

Opis zawartości oraz nota metodologiczna



MONTAŻYŚCI STOLARKI O ELEKTRONARZĘDZIACH



METODOLOGIA BADANIA

Metoda: standaryzowany wywiad kwestionariuszowy

Technika badawcza: wspomagane komputerowo wywiady telefoniczne (CATI - Computer Assisted Telephone Interview)

Dobór próby: warstwowy

Wielkość próby: 270 szefów ekip montażowych; próba ogólnopolska, reprezentatywna ze względu na miejsce siedziby firmy montażowej

Zakres terytorialny: Polska

Termin realizacji: sierpień 2012 roku



SPIS TREŚCI

1. METODOLOGIA
2. PODSUMOWANIE
3. WYNIKI BADANIA
 1. ZNAJOMOŚĆ MAREK
 2. WIZERUNEK MAREK
 3. KRYTERIA WYBORU ELEKTRONARZĘDZI
 4. UŻYTKOWANIE ELEKTRONARZĘDZI
4. CHARAKTERYSTYKA BADANEJ PRÓBY



OPIS ZAWARTOŚCI

ZNAJOMOŚĆ MAREK

- Spontaniczna znajomość marek
- Top of Mind
- Wspomagana znajomość marek

WIZERUNEK MAREK

- Najwyższa jakość produktów
- Najlepsza relacja jakość-cena

KRYTERIA WYBORU ELEKTRONARZĘDZI

- Ocena istotności sześciu kryteriów: cena, jakość, dostępność, szerokość oferty, szkolenia produktowe, dostęp do materiałów informacyjnych
- Ocena producentów, których elektronarzędzi montażysta używa: cena, jakość, dostępność, szerokość oferty, szkolenia produktowe, dostęp do materiałów informacyjnych

UŻYTKOWANIE ELEKTRONARZĘDZI

- Liczba marek elektronarzędzi używanych przez montażystów
- Marki elektronarzędzi najczęściej wybierane przez montażystów
- Czynniki wpływające na wybór konkretnych marek

CHARAKTERYSTYKA PRÓBY BADAWCZEJ

- Rozkład wg regionu (siedziby firmy)
- Rozkład wg stażu pracy w zawodzie montażysty
- Rozkład wg liczby pracowników

WYSYŁKA

Forma raportu: PDF

Objętość raportu: 30 slajdów

Cena netto: 2500 zł



CENTRUM ANALIZ BRANŻOWYCH

UL. TURMONCKA 22 LOK. 110

03-254 WARSZAWA

tel. +48 782 866 294

e-mail: badania@cab-badania.pl

www.cab-badania.pl