

ИЗВЕСТНОСТЬ И ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДОВ СЕТЕЙ DIY СРЕДИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТРОИТЕЛЕЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

ДЕКАБРЬ 2016



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ



СОДЕРЖАНИЕ

1. Резюме	03
2. Методология исследования	05
3. Сегментация респондентов	08
4. Предпочитаемые сети DIY	10
5. Отношение к сети Петрович	15

1

Резюме



Основные выводы

1

Сеть Петрович с результатом 92,2% безоговорочно лидирует в рейтинге предпочитаемых сетей магазинов DIY для покупки товаров для ремонта среди профессиональных строителей:

- При этом Петрович пользуется большей популярностью среди наиболее квалифицированной части строителей – директоров фирм и прорабов
- Второе место занимает сеть Максидом (26,6%), на третьем находится сеть Леруа Мерлен (23,8%).
- В среднем при ответе на данный вопрос респонденты называли по 2 сети.

2

53% опрошенных совершают покупки в сети Петрович каждую неделю, еще 23% - 2-3 раза в месяц, 12% - раз в месяц, 9% - реже, чем раз в месяц, 4% не совершают их вообще:

- Директора фирм и прорабы совершают покупки в Петровиче заметно чаще, чем рабочие и мастера-универсалы.
- В категориях электроинструменты, напольные покрытия, сантехника и плитка/керамогранит Петрович проигрывает конкурентам – эти товары большинство опрошенных предпочитают покупать в других сетях.
- Вместе с тем, позиции Петровича в категории электроинструменты заметно лучше, чем по трем другим перечисленным категориям.

3

92% опрошенных готовы рекомендовать сеть Петрович для совершения покупок своим друзьям и знакомым. Этот процент выше всего среди прорабов (95%) и директоров (92%), тогда как среди рабочих и мастеров-универсалов он ниже.

2

Методология



Методология

Цель

Изучение известности и восприятия основных брендов сетей DIY:

- Получение информации об известности брендов магазинов строительных товаров.
- Получение информации об использовании разных сетей магазинов строительных товаров для закупки
- Получение прочей важной информации о потребительском поведении данной группы респондентов.

Методология исследования

Массовый телефонный опрос с использованием технологии CATI:

- Выборка 500 респондентов – профессиональных строителей, оказывающих услуги ремонта в квартирах / домах в Санкт-Петербурге
- Сроки опроса: 12-29 декабря 2016 года
- База телефонов для проведения исследования формировалась на основе справочников «Желтые страницы» и базы объявлений Avito

Статистическая погрешность

Статистическая погрешность для выборки в 500 респондентов находится в пределах **$\pm 4,4\%$** , однако для точного расчета доверительного интервала применительно к каждому конкретному распределению нужно делать расчет, пользуясь следующей таблицей.

N (подвыборка)	Значение оцениваемого признака									
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	95%
100	6.0	8.0	9.1	9.8	10.0	9.8	9.1	8.0	6.0	4.3
200	4.2	5.6	6.4	6.8	7.0	6.8	6.4	5.6	4.2	3.0
300	3.4	4.6	5.2	5.6	5.7	5.6	5.2	4.6	3.4	2.5
500	2.6	3.5	4.0	4.3	4.4	4.3	4.0	3.5	2.6	1.9

Статистическая погрешность для каждого конкретного случая рассчитывается в зависимости от двух факторов:

- размера подвыборки;
- значения признака, доверительный интервал к которому мы определяем. Так, если мы хотим оценить статистическую погрешность применительно к значению распределения в 20% при подвыборке в 200 респондентов, она составит $\pm 5,6\%$. Если же значение признака не 20%, а, к примеру, 50%, то статистическая погрешность достигает максимального значения для данной подвыборки в $7,0\%$.

3

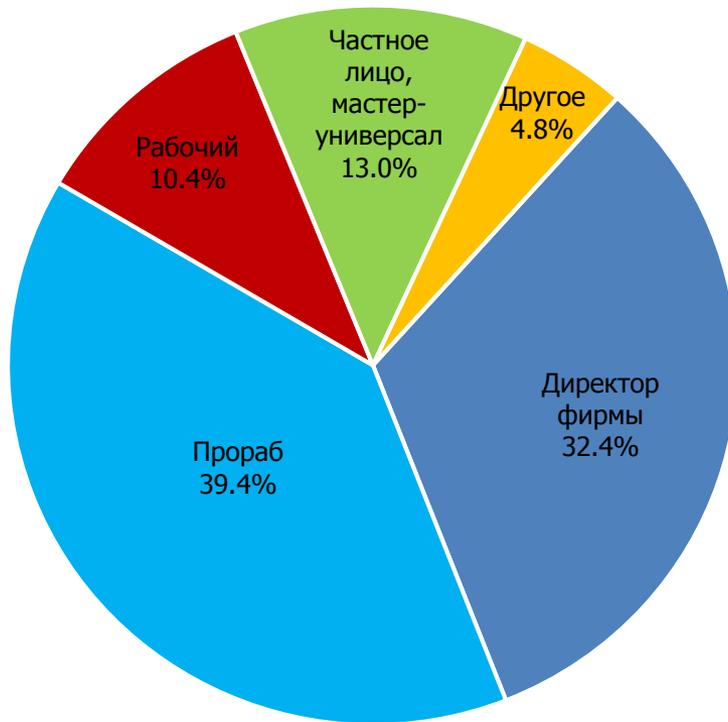
Сегментация респондентов



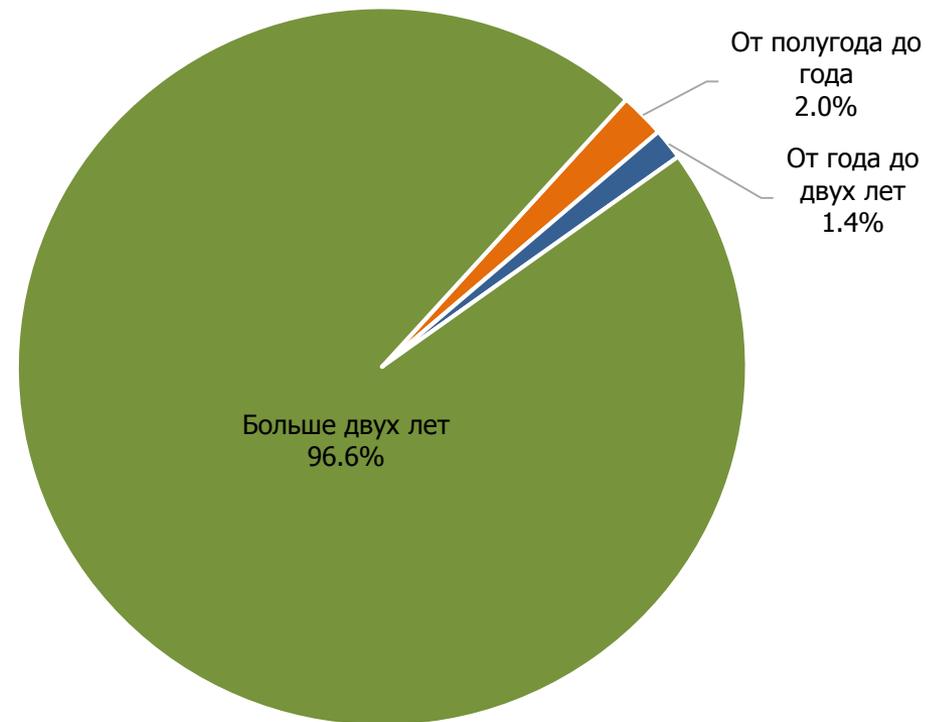
Статус и стаж респондентов

Вопрос: Статус респондентов (в %, сумма=100%); стаж работы в Санкт-Петербурге (в %, сумма=100%)

Статус респондентов

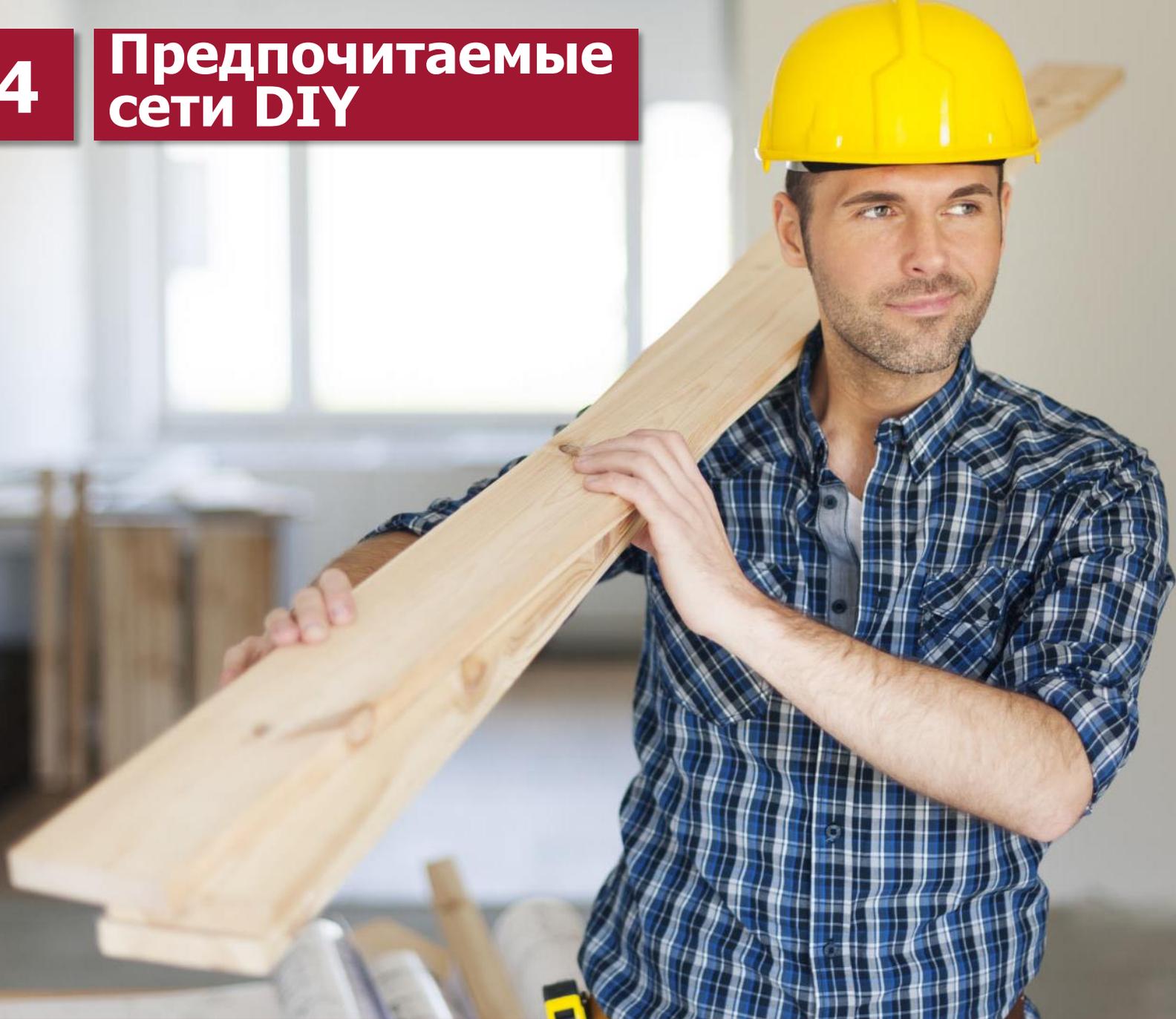


Стаж респондентов



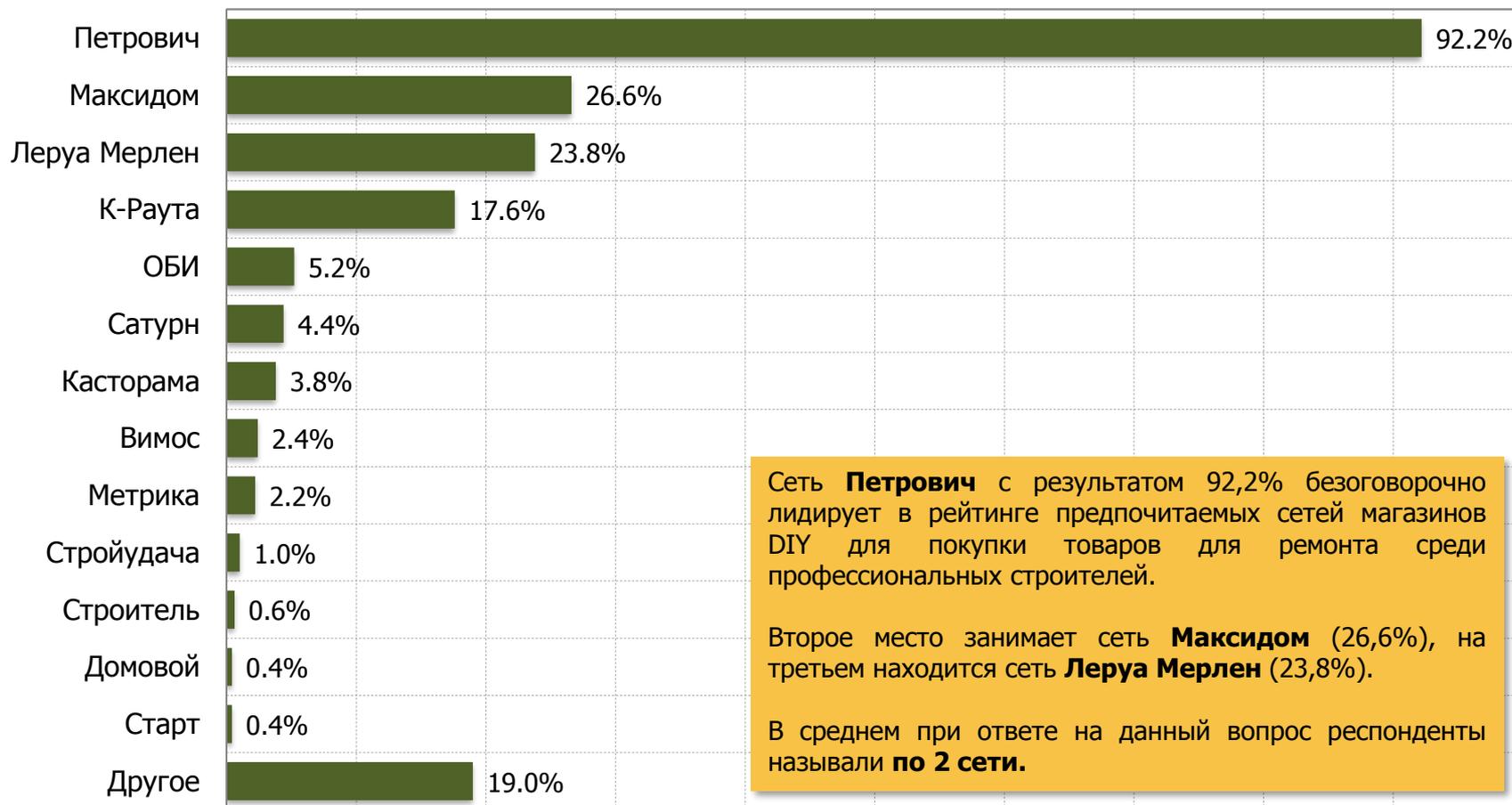
4

Предпочитаемые сети DIY



Предпочитаемые сети DIY для покупки товаров для ремонта (1/2)

Вопрос: В каких строительных сетях Вы предпочитаете покупать товары для ремонта? (в %, сумма > 100%)
(ВАРИАНТЫ ОТВЕТА НЕ ЗАЧИТЫВАЛИСЬ. МОЖНО БЫЛО ВЫБРАТЬ ДО ПЯТИ ВАРИАНТОВ)



Предпочитаемые сети DIY для покупки товаров для ремонта (2/2)

Вопрос: В каких строительных сетях Вы предпочитаете покупать товары для ремонта? (в %, сумма > 100%)
(ВАРИАНТЫ ОТВЕТА НЕ ЗАЧИТЫВАЛИСЬ. МОЖНО БЫЛО ВЫБРАТЬ ДО ПЯТИ ВАРИАНТОВ)

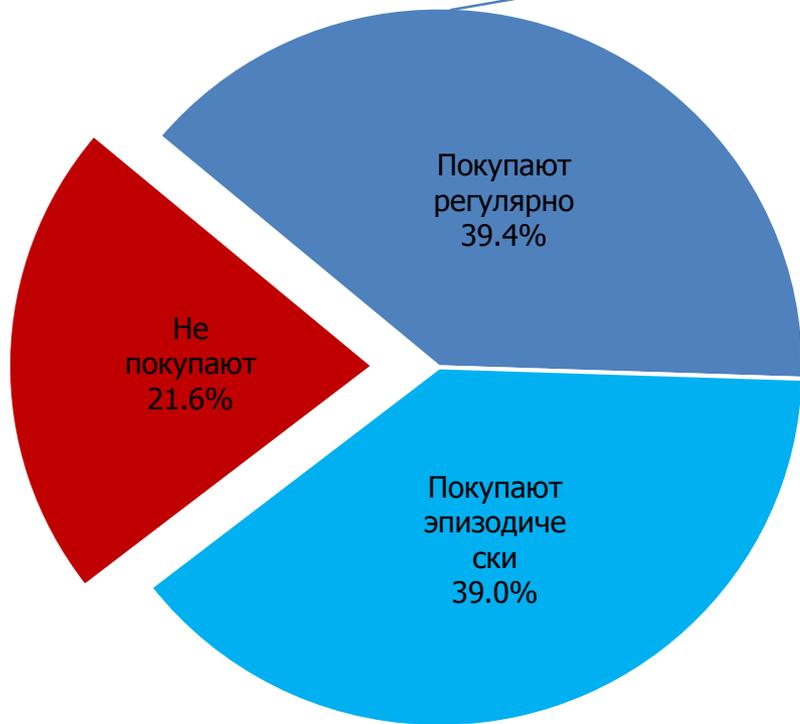
	Директора фирм	Прорабы	Рабочие	Мастера-универсалы
Петрович	93.2%	98.0%	86.5%	83.1%
Максидом	23.5%	33.0%	21.2%	26.2%
Леруа Мерлен	20.4%	23.4%	25.0%	32.3%
К-Раута	14.8%	21.3%	19.2%	16.9%
ОБИ	4.3%	5.6%	9.6%	4.6%
Сатурн	6.2%	5.1%	1.9%	0.0%
Касторама	3.1%	4.1%	0.0%	7.7%
Вимос	3.7%	0.5%	1.9%	6.2%
Метрика	1.9%	1.5%	5.8%	1.5%
Стройудача	1.2%	0.5%	1.9%	1.5%
Строитель	0.0%	0.5%	0.0%	3.1%
Домовой	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%
Старт	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%
Другое	22.8%	13.2%	17.3%	21.5%

Сеть **Петрович** пользуется большей популярностью среди наиболее квалифицированной части строителей – директоров фирм и прорабов.

Предпочитаемые сети DIY для покупки сантехники

Вопрос: Покупаете ли Вы товары из категории «Сантехника» для своей работы? В каких строительных сетях Вы обычно покупаете сантехнику?

Покупка сантехники для работы



Сети, где предпочитают покупать сантехнику

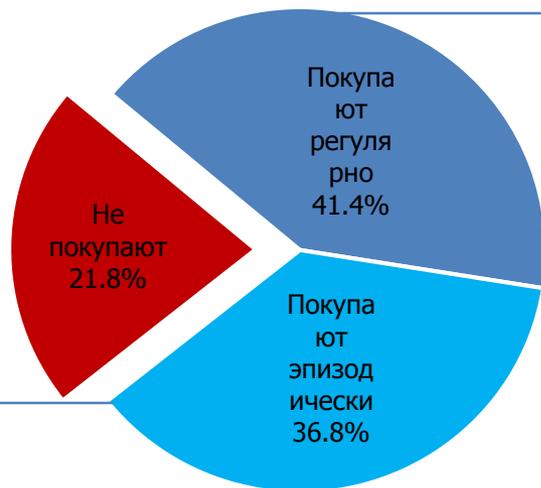


Большинство опрошенных предпочитают покупать сантехнику в специализированных магазинах (чаще всего упоминались Водопад, Аквалинк и Афоня).

Предпочитаемые сети DIY для покупки товаров категории «Отделка»

Вопрос: Покупаете ли Вы товары из категории «Отделка» (то есть плитку, обои, пол) для своей работы? В каких строительных сетях Вы обычно покупаете товары категории «Отделка»? Вы обычно покупаете товары из категории «Отделка» самостоятельно или вместе с Заказчиком?

Покупка товаров категории «Отделка»



Сети, где предпочитают покупать товары для отделки



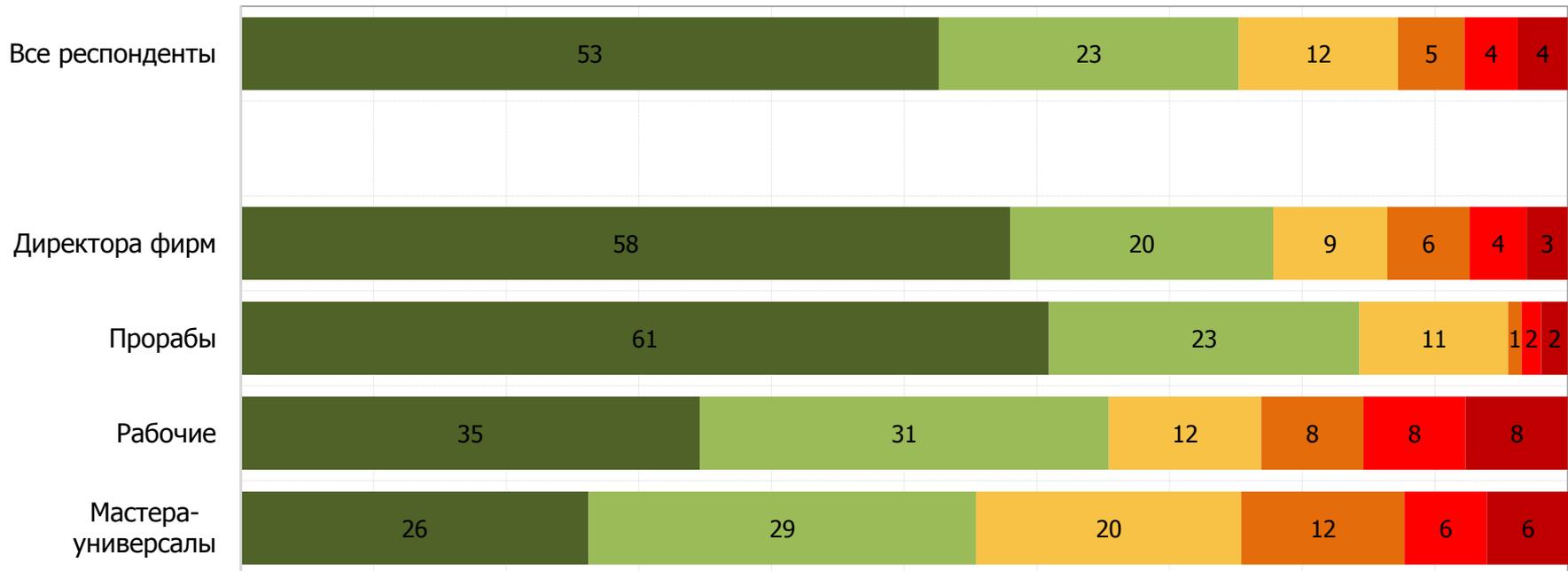
5

**Отношение к
сети Петрович**



Частота совершения покупок в сети Петрович

Вопрос: А как часто Вы обычно совершаете покупки в магазине «Петрович»? (в %, сумма = 100%)



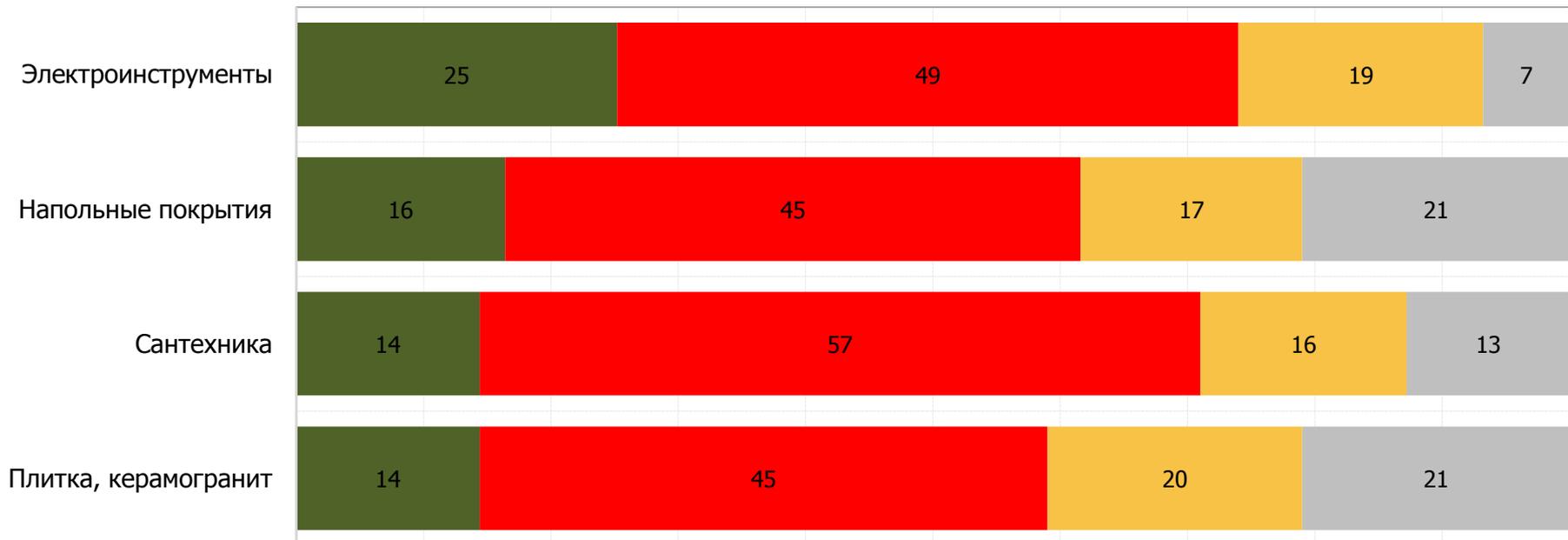
53% опрошенных совершают покупки в сети Петрович каждую неделю, еще 23% - 2-3 раза в месяц, 12% - раз в месяц, 9% - реже, чем раз в месяц, 4% не совершают их вообще.

Директора фирм и прорабы совершают покупки в Петровиче заметно чаще, чем рабочие и мастера-универсалы.

- Каждую неделю
- 2-3 раза в месяц
- 1 раз в месяц
- 1 раз в 2-3 месяца
- Реже, чем раз в 2-3 месяца
- Не совершаю их там вообще

Предпочтения по покупке отдельных категорий товаров в разных сетях

Вопрос: Сейчас я перечислю несколько категорий товаров, а Вы скажите, какие из них Вы предпочитаете покупать в «Петровиче», а какие – в других сетях (в %, сумма = 100%)



В категориях электроинструменты, напольные покрытия, сантехника и плитка/керамогранит Петрович проигрывает конкурентам – эти товары большинство опрошенных предпочитают покупать в других сетях.

Вместе с тем, позиции Петровича в категории электроинструменты заметно лучше, чем по трем другим перечисленным категориям.

- Предпочитают покупать в Петровиче
- Предпочитают покупать в других сетях
- Когда как
- Не покупают товары данной категории вообще

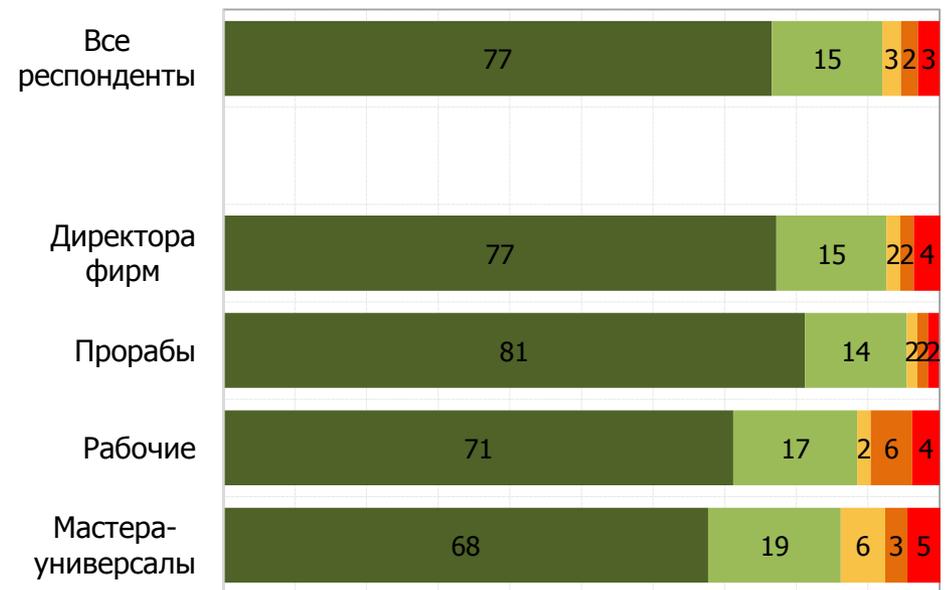
Готовность рекомендовать сеть Петрович для покупок

Вопрос: Готовы ли Вы рекомендовать «Петрович» друзьям и знакомым для покупки товаров для ремонта? (в %, сумма = 100%)

Все респонденты



В разрезе подгрупп

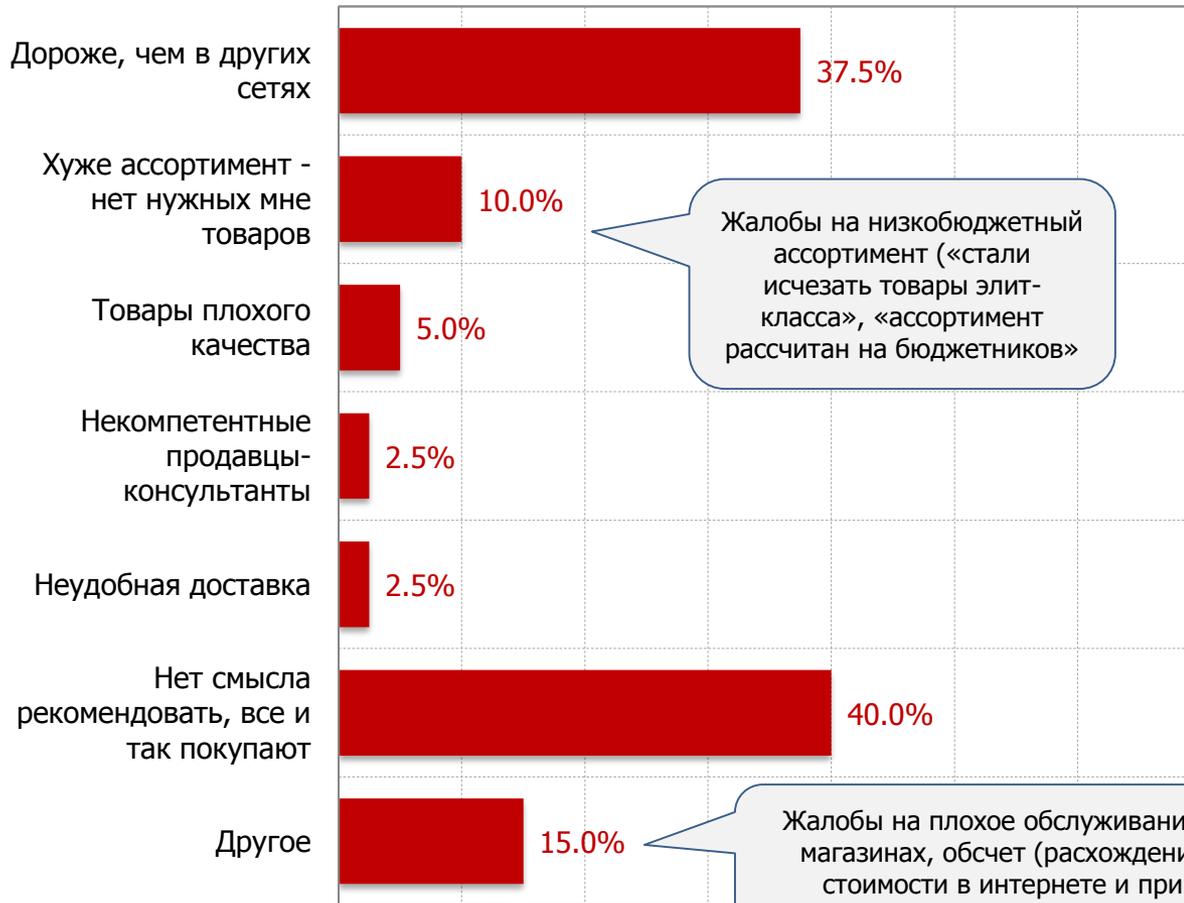


92% опрошенных готовы рекомендовать сеть **Петрович** для совершения покупок своим друзьям и знакомым. Этот процент выше всего среди прорабов (95%) и директоров (92%), тогда как среди рабочих и мастеров-универсалов он ниже.

- Определенно готовы
- Скорее готовы
- Затруднились ответить
- Скорее не готовы
- Точно не готовы

Причины, по которым респонденты не готовы рекомендовать Петрович

Вопрос: Почему Вы не готовы рекомендовать магазин «Петрович» в качестве места для покупки товаров для ремонта и дома?
(в %, сумма >100%, вопрос задавался только тем, кто не готов рекомендовать Петрович для совершения покупок)



Жалобы на низкобюджетный ассортимент («стали исчезать товары элит-класса», «ассортимент рассчитан на бюджетников»)

Жалобы на плохое обслуживание в магазинах, обсчет (расхождение стоимости в интернете и при получении).

Основная причина отказа от покупок в сети Петрович связана с более высокой ценой (этот вариант выбрали 37,5% тех, кто не готов рекомендовать эту сеть). Второе возражение (10%) связано с более скудным ассортиментом.



АГЕНТСТВО
СОЦИАЛЬНОЙ
ИНФОРМАЦИИ

🏠 199034, Санкт-Петербург,
13-я линия В.О., д. 6-8, лит.А
☎ +7 (812) 622-14-57

🏠 125009, Москва,
Тверская ул., д. 8, стр.1
☎ +7 (499) 685-40-27