

15 gru 2016 / Keralla Research /

ELEKTROINSTALATOR STAWIA NA JAKOŚĆ

Sięgając po źródła światła, rozdzielnice i obudowy, czy aparaturę elektryczną elektroinstalatorzy przede wszystkim zwracają uwagę na jakość – wynika z najnowszego raportu Instytutu Keralla Research, który badał profesjonalistów montujących markowy sprzęt.

Dla elektroinstalatorów głównym kryterium wyboru zarówno źródeł światła, rozdzielnic, obudów jak i aparatury elektrycznej jest zaufanie do jakości produktu, a więc tym samym – także do producenta. Ważne, by markowy sprzęt był dla instalatora również przystępny cenowo, co dotyczy wszystkich trzech kategorii. W przypadku zakupu techniki świetlnej cena jest istotna dla około 45 proc. badanych. Decydując się na rozdzielnice i obudowy koszty okazują się być ważne dla 31,8 proc. ankietowanych, zaś w przypadku aparatury elektrycznej na ten aspekt zwraca uwagę co trzeci elektroinstalator.

Kupując sprzęt, fachowcy wybierają spośród ofert wielu różnych producentów, zwłaszcza jeśli chodzi o źródła światła, gdzie konkurencja jest bardzo duża. Lojalność badanej grupy zawodowej wobec najczęściej montowanych brandów możemy określić jako znikomą. Bez względu na badaną kategorię produktową przywiązanie do marki waha się między 1,4 a 4 proc., co oznacza, że tylko tyłu profesjonalistów nie zastąpiłoby zazwyczaj używanych produktów sprzętem innego producenta. Lojalność wobec marki to jednocześnie skłonność użytkownika do jej rekomendacji innym. Z badania wynika, że elektroinstalator, w zależności od typu inwestycji, bierze aktywny udział w procesie decyzyjnym dotyczącym instalowanych marek. Okazuje się, że jego zdanie w sprawie montowanego sprzętu jest brane pod uwagę w budownictwie mieszkaniowym, zarówno indywidualnym, jak i deweloperskim. Tym samym instalator może - i co najważniejsze - rekomenduje produkty danego producenta z kategorii źródeł światła, rozdzielnic, obudów czy aparatury elektrycznej na obiekcie.

Z przeprowadzonego badania wynika również, że instalatorzy wiedzę o nowych produktach pozyskują głównie z dwóch źródeł: z hurtowni oraz Internetu. O ile w dalszym ciągu z tradycyjnego kanału korzysta najwięcej, bo prawie 63 proc. badanych, o tyle aż 53,3 proc. elektroinstalatorów szuka informacji o nowościach w sieci. Ze względu na ciągle trwającą wymianę pokoleniową, jest to kanał, który bezsprzecznie będzie zyskiwał na znaczeniu, a w perspektywie dekady może skutecznie wyprzeć tradycyjne źródła pozyskiwania wiedzy. Co ważne jednak, niemal co piąty elektroinstalator o nowym sprzęcie dowiaduje się na szkoleniach, zatem organizacja tego typu spotkań merytorycznych dla tej grupy zawodowców powinna być na stałe uwzględniona w budżetach marketingowych producentów i hurtowni.

Źródło: Instytut Keralla Research raport „Elektroinstalator o markach dla profesjonalistów”.

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 (<http://www.keralla.pl/>)