

Opis raportu

Stolarka antywłamaniowa

w salonach okiennie-drzwiowych w Polsce

edycja 2016



O badaniu

Antywłamaniowość to jedna z ważniejszych dla klientów właściwości użytkowych okien i drzwi wejściowych. Wielu klientów kupując okna oraz drzwi wejściowe pyta o produkty antywłamaniowe. Celem przeprowadzonego badania było uzyskanie informacji o tym, jak duże znaczenie ma ten aspekt dla klientów tradycyjnej sieci sprzedaży w Polsce.

O co pytaliśmy

Sprzedawcy w punktach handlowych poproszeni zostali o:

- ocenę zainteresowania klientów najważniejszymi właściwościami użytkowymi okien oraz drzwi ze szczególnym uwzględnieniem antywłamaniowości,
- wskazanie jak często klienci pytają o rozwiązania antywłamaniowe, ilu spośród nich decyduje się na produkty antywłamaniowe oraz jaką klasę produktów wybiera, ilu wybiera okna bez certyfikatu ale ze wzmocnionymi okuciami oraz jak duża grupa ostatecznie kupuje okna bez certyfikatów oraz bez okuć przeciwwłamaniowych,
- podanie najważniejszych przyczyn rezygnacji klientów z zakupu okien oraz drzwi antywłamaniowych,
- wskazanie marek okien i drzwi antywłamaniowych, które mają w swojej ofercie,
- oraz podanie ile okien sprzedają razem z roletami i jaką część z nich stanowią rolety antywłamaniowe.

Metodologia

Metoda: standaryzowany wywiad kwestionariuszowy

Techniki badawcze: wspomagane komputerowo wywiady telefoniczne (CATI)

Respondenci: właściciele oraz sprzedawcy w salonach okiennych oraz drzwiowych

Dobór próby: warstwowy

Wielkość próby: n=378

Zakres terytorialny: Polska

Reprezentatywność: próba reprezentatywna dla regionów Polski (wg. podziału regionalnego GUS)

Termin realizacji: październik-listopad 2016 roku

Realizacja: Centrum Analiz Branżowych

Spis treści

Zakres badania, metodologia	4
Podsumowanie	6
I. Okna antywłamaniowe	9
I. Znaczenie antywłamaniowości przy wyborze okien	
II. Sprzedaż okien antywłamaniowych w sieci salonów okiennych	
III. Przyczyny rezygnacji z okien antywłamaniowych	
IV. Najczęściej wybierane klasy antywłamaniowości	
V. Marki okien antywłamaniowych	
VI. Sprzedaż rolet antywłamaniowych	
II. Drzwi antywłamaniowe	19
I. Znaczenie antywłamaniowości przy wyborze drzwi	
II. Sprzedaż drzwi antywłamaniowych w sieci salonów drzwiowych	
III. Przyczyny rezygnacji z drzwi antywłamaniowych	
IV. Najczęściej wybierane klasy antywłamaniowości	
V. Marki drzwi antywłamaniowych	
Charakterystyka badanej próby	27

Spis tabel i wykresów

- A.1. Wymienię kilka funkcji okien. Jak często przy wyborze okien klienci pytają o następujące aspekty?
- B.1. Ile procent Państwa klientów kupujących okna interesuje się oknami antywłamaniowymi?
- B.2. Ile procent klientów, spośród tych, którzy interesują się oknami antywłamaniowymi ostatecznie kupuje następujące typy okien?
- B.5. Ile sztuk okien antywłamaniowych Pana(i) firma sprzedała w ciągu ostatnich 12 miesięcy?
- B.6. Ile procent spośród sprzedanych przez Państwa firmę w ciągu ostatnich 12 miesięcy okien antywłamaniowych stanowiły okna z PCW, drewniane oraz aluminiowe?
- B.3. Dlaczego część klientów, którzy pytają o okna antywłamaniowe nie decyduje się na zakup produktów z certyfikatem antywłamaniowości?
- B.4. Na jaką klasę antywłamaniowości najczęściej decydują się klienci, którzy kupują okna z certyfikatem antywłamaniowości?
- B.7. Jakie marki okien antywłamaniowych mają Państwo w swojej ofercie?
- 1.3. Czy Pana(i) firma sprzedaje rolety zewnętrzne?
- B.8. Ile procent okien (nie tylko antywłamaniowych) sprzedajecie Państwo z roletami?
- B.9. Ile procent Pana(i) klientów kupujących rolety wybiera rolety z klasą antywłamaniowości?
- A.2. Wymienię kilka funkcji drzwi wejściowych. Jak często przy wyborze drzwi wejściowych klienci pytają o następujące aspekty?
- C.1. Ile procent Państwa klientów kupujących drzwi wejściowe interesuje się drzwiami antywłamaniowymi?
- C.2. Ile procent klientów, spośród tych, którzy interesują się drzwiami antywłamaniowymi ostatecznie kupuje następujące typy drzwi?
- C.5. Ile sztuk drzwi antywłamaniowych Pana(i) firma sprzedała w ciągu ostatnich 12 miesięcy?
- C.3. Dlaczego część klientów, którzy pytają o drzwi antywłamaniowe nie decyduje się na zakup produktów z certyfikatem antywłamaniowości?
- C.4. Na jaką klasę antywłamaniowości najczęściej decydują się klienci, którzy kupują drzwi z klasą odporności na włamanie?
- C.7. Jakie marki drzwi antywłamaniowych mają Państwo w swojej ofercie?

Data publikacji

grudzień 2016

Język

polski

Format

PDF wysłany na wskazany adres e-mail

Cena netto

3500 PLN / 850 EUR

Prawa autorskie

Centrum Analiz Branżowych

Kontakt

Centrum Analiz Branżowych

ul. Turmoncka 22/110

03-254 Warszawa

www.cab-badania.pl

www.cab-badania.com

Aneta Piechota   

Sales and Marketing Specialist

Phone: +48 797 940 910

E-mail: a.piechota@cab-badania.pl

Barbara Lau  

Specjalista ds. sprzedaży i marketingu

Phone: +48 722 330 255

E-mail: b.lau@cab-badania.pl

