

Marka nie ma znaczenia

data aktualizacji: 2013.11.22



W 2008 roku zaledwie 55 proc. ankietowanych deklarowało, że zmienia opony w ciągu roku z letnich na zimowe. Badania przeprowadzone przez serwis Allegro.pl pokazały, że sytuacja znacznie się poprawiła.

- Wyniki naszych badań pokazały, że świadomość Polaków w kwestii bezpieczeństwa znacznie się poprawiła – komentuje Piotr Ciesielski, opiekun kategorii „Motoryzacja” w serwisie Allegro.pl. - Ponad 90 proc. ankietowanych zadeklarowało, że w ubiegłym roku poruszali się autem wyposażonym w opony zimowe, a dodatkowe 5 proc. używało w tym okresie opon całorocznych. Warto dodać, że preferencje zakupowe Polaków zmieniają się nieznacznie, w zależności od tego czy chodzi o opony letnie, czy zimowe. W przypadku zakupu „zimówek” dominują opony nowe, stanowiąc 60 proc. wszystkich transakcji na platformie Allegro.

Jak pokazały badania, Polacy starają się użytkować opony jak najdłużej. Równie dwie trzecie ankietowanych deklaruje, że jeden komplet opon użytkuje powyżej 3 sezonów. Głównym powodem zakupu nowego kompletu ogumienia jest zużycie poprzedniego zestawu (80 proc.), natomiast 23 proc. badanych stwierdziło, że wymienia opony, gdy ich wiek wynosi 4 lata.

- Nie ma norm ustalających „termin ważności”, ale przyjęło się, że po sześciu sezonach opona powinna zostać wymieniona na nową – wyjaśnia Piotr Ciesielski. - Wszystko zależy jednak od stopnia zużycia i sposobu przechowywania.

W pierwszej trójce najczęściej wybieranych marek opon zimowych znalazły się w kolejności: Dębica,

Continental i Goodyear. Marka nie gra jednak istotnej roli przy wyborze. Znajduje się dopiero na czwartym miejscu wśród najważniejszych kategorii, według których Polacy wybierają „zimówki”. Dla większości badanych ważniejsze niż cena są kwestie bezpieczeństwa. Ankietowani na pierwszym miejscu postawili na „przyczepność”, a dopiero potem na „cenę”. Dalej w kolejności znalazły się: wynik w testach, marka i opinie użytkowników o produkcie. Listę zamyka wpływ na spalanie i poziom generowanego hałasu.

Warto zaznajomić się z metodologią, jaką oznaczane są na polecenie Unii Europejskiej nowe opony. Badania przeprowadzone przez serwis Allegro.pl pokazały, że zaledwie 51 proc. konsumentów słyszało o etykietach, a tylko 63 proc. z nich potrafi odczytać informacje tam zawarte.

Polacy swoją wiedzę o oponach zimowych czerpią przede wszystkim z fachowych publikacji w prasie i internecie. Ponad połowa ankietowanych wybiera właśnie te źródła informacji. Nieco mniej, bo 43 proc. ankietowanych korzysta dodatkowo z wiedzy internautów, znajdując potrzebne dane na forach tematycznych.

- Ufamy także specjalistom w punktach sprzedaży – dodaje Piotr Ciesielski. - Ponad 40 proc. Polaków zadeklarowało, że przy zakupie opon zimowych poddaje się opinii sprzedawcy. Natomiast znikomym zaufaniem cieszą się ulotki i reklamy producentów.

Polacy najczęściej kupują opony w internecie. Prawie połowa ankietowanych preferuje zakupy „online”, a nieco mniej, bo 40 proc. wybiera niezależne warsztaty. Badania pokazały, że kupujący raczej omijają ASO (11 proc.) i sklepy motoryzacyjne (11 proc.). Na końcu listy znalazły się hipermarkety (2 proc.).

Źródło: