

J.D. Power Asia Pacific ha pubblicato lo studio annuale sulla soddisfazione degli automobilisti giapponesi sui pneumatici invernali e Michelin è risultato il marchio preferito.

Il sondaggio, che si svolge da 10 anni, ha misurato la soddisfazione dei consumatori esaminando sei fattori (in ordine di importanza): prestazioni su ghiaccio (25%); prestazioni su neve (25%), durata/affidabilità (15%); silenziosità su asciutto e bagnato (13%), aspetto (12%) e tenuta/trazione su asciutto e bagnato (10%). Complessivamente la soddisfazione degli automobilisti è scesa ad una media di 581 punti (su una scala di 1.000), mentre nel 2012 era a 588.

Secondo il sondaggio, i pneumatici invernali vengono utilizzati su strade normali (asciutte o bagnate) per il 66% del tempo, mentre solo per il 38% in condizioni stradali innevate. Considerando solo le situazioni di neve e ghiaccio, la soddisfazione media dei consumatori risulta superiore o uguale a quella nelle strade in condizioni regolari.

La conclusione che ne trae Taku Kimoto, executive director della divisione automotive di J.D. Power Asia Pacific, è che “poiché l’uso più frequente delle gomme invernali non avviene su strade in condizioni estreme, il fattore chiave per i produttori, per migliorare la soddisfazione dei clienti e differenziarsi dai concorrenti, è innalzare le performance di base su condizioni normali.

Un elemento che l’analisi ha sottolineato è la propensione dei consumatori a riacquistare pneumatici della stessa marca: tra gli automobilisti meno soddisfatti, il 38% indica che acquisterà gomme con lo stesso brand anche nella stagione estiva. Questa quota sale però al 68% tra quei consumatori che rientrano nel quarto di intervistati più soddisfatti del loro prodotto.

La fedeltà riguarda anche il punto vendita: gli automobilisti più soddisfatti hanno intenzione di tornare a comprare altri pneumatici dello stesso marchio dallo stesso gommista o dallo stesso concessionario. Inoltre molti dichiarano di affidarsi alle raccomandazioni del rivenditore senza confrontare i prodotti con altri marchi.

“I clienti si fidano delle informazioni che ricevono dal loro rivenditore. Pertanto, dal punto di vista dei produttori, è fondamentale sviluppare le relazioni con i punti vendita per promuovere i loro prodotti e guadagnare clienti fedeli”, ha dichiarato Kimoto.

Tra i 10 marchi considerati nel sondaggio, Michelin svetta, per il decimo anno consecutivo, al primo posto, con 644 punti. I pneumatici francesi risultano vincenti su tutti i fattori analizzati e migliorano il punteggio, rispetto al 2012, sulle performance tipicamente

invernali, sulle strade innevate. Seguono Bridgestone, Yokohama, Pirelli, Dunlop, Goodyear, Toyo, Falken, Autobacs e Hankook.

Il sondaggio si basa sulle interviste a 7.464 proprietari di vetture che hanno acquistato pneumatici nuovi tra maggio 2010 e febbraio 2013.

