dan dalam upaya untuk memaksimalkan masa pakai setiap baterai, secara sistematis akan mengumpulkan BEV yang telah digunakan oleh konsumen. Langkah lain adalah setelah memeriksa kondisi kendaraan tersebut dan mendistribusikan kembali sebagai *used car* (mobil bekas), baterainya dijadikan komponen servis atau dipakai untuk kegunaan lain selain di mobil. Selanjutnya, akan menyiapkan layanan periferal seperti pengisian ulang dan asuransi yang paling cocok untuk teknologi BEV.

Toyota ingin membuat model bisnis seperti ini bersama dengan mitra lain dari berbagai bidang. Hal-hal ini berdasarkan dari komunikasi dengan konsumen, agar bisa mengembangkan produk yang memenuhi kebutuhan mereka.

2b. foto 3

1