

Ebbene sì: nonostante molti rivenditori lamentino il fatto che i clienti non vogliono spendere e si orientano verso la terza fascia di prodotti, quello che davvero fa la differenza è ancora il consiglio del proprio gommista. In seconda battuta, poi, la scelta del cliente ricade sui second brand di Case note. Questo è il risultato dell'ultimo sondaggio online di PneusNews.it, che dimostra che per l'automobilista italiano a fare la differenza è ancora e sempre il "metterci la faccia", ossia rivolgersi a rivenditori o aziende note e affidabili.

Nell'ultimo sondaggio, avevamo chiesto ai nostri lettori come si orienta il cliente relativamente alle fasce di prezzo dei pneumatici: se richiede un marchio di prima fascia, se vuole invece spendere il meno possibile scegliendo un prodotto budget, se si affida ai secondi marchi di case note o se, nonostante tutto, chiede consiglio al rivenditore specialista.

In base ai 264 voti espressi dai nostri lettori, il 40% circa del mercato italiano si affida al professionista, che gioca quindi il ruolo cardine nella decisione di acquisto finale. Il 13% degli automobilisti punta deciso su marchi premium, perché pretende qualità e sicurezza certe. Il 28% vuole un prodotto di una Casa nota, anche se, per spendere meno, si orienta sui second brand. Infine solo il 19% dei clienti, per esigenze economiche, acquista un pneumatico di terza fascia.

La domanda del mese si riferiva, naturalmente, al cambio gomme stagionale, che tuttavia quest'anno, soprattutto nel Sud Italia, secondo Assistopneumatici ed Enzo, ha risentito delle temperature primaverili, per cui moltissimi hanno tenuto le gomme estive e riposto in bagagliaio le catene per non incorrere in multe.

Tra i commenti, tuttavia, c'è chi afferma che il gommista, che effettivamente è colui che orienta la vendita, lo faccia sostanzialmente in base al proprio interesse e margine commerciale (Luigi) e che addirittura non utilizzi le proprie competenze tecniche per valutare e proporre prodotti di nicchia non molto conosciuti, ma di ottima qualità, preferendo la via più facile di procurarsi il prodotto a marchio noto che il cliente conosce e richiede (Claudio, agente nel Sud Italia). Tesi confermata anche da Enzo, che è convinto che oggi, vista la crisi, sia l'utente finale che il gommista vadano in cerca solo del prezzo, per cui la terza fascia la fa da padrona e la competitività sui prezzi fa la differenza per il gommista.

Insomma, secondo alcuni lettori, è spesso lo stesso gommista a non esercitare il proprio ruolo in modo professionale e ad essere ormai diventato non un artigiano, ma un commerciante puro.

© riproduzione riservata

pubblicato il 3 / 12 / 2014