

Jak Polacy kupują okna?

badanie ścieżki zakupowej
klientów indywidualnych



O badaniu

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

Z badania dowiedzą się Państwo m.in. z których źródeł informacji o oknach korzystają Polacy, jaką rolę w procesie wyboru odgrywają rodzina, znajomi, sprzedawcy, jak mocny w tej branży jest efekt ROPO, czy dłuższym okresem gwarancyjnym lub atrakcyjnym systemem rozliczenia można przekonać do siebie klientów.

Kupujących okna zapytaliśmy o następujące obszary:

- Powody zakupu
- Źródła informacji – gdzie i jakich informacji o oknach 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, czy z montażem, jaki był koszt zakupu
- Jakie są ich wrażenia po zakupie, co ich zaskoczyło

Kogo, jak i kiedy pytaliśmy?

Respondenci:

osoby, które w ciągu ostatnich 12 miesięcy kupiły okna elewacyjne
/w badaniu prezentujemy strukturę klientów ze względu na wiek, płeć, region zamieszkania, wielkość miejscowości oraz dochód netto na osobę w gosp. domowym/

Próba:

n=297 kupujących okna

Technika badawcza:

CAWI (wywiady realizowane na panelu internetowym)

Termin realizacji:

Styczeń 2021 roku

O co pytaliśmy?

Kupującym okna 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) okna?
2. Jaki był bezpośredni wpływ na Pana/Pani decyzję o wymianie okien?
/pytanie dla wymienających okna/
3. Z jakich źródeł informacji korzystał(a) Pan(i) przynajmniej raz w trakcie wyboru okien?
4. Jakie były dwa najistotniejsze źródła informacji, które miały największy wpływ na zakup wybranych przez Pana/Panią okien?
5. Ile punktów sprzedaży odwiedził(a) Pan(i) w trakcie wyboru okien?
6. Z iloma punktami sprzedaży kontaktował(a) się Pan(i) telefonicznie lub mailowo w trakcie wyboru okien?
7. Jakich informacji szukał(a) Pan(i) w trakcie wyboru okien?
8. Proszę wskazać, jaką rolę w trakcie wyboru okien miały następujące osoby: /wymienione osoby/
9. Którą osobę określił(a)by Pan(i) jako głównego doradcę?
10. Którą osobę określił(a)by Pan(i) jako głównego decydenta?

O co pytaliśmy?

11. Jaki wpływ na ostateczny wybór okien miały następujące czynniki?
/wymienione czynniki/
12. Jaki okres gwarancji ocenia Pan(i) jako wystarczająco długi?
13. Jaki termin realizacji zamówienia ocenia Pan(i) jako zbyt długi?
14. W którym miejscu zamówił(a) Pan(i) okna?
15. Czy przed zakupem szukał(a) Pan(i) oferty w innych miejscach?
16. Czy rozważał(a) Pan(i) zakup okien przez Internet?
17. Czy kupił(a) Pan(i) okna razem z montażem?
18. Jakie okna Pan(i) kupił(a)? /materiał/
19. Jaki kolor okien (ram) Pan(i) kupił(a)?
20. Ile okien Pan(i) kupił(a)?
21. Jaki był całkowity koszt zakupu okien?
22. Czy koszt zakupu okien był wyższy czy niższy niż początkowo oceniali?
23. Czy poza oknami kupił(a) Pan(i) w tym samym miejscu także?
/wymienione produkty/
24. Jak ocenia Pan(i) następujące elementy obsługi/okna?
25. Czy polecił(a)by Pan(i) przyjacielowi produkt/miejsce zakupu?
26. Czy w trakcie wyboru okien 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

Uwaga: Przy jednoczesnym zamówieniu dwóch raportów:

Jak Polacy kupują okna? oraz

Jak Polacy kupują drzwi?

otrzymają Państwo rabat w wysokości **15% na całe zamówienie.**

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

