

# BADANIE MAREK OKIEN, DRZWI I BRAM

znajomość, oceny i wybory inwestorów indywidualnych

edycja 2017





## BADANIE MAREK OKIEN, DRZWI I BRAM znajomość, oceny i wybory inwestorów indywidualnych

edycja 2017



### O badaniu:

Polacy wydają około 6 mld PLN rocznie na nowe okna, drzwi i bramy. Wybierają spośród setek marek tych produktów. **Jakie marki znają**, które **wybierają** i czy chętnie **polecają** innym okna, drzwi oraz bramy marek, które sami kupili? Spytaliśmy o to samych inwestorów indywidualnych, tj. osoby, które budowały dom lub robiły remont „własnego M”.



### Które segmenty badaliśmy?

1. okna elewacyjne (pionowe)
2. okna dachowe
3. drzwi wewnętrzne (pokojowe)
4. drzwi wejściowe (do domów i mieszkań)
5. bramy garażowe





## O co pytaliśmy?

W każdym segmencie osobom budującym lub remontującym własny dom/mieszkanie zadaliśmy następujące pytania:

1. **Jakie marki** (segment, np. bram garażowych) **Pan(i) zna?**
2. **Które z podanych marek** (segment, np. okien dachowych) **Pan(i) zna?**
3. **Czy w ciągu ostatnich 24 m-cy kupił(a) Pan(i)** (segment, np. drzwi wewnętrzne)?

... a tym, którzy kupili produkty z danego segmentu:

3. **Jaką markę** (segment, np. okien elewacyjnych) **kupił(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 24 m-cy?**
4. **Czy brał(a) Pan(i) pod uwagę także inne marki** (segment, np. drzwi wejściowych)?  
Jeśli tak, to jakie marki najbardziej brał(a) Pan(i) pod uwagę?
5. **Co zdecydowało, że wybrał(a) Pan(i)** (segment, np. okna dachowe) akurat tej marki?
6. **Czy polecił(a)by Pan(i) przyjacielowi zakup** (segment, np. drzwi wewnętrznych) tej marki, którą Pan(i) wybrał(a)?





## Kogo, jak i kiedy pytaliśmy? (metodologia)

### Respondenci:

Osoby w wieku 24-65, które w ciągu ostatnich 24 miesięcy budowały własny dom, remontowały dom lub mieszkanie.

W badaniu zaprezentujemy strukturę badanych inwestorów ze względu na: wiek, płeć, region zamieszkania, wielkość miejscowości oraz dochód netto na osobę w gosp. domowym.

### Próba:

n=1008 inwestorów indywidualnych

### Technika badawcza:

CAWI – wywiady realizowane za pomocą Internetu

### Termin realizacji:

Grudzień 2016 roku





BADANIE MAREK OKIEN, DRZWI I BRAM  
znajomość, oceny i wybory inwestorów indywidualnych

edycja 2017



## Warunki sprzedaży raportu z badania:

### Format / wysyłka:

Raport PDF + wyniki w Excel wysłane na wskazany adres e-mail

### Prawa autorskie:

Centrum Analiz Branżowych

### Wycena:

1 segment:	3 900 zł netto	
2 segmenty:	5 850 zł netto	(rabat 25%)
3 segmenty:	7 800 zł netto	(rabat 33%)
4 segmenty:	9 750 zł netto	(rabat 37%)
5 segmentów:	11 700 zł netto	(rabat 40%)





BADANIE MAREK OKIEN, DRZWI I BRAM  
znajomość, oceny i wybory inwestorów indywidualnych

edycja 2017



## Kontakt:

Centrum Analiz Branżowych  
ul. Turmoncka 22/110  
02-455 Warszawa  
www.cab-badania.pl

### Barbara Lau

b.lau@cab-badania.pl  
+48 722 330 255

### Aneta Piechota

a.piechota@cab-badania.pl  
+48 797 940 910

