



Jak Polacy kupują

farby

wewnętrzne?

badanie ścieżki zakupowej
klientów indywidualnych

edycja 2025

Cel badania

Od pojawienia się potrzeby zakupu farby do wnętrza aż do wrażeń po zakupie ... prześledziliśmy **całą ścieżkę decyzyjną** osób, które w ostatnim roku kupiły farbę dekoracyjną. W raporcie zaprezentowaliśmy aktualne zwyczaje zakupowe Polaków, którzy postanowili pomalować swoje wnętrza.

Kupujących farbę zapytaliśmy o:

- powody zakupu,
- źródła informacji, z których korzystali,
- informacje, których szukali o farbach w trakcie wyboru,
- osoby, które były zaangażowane w proces wyboru,
- miejsca, w których szukali i kupili farbę,
- produkty, które wybrali, koszt zakupu,
- ich wrażenia po zakupie.

Spis treści

Informacje o badaniu

Najważniejsze wnioski

I. Powody zakupu farby wewnętrznej

II. Źródła informacji

III. Uczestnicy procesu wyboru

IV. Kryteria wyboru

V. Miejsce zakupu

VI. Wybrane produkty

VII. Wrażenia po zakupie

Profil kupujących /metryczka/

Metodologia



Respondenci:

osoby, które w ciągu ostatnich 12 miesięcy kupiły farbę dekoracyjną (do ścian i/lub sufitu)

Próba:

n=665 kupujących farbę

Technika badawcza:

CAWI (wywiady realizowane na panelu internetowym)

Termin realizacji:

styczeń 2025 roku

Kwestionariusz

Kupującym farbę wewnętrzną 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) farbę dekoracyjną?
2. Jaki był bezpośredni wpływ na Pana/Pani decyzję o odmalowaniu ścian?
/pytanie do remontujących dom lub mieszkanie/
3. Z jakich źródeł informacji korzystał(a) Pan(i) przynajmniej raz w trakcie wyboru farby?
4. Jakie były dwa najistotniejsze źródła informacji, które miały największy wpływ na zakup wybranych przez Pana/Panią farby?
5. Jakich informacji szukał(a) Pan(i) w trakcie wyboru farby?
6. Proszę wskazać, jaką rolę w trakcie wyboru farby 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 farby miały następujące czynniki?
/wymienione czynniki/



10. W którym miejscu kupił(a) Pan(i) farbę dekoracyjną?
11. Czy przed zakupem szukał(a) Pan(i) farby w innych miejscach?
12. Czy rozważał(a) Pan(i) zakup farby przez Internet?
13. Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy kupił(a) Pan(i) następujące rodzaje farby /wymienione rodzaje: do ścian, do sufitu/
14. Jakie kolory farby do ścian Pan(i) kupił(a)?
15. Jakich marek farby do ścian Pan(i) kupił(a)?
16. Jakie kolory farby do sufitu Pan(i) kupił(a)?
17. Jakich marek farby do sufitu Pan(i) kupił(a)?
18. Ile litrów farby Pan(i) kupił(a)?
19. Jaki był całkowity koszt zakupu farby (bez narzędzi malarskich)?
20. 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:

4800 PLN / 1200 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

Grzegorz Tarnowski

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

Justyna Hennig

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