

Jak Polacy kupują płytki ceramiczne?

badanie ścieżki zakupowej klientów indywidualnych



O badaniu

Od pojawienia się potrzeby zakupu płytek ceramicznych aż do wrażeń po zakupie ... **prześledziliśmy całą ścieżkę decyzyjną** osób, które w ostatnim roku kupiły płytki.

Celem badania jest lepsze poznanie klientów, ich potrzeb i zachowań w trakcie wyboru płytek ceramicznych.

Kupujących płytki ceramiczne zapytaliśmy o następujące obszary:

- Powody zakupu
- Źródła informacji – gdzie i jakich informacji o płytkach szukali
- Kto brał udział w procesie / kogo się radzili
- Co w ofercie i obsłudze było dla nich ważne
- Jakie miejsca odwiedzali, gdzie kupili
- Jakie produkty kupili, jaki był koszt zakupu
- Jakie są ich wrażenia po zakupie, co ich zaskoczyło

Spis treści

Informacje o badaniu

Najważniejsze wnioski

I. Powody zakupu płytek ceramicznych

II. Źródła informacji

III. Uczestnicy procesu wyboru

IV. Kryteria wyboru

V. Miejsce zakupu

VI. Wybrane produkty

VII. Wrażenia po zakupie

Profil kupujących /metryczka/

Kogo, jak i kiedy pytaliśmy?

Respondenci:

osoby, które w ciągu ostatnich 12 miesięcy kupiły płytki ceramiczne

Próba:

n=547 kupujących płytki ceramiczne

Dla n=547 maksymalny statystyczny błąd pomiaru dla wszystkich badanych wynosi ~3% (przy poziomie ufności 90%). Podział wyników na kategorie (np. płeć, wiek) zmniejsza precyzję oszacowania ze względu na mniejszą liczebność w każdej kategorii.

Technika badawcza:

CAWI (wywiady realizowane na panelu internetowym)

Termin realizacji:

Luty 2021 roku

O co pytaliśmy?

Kupującym płytki ceramiczne zadaliśmy następujące pytania:

/w trakcie badania wykorzystaliśmy zarówno pytania otwarte, jak i zamknięte (jednokrotnego oraz wielokrotnego wyboru). W poniższym zestawie pytań nie prezentujemy możliwych odpowiedzi do pytań zamkniętych/

1. Dlaczego kupił(a) Pan(i) płytki ceramiczne?
2. Jaki był bezpośredni wpływ na Pana/Pani decyzję o wymianie płytek?
/pytanie do wymieniających płytki ceramiczne/
3. Z jakich źródeł informacji korzystał(a) Pan(i) przynajmniej raz w trakcie wyboru płytek ceramicznych?
4. Jakie były dwa najistotniejsze źródła informacji, które miały największy wpływ na zakup wybranych przez Pana/Panią płytek?
5. Jakich informacji szukał(a) Pan(i) w trakcie wyboru płytek?
6. Proszę wskazać, jaką rolę w trakcie wyboru płytek miały następujące osoby: /wymienione osoby/
7. Którą osobę określił(a)by Pan(i) jako głównego doradcę?
8. Którą osobę określił(a)by Pan(i) jako głównego decydenta?
9. Jaki wpływ na ostateczny wybór płytek miały następujące czynniki?
/wymienione czynniki/
10. Jaki termin realizacji zamówienia ocenia Pan(i) jako zbyt długi?

11. W którym miejscu zamówił(a) Pan(i) płytki ceramiczne?
12. Czy przed zakupem szukał(a) Pan(i) oferty w innych miejscach?
13. Czy rozważał(a) Pan(i) zakup płytek ceramicznych przez Internet?
14. Czy w tym samym miejscu, w którym kupił(a) Pan(i) płytki zamówił(a) Pan(i) usługę ich układania?
15. Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy kupił(a) Pan(i) następujące rodzaje płytek ceramicznych /wymienione rodzaje/
16. Jakie wymiary płytek kupił(a) Pan(i)?
17. Jakie wzory płytek kupił(a) Pan(i)?
18. Jakie kolory płytek Pan(i) kupił(a)?
19. Ile m² płytek Pan(i) kupił(a)?
20. Jaki był koszt zakupu 1 m² płytek (bez montażu)?
21. Czy cena płytek była wyższa czy niższa niż początkowo Pan(i) oceniał(a)?
22. Jak ocenia Pan(i) następujące elementy obsługi/wybranego produktu?
23. Czy polecił(a)by Pan(i) przyjacielowi produkt/miejsce zakupu?
24. Czy w trakcie wyboru płytek było coś, co szczególnie Pana/Panią zaskoczyło?

Warunki sprzedaży

Format / wysyłka:

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

Język:

polski

Prawa autorskie:

Centrum Analiz Branżowych

Wycena:

3900 PLN / 975 EUR

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

Justyna Hennig

justyna.hennig@cab-badania.pl
+48 661 010 818

