



**Raport z badania instalatorów
dla producentów nieprzemysłowych zaworów do
instalacji wodnej, gazowej i c.o.**

**Zawory 2025.
Trendy, rozpoznawalność marek,
aktualne kryteria wyboru,
wyróżniający się producenci,
nastroje i poziom zleceń na 2025.**

Keralla Research Instytut Badań i Rozwiązań B2B
Aleja Kasztanowa 3a-5, 53-125 Wrocław
Biuro: (+48) 71 733 69 24 raporty@keralla.pl www.keralla.pl

**KERALLA
RESEARCH**
INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B

JUŻ W SPRZEDAŻY

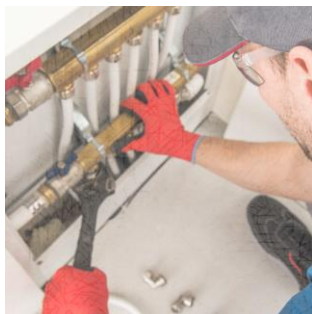
**OFERTA NA ZAKUP RAPORTU GOTOWEGO: licencja niewyłączna, krajowa (do użytku firmowego)
Branża: technika instalacyjna/ Sygn. 452/01/2025
Publikacja: styczeń 2025. Realizacja: Keralla Research Instytut Badań Opinii Firm**

Marki ujęte w raporcie – wymieniane przez respondentów

Dodatkowe analizy wykonano dla kilku marek, które otrzymały wystarczająco dużą próbę wskazań w badaniu (małe próby pominięto w prezentacji szczegółowej)



Wystarczy wystać zamówienie – kupiony raport wysyłamy w tym samym dniu



Report z badania instalatorów dla producentów nieprzemysłowych zaworów do instalacji wodnej, gazowej i c.o.

Zawory 2025.
Trendy, rozpoznawalność marek, aktualne kryteria wyboru, wyróżniający się producenci, nastroje i poziom zleceń na 2025.

Keralla Research Sp. z o.o. | ul. Słowackiego 42B
00-614 Warszawa
Kontakt: 519 088 184 | raporty@keralla.pl

KERALLA
RESEARCH
ANALIZA RYNKU I STRATEGIA MARKI

Cena raportu:
4.500 PLN +VAT.



[Link do zamówienia](#)
Dodaj do KOSZYKA

Publikacja: 01. 2025. **Stron:** 44

Dostawa: elektronicznie PDF na podany w zamówieniu @ łącznie z fakturą

Język: polski

Cena licencji krajowej, niewyłączonej.

Pytania do badania **lub demo?**

Tel. 519 088 184 raporty@keralla.pl

Aktualny głos grupy docelowej kształtującej rynek zaworów nieprzemysłowych

Z badania dowiesz się m.in.:

- Jak rynek ocenia dopasowanie oferty do aktualnych potrzeb klientów?
- Jak zmienia się korzystanie ze źródeł informacji, czyli gdzie w 2025 inwestować w promocję marki?
- Jakie atrybuty swojej marki promować?
- Jakie są dziś kryteria wyboru?
- Jaka jest rozpoznawalność marek?
- Za co rynek wyróżnia niektóre marki?
- Jakie są prognozy zleceń na 2025?
- Jakie trendy w zaworach na 2025?

Wyniki oparte na wywiadach z instalatorami montującymi na co dzień nieprzemysłowe zawory do instalacji wodnej, gazowej i c.o.

Metodologia badania:

- Ogólnopolskie badanie telefoniczne wykonano na próbie **n=200 instalatorów różnych marek z całej Polski.**
- Zawory ogólnie, zawory termostatyczne, zawory kulowe.
- **Technika CATI:** wywiady z instalatorami, z których ponad 90% ma staż w zawodzie 10 lat, współopiniujący która marka będzie montowana na obiekcie.

Spis treści pełnego raportu

MODUŁ 1. SYTUACJA W BRANŻY INSTALACYJNEJ, TRENDY W ZAWORACH DO INSTALACJI WODNEJ, GAZOWEJ I C.O. 3

- Ocena aktualnej sytuacji w branży instalacyjnej i prognozy na 2025
- Powody spadku zleceń
- Trendy w zaworach do instalacji wodnej, gazowej i c.o.

MODUŁ 2. KOMUNIKACJA MARKETINGOWA MAREK: ROZPOZNAWALNOŚĆ MAREK ZAWORÓW, WYRÓŻNIKI 7

- Znajomość spontaniczna i wspomagana marek zaworów – cz. 1
- Znajomość spontaniczna i wspomagana marek zaworów – cz. 2
- Producenci zaworów wyróżniający się na tle innych
- Cechy wyróżniających się producentów zaworów: Danfoss, Valvex
- Cechy wyróżniających się producentów zaworów: Herz, Arco

MODUŁ 3. PRAKTYKI ZAKUPOWE INSTALATORÓW: WIZERUNEK NAJPOPULARNIEJSZYCH MAREK ZAWORÓW KULOWYCH 13

- Potencjał marek zaworów kulowych na podstawie wybieralności i spontanicznej znajomości
- Konkurenci wobec marek zaworów kulowych pierwszego wyboru a ich znajomość spontaniczna
- Bezpośredni konkurenci dla najczęściej wybieranych marek
- Wizerunek najczęściej kupowanych marek zaworów kulowych
- Wizerunek marki Valvex
- Wizerunek marki Arco
- Wizerunek marki Kfa armatura
- Wizerunek marki FERRO

MODUŁ 4. PRAKTYKI ZAKUPOWE INSTALATORÓW: WIZERUNEK NAJPOPULARNIEJSZYCH MAREK ZAWORÓW TERMOSTATYCZNYCH 22

- Potencjał marek zaworów termostatycznych na podstawie wybieralności i spontanicznej znajomości

- Konkurenci wobec marek zaworów termostatycznych pierwszego wyboru a ich znajomość spontaniczna
- Bezpośredni konkurenci dla najczęściej wybieranych marek
- Wizerunek najczęściej kupowanych marek zaworów termostatycznych
- Wizerunek marki Danfoss
- Wizerunek marki Herz
- Wizerunek marki IMI
- Wizerunek marki Schlösser
- Wizerunek marki Honeywell

MODUŁ 5. Miejsca, w których instalatorzy szukają informacji o zaworach (źródła) 32

- Zmiany w preferowanych źródłach informacji o zaworach
- Rola tradycyjnych źródeł informacji o zaworach
- Rola nowoczesnych źródeł informacji o zaworach – cz. 1
- Rola nowoczesnych źródeł informacji o zaworach – cz. 2
- Najważniejsze czynniki wyboru zaworów do instalacji wodnej, gazowej i c.o.
- Dopasowanie oferty zaworów do instalacji wodnej, gazowej i c.o.
- Miejsca zakupu zaworów i wykorzystywane aplikacje

MODUŁ 6. PROFILE, CZYLI CECHY OGÓLNE GRUPY DOCELOWEJ INSTALATORÓW (FIRMY) 40

- Profil zakupowy typowego instalatora zaworów do instalacji wodnej, gazowej i c.o.
- Cechy wyróżniające grupy docelowej: Calido, Danfoss, FERRO, Honeywell

METODOLOGIA BADANIA 43

- Charakterystyka badanych

INFORMACJE LICENCYJNE 44

Wydawca raportu:

Keralla Research Instytut Badań i Rozwiązań B2B

Al. Kasztanowa 3a-5, 53-125 Wrocław Polska

T+48 519 088 184 www.keralla.pl raporty@keralla.pl