

RYNEK OLEJÓW SAMOCHODOWYCH W POLSCE



OPIS BADANIA

Badanie zostało przeprowadzone wśród 700 warsztatów samochodowych w Polsce (57,14% stanowią warsztaty niezależne a 42,85% warsztaty z autoryzacją producenta samochodu). Zastosowano warstwowy dobór próby przy podziale ze względu na województwa (losowanie jednostek w taki sposób, aby ich liczebność w próbie była proporcjonalna do udziału tych jednostek w całej badanej populacji).

Badanie ilościowe zrealizowano metodą CATI (Computer Assisted Telephone Interview).

W badaniu uwzględniono takie marki olejów jak

- | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Mobil | <input type="checkbox"/> Statoil |
| <input type="checkbox"/> Castrol | <input type="checkbox"/> Lotos |
| <input type="checkbox"/> Shell | <input type="checkbox"/> Orlen |
| <input type="checkbox"/> BP | <input type="checkbox"/> Motul |
| <input type="checkbox"/> Texaco | <input type="checkbox"/> Petronas |
| <input type="checkbox"/> Valvoline | <input type="checkbox"/> Agip |
| <input type="checkbox"/> Selenia | <input type="checkbox"/> Gulf |
| <input type="checkbox"/> Liqui Molly | <input type="checkbox"/> Opel |
| <input type="checkbox"/> Fuchs | |

Badanie porusza następujące kwestie:

- ✓ Średnie miesięczne zużycie olejów do wymian z własnych zapasów magazynowych warsztatu
- ✓ Średnia miesięczna wielkość wymian z oleju przywiezionego przez klienta
- ✓ Liczba marek olejów w ofercie warsztatów
- ✓ Kryteria wyboru marki oleju
- ✓ Ocena atrakcyjności programów inwestycyjnych oferowanych przez producentów olejów
- ✓ Ocena atrakcyjności opakowań poszczególnych marek
- ✓ Ocena pojemności opakowań olejów z punktu widzenia wygody dla warsztatu
- ✓ Najczęściej polecane marki oleju przez warsztat

Opisując badane grupy zastosowano poniższe skróty:

Warsztaty autoryzowane – **OES**

Warsztaty niezależne - **IAM**

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE

STRUKTURA BADANEJ ZBIOROWOŚCI

MULTIBRANDOWOŚĆ SERWISÓW OES

STRUKTURA BADANEJ ZBIOROWOŚCI ZE WZGLĘDU NA WOJEWÓDZTWO

1. ZUŻYCIE OLEJU - ZAPASY WŁASNE WARSZTATU.

2. ZUŻYCIE OLEJU - PRZYWIEZIONEGO PRZEZ KLIENTA.

3. LICZBA MAREK OLEJÓW W OFERTACH WARSZTATÓW.

4. MARKI OLEJÓW NAJCZĘŚCIEJ POLECANE KLIENTOM PRZEZ WARSZTATY IAM.

4.1 MARKI OLEJÓW NAJCZĘŚCIEJ POLECANE KLIENTOM PRZEZ WARSZTATY OES.

5. ZMIANA ZUŻYCIA OLEJU 2012 VS 2011.

6. WYMIANY OLEJU PRZEZ WARSZTATY IAM W SAMOCHODACH OBJĘTYCH GWARANCJĄ.

6.1 WYMIANY OLEJU PRZEZ WARSZTATY OES W SAMOCHODACH NIE OBJĘTYCH GWARANCJĄ.

7. KRYTERIA WYBORU MARKI OLEJU.

8. SPRZEDAŻ OLEJÓW DEDYKOWANYCH DO KONKRETNÝCH RODZAJÓW SILNIKÓW.

8.1 PROCENT WZROSTU SPRZEDAŻY OLEJÓW DEDYKOWANYCH.

9. OCENA ATRAKCYJNOŚCI INWESTYCJI WARSZTATOWYCH OFEROWANYCH PRZEZ PRODUCENTÓW OLEJU.

10. OPAKOWANIA OLEJÓW UWAŻANE ZA NAJBARDZIEJ ATRAKCYJNE PRZEZ WARSZTATY IAM I OES.

11. NAJLEPSZE Z PUNKTU WIDZENIA WARSZTATU IAM POJEMNOŚCI OPAKOWAŃ OLEJÓW SILNIKOWYCH.

11.1 NAJLEPSZE Z PUNKTU WIDZENIA WARSZTATU OES POJEMNOŚCI OPAKOWAŃ OLEJÓW SILNIKOWYCH.

12. MARKI OLEJÓW UWAŻANE ZA NAJLEPSZE PRZEZ WARSZTATY IAM I OES.

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. Za Dębami 3

www.motofocus.pl

Odpowiedzi na dodatkowe pytania udzielą:



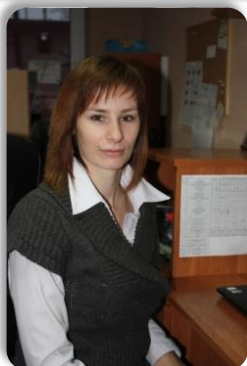
Alfred Franke

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



Marcin Nowak

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
























Barbara Organistka

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

MotoFocus.pl
05-075 Warszawa
ul. Za Dębami 3

Firmy, które kupiły nasze raporty

				
AC Spółka Akcyjna	Ashland Poland Sp. z o.o.	ATB TRUCK Spółka Akcyjna	Auto Euro S.A - Lublin	Auto Land Polska S.A.
				
Autodistribution Polska Spółka z o.o.	Autopart S.A. - Mielec	AUTOtop Sp.j.	Aviva	Bagoria Motrex Sp. z o.o.
				
BASF Coatings Services Sp.z o.o.	Bosal Polska Sp. z o.o.	BPW Polska Sp. z o.o.	Brembo POLAND Sp. z o.o.	BWI France SAS
				
Castrol – BP Europe SE	Chłodnice Nissens Polska sp. z o.o.	Citroën Polska Sp. z o.o.	Continental Opony Polska Sp. z o.o.	Cummins LTD Sp z o.o.
				
DAF Trucks Polska Sp.z o.o.	Delphi	Denckermann Sp. z o.o.	Denso	EcoStream
				
ELPIGAZ Sp. z o.o	EQT	EXIDE TECHNOLOGIES S.A.	Febi Polska Sp. z o.o.	Federal Mogul




















Firmy, które kupiły nasze raporty

 Fiat Auto Poland				
Fiat Auto Polska	Fiat Group Purchasing Poland Sp. z o.o.	Fomar Borg Automotive S.A.	Fota S.A.	Gamma S.C.
				
GG Profits Sp. z o.o.	Goodyear Dunlop Tires Polska Sp. z o.o.	GROUP AUTO UNION Polska Sp. z o.o.	Handlopex S.A.	Hella Polska Sp. z o.o.
				
Hengst	Integra Software Sp. z o.o.	Inter Cars S.A.	Inter-Team Sp. z o.o.	IZNS Iława S.A.
				
Jaen Automotive Glass Sp. z o.o.	JANMOR Sp. z o.o.	JENOX Akumulatory Sp. z o.o.	Jetro	Johnson Controls Sp. z o.o.
				
Kerten Capital	Kulczyk Tradex Sp. z o.o.	Lauber Sp. Z o.o.	Lena Lighting S.A.	LUMAG Sp. z o.o.
				
MAHLE Polska Sp. z o.o.	Mann-Hummel	Mar-Art. Behr	Marpeto Polska Sp. z o.o.	Martex Sp. z o.o.

Firmy, które kupiły nasze raporty

 Master Sport	 Mercedes-Benz Mercedes Benz Sp. z o.o.	 MICHELIN POLSKA S.A.	 Moto-Profil Sp. z o.o.	 Moto-Remo Burzyńscy Sp.j.
 OLPAK Sp. z o.o.	 OPTIMAL Polska Sp. z o.o.	 ORLEN OIL Sp. z o.o.	 OSRAM Sp. z o.o.	 Otto Zimmermann
 OXYCOM S.A	 Partner Opony Polska Sp. z o.o.	Partslife	 Peter Renz Sp. z o.o.	 Peugeot Polska Sp. z o.o.
 Philips Polska Sp. z o.o.	 POSICZ POLMOZBYT JELCZ S.A.	Q4Y Sp. z o.o.	Quantex Solutions Chominiec Paweł	 Renault Polska Sp. z o.o.
 RK NIEDZIAŁEK Hurtownia Sp. z o.o.	 Robert Bosch Polska Sp. z o.o.	Sapphire Ventures Sp. zo. o.	 Schaeffler Polska Sp. z o.o.	 Sceafler Group
 Shell Polska Sp. z o.o.	 SKF Polska S.A.	 Skoda Auto Polska S.A.	 Skuba	 SOGEFI FILTRATION BV

Firmy, które kupiły nasze raporty

				
Stowarzyszenie Techniki Motoryzacyjnej	TB Truck & Trailer Serwis	Textar	TMD Friction GmbH	Toyota Motor Poland Co., Ltd Sp. z o.o.
				
TRW Polska Sp. z o.o.	UNIMETAL Sp. z o.o.	UNIMOT Express Sp. z o.o.	Valeo Service Eastern Europe Sp. z o.o.	Vector Polska Sp. z o.o.
				
Victoria State	Washmaster	Wielton S.A.	Winkler Polska Sp. z o.o.	Wistra
				
WIX-FILTRON Sp. z o.o.	WPHI Johannesburg - Trade & Investment Poland	ZAP SZNAJDER BATERIEN S.A.	ZF Services GmbH Sp. z o.o.	Zipp Skutery Sp. z o.o.

Oferta

W ofercie naszej firmy znajdują Państwo szerokie spektrum badań, które można podzielić na dwie grupy – syndykatywne i ad hoc. Pierwsza z nich to projekty badawcze autorstwa MotoFocus, natomiast drugą grupę charakteryzuje optymalne dostosowanie do potrzeb danego klienta.

RODZAJE BADAŃ

SYNDYKATOWE

Badania te przeprowadzane są z inicjatywy MotoFocus w sposób ciągły lub okresowy, pozwalają zaobserwować trendy i zmiany badanych zagadnień. Uzyskane wyniki przedstawione są w postaci raportów i udostępniane odpłatnie zainteresowanym firmom - nie są sprzedawane na wyłączność jednego klienta, przez co ich cena jest dostępniejsza, a zakres badania szerszy. Badania te koncentrują się na sprecyzowanym problemie, segmencie rynku oraz ze względu na specjalizację firmy MotoFocus – na branży motoryzacyjnej i jej „produktach”.

AD HOC

Ten typ badań test przygotowujemy na specjalne zlecenie i wyłączność jednego klienta. MotoFocus projektuje i realizuje takie badania pod kątem indywidualnych potrzeb i oczekiwań firmy – według zakresu problematyki opracowanej wspólnie z klientem. Badanie jest zatem dopasowane do specyficznych wymagań klienta, niczym garnitur szyty na miarę. 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.

TECHNIKI BADAWCZE

Realizując projekty badawcze wykorzystujemy bardzo popularne techniki badawcze.

CAWI

Ankieta internetowa (CAWI, Computer Aided Web Interview) umożliwia dotarcie do dużych lub trudno dostępnych grup badanych. Zaproszenie do badania wraz z kwestionariuszem ankietowym Przesyłane jest respondentom pocztą elektroniczną oraz zamieszczane na portalu MotoFocus.pl. Dla potrzeb realizacji badań CAWI korzystamy z panelu respondentów, zawierającego również ściśle sprecyzowane grupy docelowe respondentów. Niewątpliwą zaletą ankiet internetowych jest szybkość uzyskiwania wyników, relatywnie niższy koszt i możliwość wykraczania poza granice danego kraju.

FOCUS GROUP INTERVIEW

(FGI) Wywiad grupowy zogniskowany czyli dyskusja prowadzona przez specjalnie przeszkolonego. Focus Group stanowi cenne badanie marketingowe, które dostarcza informacji odnośnie subiektywnych ocen badanych klientów ("głos klienta"), percepcji konsumenta, jego postaw i preferencji. Badanie FGI dostarcza takich informacji odnośnie danego produktu, które nie sposób zdobyć w badaniach ilościowych. Dobrze przeszkolony moderator potrafi wydobyć z badanych ich prawdziwe odczucia odnośnie danego produktu. Moderator z kolei stwarza podczas grupy dyskusyjnej atmosferę normalnej rozmowy, dlatego informacje, jakich udzielają respondenci są pogłębione. W czasie badań FGI wykorzystywane są techniki projekcyjne. W zależności od problematyki badawczej grupy dobiera się według pewnych zróżnicowanych kryteriów, takich jak wiek, płeć .

CAPI

Face to face (Computer Aided Personal Interview) Jest to technika stosowana w badaniach ilościowych, polegająca na przeprowadzaniu wywiadów z respondentami przy użyciu przenośnych komputerów (notebook), zamiast tradycyjnych kwestionariuszy. Pozwala m.in. na szybszą realizację badania, wykorzystanie bardziej precyzyjnych technik (np. odtwarzanie fragmentów spotów telewizyjnych przy respondencie) obniżenie kosztów badania (omijamy etap wprowadzania danych z ankiet)

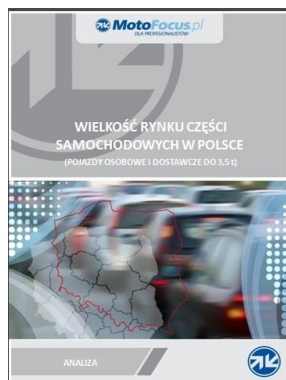
CATI

Badanie realizowane z reguły w dużych miastach, przy użyciu krótkiego kwestionariusza zawierającego proste pytania, niewymagające używania materiałów pomocniczych. Wywiad może być przeprowadzany telefonicznie lub w sposób bezpośredni przy użyciu komputera – ankieter zadaje pytania a uzyskane odpowiedzi koduje w pamięci notebooka.

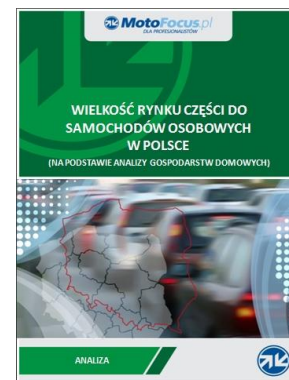
Ostatnie publikacje MotoFocus



Barometr rynku motoryzacyjnego



Wielkość rynku części samochodowych w Polsce – samochody osobowe i dostawcze do 3,5 t



Wielkość rynku części do samochodów osobowych - analiza gospodarstw domowych



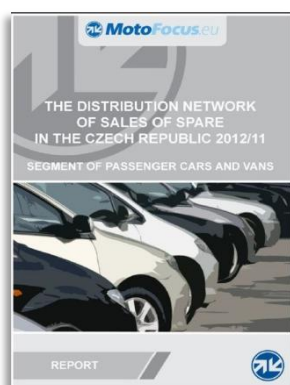
Masz wiadomość – warsztaty sieciowe IAM



Masz wiadomość – warsztaty Autoryzowane OES



Masz wiadomość – filie dystrybutorów



The distribution network of sales of spare parts Czech Republic – passenger cars segment

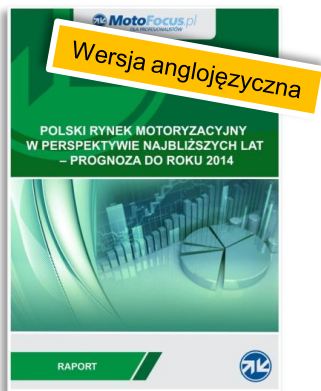


Wholesale suppliers of car spare parts in the Czech Republic



Rozkład konkurencji, czyli gdzie warto inwestować

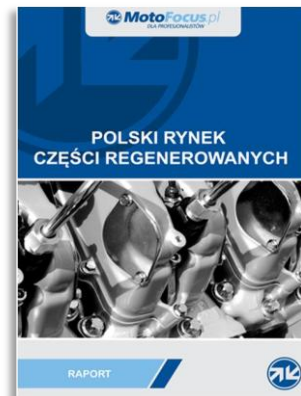
Ostatnie publikacje MotoFocus



Polski rynek motoryzacyjny w perspektywie najbliższych lat – prognoza do 2014 roku



The distribution network of sales of spare parts in the Ukraine



Polski rynek części regenerowanych



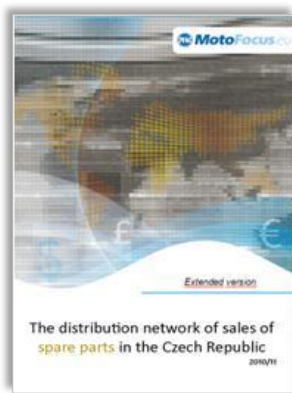
Przyszłość rynku motoryzacyjnego w oczach warsztatów



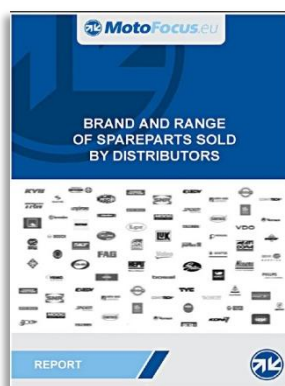
Sieci warsztatowe w Polsce w 2011 roku



Rynek akumulatorów w Polsce



The distribution network of sales of spare parts in the Czech Republic



Brands and range of spare parts sold by distributors in Czech Republic