

Idealna opona spośród 52 tys. modeli

data aktualizacji: 2025.10.19



W Ameryce zrealizowano bodaj największe badanie konsumenckie. Pod uwagę wzięto opinie ponad 47 tysięcy klientów, którzy podzielili się swoimi doświadczeniami związanymi z zakupem ponad 52 000 kompletów opon.

Organizacja Consumer Reports (CR) od 1936 roku działa na rzecz konsumentów, realizując cykliczne badania wśród Amerykańskiego społeczeństwa. Kilka dni temu opublikowała obszerny raport pt. „How to Save Money When Buying Tires”. Informacji, jak oszczędzać pieniądze kupując opony, dostarczyło aż 47 706 członków CR, którzy podzielili się swoimi doświadczeniami związanymi z zakupem ponad 52 000 kompletów opon. Każdy z nich wziął pod uwagę wartość opon jako czynnik łączący cenę (wraz z wysyłką i z montażem), wydajność ogumienia i jego trwałość. Ankiety pozwoliły stworzyć nie tylko uśrednioną wartość kompletu ogumienia, ale także najpopularniejsze kanały zakupu.

Okazuje się, że ankietowani przez CR zapłacili średnio 212 dolarów za jedną oponę, co stanowi niewielki spadek w porównaniu z ubiegłorocznym badaniem. Mediana kosztów montażu jednej opony, wśród osób, które poniosły taką opłatę, wyniosła 31 dolarów. Co istotne, ponad połowa miała opony zamontowane bezpłatnie, co pokazuje tylko jeden z wielu powodów, dla których wybór sprzedawcy opon ma znaczenie.

- Klienci kupujący opony muszą wziąć pod uwagę wiele czynników, takich jak osiągi i cena końcowa, kupując nową oponę - mówi Ryan Pszczolkowski, kierownik programu oponiarskiego CR.
- Kluczem jest przygotowanie się do wymiany opon, zanim stanie się to pilną potrzebą, poprzez wybór idealnej opony, znalezienie dobrego sprzedawcy, a następnie skorzystanie z rabatów lub zniżek.

Zakupy nie na ostatnią chwilę

Tym razem, większość kupujących (64%) wymieniała komplety opon, gdy posiadane były już zużyte, a drugim najczęstszym powodem było przedwczesne lub nieregularne zużycie bieżnika (14%). Przebita lub mocno uszkodzona opona była powodem 9% zakupów; podobny odsetek wskazał na

problemy z wydajnością (9%) i chęć wymiany opon na inny rodzaj (8%).

Przy wyborze opon członkowie CR za najważniejsze priorytety uznali kolejno: przyczepność na mokrej nawierzchni (74%), jej zachowanie na drodze (73%), zużycie bieżnika (66%) i komfort jazdy (57%). Nawet w obliczu znacznych kosztów, kupujący wyraźnie skupiali się na czynnikach wydajności, a nie na cenie. Tylko 38% respondentów ankiety uznało możliwie niską cenę zakupu za bardzo istotną.

Ponad połowa zadowolona z wyboru ogumienia

Ogólnie rzecz biorąc, nabywcy opon są zadowoleni ze zrealizowanej transakcji. Ponad połowa członków (54%), którzy wzięli udział w najnowszym badaniu, stwierdziła, że biorąc pod uwagę wszystkie czynniki, są w pełni zadowoleni z zakupu opon, a 57% jest w pełni zadowolonych z montażu ogumienia. Większość respondentów ankiety (86%) nie negocjowała ceny zakupu, a wśród tych, którzy to zrobili, aż 63% udało się uzyskać lepszą ofertę. Mediana oszczędności wyniosła 37 dolarów na oponę, a ponad połowa podejmujących się negocjacji cen uzyskała rabat rzędu 100 dolarów lub więcej. A to o tyle istotne, że kierowcy z USA bardzo cenią sobie dobrą jakość ogumienia. Michelin to zdecydowanie najchętniej kupowana marka opon wśród członków CR.

Podobnie było z usługą montażu w warsztatach oponiarskich – i tu rabaty były pokaźne. Spośród wszystkich członków, około połowa zyskała darmową rotację opon (47%) lub wyważanie kół (47%). Prawie tyle samo otrzymało darmowy montaż opon (43%), a około jedna trzecia otrzymała darmowy przegląd opon (31%). Jeszcze więcej mogli zyskać nabywcy, którzy zdecydowali się na wykupienie polisy gwarantującej mobilność na wypadek niespodziewanych przypadków degradacji ogumienia.

Fot. Michelin

Źródło: