



RYNEK FILTRÓW W POLSCE

MotoFocus.pl - dział badania rynku i opinii

MotoFocus.pl jest polską firmą badawczą specjalizującą się w badaniach rynku motoryzacyjnego. Już od blisko 10 lat przeprowadzamy badania marketingowe oraz sondaże opinii publicznej związane z rynkiem motoryzacyjnym. Tak mocna specjalizacja powoduje, iż nasze raporty i analizy uwzględniają wszystkie aspekty rynku przez co ich jakość spełnia najwyższe standardy.

- ciągle rozwijamy naszą ofertę, wprowadzając innowacyjne rozwiązania technologiczne
- do potrzeb naszych klientów podchodzimy indywidualnie
- działamy w zgodzie z etyką zawodową i najwyższymi standardami branży badawczej
- dokładamy wszelkich starań, aby współpraca z nami była miłym doświadczeniem interpersonalnym
- oferujemy klientom możliwość zakupu badań międzynarodowych

MotoFocus.pl - to nowoczesne rozwiązania w badaniach marketingowych

ZESPÓŁ

W MotoFocus.pl znajdują Państwo doświadczonych, kreatywnych, pełnych entuzjazmu i zaangażowania badaczy o nowatorskim podejściu do badań rynku i opinii. Nasi pracownicy łączą wiedzę z przygotowaniem marketingowym, socjologicznym i psychologicznym, dlatego też nawet najtrudniejsze problemy metodologiczne umieją przełożyć na zrozumiały język.

BADANIA SYNDYKATOWE

Badania syndykatowe to autorskie projekty MotoFocus.pl. Są to badania realizowane regularnie, co sprawia, iż posiadamy bardzo szeroką wiedzę na temat poszczególnych grup produktowych, warsztatów niezależnych, sieci warsztatowych. Dzięki temu mamy możliwość obserwowania trendów i zmian w badanych zagadnieniach. Raporty z badań syndykatowych, w przeciwieństwie do raportów ad hoc, nie są sprzedawane na wyłączność jednego klienta, przez co ich cena jest dostępniejsza, a zakres badania szerszy.

































BADANIA AD HOC

MotoFocus.pl oferuje badania tzw. szyte na miarę i dostosowane do indywidualnych potrzeb każdego klienta. Zapewniamy współpracę z Państwem na każdym etapie procesu badawczego.

Nie ograniczamy się tylko do dostarczenia gotowych wyników badań, ale służymy również poradą ekspercką, przygotowujemy analizy oraz jesteśmy nastawieni na rozwiązywanie Państwa problemów.



Nasi klienci

	AC Spółka Akcyjna		Fomar Borg Automotive
	ATB Truck		Fota S.A
	Auto Euro S.A - Lublin		GAU Polska
			
	Auto Land		GG Profit
	Autopart Mielec		Hella
	Bagoria Motrex Sp. z o.o.		Inter Cars
	Bosal		Janmor
	BPW		Jenox
	Castrol		Jetro
	Citroen		Johnson Controls Sp. z o. o
	Continental		Lena Lighting
	Delphi		Mahle
	EcoStream		Mann-Hummel
	Exide		Marpeto
	Fiat Auto Polska		Mercedes Benz Sp. Z o.o
	Filtron		Moto Profil



Nasi klienci



Nissens



SKF

OLPAK Sp. z o.o



Skoda Auto Polska



Optimal Polska



Stowarzyszenie Techniki Motoryzacyjnej



Orlen Oil



TB Truck



Osram



TMD Polska



Otto Zimmermann



Toyota Polska



Partner Opony Polska



TRW



Peugeot Polska



Valeo



Philips



Washmaster



Renault Polska



Wielton



Robert Bosch Polska Sp. Z .o.o



Zap



Shell Polska Sp. z o.o.



ZF Service



WPROWADZENIE

Badanie zostało przeprowadzone z myślą o producentach i dystrybutorach części zamiennych w Polsce. Raport porusza takie kwestie jak kryteria wyboru marki filtrów, procentowy udział sprzedaży filtrów w całkowitej sprzedaży sklepów i warsztatów, najczęstsze przyczyny reklamacji.

METODOLOGIA

Badanie zostało przeprowadzone na próbie o wielkości 500 warsztatów i sklepów motoryzacyjnych. Zastosowano metodę CAWI .

CEL RAPORTU

Celem niniejszego opracowania było dostarczenie producentom filtrów i dystrybutorom części zamiennych w Polsce informacji na temat rynku filtrów, kryteriów jakimi kierują się warsztaty wybierając markę filtrów powietrza, oleju, paliwa a także filtrów przeciwpyłowych.



Spis treści

1. Struktura próby.
 - 1.1 Struktura próby ze względu na wiek.
 - 1.2 Struktura próby ze względu na region.
 - 1.3 Struktura próby ze względu na wielkość miejscowości.
 - 1.4 Struktura próby ze względu na rodzaj prowadzonej działalności.
 - 1.5 Struktura próby ze względu na ilość pracowników.
2. Znajomość marek filtrów samochodowych wg ważności dla firmy.
 - 2.1 Znajomość marek filtrów samochodowych – najważniejsze marki.
 - 2.2 Znajomość marek filtrów samochodowych – pozostałe marki.
3. Kryteria wyboru marki filtrów.
4. Procentowy udział sprzedaży filtrów w całkowitej sprzedaży.
5. Ocena czynników wpływających na wybór marki filtrów oleju.
6. Ocena czynników wpływających na wybór marki filtrów oleju a liczba pracowników.
 - 6.1 Ocena czynników wpływających na wybór marki filtrów oleju przez firmy zatrudniające do 3 pracowników.
 - 6.2 Ocena czynników wpływających na wybór marki filtrów oleju przez firmy zatrudniające 4-6 pracowników.
 - 6.3 Ocena czynników wpływających na wybór marki filtrów oleju przez firmy zatrudniające 7-10 pracowników.
 - 6.4 Ocena czynników wpływających na wybór marki filtrów oleju przez firmy zatrudniające 11-20 pracowników.
 - 6.5 Ocena czynników wpływających na wybór marki filtrów oleju przez firmy zatrudniające powyżej 20 pracowników.
7. Najczęstsze przyczyny reklamacji filtrów.



Spis treści

8. Najczęstsze przyczyny reklamacji filtrów oleju a ilość zatrudnionych pracowników w całej firmie.
 - 8.1 Najczęstsze przyczyny reklamacji filtrów oleju w firmach zatrudniających do 3 pracowników.
 - 8.2 Najczęstsze przyczyny reklamacji filtrów oleju w firmach zatrudniających 4-6 pracowników.
 - 8.3 Najczęstsze przyczyny reklamacji filtrów oleju w firmach zatrudniających 7-10 pracowników.
 - 8.4 Najczęstsze przyczyny reklamacji filtrów oleju w firmach zatrudniających do 11-20 pracowników.
 - 8.5 Najczęstsze przyczyny reklamacji filtrów oleju w firmach zatrudniających powyżej 20 pracowników.
9. Wartość posiadanego magazynu.
10. Miesięczna liczba klientów wymieniająca / kupująca filtry.
11. Okres, po którym ten sam samochód wraca na ponowną wymianę / zakup filtrów.
12. Procentowy udział poszczególnych grup filtrów w ogólnej liczbie wymienianych filtrów.
13. Najczęstszy sposób utylizacji filtrów.
14. Znajomość kierowców różnych marek filtrów.
15. Ważność marek filtrów wg poszczególnych kategorii.
 - 15.1 Ważność marek filtrów wg kategorii PALIWO.
 - 15.2 Ważność marek filtrów wg kategorii OLEJ.
 - 15.3 Ważność marek filtrów wg kategorii POWIETRZE.
 - 15.4 Ważność marek filtrów wg kategorii FILTRY KABINOWE.
16. Skłonność do zmiany marki filtrów.
17. Wielkość miejscowości a skłonność do zmiany marki filtrów.

Wnioski

Kontakt

Spis diagramów, map, tabel i wykresów



Zastrzeżenia

Poniższe opracowanie nie może być odsprzedane ani kopiowane w całości lub w części. Nie może być udostępniane publicznie ani wykorzystywane w celach zarobkowych bez uprzedniej pisemnej zgody firmy MotoFocus. Powyższe stwierdzenie jest zgodne z ustawą z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim (Dziennik Ustaw Nr 24, poz. 83 z późniejszymi zmianami). Wyjątkiem jest wykorzystywanie tych materiałów podczas szkoleń dla klientów (z zaznaczeniem źródła). Materiały zostały przygotowane z najwyższą starannością, zgodnie z najlepszą wiedzą. Wyrażone w raporcie opinie są naszą oceną wynikającą z uzyskanych wyników badań oraz z wieloletnich doświadczeń.



MotoFocus.pl

05-075 Warszawa
ul. Warszawska 55 lok 85

www.motofocus.pl



Odpowiedzi na dodatkowe pytania udziela:

Alfred Franke

Dyrektor działu analiz rynku

e-mail: alfred.franke@motofocus.pl
Tel. +48 607 670 977



Marcin Nowak

Dyrektor ds. badań rynku

e-mail: marcin.nowak@motofocus.pl
Tel. +48 609 186 810



Barbara Rogala

Specjalista ds. marketingu

e-mail: barbara.rogala@motofocus.pl
Tel. +48 609 186 819



Spis diagramów

- Diagram 1 Struktura próby ze względu na wiek.*
- Diagram 2 Struktura próby ze względu na ilość pracowników.*
- Diagram 3 Procentowy udział sprzedaży filtrów w całkowitej sprzedaży.*
- Diagram 4 Najczęstsze przyczyny reklamacji filtrów.*
- Diagram 5 Wartość posiadanego magazynu.*
- Diagram 6 Miesięczna liczba klientów wymieniająca / kupująca filtry.*
- Diagram 7 Okres, po którym ten sam samochód wraca na ponowną wymianę / zakup filtrów.*
- Diagram 8 Najczęstszy sposób utylizacji zużytych filtrów.*
- Diagram 9 Czy kierowcy podczas zakupu wykazują wiedzę na temat różnych marek filtrów?*
- Diagram 10 Skłonność do zmiany marki filtrów.*

Spis tabel

- Tabela 1 Jakie kryterium wyboru marki filtrów jest dla Ciebie najważniejsze?*
- Tabela 2 Ocena czynników wpływających na wybór marki filtrów oleju.*
- Tabela 3 Ocena czynników wpływających na wybór marki filtrów oleju przez firmy zatrudniające do 3 pracowników.*
- Tabela 4 Ocena czynników wpływających na wybór marki filtrów oleju przez firmy zatrudniające 4-6 pracowników.*
- Tabela 5 Ocena czynników wpływających na wybór marki filtrów oleju przez firmy zatrudniające 7-10 pracowników.*
- Tabela 6 Ocena czynników wpływających na wybór marki filtrów oleju przez firmy zatrudniające 11-20 pracowników.*
- Tabela 7 Ocena czynników wpływających na wybór marki filtrów oleju przez firmy zatrudniające powyżej 20 pracowników.*
- Tabela 8 Procentowy udział poszczególnych grup filtrów w ogólnej liczbie wymienianych filtrów.*
- Tabela 9 Ważność marek filtrów wg kategorii PALIWO.*
- Tabela 10 Ważność marek filtrów wg kategorii OLEJ.*
- Tabela 11 Ważność marek filtrów wg kategorii POWIETRZE.*
- Tabela 12 Ważność marek filtrów wg kategorii FILTRY KABINOWE.*



Spis wykresów

Wykres 1 Struktura próby ze względu na wielkość miejscowości, w której prowadzisz działalność.

Wykres 2 Struktura próby ze względu na rodzaj prowadzonej działalności.

Wykres 3 Znajomość marek filtrów samochodowych – najważniejsze marki.

Wykres 4 Znajomość marek filtrów samochodowych – pozostałe marki.

Wykres 5 Najczęstsze przyczyny reklamacji filtrów oleju w firmach zatrudniających do 3 pracowników.

Wykres 6 Najczęstsze przyczyny reklamacji filtrów oleju w firmach zatrudniających 4-6 pracowników.

Wykres 7 Najczęstsze przyczyny reklamacji filtrów oleju w firmach zatrudniających 7-10 pracowników.

Wykres 8 Najczęstsze przyczyny reklamacji filtrów oleju w firmach zatrudniających 11-20 pracowników.

Wykres 9 Najczęstsze przyczyny reklamacji filtrów oleju w firmach zatrudniających powyżej 20 pracowników.

Wykres 10 Procentowy udział poszczególnych grup filtrów w ogólnej liczbie wymienianych filtrów.

Wykres 11 Ważność marek filtrów wg kategorii PALIWO.

Wykres 12 Ważność marek filtrów wg kategorii OLEJ.

Wykres 13 Ważność marek filtrów wg kategorii POWIETRZE.

Wykres 14 Ważność marek filtrów wg kategorii FILTRY KABINOWE.

Wykres 15 Wielkość miejscowości a skłonność do zmiany marki filtrów.

Spis map

Mapa 1 Struktura próby ze względu na region.

