

NEKI STEREOTIPI SE NIKAD NE MIJENJAJU

Autor Davor Kindy
 Āetvrtak, 23 Prosinac 2010
 Zadnja Promjena Srijeda, 22 Prosinac 2010

Chevrolet, jedan od najbrže rastu ih automobilskih proizvo a a u svijetu, proveo je me unarodno istraživanje o navikama održavanja automobila koje je potvrdilo da se voza i dobro brinu o svojim 'limenim ljubimcima'. Vremenski uvjeti poput snijega, leda i mokre ceste zahtijevaju posebnu pripremu vozila za zimske uvjete. Rezultati istraživanja pokazali su sli nosti u navikama voza a susjednih zemalja. ini se kako nedavni snijeg i skliske ceste nisu iznenadili voza e s obzirom da je ve ina njih zamijenila ljetne gume zimskima ve na jesen. 57% voza a u Hrvatskoj je promijenilo gume na vrijeme, dok su se slovenski (74%) i srpski (72%) voza i pokazali odgovornijima u ovom smislu, posebice kad se ima na umu da 22% hrvatskih ispitanika uvijek eka prvi snijeg kako bi obavili zamjenu guma.

Istraživanje je pokazalo da kada je rije o održavanju automobila, zna ajan broj ljudi smatra kako ini dobar posao – 61% u Hrvatskoj, 66% u Srbiji dalo je sebi dvije najbolje ocjene dok su slovenski voza i nešto skromniji – 40% ih se ocijenilo prosje nima. S obzirom da kod svih postoji dovoljno prostora za napredak, mogli bi imati koristi od nedavno objavljenih savjeta Chevroletove službe za korisnike koji e pomo i voza ima u poboljšanju na ovom podru ju. Rob Huff, Chevroletov voza utrka u sklopu WTCC-a kao i Ian Halleran, Chevroletov Aftersales Manager za Središnju i Isto nu Europu pripremili su za voza e korisne savjete u videu:

Kada je potrebno zasukati rukave i zavu i se ispod poklopca motora, žene još uvijek nerado same provjeravaju je li sve u redu s njihovim automobilom. Samo tre ina ispitanih žena to samostalno radi, (Hrvatska 26%, Slovenija 28% i Srbija 38%), dok se ve ina još uvijek oslanja na godišnje održavanje kod mehani ara. Rezultati istraživanja tako er su pokazali kako 20 posto voza a svoj automobil pere jednom u dva tjedna dok 46 posto voza a u Hrvatskoj automobil pere jednom mjese no. ini se da slovenski voza i to rade nešto rje e, gotovo je 60% onih koji svoj automobil peru jednom mjese no dok izgleda da srpski voza i više obra aju pozornost na isto u svojim automobilima s obzirom da ih peru jednom tjedno (42%) te jednom svaka 2 tjedna (32%).

50 posto žena u regiji simpatizira male slatke gradske automobile poput Chevrolet Sparka, dok se muškarci odlu uju za udobnost i snagu koju omogu uje Chevrolet Captiva

U sve tri zemlje otprilike pola ispitanih žena izjavilo je kako simpatizira male slatke gradske automobile. Chevroletov potpuno novi gradski automobil Spark mijenja sva pravila. Koliko je on zabavan i šminkerski automobil, toliko je i funkcionalan. Nudi stil kao i najmoderniju i zabavnu opremu u unutrašnosti automobila te prakti nost, malu potrošnju goriva kao i nisku emisiju štetnih plinova. Tako er, ima izvrstan omjer cijene i kvalitete. Za usporedbu, unato uobi ajenoj pretpostavci da muškarci ra e biraju brze sportske automobile, istraživanje je pokazalo da muškarci ove regije više cijene udobnost velikih obiteljskih automobila (Hrvatska 35%, Slovenija 38%, Srbija 46% te ja inu terenaca (Hrvatska 25%, Slovenija 20%, Srbija 13%). Chevrolet nudi odgovor u vidu svoje Captive – dinami nom i jakom suputniku u slobodno vrijeme, fleksibilnom i prostranom obiteljskom prijevoznom sredstvu te udobnom automobilu za putovanja koji sve ove zna ajke objedinjuje u jedno. Ovo istraživanje provedeno je na 1300 voza a u Hrvatskoj, Sloveniji i Srbiji dok je sveukupno 4700 voza a sudjelovalo u Chevroletovom istraživanju koje je obuhvatilo 11 zemalja koje je uz Hrvatsku, Srbiju i Sloveniju uklju ilo i Ma arsku, Rumunjsku, Bugarsku, ešku, Slova ku, Estoniju, Litvu i Latviju.

(dvk)