

L'agenzia specializzata in servizi e informazioni di marketing JD Power Asia Pacific ha condotto un sondaggio tra i consumatori nei mesi di luglio e agosto di quest'anno, intervistando gli automobilisti giapponesi relativamente alla modalità di acquisto dei pneumatici. Secondo l'indagine di mercato, oggi, in Giappone, il 20% degli automobilisti sceglie il canale del commercio elettronico, rispetto ad un 13% che aveva dichiarato di comprare le gomme online nel 2013. E non c'è da sorprendersi del fatto che la maggioranza (58%) assume la decisione finale di acquisto in base al prezzo.

L'argomento prezzo, tuttavia, sembra essere indipendente dalla scelta del canale d'acquisto per i consumatori giapponesi. Infatti il 41% degli intervistati che si rivolgono ad un gommista di fiducia citano il prezzo delle gomme come fattore determinante nella scelta. Il 32% sceglie le stesse gomme che montava prima, indipendentemente dal fatto che siano di primo equipaggiamento o di ricambio e più gli automobilisti sono soddisfatti del treno di gomme utilizzato, più alto è il tasso di fidelizzazione al brand.