

Opis raportu

• Badanie marek

OKNA, DRZWI, BRAMY

znajomość, oceny, wybory inwestorów indywidualnych

edycja 2022

O badaniu

Od siedmiu lat monitorujemy skuteczność działań marketingowych wiodących producentów okien, drzwi oraz bram w Polsce. Sprawdzamy jakie marki Polacy znają, które wybierają oraz czy polecają je znajomym. O świadomość marek pytamy inwestorów indywidualnych, tj. osoby, które budowały dom lub robiły remont „własnego M”.

Badane segmenty

okna elewacyjne

okna dachowe

drzwi wejściowe

drzwi wewnątrzlokalowe

bramy garażowe



O co pytamy?

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

- 1 **Jakie marki** (segment, np. drzwi wejściowych) **Pan(i) zna?**
- 2 **Które z podanych marek** (segment, np. okien elewacyjnych) **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:

- 4 **Jak duże znaczenie przy wyborze** (segment, np. bram garażowych) **miała dla Pana/Pani MARKA produktu?**
- 5 **Jakiej marki** (segment, np. okna dachowe) **kupił(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 24 m-cy?**
- 6 **Jak bardzo jest prawdopodobne, że poleci Pan(i) tę markę swojemu znajomemu?**
- 7 **Jakie są mocne strony tej marki na tle konkurencji?**
- 8 **Jakie są słabe strony tej marki na tle konkurencji?**

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.



Wielkość próby

n=1000 inwestorów indywidualnych



Technika badawcza

CAWI – wywiady realizowane za pomocą Internetu



Termin realizacji

Styczeń 2022 roku

+ wyniki świadomość wspomaganej z lat 2015-2020

Badane marki

Zestawienie marek do badania znajomości wspomaganej:

1

okna elewacyjne



Badane marki

Zestawienie marek do badania znajomości wspomaganej:

2

okna dachowe



Badane marki

Zestawienie marek do badania znajomości wspomaganej:

3

drzwi wejściowe

 ALUHAUS

 **Barański**[®]
D R Z W I

 DELTA[®]

THE ITALIAN STYLE DOOR
Dierre
YOUR HOME, YOUR LIFE

 **DOORPOL**

GERDA[®]

HÖRMANN

KMT[®]
STAL

 **MARTOM**

 **Pantor**
NAJLEPSZE DRZWI NA WEJŚCIE

 **Polstar**

PORTA
DRZWI

 **SPLENDOOR**

 **Stalprodukt**
ZAMOŚĆ Sp. z o.o.

WIKĘD 

 **WISNIOWSKI**

Badane marki

Zestawienie marek do badania znajomości wspomaganej:

4

drzwi wewnętrzne



DRZWI
CENTURION



CLASSEN®



DEWRO
= PRODUCENT DRZWI =



DRE



ENTRA
DRZWI WEWNĘTRZNE



ERKADO



INTER
DOOR



INVADO®
drzwi



Perfect Door



POL-SKONE®
DRZWI I OKNA



PORTA
DRZWI



RINDEX®



VIVENTO



AVOSTER®



WINDOOR

Badane marki

Zestawienie marek do badania znajomości wspomaganej:

5

bramy garażowe



beditom



HÖRMANN



VERDOOR



Warunki sprzedaży



Format / wysyłka:

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



Prawa autorskie

Centrum Analiz Branżowych



Wycena:

1 segment:	4 800 zł netto	
2 segmenty:	8 160 zł netto	(rabat 15%)
3 segmenty:	11 520 zł netto	(rabat 20%)
4 segmenty:	14 400 zł netto	(rabat 25%)
5 segmentów:	16 800 zł netto	(rabat 30%)

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