

L'ultimo sondaggio di PneusNews.it chiedeva quali, tra molti fattori, sono i più importanti quando si sceglie un fornitore. Tra voci come i tempi di consegna, la disponibilità, gli incentivi all'acquisto e via dicendo, il 53% dei votanti, ben 867, ha scelto il prezzo. Questa rappresenta una scelta quantomeno discutibile, se si considera che, da anni, i gommisti accusano i consumatori di scegliere i pneumatici basandosi solo, guarda caso, sul prezzo!

Sommando i voti che hanno ricevuto il prezzo e il comparatore di prezzi online, si ottengono 609 voti, pari al 71% del totale. Numeri impressionanti che spiegano, da soli, una situazione preoccupante. La formazione è ininfluente (sono molte le case produttrici che erogano corsi, speriamo che sia stata quindi data per scontata), tutte le varie attività di marketing, le campagne, le strategie, l'allestimento del punto vendita contano poco o nulla. I tempi di consegna e la disponibilità della merce, sommando i due criteri, rappresentano l'11%, numero identico al rapporto di fiducia con l'azienda e la professionalità dell'agente (anche questi due criteri, sommati, arrivano all'11%), andando ad occupare il secondo motivo a pari merito quando si sceglie un fornitore, ma con percentuali incredibilmente più basse, tanto da poter affermare che contano davvero, e purtroppo, poco.

È normale e comprensibile che il prezzo sia al primo posto, ma non deve essere assolutamente l'unico motivo per scegliere un fornitore, soprattutto quando i gommisti si lamentano proprio di questo atteggiamento dei consumatori.

I risultati del sondaggio:

In vista degli acquisti di pneumatici invernali... QUALI SONO I CRITERI CON CUI SCEGLI I FORNITORI?

Prezzo - 53% (457 voti)

Tempi di consegna - 7% (61 voti)

Condizioni di pagamento - 1% (8 voti)

Disponibilità merce - 4% (38 voti)

Ampiezza gamma - 0% (4 voti)

Marchi-prodotti specifici - 1% (13 voti)

Comparatore prezzi online - 18% (152 voti)

Rapporto storico di fiducia - 4% (36 voti)

Incentivi all'acquisto (omaggi, viaggi,...) - 0% (2 voti)

Materiale per il punto vendita - 0% (3 voti)

Campagne promozionali al cliente - 1% (5 voti)

Strategie marketing del brand - 1% (11 voti)

Programmi di fidelizzazione - 1% (7 voti)

Professionalità dell'agente - 7% (57 voti)

Formazione - 0% (4 voti)

Facilità di comunicazione - 0% (2 voti)

Risoluzione dei problemi - 1% (7 voti)

Totale voti 867

© riproduzione riservata
pubblicato il 22 / 07 / 2015