



MEGASTRAT

**Gør Megatrends Anvendelige til Individuelle
Prognoser for Muligheder og Strategisk Udvikling**

**Tesla Inc.: Elektrificering af bilmarkedet
med Blue Ocean Strategy**



Finansieret af Den Europæiske Union. De synspunkter og holdninger, der kommer til udtryk, er imidlertid kun forfatterens/forfatterens egne og afspejler ikke nødvendigvis Den Europæiske Unions eller Det Europæiske Forvaltningsorgan for Uddannelse og Kultur (EACEA). Hverken EU eller EACEA kan holdes ansvarlige for dem.



Copyright

© Copyright 2024 The MegaStrat Consortium

Bestående af:

- BWCON GMBH (E10040962)
- HOCHSCHULE DER MEDIEN (HDM) (E10202533)
- EOLAS S.L. (EOLAS) (E10202533)
- SYDDANSK UNIVERSITET (SDU) (E10209170)
- GAIA (E10204201)
- GREEN Innovation Group A/S (E10082413)

Dette dokument må ikke kopieres, reproduceres eller ændres, hverken helt eller delvist, til noget formål uden skriftlig tilladelse fra MegaStrat Consortium. Derudover skal der tydeligt henvises til dokumentets forfattere og alle relevante dele af meddelelsen om ophavsret.

Ændringer i dette dokument kan forekomme uden varsel.

Klassifikation af dokumentet

Titel	Tesla Inc.: Elektrificering af bilmarkedet med Blue Ocean Strategy
Type	Casestudie
Output	
Partnere	MegaStrat Consortium
Forfattere	Begoña Benito
Formidlingsniveau	offentlig

Versionsstyring

Version	Beskrivelse	Navn	Dato
1.0	Oprindelig version	Begoña Benito	08.05.2024
1.1	Oversatte version (Dansk)	Jonas Toftgaard	12.08.2024



Tesla Inc.: Elektrificering af bilmarkedet med Blue Ocean Strategy

ONELINER om casestudiet

En analyse af, hvordan Tesla anvendte Blue Ocean Strategy til at forstyrre bilindustrien og skabe et nyt marked for elektriske køretøjer.

Beskrivelse

Kontekst

Tesla, Inc., grundlagt i 2003 i Californien, USA, havde til formål at bevise, at elbiler kunne være bedre, hurtigere og sjovere at køre end benzinbiler. Tesla ønskede ikke kun at kommercialisere elektriske køretøjer, men også at ændre bilindustriens tilgang til fremstilling og salg af biler. Deres kerneaktiviteter omfatter køretøjsdesign, fremstilling og salg sammen med energiproduktion og lagringsprodukter.

Implementering

- **Hvorfor Blue Ocean Strategy:** Tesla brugte Blue Ocean Strategy til at adskille sig fra traditionelle bilproducenter. Strategien blev valgt for at skabe et nyt markedrum, der ville gøre den eksisterende konkurrence irrelevant, især med fokus på bæredygtighed og høj ydeevne.
- **Påvisning af behov:** Behovet for en differentieringsstrategi blev identificeret på grund af det mættede marked for forbrændingskøretøjer og det minimale fokus på elbiler som levedygtige alternativer.
- **Skridt:**
 - **Markedsgrænsesgennemskuling:** Tesla konkurrerede ikke direkte med traditionelle bilproducenter, men skabte et nyt rum, der kombinerer luksus, ydeevne og bæredygtighed.
 - **Fokus på det store billede:** Ved hjælp af Strategy Canvas identificerede og eliminerede Tesla faktorer, som bilindustrien konkurrerede på, men som var irrelevante for den moderne, miljøbevidste forbruger.
 - **Ikke-kundefokus:** Målrettede forbrugere, der ikke tidligere havde anset elektriske køretøjer for levedygtige ved at adressere almindelige indvendinger som batterirækkevidde og køretøjets ydeevne.
 - **Strategisk rækkefølge:** Sikrede, at deres biler tilbød overlegen nytteværdi, matchede prisen til købers forventninger, styrede omkostningerne gennem innovation inden for batteriteknologi og overvandt adoptionsforhindringer ved at opbygge et dedikeret opladningsnetværk.

Implementering af Blue Ocean Strategy:



MEGASTRAT

1. Rekonstruer markedsgrænser:

- **Se på tværs af alternative industrier:** Tesla kiggede ikke kun på bilindustrien, de overvejede også energisektoren og fokuserede på, hvordan biler kunne være en del af det bredere økosystem for energieffektivitet og bæredygtighed.
- **Se på tværs af købergrupper:** De var målrettet mod teknologikyndige enkeltpersoner og miljøbevidste forbrugere, og fokuserede i første omgang på velhavende købere, der havde råd til avancerede elektriske køretøjer (EV'er).

2. Fokuser på det store billede, ikke tallene:

- **Strategy Canvas og ERRC Grid:** Tesla besluttede at eliminere kompleksiteten og vedligeholdelsesproblemerne forbundet med traditionelle forbrændingsmotorer og transmissioner. De hævede niveauet for bilens ydeevne og teknologiintegration og skabte en luksusbil, der også gav en miljømæssig fordel.

3. Nå ud over eksisterende efterspørgsel:

- **Ikke-kundefokus:** De målrettede forbrugere, der aldrig havde overvejet elbiler før på grund af bekymringer om ydeevne, stil eller opladningsinfrastruktur. Tesla løste disse problemer med højtydende køretøjer og et voksende netværk af ladestationer.

4. Få den rigtige strategiske rækkefølge:

- **Købers nytteværdi:** Tesla-køretøjer tilbød nytte gennem høj ydeevne, langtrækkende kapacitet, innovativ teknologi som autopilot og et landsdækkende Supercharger-netværk.
- **Pris:** I første omgang høj, rettet mod premium-købere, men med planer om mere overkommelige modeller for at tiltrække et bredere marked over tid.
- **Omkostninger:** Investeret kraftigt i batteriteknologi og produktionseffektivitet for at styre omkostningerne på lang sigt.
- **Adoption:** Overvandt forhindringer ved at opbygge en direkte salgsmodel, omgå traditionelle forhandlere for at kontrollere kundeoplevelsen og tilbyde høj synlighed med showrooms i større bycentre.

Indvirkning

Tesla skabte med succes et nyt markedsområde i bilindustrien, hvilket fundamentalt ændrede den måde, forbrugerne tænkte på elektriske køretøjer. Deres tilgang positionerede dem ikke kun som førende inden for elbiler, men tvang også hele bilindustrien til at fremskynde udviklingen og produktionen af elbiler.

- **Ændringer og forbedringer:** Introduktion af højtydende elektriske køretøjer, der konkurrerede med luksusbenzinbiler, etableringen af et omfattende supercharger-netværk og betydelige fremskridt inden for batteriteknologi.
- **Vision for fremtiden:** Tesla fortsætter med at sænke prisen på elektriske køretøjer og sigter mod at gøre dem tilgængelige for et bredere marked. Virksomheden fokuserer også på fuld selvkørende teknologi og udvidelse af sin energiløsningsforretning.



MEGASTRAT

Fra idé til virkelighed: Universal Basisindkomst i Australien inden 2030

Ressourcer

Links

[Teslas officielle hjemmeside](#), Tesla Supercharger-netværksoplysninger

Publikationer/papirer/bøger

"Elon Musk: Tesla, SpaceX, and the Quest for a Fantastic Future" by Ashlee Vance provides insights into the strategic moves of Tesla.