

Jak Polacy kupują płytki ceramiczne?

badanie ścieżki zakupowej klientów indywidualnych

edycja 2023



Cel badania

Od pojawienia się potrzeby zakupu **płytek ceramicznych** aż do wrażeń po zakupie ... prześledziliśmy **całą ścieżkę decyzyjną** osób, które w ostatnim roku kupiły płytki. Co więcej, sprawdziliśmy, jak w ciągu 2 lat zmieniły się zachowania konsumentów. W raporcie zaprezentowaliśmy aktualne zwyczaje zakupowe Polaków, ale także najważniejsze zmiany, które zaszły w ich zachowaniu.

Kupujących płytki ceramiczne zapytaliśmy o następujące obszary:

- powody zakupu,
- źródła informacji, z których korzystali,
- osoby, które były zaangażowane w proces wyboru,
- najważniejsze cechy, które były dla nich ważne w ofercie,
- miejsca, w których szukali i kupili płytki,
- produkty i usługi, które wybrali, koszt zakupu,
- ich wrażenia po zakupie.

Spis treści

4	Informacje o badaniu
9	Najważniejsze wnioski
12	I. Powody zakupu płytek ceramicznych
16	II. Źródła informacji
23	III. Uczestnicy procesu wyboru
28	IV. Kryteria wyboru
33	V. Miejsce zakupu
38	VI. Wybrane produkty
48	VII. Wrażenia po zakupie
52	Profil kupujących /metryczka/

Metodologia

Respondenci:

osoby, które w ciągu ostatnich 12 miesięcy kupiły płytki ceramiczne

Próba:

n=455 kupujących płytki ceramiczne

Dla n=455 maksymalny statystyczny błąd pomiaru dla wszystkich badanych wynosi ~4% (przy poziomie ufności 90%). Podział wyników na kategorie (np. płeć, wiek) zmniejsza precyzję oszacowania ze względu na mniejszą liczebność w każdej kategorii.

Technika badawcza:

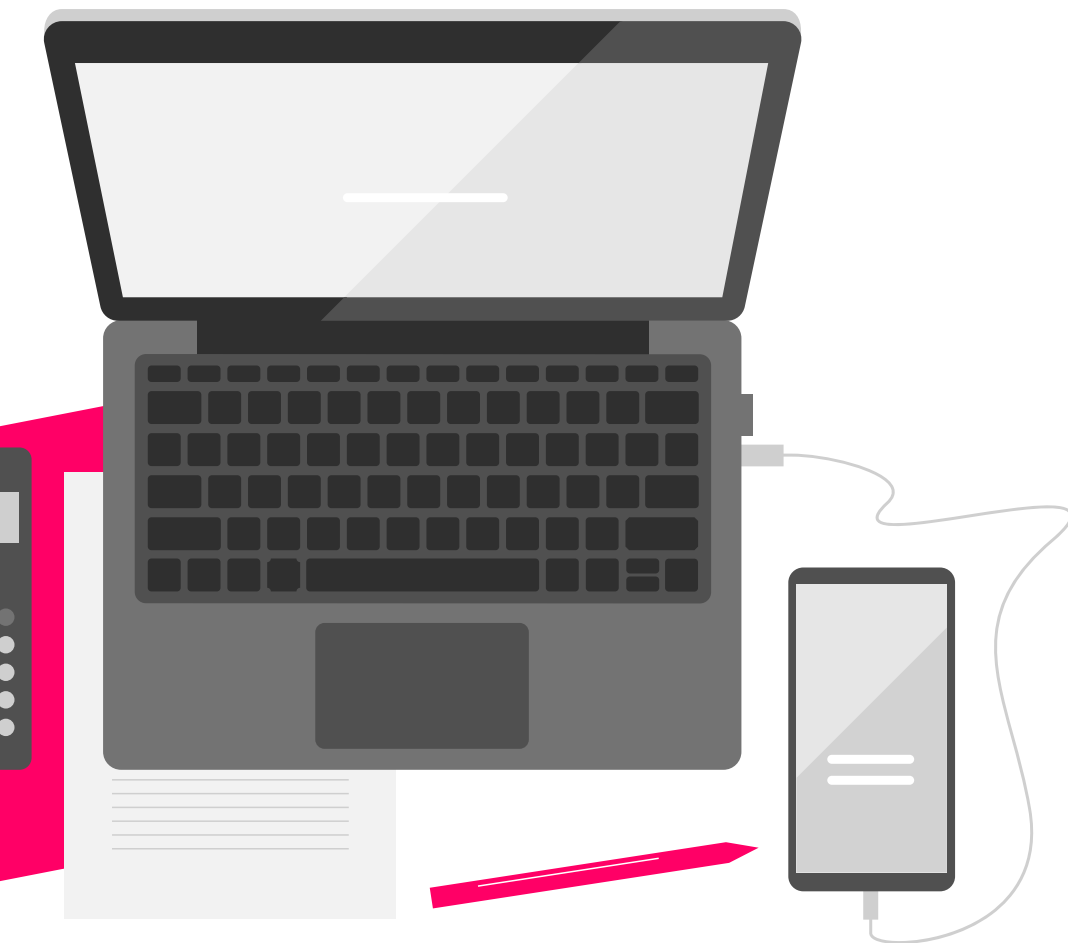
CAWI (wywiady realizowane na panelu internetowym)

Termin realizacji:

Marzec 2023 roku

/wybrane wyniki porównywane są do wyników badania z lutego 2021 roku/

Kwestionariusz



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 odegrały 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 polecił(a)by Pan(i) przyjacielowi produkt/miejsce zakupu?

Warunki sprzedaży

Format / wysyłka:

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

Język:

polski

Prawa autorskie:

Centrum Analiz Branżowych

Cena netto:

4400 PLN / 1100 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

Grzegorz Tarnowski

g.tarnowski@cab-badania.pl
+48 782 866 258