

Подготовлено: Независимым отраслевым центром
О.К.Н.А. Маркетинг Россия, июнь 2017 года

Какие окна выбирает потребитель?

Фото и видеосъёмка запрещены

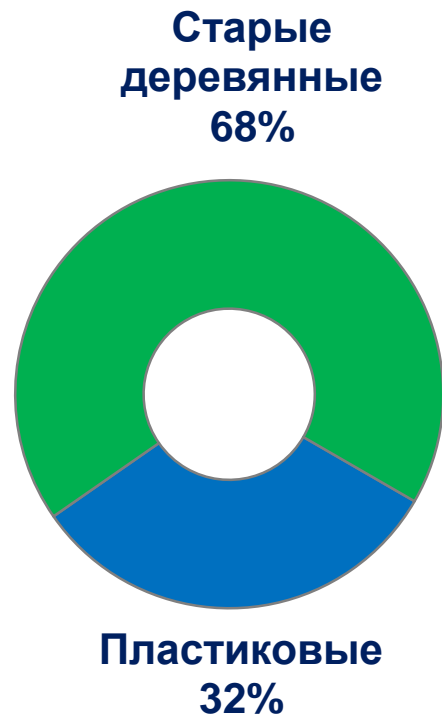
Вся информация, предоставленная компанией «О.К.Н.А. Маркетинг»,
охраняется в соответствии с законодательством РФ, в том числе Уголовным кодексом РФ от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ.
Незаконное использование объектов авторского права или смежных прав карается лишением свободы на срок до шести лет.

Опрос частных покупателей окон

Москва, ноябрь 2016 год,

300 реальных, 300 потенциальных покупателей прошедших фильтр*

От каких окон избавляются



Какие окна устанавливают



Критерии выбора окон



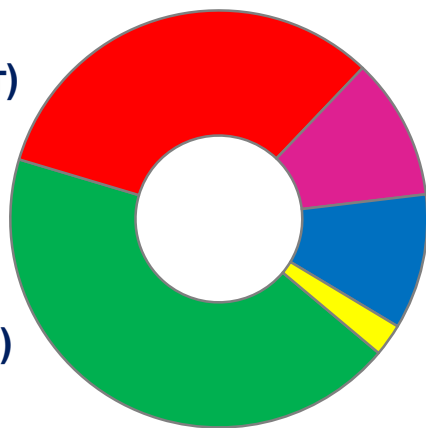
Причины покупки окон



Места установки окон

Квартира
(дому от 5 до 20 лет)
32%

Квартира
(дому более 20 лет)
43%



Квартира в новостройке
(дому менее 5 лет)
11%

Загородный дом
11%

Нежилое помещение
3%

Опрос частных покупателей окон,
Москва, ноябрь 2016
300 реальных,
300 потенциальных
Прошедших фильтр*

Методология исследования

Объект исследования: Население Москвы в возрасте от 20 лет, имеющее стабильный доход, недвижимость в городе или области, не являющееся работниками оконного и строительного сегментов (фильтр, отобран в среднем каждый 9-й).

Число респондентов: 300 реальных потребителей и 300 потенциальных потребителей окон (временной интервал покупки ~1,5 года).

Метод сбора данных: Личное, структурированное интервью (интервью по анкете).

Предмет исследования: Мнения конечных потребителей об окнах и их комплектующих.

Периодичность проведения: Ежегодно, с 2005 года.