

Opis raportu

Badanie marek płytek ceramicznych oraz ceramiki sanitarnej

znajomość, oceny i wybory inwestorów indywidualnych

Edycja 2019

O badaniu

Sześciu na dziesięciu inwestorów indywidualnych w ramach remontu lub budowy kupuje płytki ceramiczne oraz ceramikę sanitarną. Polacy wybierają spośród setek marek tych produktów. **Jakie marki znają**, które **wybierają** i czy chętnie **polecają** innym płytki, umywalki, miski WC czy wanny marek, które sami kupili? Spytaliśmy o to samych inwestorów indywidualnych, tj. osoby, które budowały dom lub robiły remont „własnego M”.

Jakie segmenty badaliśmy?



PŁYTKI CERAMICZNE



CERAMIKA SANITARNA

Jakie marki badaliśmy?

Zestawienie marek do badania znajomości wspomaganej:

Płytki ceramiczne



Jakie marki badaliśmy?

Zestawienie marek do badania znajomości wspomaganej:

Ceramika sanitarna

cersanit



The logo for DURAVIT features a stylized blue rocket-like shape pointing upwards and to the right, followed by the word 'DURAVIT' in blue uppercase letters.

KALDEWEI

KERAMAG

The logo for kfa armatura features a circular emblem containing the lowercase letters 'kfa'. Below the emblem, the word 'armatura' is written in lowercase letters.

KOŁO
Grupa Geberit

marmorin
DESIGN

The logo for opoczno features a white diamond shape on a red background. To the right of the diamond, the word 'opoczno' is written in white lowercase letters, with '1883' below it.

POOLSPA

RAVAK

RIHO
Pure beauty

Roca

SANPLAST.
Czysta Przyjemność

The logo for Villeroy & Boch features a blue square with a white stylized 'V' shape at the top. Below it, the words 'Villeroy & Boch' are written in white, with '1748' at the bottom.

O co pytaliśmy?

Osobom budującym lub remontującym własny dom/mieszkanie
zadaliśmy następujące pytania

1

Jakie marki płytek ceramicznych / ceramiki sanitarnej Pan(i) zna?

2

Które z podanych marek płytek ceramicznych / ceramiki sanitarnej Pan(i) zna?

3

Czy w ciągu ostatnich 24 m-cy kupił(a) Pan(i) płytki ceramiczne / ceramikę sanitarną?

... a tym, którzy kupili:

4

Jaką markę płytek ceramicznych / ceramiki sanitarnej kupił(a) Pan(i)
w ciągu ostatnich 24 m-cy?

5

Czy brał(a) Pan(i) pod uwagę także inne marki?
Jeśli tak, to jakie marki najbardziej brał(a) Pan(i) pod uwagę?

6

Co zdecydowało, że wybrał(a) Pan(i) płytki ceramiczne / ceramikę sanitarną
akurat tej marki?

7

Czy polecił(a)by Pan(i) przyjacielowi zakup płytek ceramicznych / ceramiki sanitarnej
tej marki, którą Pan(i) wybrał(a)?

Metodologia

czyli kogo, jak i kiedy badaliśmy?

Respondenci:

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

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

Próba:

n=1000 inwestorów indywidualnych

Technika badawcza:

CAWI – wywiady realizowane za pomocą Internetu

Termin realizacji:

styczeń 2019 roku

Warunki sprzedaży



Format / wysyłka:

Raport PDF wysłany na wskazany adres e-mail



Prawa autorskie:

Centrum Analiz Branżowych



Wycena:

| | | |
|-------------|----------------|-------------|
| 1 segment: | 4 200 zł netto | |
| 2 segmenty: | 6 720 zł netto | (rabat 20%) |

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

Maciej Pastor
m.pastor@cab-badania.pl
+48 797 940 910

Mariusz Siedlecki
m.siedlecki@cab-badania.pl
+48 782 866 258