

Raport Managerski o Narzędziach dla Profesjonalistów

(potencjał, znajomość, użytkowanie i wizerunek marek, rola e-commerce i doradztwa w kanałach sprzedaży, praktyki zakupowe, profil profesjonalisty).

OFERTA SPRZEDAŻY RAPORTÓW KOMERCYJNYCH: zakup z licencją niewyłączną, krajową

Branża: elektrotechniczna, elektroinstalacyjna, sprzedaż osprzętu B2B.

Sygn. 474/04/2016 KERALLA RESEARCH 04.2016

raporty@keralla.pl

T +48 71 335 77 82

Wiele sektorów - jedna specjalizacja. 10 lat doświadczenia w analizach B2B

KERALLA
RESEARCH
INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B

RAPORT MANAGERSKI NARZĘDZIA & ELEKTRONARZĘDZIA DLA PROFESJONALISTÓW 2016



Rynek narzędzi i elektronarzędzi dla profesjonalistów w Polsce

Wiele sektorów - jedna specjalizacja. 10 lat doświadczenia w analizach B2B

Z raportu dowiesz się między innymi

- ❑ Jakie są prognozy wzrostu dla całej branży narzędzi & elektronarzędzi do 2020 r.?
- ❑ Co przede wszystkim będzie napędzać ten rynek w perspektywie najbliższych lat?
- ❑ Jak duży jest rynek odbiorców (profesjonalnych użytkowników) narzędzi i elektronarzędzi w takich branżach, jak: budownictwo, warsztaty samochodowe, sektor elektroinstalacyjny?
- ❑ Jakie trendy profesjonalści uznali za kluczowe dla rozwoju branży narzędziowej na najbliższe 4 lata?
- ❑ Jakże już dziś zauważają zmiany podczas swojej pracy zawodowej?
- ❑ Jak często profesjonalista inwestuje w zakup i wymianę narzędzi oraz elektronarzędzi?
- ❑ Jakie czynniki wpływają na jego wybór narzędzi i elektronarzędzi (co analizuje, co bierze pod uwagę)?
- ❑ W jakich kanałach zbytu nabywa osprzęt zawodowców?
- ❑ Co sprawia, że stopniowo profesjonalści zaczynają kupować w e-sklepach?
- ❑ Jakże e-sklepy wymieniają spontanicznie i czy są do nich przywiązani czy kupują w różnych miejscach?
- ❑ Czy jakiś e-sklep przyciąga firmy większe?
- ❑ W jakich miejscach profesjonalści szukają informacji o nowościach? I czy coś ich różni pod względem preferencji źródeł informacji?
- ❑ Czy profesjonalści uczestniczą w targach?
- ❑ Jakie działania wspierające sprzedaż są zauważane i doceniane przez profesjonalistów?
- ❑ Czy zawodowcy uczestniczą w programach lojalnościowych?
- ❑ Jakiego doradztwa oczekują profesjonalści (czy jest w ogóle potrzebne)? Jeśli doradztwo - to z czego konkretnie?
- ❑ Czy profesjonalści różnią się w swoich oczekiwaniach odnośnie doradztwa?
- ❑ Czy jacyś producenci wyróżniają się w działaniach na tle konkurencji w ofercie dla profesjonalistów? Którzy?
- ❑ Jaka marka wyróżnia się pod względem oferowanych rabatów i atrakcyjnych programów - w ocenie profesjonalistów?
- ❑ Jak kształtuje się spontaniczna i wspomagana znajomość marek narzędzi i elektronarzędzi dla prof.?
- ❑ Którą markę najczęściej kupują i użytkują profesjonalści?
- ❑ Czy znajomość i użytkowana marka - różni badanych ze względu na ich specjalizację?
- ❑ Jak kształtuje się poziom przywiązania do marki?
- ❑ A jeśli nie ma marki ulubionej - ilu zawodowców sięgnie po inny brand? I jaka będzie to marka? Czyli kto jest dla kogo konkurentem w opinii profesjonalisty?
- ❑ Jakie marki się wyróżniają na rynku profesjonalistów?
- ❑ Czym wyróżniają się te marki?
- ❑ Z jakim wizerunkiem kojarzą się te marki profesjonalistom?

WSPARCIE STRATEGII I SPRZEDAŻY

WSPARCIE KOMUNIKACJI I MARKETINGU

Wiele sektorów - jedna specjalizacja. 10 lat doświadczenia w analizach B2B

W raporcie są użytkownicy m.in, tych marek



Wiele sektorów - jedna specjalizacja. 10 lat doświadczenia w analizach B2B

Cele projektu, metodologia i kontekst badania

Cel główny

- **Scharakteryzować potencjał krajowego rynku narzędzi ręcznych i elektronarzędzi ukazując profil i zachowania rynkowe odbiorcy firmowego (tzw. profesjonalista).** Sporządzić użyteczny i managerski raport, który będzie wspierał decyzje biznesowe i marketingowe producentów oraz dystrybutorów zainteresowanych poznaniem praktyk zakupowych i percepcji marek osprzętu kierowanego do zawodowców.

Cele szczegółowe

- **Oszacować, ile jest wart polski rynek narzędzi i elektronarzędzi?** Jaki będzie jego rozmiar do 2020 roku? Jaka część przypada na biznes? Wskazać trendy, które będą wpływać na potencjał rynku osprzętu? Określić, jak wyglądają codzienne praktyki: zakupu i wymiany narzędzi i elektronarzędzi, jaka jest rola doradztwa w punkcie sprzedaży? Przez które kanały dokonywane są zakupy? Jaką rolę pełni e - commerce? Czy zakupy w sieci zyskują na znaczeniu oraz jakie sklepy odwiedzają zawodowcy?
- Jaka jest znajomość brandów oraz które marki narzędzi ręcznych i elektronarzędzi używają profesjonalści?
- Sprawdzić poziom ich znajomości oraz skojarzeń marek oferujących profesjonalny osprzęt?
- Jak i gdzie szukają informacji? Zidentyfikować podobieństwa oraz różnice w postawach i praktykach zakupowych wynikających z różnego zatrudnienia, stosowania sprzętu odmiennych marek czy typu działalności.

Metodyka badania

- **Zastosowano kilka technik badawczych.** Kluczowe wnioski oparto na realizacji ogólnopolskiego badania na próbie losowo-kwotowej **N=300 wywiadów** z profesjonalistami świadczącymi usługi elektroinstalacyjne, budowlano - montażowe oraz serwisowo - warsztatowe. Badania prowadzono wśród firm prywatnych, prowadzących aktywną działalność zarobkową. Prezentowane wyniki to również efekt prac analitycznych na danych zastanych, w tym zwłaszcza na statystykach GUS, Statistics MRC, Grupy Freedomia, FMI, PCW, Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju, SAMAR, SDCM, AAA Auto, Ministerstwa Finansów oraz badań własnych Instytutu Keralla Research.
- Czas badań: 02 - 03.2016.
- W raporcie umieszczono dodatkowe informacje z analiz krzyżowych dla wszystkich pytań. Jeśli różnice w rozkładach były istotne statystycznie i potwierdzone testami, wówczas informację taką umieszczono w ramach i w slajdach Profile.

Zawartość raportu:

Cele projektu

- Metodologia i kontekst badania
- Managerskie key findings
- Prezentacja wyników badania

Moduł 1. Rynek narzędzi ręcznych i elektronarzędzi - wartość, potencjał rynku, trendy

- Światowa wartość sprzedaży narzędzi i elektronarzędzi, wiodące rynki, czynniki wzrostu
- Podział rynku narzędzi i elektronarzędzi wg segmentów
- Rozmiar polskiego rynku narzędzi i elektronarzędzi z prognozą do 2020
- Czynniki wzrostu rynku narzędzi profesjonalnych i półprofesjonalnych
- Planowane wydatki na inwestycje infrastrukturalne w Polsce (czynniki wzrostu)
- Progresja inwestycji w sektorze budowlanym (czynniki wzrostu)
- Zatrudnienie w branży budowlanej (stabilny target narzędzi profesjonalnych)
- Rynek samochodów nowych i używanych w Polsce (czynniki wzrostu)
- Wartość rynku usług warsztatowych w Polsce i zatrudnienie w branży
- Trendy wpływające na potencjał rynku narzędzi i elektronarzędzi
- Trendy produktowe i technologiczne wpływające na rynek narzędzi i elektronarzędzi
- Trendy produktowe wpływające na rynek narzędzi i elektronarzędzi
- Trendy w zarządzaniu wpływające na rynek narzędzi i elektronarzędzi
- Trendy w dystrybucji wpływające na rynek narzędzi i elektronarzędzi
- Trendy w kanałach sprzedaży wpływające na rynek narzędzi i elektronarzędzi
- Akwizycje i konsolidacje wpływające na rynek narzędzi i elektronarzędzi
- Trendy społeczne wpływające na rynek narzędzi i elektronarzędzi

Moduł 2. Praktyki zakupowe profesjonalistów narzędzi ręcznych i elektronarzędzi

- Charakterystyka próby: działalność, zatrudnienie, typy kupowanych narzędzi
- Charakterystyka: województwo, regiony Polski
- Częstotliwość zakupu i wymiany elektronarzędzi przez profesjonalistów
- Częstotliwość zakupu i wymiany narzędzi ręcznych przez profesjonalistów
- Najważniejsze czynniki wyboru elektronarzędzi
- Najważniejsze czynniki wyboru narzędzi ręcznych
- Najpopularniejsze kanały sprzedaży wśród profesjonalistów
- Elementy przyciągające profesjonalistów do kanału e-commerce
- Praktyki kupowania narzędzi i elektronarzędzi w kanale e-commerce
- Popularne e-sklepy wśród profesjonalistów (elektronarzędzia)
- Popularne e-sklepy wśród profesjonalistów (narzędzia ręczne)

Moduł 3. Działania wspierające sprzedaż narzędzi ręcznych i elektronarzędzi, ocena producentów

- Ocena dodatkowych korzyści oferowanych przy zakupie narzędzi
- Ocena producentów oferujących dodatkową oszczędność podczas zakupu
- Dodatkowe korzyści: programy lojalnościowe
- Doradztwo w miejscu zakupu narzędzi i elektronarzędzi dla profesjonalistów
- Doradztwo w procesie wyboru narzędzi i elektronarzędzi dla profesjonalistów
- Oczekiwane doradztwo: co firmy chcą wiedzieć?
- Profile: oczekiwane doradztwo a zatrudnienie
- Profile: oczekiwane doradztwo a działalność
- Źródła informacji na temat narzędzi i elektronarzędzi wśród profesjonalistów
- Profile: źródła informacji o narzędziach i elektronarzędziach a zatrudnienie
- Profile: źródła informacji o narzędziach i elektronarzędziach a działalność
- Ocena rabatów i programów lojalnościowych producentów narzędzi
- Aktywność profesjonalistów w targach narzędzi ręcznych i elektronarzędzi

Moduł 4. Znajomość brandów i najczęściej użytkowane marki narzędzi dla profesjonalistów

- Główni producenci rynku elektronarzędzi dla profesjonalistów w Polsce
 - Znajomość spontaniczna i wspomagana marek dla profesjonalistów (Top of Mind)
 - Użytkowane marki elektronarzędzi przez profesjonalistów
 - Profile: znajomość marek a działalność
 - Skłonność do użytkowania elektronarzędzi różnych marek
 - Skłonność do użytkowania elektronarzędzi innych marek - drugi wybór
 - Marki dla profesjonalistów wyróżniające się spośród innych
 - Ocena Hilti w percepcji profesjonalistów
 - Ocena Boscha w percepcji profesjonalistów
 - Ocena Makity w percepcji profesjonalistów
 - Wizerunek marek dla profesjonalistów - percepcja brandów użytkowanych
 - Profil typowego użytkownika profesjonalnych narzędzi i elektronarzędzi
 - Profil typowego użytkownika sprzętu marek Celma oraz AEG Powertools
-
- Podsumowanie - rekomendacje biznesowe B2B
 - Keralla Research IBiRB2B. Wiele sektorów - jedna specjalizacja
 - Dane podstawowe informacje licencyjne

Spis wykresów:

Moduł 1. Rynek narzędzi ręcznych i elektronarzędzi - wartość, potencjał rynku, trendy

- Wykres 1 Wiodące rynki zbytu narzędzi i elektronarzędzi na świecie
- Wykres 2 Wartość sprzedanej produkcji budowlano - montażowej w Polsce
- Wykres 3 Liczba oddanych do użytkowania mieszkań w Polsce
- Wykres 4 Liczba mieszkań, których budowę rozpoczęto
- Wykres 5 Liczba pozwoleń lub zgłoszeń na budowę
- Wykres 6 Wartość całego rynku części zamiennych, w tym napraw samochodów w 2009 i 2015 roku

Moduł 2. Praktyki zakupowe profesjonalistów narzędzi ręcznych i elektronarzędzi

- Wykres 7 Działalność
- Wykres 8 Typ nabywanych narzędzi i elektronarzędzi
- Wykres 9 Zatrudnienie
- Wykres 10 Staż firmy
- Wykres 11 Podział na regiony
- Wykres 12 Częstość zakupu i wymiany elektronarzędzi
- Wykres 13 Częstość zakupu i wymiany narzędzi ręcznych
- Wykres 14 Najważniejsze czynniki przy wyborze elektronarzędzi
- Wykres 15 Najważniejsze czynniki analizowane przy wyborze narzędzi ręcznych
- Wykres 16 Miejsca nabywania narzędzi i elektronarzędzi
- Wykres 17 Czynniki decydujące o zakupach narzędzi ręcznych i elektronarzędzi w e-sklepach
- Wykres 18 Czy profesjonalści kupują narzędzia ręczne i elektronarzędzia w tych samych e-sklepach?
- Wykres 19 Lojalność badanych wobec sklepów internetowych
- Wykres 20 E-sklep jako kanał sprzedaży elektronarzędzi
- Wykres 21 Lojalność badanych wobec e-sklepów
- Wykres 22 E-sklep jako kanał sprzedaży narzędzi

Wiele sektorów - jedna specjalizacja. 10 lat doświadczenia w analizach B2B

Moduł 3. Działania wspierające sprzedaż narzędzi ręcznych i elektronarzędzi, ocena producentów

- Wykres 23 Rola profitów w procesie nabywania narzędzi
- Wykres 24 Korzyści brane pod uwagę podczas zakupu sprzętu
- Wykres 25 Percepcja aktywności firm oferujących dodatkowe oszczędności
- Wykres 26 Wyróżniają się na tle innych w zakresie oszczędności
- Wykres 27 Uczestnictwo w programach lojalnościowych
- Wykres 28 Percepcja aktywności sprzedawców w zakresie doradztwa
- Wykres 29 Znaczenie doradztwa przy wyborze narzędzi i elektronarzędzi
- Wykres 30 Promocje, rabaty oraz wyprzedaże
- Wykres 31 Testowanie nowych narzędzi i elektronarzędzi
- Wykres 32 Miejsca serwisowania sprzętu danego producenta
- Wykres 33 Recykling zużytych narzędzi
- Wykres 34 Gdzie profesjonalści szukają informacji o nowościach i ofertach narzędzi?
- Wykres 35 Percepcja wyróżniających się producentów narzędzi i elektronarzędzi dla profesjonalistów
- Wykres 36 Producenci wskazywani jako liderzy najbardziej interesujących rabatów i programów lojalnościowych
- Wykres 37 Uczestnictwo w targach dla profesjonalistów

Moduł 4. Znajomość brandów i najczęściej użytkowane marki narzędzi dla profesjonalistów

- Wykres 38 Spontaniczna znajomość elektronarzędzi
- Wykres 39 Wspomagana znajomość elektronarzędzi
- Wykres 40 Popularność użytkowanych marek elektronarzędzi
- Wykres 41 Przywiązanie do marki i stosowanie różnych brandów
- Wykres 42 Brandy producentów, wskazywane jako marka elektronarzędzi zastępująca najczęściej używaną
- Wykres 43 Wyróżniający się producent elektronarzędzi dla profesjonalistów
- Wykres 44 Producenci dla zawodowców wyróżniający się na tle innych
- Wykres 45 Czynniki wyróżniające markę Hilti
- Wykres 46 Czynniki wyróżniające markę Bosch
- Wykres 47 Czynniki wyróżniające markę Makita

Wiele sektorów - jedna specjalizacja. 10 lat doświadczenia w analizach B2B

- ❑ Data wydania raportu: kwiecień 2016. Sygn. 474/04/2016
- ❑ Stron: 68 (PowerPoint)
- ❑ Format dostawy: elektronicznie PDF
- ❑ Język: polski
- ❑ Cena licencji krajowej: 4 100 PLN netto.
- ❑ Zamawiam



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

www.keralla.pl

raporty@keralla.pl

Wiele sektorów - jedna specjalizacja. 10 lat doświadczenia w analizach B2B

KERALLA
RESEARCH
INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B