

Od 25 lat
wskazujemy
drogę



BUDOWLANA | 20
MARKA ROKU | 22

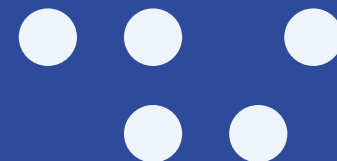


research
solutions
strategy

MARKA NA RYNKU BUDOWLANYM

Pompy ciepła

raport



Szanowni Państwo,

Gratulujemy wszystkim Laureatom Budowlanej Marki Roku 2022 i życzymy dalszych sukcesów w budowaniu swojej pozycji na rynku.

Rok 2020 wiele zmienił w rzeczywistości, w której wszyscy funkcjonujemy, a rok 2022 pokazał, że sytuacja zmienia się bardzo dynamicznie. Ranking Budowlana Marka Roku to jedyna w swoim rodzaju klasyfikacja materiałów budowlanych dostępnych na polskim rynku. Projekt badawczy ma charakter niezależny, zaś jego zasięg obejmuje kilkadziesiąt kategorii materiałów budowlanych. O przyznaniu nagród decydują wykonawcy, którzy jakość produktów oceniają na podstawie własnych doświadczeń i codziennej praktyki.

Uzyskane tytuły są gwarancją profesjonalizmu i zaangażowania producentów w tworzeniu najwyższej jakości materiałów budowlanych.

Każdego roku staramy się udoskonalać metodologię badania, aby zestawienie najlepszych marek w Polsce dawało Państwu najrzetelniejszy obraz konkurencyjności graczy rynku budowlanego.

Jesteśmy przekonani, że zdobyte tytuły staną się kolejnym elementem przekazu marketingowego zachęcającego do współpracy z Państwa marką.

Joanna Florczak-Czujwid
Dyrektor Działu Badań Marketingowych i HR-owych

ASM - Centrum Badań i Analiz Rynku



BUDOWLANA | 20
MARKA ROKU | 22

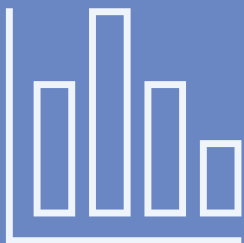


METODOLOGIA



Celem wyłonienia Laureatów Budowlanej Marki Roku 2022 firma ASM przeprowadziła łącznie **N=2 705** wywiadów z wykonawcami.

Tegoroczne badanie swoim obszarem objęło ponad 50 grup asortymentowych materiałów budowlanych a także kategorie: **Marka przyjazna fachowcom** oraz **Generalny wykonawca przyjazny firmom budowlanym**.



Wyniki Rankingu Budowlana Marka Roku 2022 w zakresie kategorii produktowych zostały opracowane na podstawie spontanicznych wskazań fachowców w trzech pytaniach rankingowych. Respondenci mogli wskazać tylko jedną markę. Zwycięzcą rankingu zostaje marka, która w swojej grupie osiągnęła najwyższą ocenę ważoną na podstawie 3 pytań, tj.:

- Marka najczęściej stosowana,
- Marka o najlepszej relacji ceny do jakości,
- Marka o najlepszej jakości w porównaniu do konkurencji.



Celem projektu badawczego Budowlana Marka Roku 2022 było wyłonienie najlepszych, zdaniem fachowców marek funkcjonujących na rynku budowlanym.

Badanie zrealizowano wykorzystując technikę CATI (ankiet telefonicznych). Pytania w kwestionariuszu tworzące Ranking BMR były pytaniami otwartymi, co oznacza, iż wykonawcy samodzielnie wskazywali nazwy marek, które odpowiadały poszczególnym kategoriom.

Próba firm w każdej kategorii produktowej została dobrana na podstawie struktury firm wykonawczych w Polsce według ustalonych wcześniej cech (działalności firm), tak aby dobór podporządkowany był przedmiotowi badania. W każdej kategorii rankingowej wzięło udział N=300 fachowców na co dzień zajmujących się stosowaniem danego produktu bądź współpracujących na zasadzie podwykonawstwa z generalnymi wykonawcami. Badania telefoniczne na potrzeby Rankingu Budowlana Marka Roku przeprowadzono od stycznia do kwietnia 2022 roku.



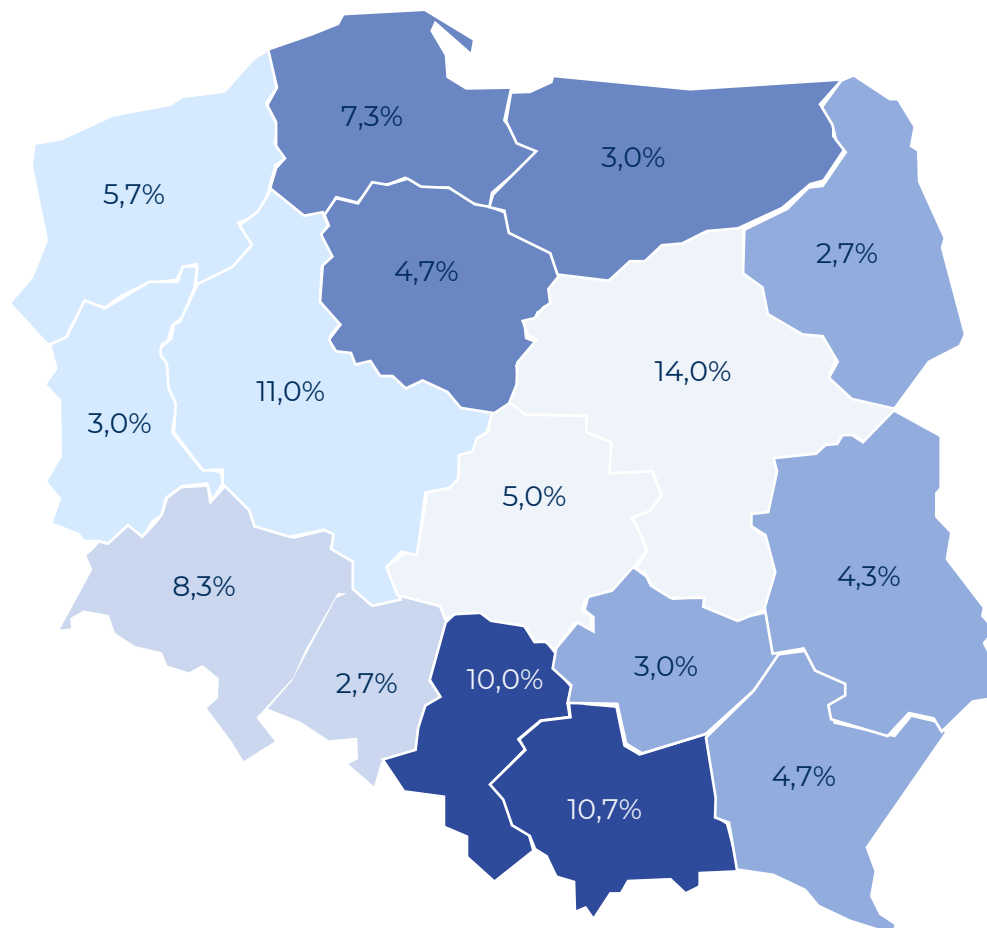
BUDOWLANA | 20
MARKA ROKU | 22



CHARAKTERYSTYKA WYKONAWCÓW

LICZEBNOŚĆ PRÓBY WG WOJEWÓDZTW

(%, N=300)



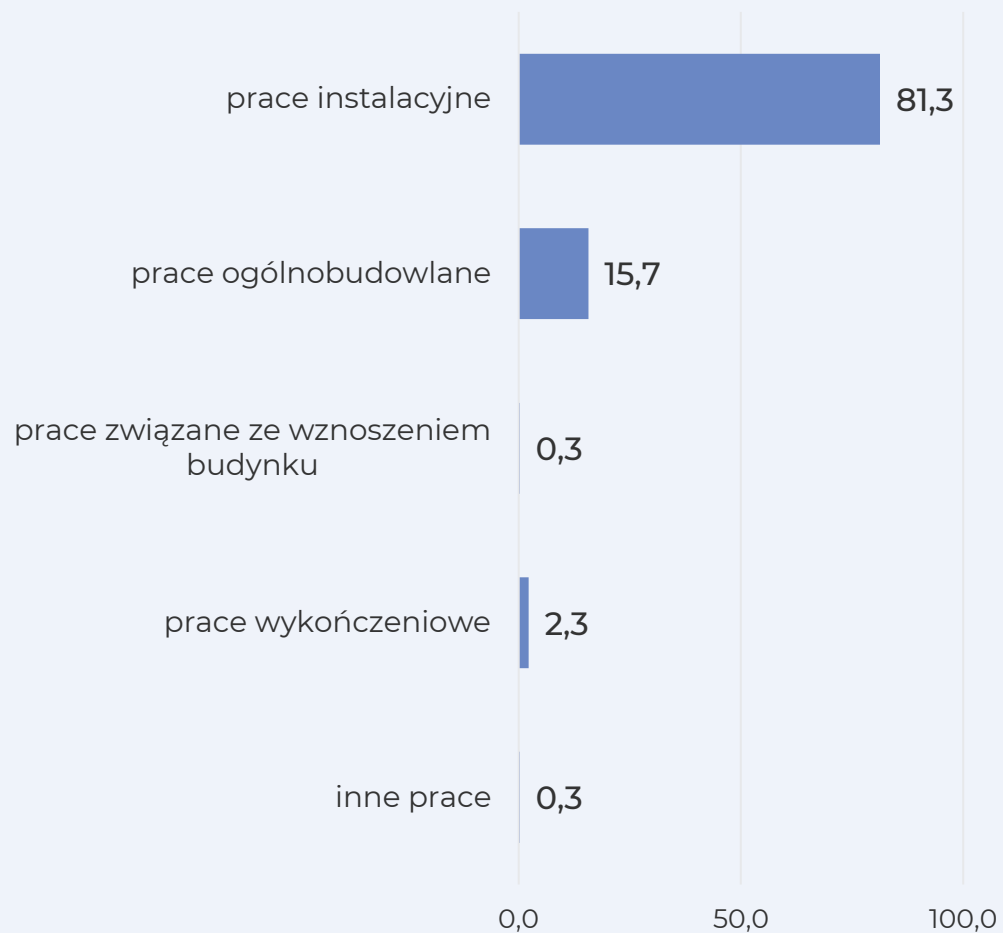
LICZEBNOŚĆ PRÓBY WG REGIONÓW

(%, N=300)

REGION	WIELKOŚĆ PRÓBY
REGION CENTRALNY woj. mazowieckie woj. łódzkie	19,0
REGION PÓŁNOCNY woj. pomorskie woj. kujawsko-pomorskie woj. warmińsko-mazurskie	15,0
REGION PÓŁNOCNO-ZACHODNI woj. zachodniopomorskie woj. wielkopolskie woj. lubuskie	19,7
REGION POŁUDNIOWY woj. małopolskie woj. śląskie	20,7
REGION POŁUDNIOWO-ZACHODNI woj. dolnośląskie woj. opolskie	11,0
REGION WSCHODNI woj. podlaskie woj. podkarpackie woj. świętokrzyskie woj. lubelskie	14,7

GŁÓWNY PORFIL DZIAŁALNOŚCI

(%, N=300)



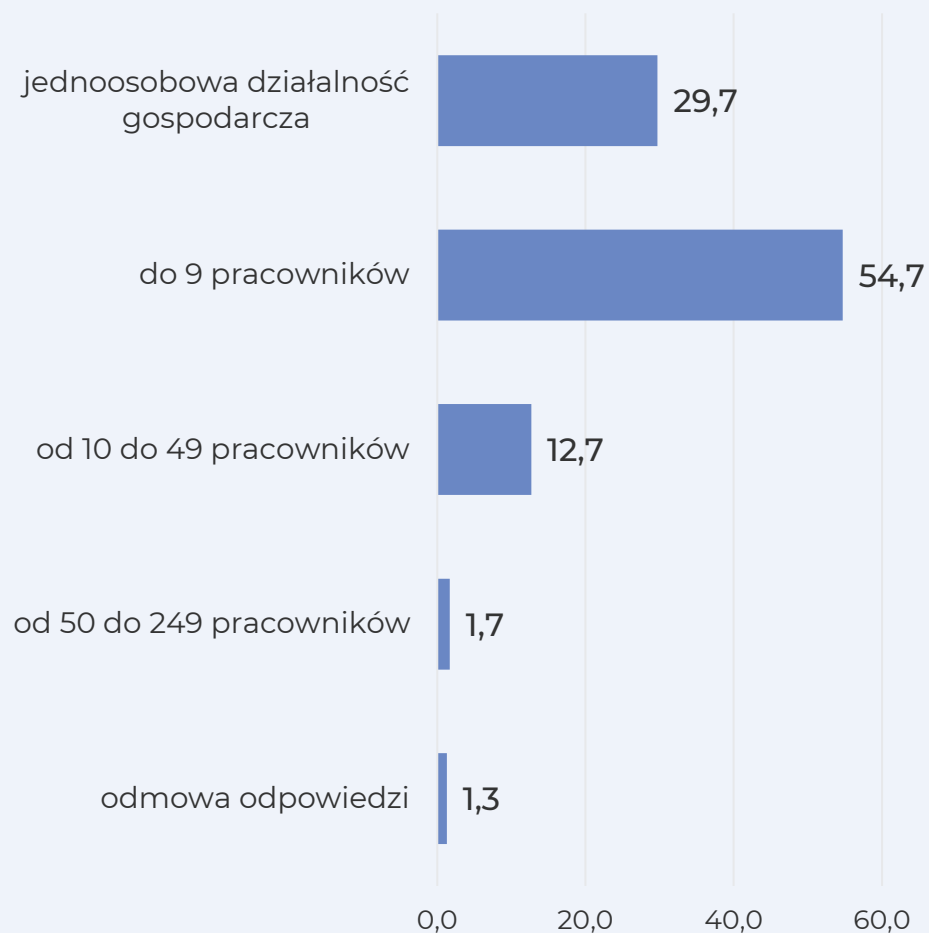
GŁÓWNY PROFIL DZIAŁALNOŚCI WG REGIONÓW

(%, N=300)

	INSTALACYJNE	OGÓLNOBUDOWLANE
CENTRALNY	84,2	14,0
PÓŁNOCNY	88,9	8,9
PÓŁNOCNO-ZACHODNI	72,9	23,7
POŁUDNIOWO-ZACHODNI	69,7	27,3
POŁUDNIOWY	82,3	11,3
WSCHODNI	88,6	11,4

WIELKOŚĆ FIRMY

(%, N=300)



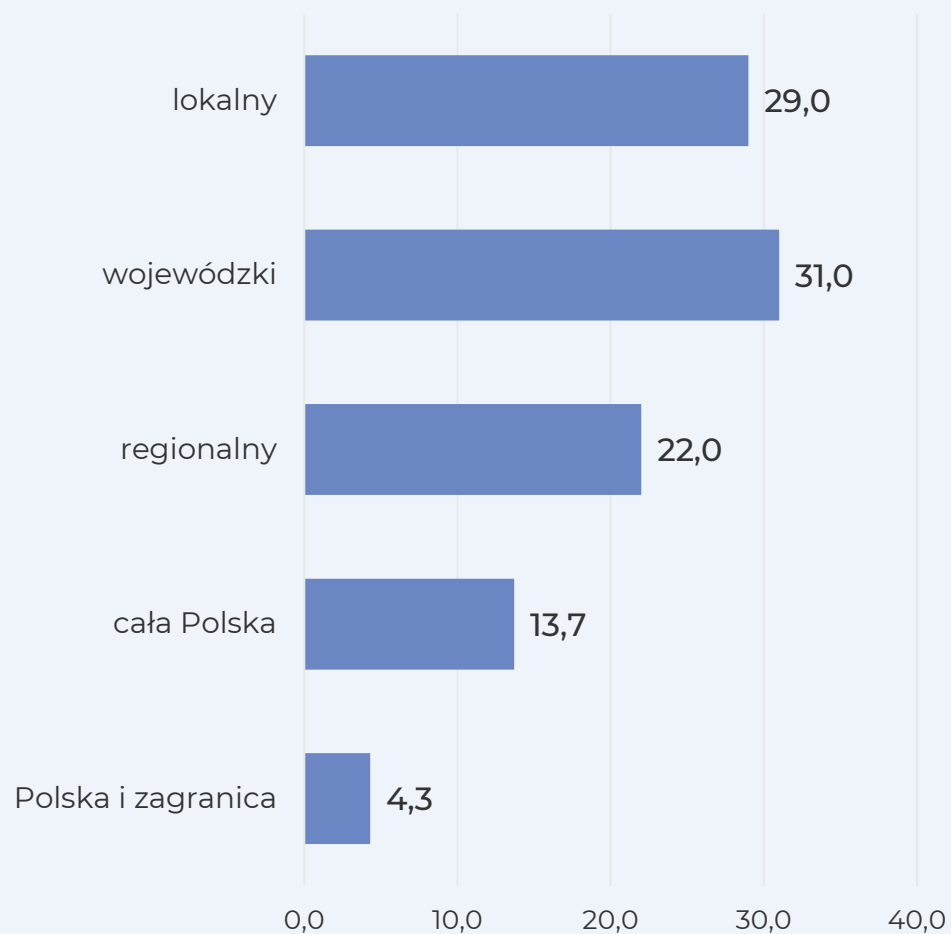
WIELKOŚĆ FIRMY WG REGIONÓW

(%, N=300)

	1-osobowa d/g	Do 9 pracowników	10-49 pracowników
CENTRALNY	19,3	68,4	10,5
PÓŁNOCNY	22,2	60,0	13,3
PÓŁNOCNO-ZACHODNI	39,0	45,8	13,6
POŁUDNIOWO-ZACHODNI	30,3	48,5	15,2
POŁUDNIOWY	30,6	54,8	9,7
WSCHODNI	36,5	47,7	15,9

OBSZAR DZIAŁALNOŚCI FIRMY

(%, N=300)



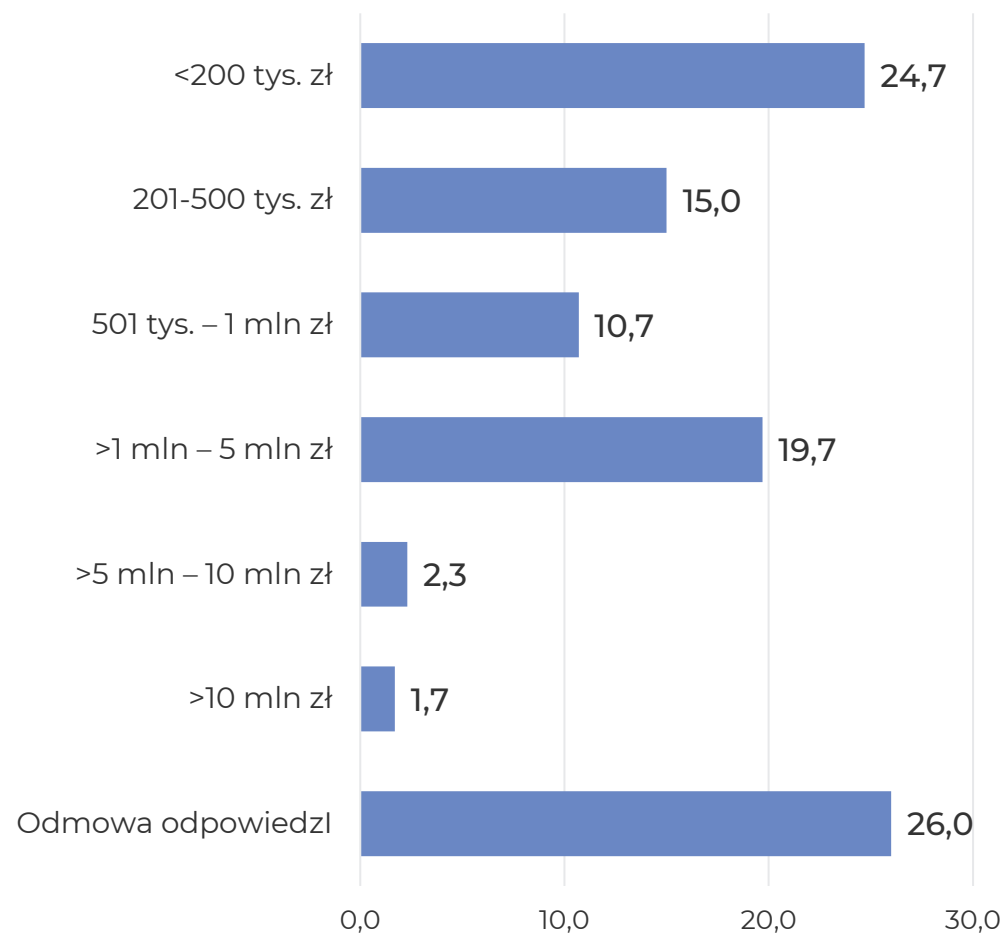
OBSZAR DZIAŁALNOŚCI FIRMY WG REGIONÓW

(%, N=300)

	lokalny	wojewódzki	regionalny	Polska	Polska + zagranica
CENTRALNY	24,6	45,6	15,8	14,0	0,0
PÓŁNOCNY	31,1	22,2	17,8	22,2	6,7
PÓŁNOCNO-ZACHODNI	37,3	22,0	27,1	6,8	6,8
POŁUDNIOWO-ZACHODNI	39,4	24,2	18,2	9,1	9,1
POŁUDNIOWY	24,2	33,9	22,6	14,5	4,8
WSCHODNI	20,5	34,1	29,5	15,9	0,0

WIELKOŚĆ ROCZNYCH OBROTÓW

(%, N=300)



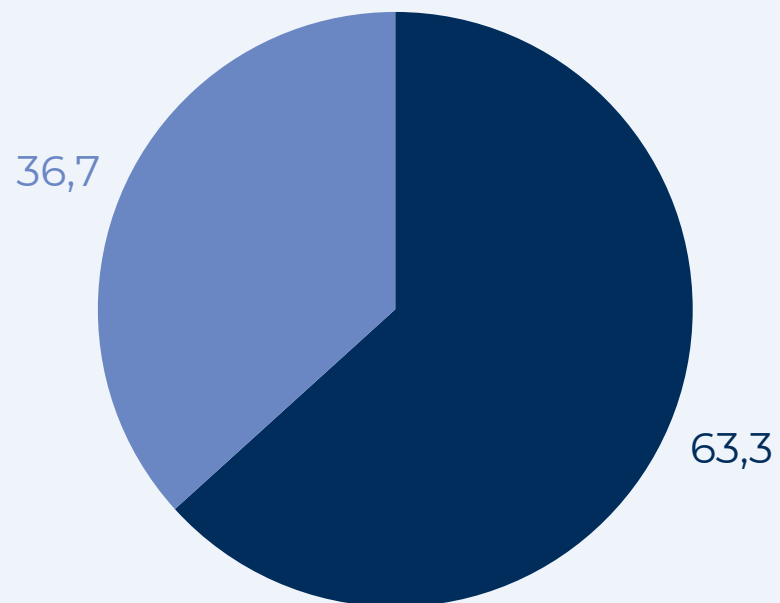
WIELKOŚĆ ROCZNYCH OBROTÓW WG REGIONÓW

(%, N=300)

	<200 tys.	201-500 tys.	501 tys.- 1 mln.	>1 - 5 mln.
CENTRALNY	21,1	17,5	15,8	15,8
PÓŁNOCNY	17,8	20,0	4,4	20,0
PÓŁNOCNO-ZACHODNI	39,0	11,9	11,9	16,9
POŁUDNIOWO-ZACHODNI	27,3	9,1	15,2	30,3
POŁUDNIOWY	17,7	16,1	9,7	14,5
WSCHODNI	25,0	13,6	6,8	27,3

STRUKTURA KLIENTÓW

(%, N=300)



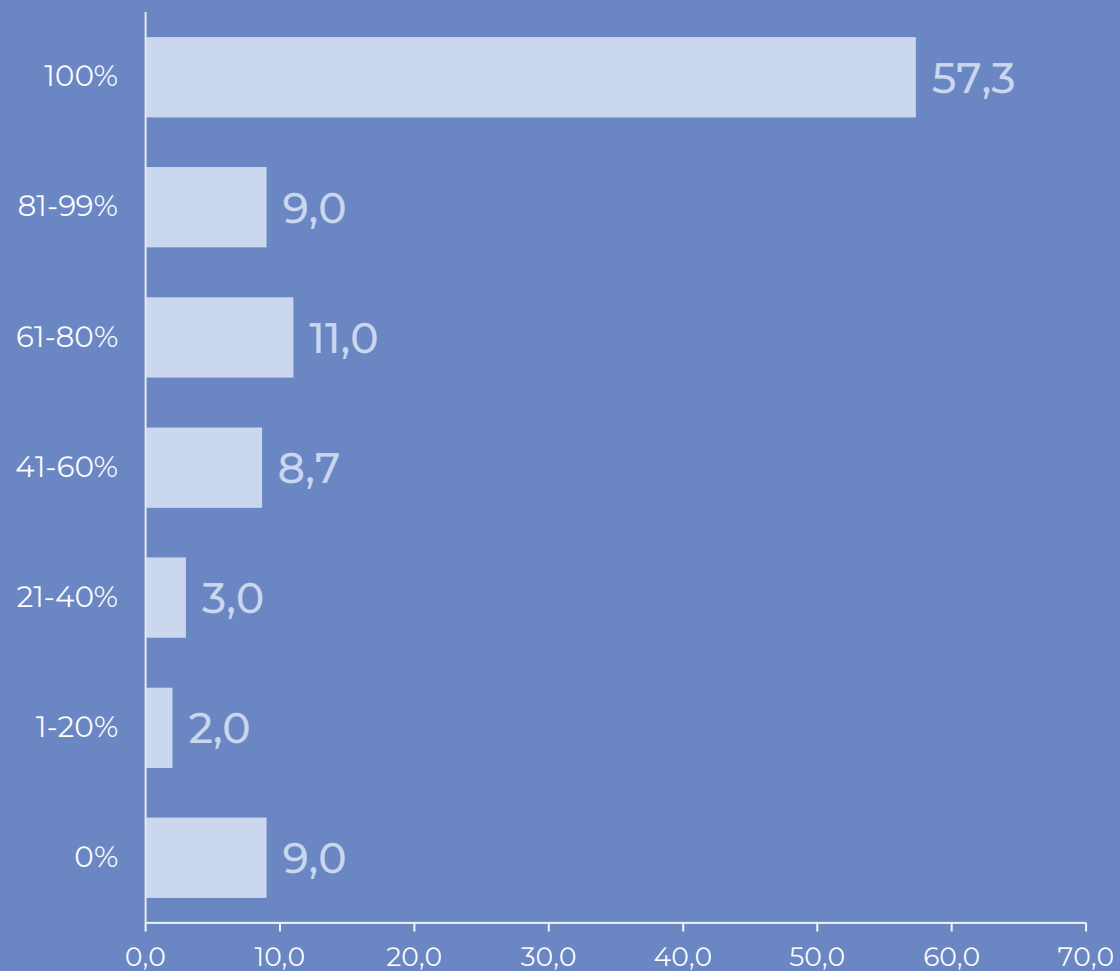
KLIENT INDYWIDUALNY

KLIENT INSTYTUCJONALNY

	INDYWIDUALNY	INSTYTUCJONALNY
CENTRALNY	61,5	38,5
PÓŁNOCNY	60,1	39,9
PÓŁNOCNO-ZACHODNI	62,6	37,4
POŁUDNIOWO-ZACHODNI	63,5	36,5
POŁUDNIOWY	70,0	30,0
WSCHODNI	60,1	39,9

CZĘSTOTLIWOŚĆ POLECANIA MAREK

(%, N=300)

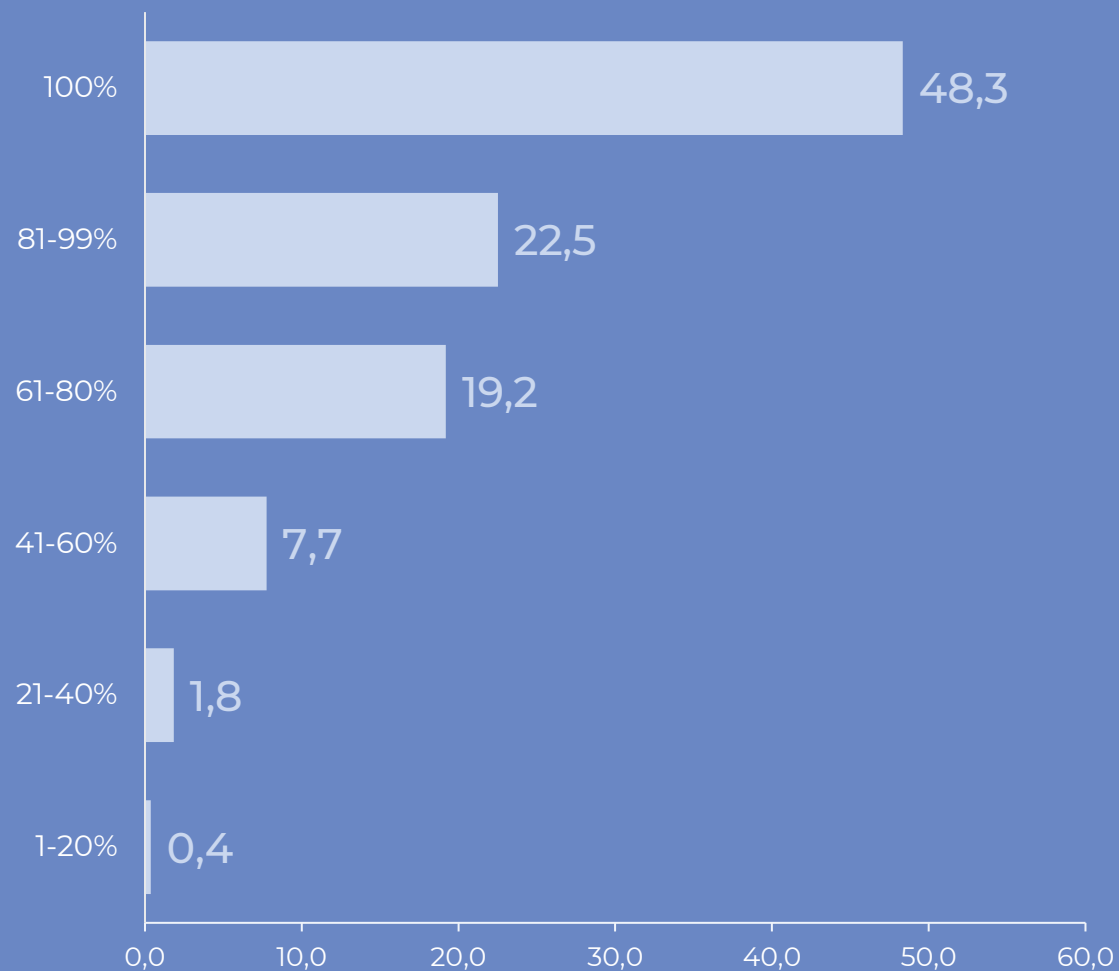


ŚREDNIA
CZĘSTOTLIWOŚĆ
POLECANIA

79,98%

STOPIEŃ SKUTECZNOŚCI POLECANIA MAREK

(%, N=271)

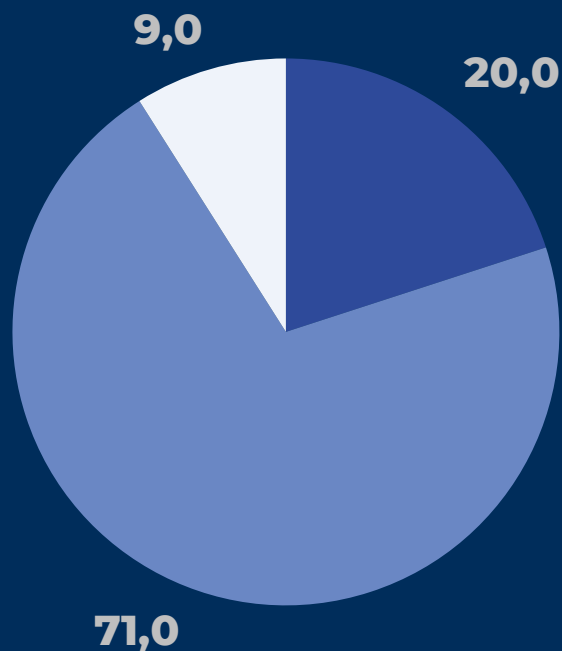


ŚREDNIA
SKUTECZNOŚĆ
POLECANIA

88,41%

ROZSZERZENIE DZIAŁALNOŚCI FIRMY

(%, N=300)



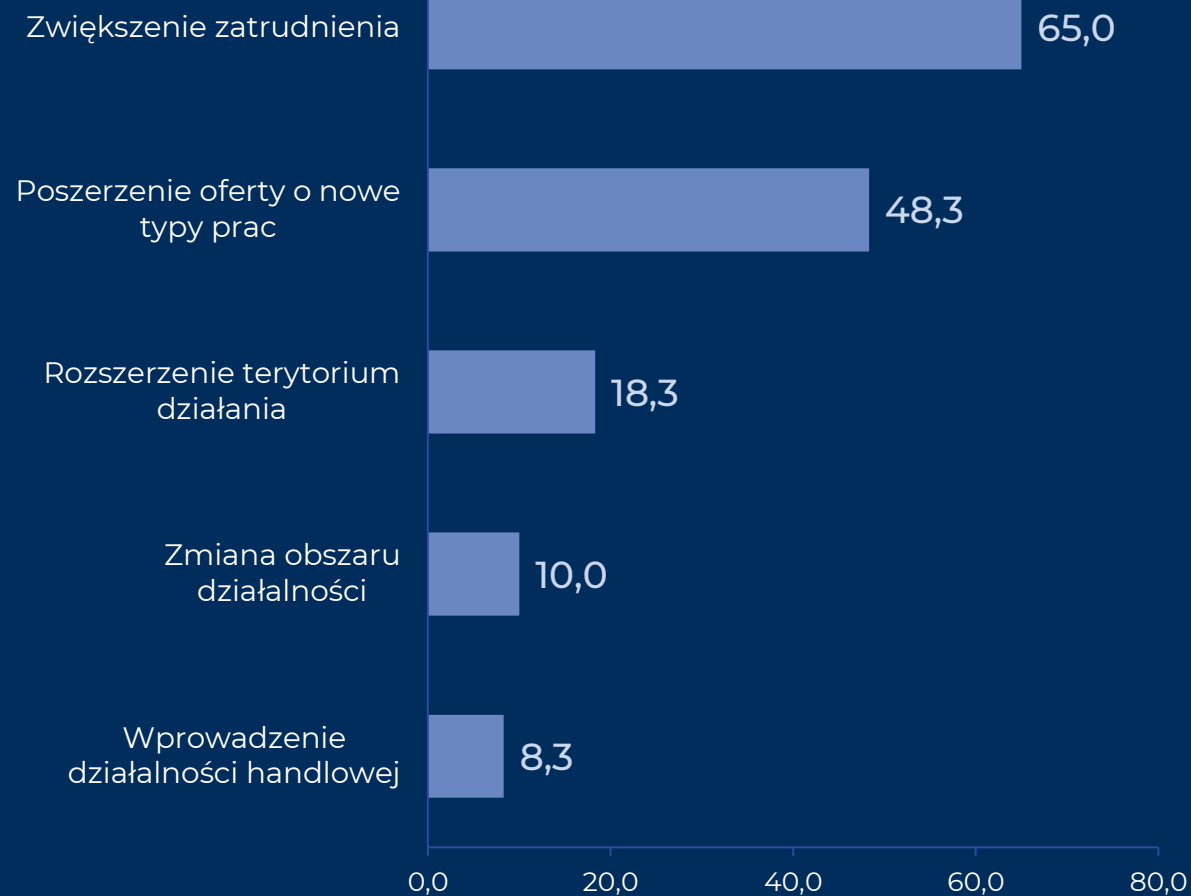
TAK

NIE

TRUDNO
POWIEDZIEĆ

ZAKRES ROZSZERZENIA DZIAŁALNOŚCI

(%, N=60)





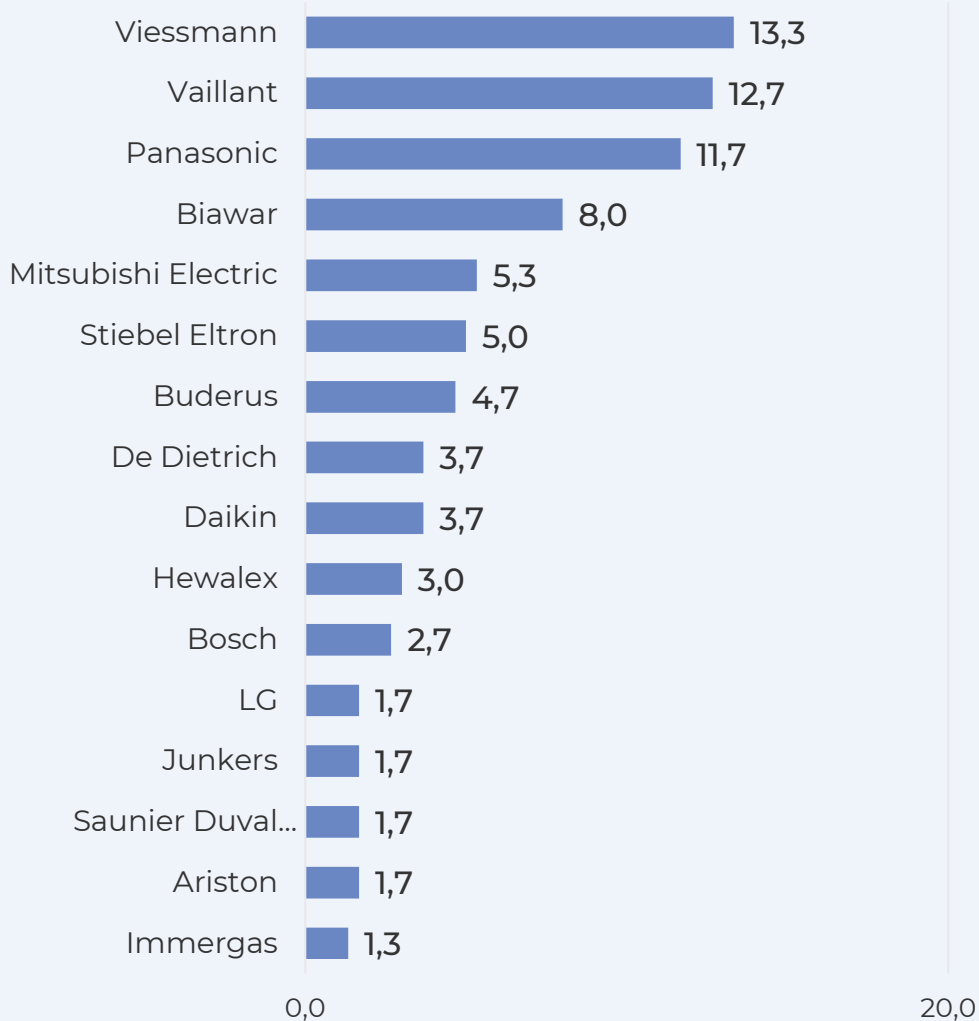
BUDOWLANA | 20
MARKA ROKU | 22

OPINIE WYKONAWCÓW

POMPY CIEPŁA

MARKA NAJCZĘŚCIEJ STOSOWANA PRZEZ FACHOWCÓW

(%, N=300)



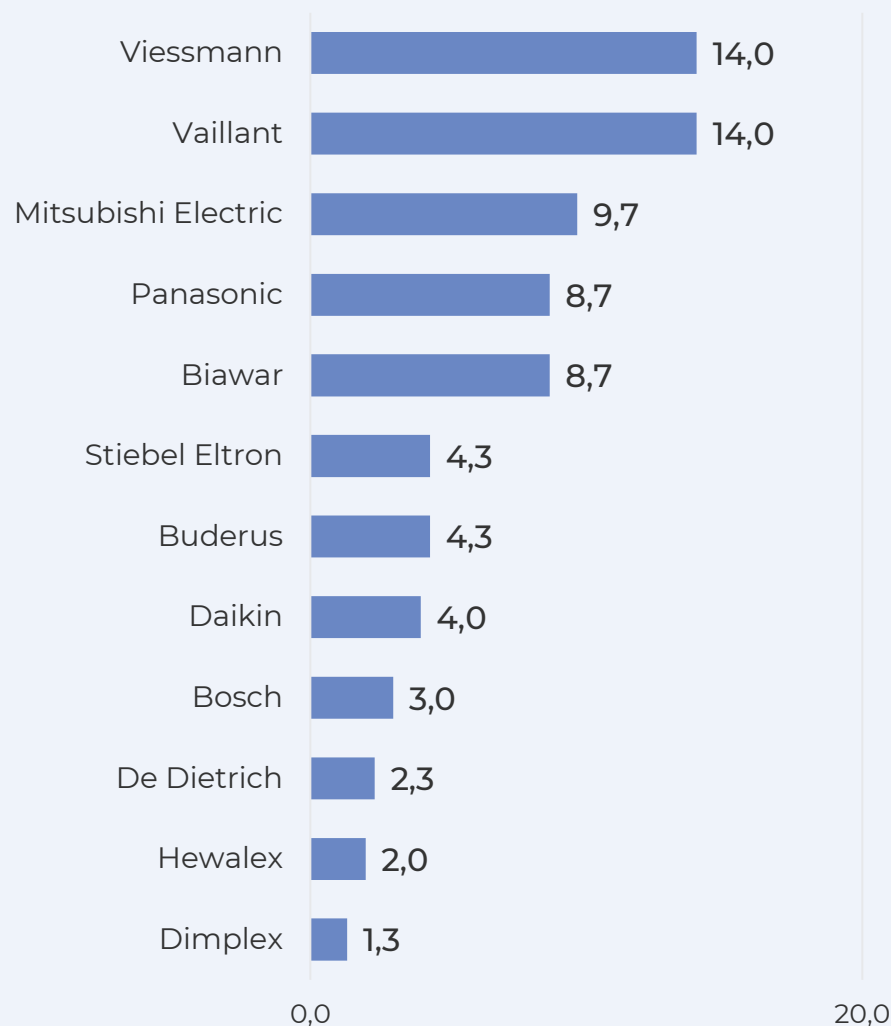
MARKA NAJCZĘŚCIEJ STOSOWANA PRZEZ FACHOWCÓW wg REGIONÓW

(%, N=300)

	CENTRALNY	PÓŁNOCNY	PÓŁNOCNO-ZACHODNI	POŁUDNIOWO-ZACHODNI	POŁUDNIOWY	WSCHODNI
Viessmann	10,5	11,1	23,7	15,2	6,5	13,6
Vaillant	14,0	15,6	10,2	27,3	9,7	4,5
Panasonic	15,8	8,9	5,1	9,1	17,7	11,4
Biawar	14,0	8,9	3,4	6,1	6,5	9,1
Mitsubishi Electric	1,8	8,9	10,2	9,1	1,6	2,3
Stiebel Eltron	1,8	6,7	6,8	6,1	6,5	2,3

MARKA O NAJWYŻSZEJ JAKOŚCI W PORÓWNANIU DO KONKURENCJI

(%, N=300)



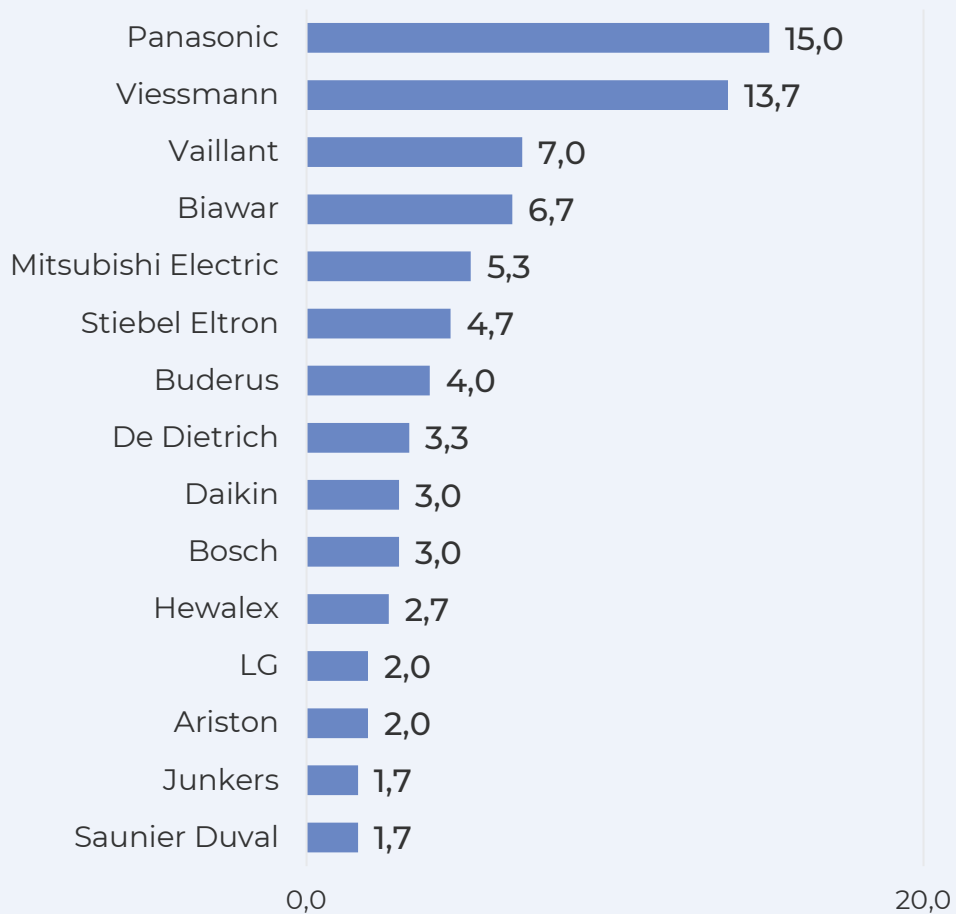
MARKA O NAJWYŻSZEJ JAKOŚCI W PORÓWNANIU DO KONKURENCJI wg REGIONÓW

(%, N=300)

	CENTRALNY	PÓŁNOCNY	PÓŁNOCNO-ZACHODNI	POŁUDNIOWO-ZACHODNI	POŁUDNIOWY	WSCHODNI
Vaillant	8,8	15,6	15,3	27,3	11,3	11,4
Viessmann	15,8	8,9	22,0	18,2	8,1	11,4
Mitsubishi Electric	5,3	11,1	11,9	12,1	11,3	6,8
Biawar	14,0	8,9	5,1	9,1	6,5	9,1
Panasonic	12,3	6,7	1,7	3,0	16,1	9,1
Buderus	3,5	2,2	3,4	6,1	4,8	6,8
Stiebel Eltron	1,8	4,4	5,1	6,1	6,5	2,3

MARKA O NAJLEPSZEJ RELACJI CENY DO JAKOŚCI

(%, N=300)



MARKA O NAJLEPSZEJ RELACJI CENY DO JAKOŚCI wg REGIONÓW

(%, N=300)

	CENTRALNY	PÓŁNOCNY	PÓŁNOCNO-ZACHODNI	POŁUDNIOWO-ZACHODNI	POŁUDNIOWY	WSCHODNI
Panasonic	17,5	15,6	8,5	12,1	21,0	13,6
Viessmann	12,3	8,9	23,7	15,2	6,5	15,9
Vaillant	3,5	6,7	8,5	15,2	4,8	6,8
Biawar	12,3	6,7	3,4	6,1	6,5	4,5
Mitsubishi Electric	1,8	8,9	8,5	9,1	1,6	4,5
Stiebel Eltron	1,8	4,4	5,1	9,1	8,1	0,0
Buderus	3,5	2,2	3,4	6,1	4,8	4,5



BUDOWLANA | 20
MARKA ROKU | 22

WYNIKI RANKINGU BUDOWLANA MARKA ROKU 2022

POMPY CIEPŁA



BUDOWLANA | 20
MARKA ROKU | 22





BUDOWLANA | 20
MARKA ROKU | 22

WYNIKI RANKINGU BUDOWLANA MARKA ROKU 2022

OPEN



BUDOWLANA | 20 MARKA ROKU | 22

Atlas	14,03	1
Mapei	5,73	2
Knauf	3,46	3
Wienerberger	2,64	4
Ceresit	2,53	5
Wiśniowski	2,35	6
BMI Braas	2,14	7
Blachy Pruszyński	2,09	8
Fakro	1,81	9
Viessmann	1,46	10
Budmat	1,40	11
Hörmann	1,20	12
Ytong	1,16	13
Veka	1,16	14
Blachotrapez	1,05	15



research
solutions
strategy



NeuroLab
neuromarketing research



ASMRESEARCH.PL



NEURODATA.PL

Od 25 lat
wskazujemy
drogę

