

Raport Managerski dla firm oferujących tekturę, styropian, wypełniacze i inne zabezpieczenia transportowe. W tym też dla firm oferujących usługi poligraficzne na zabezpieczeniach.


„Kierunki Rozwoju, Trendy, Potencjał Branż Kształtujących Rynek Zabezpieczeń Towarów w Transporcie w Polsce 2017-2020”

OFERTA SPRZEDAŻY RAPORTÓW KOMERCYJNYCH: zakup z licencją niewyłączną, krajową
Branże: tworzywa sztuczne, papiernicza, printing
Sygn. 481/10/2017 KERALLA RESEARCH październik 2017

raporty@keralla.pl
T +48 71 335 77 82

Wiele sektorów – jedna specjalizacja. 11 lat doświadczenia w analizach B2B

KERALLA
RESEARCH
INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B



RAPORT MANAGERSKI
Kierunki rozwoju, trendy, potencjał branż
kształtujących rynek zabezpieczeń
towarów w transporcie w Polsce 2017-2020

Aktualne praktyki zakupowe firm kupujących
materiały do zabezpieczenia towarów w transporcie

Segmentacja i oczekiwania odbiorców
z różnych branż

Raport opracowany przez Instytut Keralla Research
Październik 2017

Wiele sektorów – jedna specjalizacja. 11 lat doświadczenia w analizach B2B

Z raportu dowiesz się między innymi:

- ❑ Jakich elementów zabezpieczających towar w transporcie producenci używają najczęściej?
- ❑ Co, oprócz ceny, liczy się dla producentów wybierających dostawcę?
- ❑ Czy kryteria wyboru dostawcy różnicują producentów?
- ❑ Czy rynek jest zainteresowany zakupami od jednego dostawcy? Jak wygląda kwestia dywersyfikacji zakupu?
- ❑ Jakie są aktualnie oczekiwania wobec firm dostarczających materiały do zabezpieczeń? W jakim kierunku zmieniają się ich potrzeby?
- ❑ Styropianowe zabezpieczenia w transporcie i ich przyszłość według producentów?
- ❑ Jakie są prognozy makroekonomiczne, które będą mieć wpływ na strategię i sprzedaż zabezpieczeń?

WSPARCIE STRATEGII I SPRZEDAŻY

- ❑ Jakie są dziś trendy na rynku zabezpieczeń towarów w transporcie?
- ❑ Jaka rolę w kreowaniu rynku elementów zabezpieczających mają sieci handlowe?
- ❑ Jakie wymagania przed dostawcami zabezpieczeń stawiają dziś duże grupy zakupowe?
- ❑ Które branże najmocniej wpłyną na wzrost rynku zabezpieczeń w transporcie i warto kierować do nich swoją komunikację?
- ❑ Na jakie segmenty można podzielić rynek odbiorców zabezpieczeń i które z nich mają największy potencjał?
- ❑ W jakich kanałach sprzedaży najczęściej zamawiane są materiały do zabezpieczenia towaru w transporcie (w tym rola e-commerce)?
- ❑ Na czym można w kolejnych latach budować przewagi konkurencyjne w kategorii zabezpieczeń?

WSPARCIE KOMUNIKACJI I MARKETINGU

Wiele sektorów – jedna specjalizacja. 11 lat doświadczenia w analizach B2B

KERALLA
RESEARCH
INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B

Zawartość raportu:

- MANAGERSKIE KEY FINDINGS

Rozdział I. AKTUALNE PRAKTYKI ZAKUPOWE FIRM KORZYSTAJĄCYCH Z ZABEZPIECZEŃ W TRANSPORCIE

- Popularność zabezpieczeń stosowanych przez firmy podczas transportu towarów
- Powody rezygnacji ze styropianu przez część rynku
- Kryteria wyboru dostawcy materiałów zabezpieczających ładunek
- Oczekiwany przez rynek czas dostaw i wybierane kanały sprzedaży
- Dywersyfikacja dostawców i wskazywane zalety kupowania w jednym miejscu

Rozdział II. OCZEKIWANIA ODBIORCÓW STOSUJĄCYCH ZABEZPIECZENIA TOWARÓW W TRANSPORCIE NA LATA 2017-2020

- Oczekiwania odbiorców wobec dostawców zabezpieczeń (1 -3)
- Segmentacja odbiorców według kluczowych branż

Rozdział III. TRENDY, NOWOŚCI, INNOWACJE

- Kluczowe trendy na rynku elementów zabezpieczających towar w transporcie
- Rola designu - według odbiorców i dostawców + cytaty z wypowiedzi badanych
- Rola ekologii - według odbiorców i dostawców + cytaty z wypowiedzi badanych
- Rola ekologii - zmiany na rynku zabezpieczeń transportowych + cytaty z wypowiedzi badanych
- Rola optymalizacji rozmiaru i wagi – według odbiorców i dostawców
- Rola chipowania – według odbiorców i dostawców

Wiele sektorów – jedna specjalizacja. 11 lat doświadczenia w analizach B2B

Rozdział IV. PROGNOZY I KIERUNKI ROZWOJU RYNKU MATERIAŁÓW ZABEZPIECZAJĄCYCH TOWARY W TRANSPORCIE

- Prognozy zapotrzebowania na materiały zabezpieczające towar w transporcie
- Najważniejsze drivery wzrostu rynku zabezpieczeń towarów w transporcie (1 -4)
- Kierunki zmian – rola sieci handlowych w kreowaniu rynku elementów zabezpieczających
- Kierunki zmian – rola nowych tworzyw w kreowaniu rynku elementów zabezpieczających
- Kierunki zmian – rola cen surowców w kreowaniu rynku elementów zabezpieczających
- Kierunki zmian – rola dużych grup zakupowych w kreowaniu rynku elementów zabezpieczających

Rozdział V. CZYNNIKI I BRANŻE KSZTAŁTUJĄCE RYNEK ZABEZPIECZEŃ W TRANSPORCIE

- Perspektywy rozwoju branży automotive i jej wpływ na rynek zabezpieczeń w transporcie
- Perspektywy rozwoju branż: AGD i elektronicznej i ich wpływ na rynek zabezpieczeń w transporcie
- Perspektywy rozwoju branży spożywczej i jej wpływ na rynek zabezpieczeń w transporcie
- Perspektywy rozwoju branży meblarskiej i jej wpływ na rynek zabezpieczeń w transporcie
- Perspektywy rozwoju branży stolarki otworowej i jej wpływ na rynek zabezpieczeń w transporcie
- Perspektywy rozwoju branży metalowo-maszynowej i jej wpływ na rynek zabezpieczeń w transporcie
- Prognozy PKB dla Polski, Niemiec, strefy euro i gospodarek światowych na lata 2017 – 2021
- Prognoza popytu, spożycia, nakładów inwestycyjnych, produkcji na lata 2017 – 2019
- Czynniki wpływające na rozwój rynku elementów zabezpieczających w transporcie

METODYKA BADANIA

INFORMACJE LICENCYJNE

ABOUT US

Wiele sektorów – jedna specjalizacja. 11 lat doświadczenia w analizach B2B

KERALLA
RESEARCH
INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B

Spis wykresów:

Rozdział I. AKTUALNE PRAKTYKI ZAKUPOWE FIRM KORZYSTAJĄCYCH Z ZABEZPIECZEŃ W TRANSPORCIE

1. Rodzaje używanych przez firmy materiałów zabezpieczających
2. Wskazywane powody rezygnacji ze styropianu w ciągu ostatnich 3 lat
3. Kryteria wyboru dostawców
4. Kanały sprzedaży
5. Czas dostaw
6. Liczba dostawców
7. Zalety zakupu u jednego dostawcy

Rozdział II. OCZEKIWANIA ODBIORCÓW STOSUJĄCYCH ZABEZPIECZENIA TOWARÓW W TRANSPORCIE NA LATA 2017-2020

8. Czy dostawcy zabezpieczeń powinni świadczyć usługę doradztwa?
9. Czy dostawcy zabezpieczeń powinni świadczyć usługę magazynowania?
10. Czy dostawcy zabezpieczeń powinni świadczyć usługę projektowania?

Rozdział III. TRENDY, NOWOŚCI, INNOWACJE

11. Kluczowe trendy
12. Czy wygląd stosowanych materiałów jest ważny dla odbiorców?
13. Czy kontrahenci oczekują zabezpieczeń łatwiejszych w użyciu?
14. Czy zabezpieczenia mają być lżejsze i mniejsze przy tych samych parametrach?
15. Czy zabezpieczenia z chipem zyskują na znaczeniu?

Rozdział IV. PROGNOZY I KIERUNKI ROZWOJU RYNKU MATERIAŁÓW ZABEZPIECZAJĄCYCH TOWARY W TRANSPORCIE

16. Prognoza zapotrzebowania na elementy zabezpieczające
17. Drivery wzrostu zapotrzebowania na elementy zabezpieczające

Spis wykresów:

Rozdział V. CZYNNIKI I BRANŻE KSZTAŁTUJĄCE RYNEK ZABEZPIECZEŃ W TRANSPORCIE

18. Wartość produkcji sprzedanej pojazdów silnikowych, przyczep i naczep oraz części i akcesoriów (mld PLN)
19. Eksport podzespołów, części i akcesoriów motoryzacyjnych (mld EUR)
20. Wartość produkcji sprzedanej AGD i sprzętu elektronicznego (mld PLN)
21. Eksport małego i dużego AGD (mld EUR)
22. Wartość produkcji sprzedanej artykułów spożywczych (mld PLN)
23. Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi (mld EUR)
24. Wartość produkcji sprzedanej mebli (mld PLN)
25. Eksport mebli (mld EUR)
26. Wartość produkcji sprzedanej stolarki otworowej (mld PLN)
27. Eksport stolarki otworowej (mld EUR)
28. Wartość produkcji sprzedanej przemysłu metalowego (mld PLN)
29. Wartość produkcji sprzedanej branży maszyn i urządzeń (mld PLN)
30. PKB dla Polski i prognozy
31. PKB dla Niemiec i prognozy
32. PKB dla strefy euro i prognozy
33. PKB dla gospodarek światowych i prognozy
34. Dynamika popytu krajowego i prognozy (% , r/r)
35. Dynamika spożycia indywidualnego i prognozy (% , r/r)
36. Dynamika nakładów inwestycyjnych i prognozy (% , r/r)
37. Dynamika produkcji sprzedanej przemysłu i prognozy
38. Eksport i import Polski w mld EUR
39. Rozwój sektora e-commerce – liczba sklepów internetowych

Metodyka badania

- **Ogólnopolskie badanie ilościowe wśród 300 producentów (odbiorców zabezpieczeń)** z branż: automotive, AGD RTV, spożywczej i meblarskiej dobranych metodą losowo - kwotową. W badaniu brały udział małe, średnie i duże zakłady produkcyjne. Pomiar wykonano techniką CATI wg standaryzowanych wywiadów prowadzonych telefonicznie z pełną kontrolą poprawności doboru respondenta przez własny, w pełni kontrolowany dział realizacji badań w biznesie. **Dodatkowo zrealizowano 10 pogłębionych wywiadów** z odbiorcami oraz dostawcami elementów zabezpieczających, aby poszerzyć zakres wniosków z części statystycznej, ilościowej badanego rynku.
- **Respondent:** osoba odpowiedzialna za wybór elementów zabezpieczających towar w transporcie. W praktyce zależnie od rozmiaru firmy i jej struktury był to: główny technolog, kierownik produkcji, specjalista ds. zakupów, dyrektor zakładu, w mniejszych zakładach właściciel.
- **Wykonano też analizę danych wtórnych.** Zwłaszcza przeanalizowano kondycję branż mających istotny wpływ na cały rynek elementów zabezpieczających, w tym poddano analizom dane makroekonomiczne mające związek bezpośredni z kondycją badanego rynku.
- **W raporcie umieszczono też dodatkowe informacje z tzw. analiz krzyżowych.** Analizy wykonano dla wszystkich pytań przez tzw. zmienne metrykowe typu zatrudnienie, branża, działalność eksportowa. Tylko, gdy różnice w odpowiedziach (rozkładach częstości) były istotne statystycznie (co sprawdzono testami SPSS), informacje umieszczono w raporcie.
- **Wynik testu informuje,** czy pomiędzy grupami firm, ich opiniami, praktykami zakupowymi, a cechami są różnice, które warto wziąć pod uwagę, np. podczas projektowania kampanii, budowania strategii, tworzenia segmentacji, na etapie budżetowania wydatków wspierających całokształt działań marketingowo-sprzedażowych firmy, która dostarcza zabezpieczenia transportowe lub oferuje usługi poligraficzne w tym segmencie rynku.

Wiele sektorów – jedna specjalizacja. 11 lat doświadczenia w analizach B2B

- ❑ **Data wydania raportu:** październik 2017. Sygn. 481/10/2017
- ❑ **Stron:** 50
- ❑ **Format dostawy:** elektronicznie (PDF), język polski
- ❑ **Cena licencji krajowej, niewyłączonej:** 2.800 PLN netto
- ❑ Czym jest licencja niewyłączna?



Wydawca:

Keralla Research Instytut Badań i Rozwiązań B2B
Ul. Kazimierza Wielkiego 67
50-077 Wrocław Polska
T 48 71 335 77 82
F 48 71 722 03 72
raporty@keralla.pl
www.keralla.pl

Pytania w sprawie raportu?

Jesteśmy do dyspozycji

Józef Domagała

Manager Gotowych Raportów
Biznesowych
jozef.domagala@keralla.pl
GSM 519 088 184

Izabella Młynarczyk

Business Development
Director
izabella.mlynarczyk@keralla.pl
GSM 515 598 988

Inne gotowe raporty managerskie w sprzedaży

Raport został przygotowany przez Instytut Keralla Research i żadne Strony trzecie nie miały możliwości ingerencji w treść oraz charakter Raportu. Dokument powstał w oparciu o informacje uzyskane w drodze badań odbiorców i dostawców (zgodnie z opisem w metodyce badania). Raport nie uwzględnia efektów zdarzeń i okoliczności, które miały miejsce oraz informacji, które pojawiły się po dacie publikacji raportu. Niezależnie od podstawy działania (kontraktowej czy deliktowej) w ramach obowiązującego prawa Instytut Keralla Research nie ponosi odpowiedzialności za czyny i konsekwencje ponoszone przez osoby trzecie ani żadne decyzje podjęte lub nie podjęte na podstawie niniejszego Raportu.

Wiele sektorów – jedna specjalizacja. 11 lat doświadczenia w analizach B2B

KERALLA
RESEARCH
INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B

KERALLA RESERACH INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B

Na co dzień pracujemy dla zarządzających spółkami z różnych branż. Łączy nas jedno.

Użyteczne raporty dla sprzedających na rynkach business-to-business



Wiele sektorów – jedna specjalizacja. 11 lat doświadczenia w analizach B2B

KERALLA
RESEARCH
INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B