



Jak Polacy kupują  
**panele / deski podłogowe?**

badanie ścieżki zakupowej klientów indywidualnych

edycja 2025

## Cel badania

Od pojawienia się potrzeby zakupu paneli / desek podłogowych aż do wrażeń po zakupie ... prześledziliśmy **całą ścieżkę decyzyjną** osób, które w ostatnim roku kupiły panele laminowane, panele winylowe lub deski podłogowe. Kupujących podłogi zapytaliśmy o:

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

# Spis treści

Informacje o badaniu

Najważniejsze wnioski

**I. Powody zakupu paneli / desek podłogowych**

**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 panele podłogowe i/lub deski podłogowe

## **Próba:**

n=421 kupujących podłogi

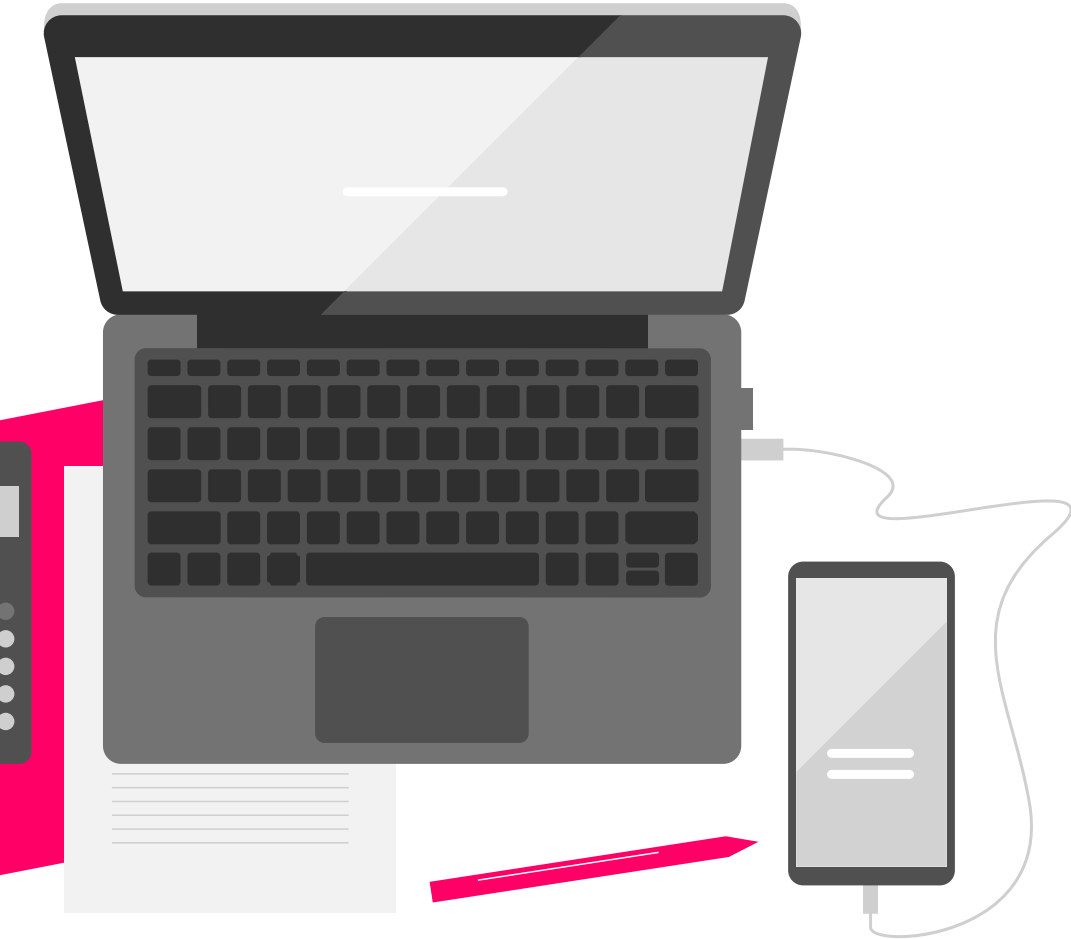
## **Technika badawcza:**

CAWI (wywiady realizowane na panelu internetowym)

## **Termin realizacji:**

styczeń 2025 roku

# Kwestionariusz



## Kupującym panele / deski podłogowe 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) panele / deski podłogowe?
2. Jaki był bezpośredni wpływ na Pana/Pani decyzję o zakupie paneli / desek? /pytanie do remontujących dom lub mieszkanie/
3. Z jakich źródeł informacji korzystał(a) Pan(i) przynajmniej raz w trakcie wyboru paneli / desek podłogowych?
4. Jakie były dwa najistotniejsze źródła informacji, które miały największy wpływ na zakup wybranych przez Pana/Panią paneli / desek?
5. Jakich informacji aktywnie szukał(a) Pan(i) w trakcie wyboru?
6. Proszę wskazać, jaką rolę w trakcie wyboru paneli / desek podłogowych 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 podłogi miały następujące czynniki? /wymienione czynniki/

10. W którym miejscu kupił(a) Pan(i) panele / deski podłogowe?
11. Czy przed zakupem szukał(a) Pan(i) podłóg w innych miejscach?
12. Czy rozważał(a) Pan(i) zakup paneli / desek podłogowych przez Internet?
13. Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy kupił(a) Pan(i) następujące rodzaje podłóg /wymienione rodzaje: panele laminowane, panele winylowe, deski podłogowe/
14. Jakiej klasy ścieralności panele podłogowe Pan(i) kupił(a)?
15. Jakiej klasy użyteczności panele podłogowe Pan(i) kupił(a)?
16. Jaki rodzaj paneli winylowych Pan(i) kupił(a)?
17. Jaki rodzaj desek podłogowych Pan(i) kupił(a)?
18. Jaki kolor paneli / desek podłogowych Pan(i) kupił(a)?
19. Jaką strukturę paneli / desek podłogowych Pan(i) kupił(a)?
20. Jaki wzór paneli / desek podłogowych Pan(i) kupił(a)?
21. Jakiej marki panele / deski podłogowe Pan(i) kupił(a)?
22. Ile metrów kwadratowych paneli / desek Pan(i) kupił(a)?
23. Jaki był koszt zakupu 1 metra kwadratowego paneli / desek podłogowych?
24. 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](http://www.cab-badania.pl)

**Barbara Lau**

[b.lau@cab-badania.pl](mailto:b.lau@cab-badania.pl)  
+48 722 330 255

**Grzegorz Tarnowski**

[g.tarnowski@cab-badania.pl](mailto:g.tarnowski@cab-badania.pl)  
+48 782 866 258

**Justyna Hennig**

[justyna.hennig@cab-badania.pl](mailto:justyna.hennig@cab-badania.pl)  
+48 661 010 818