

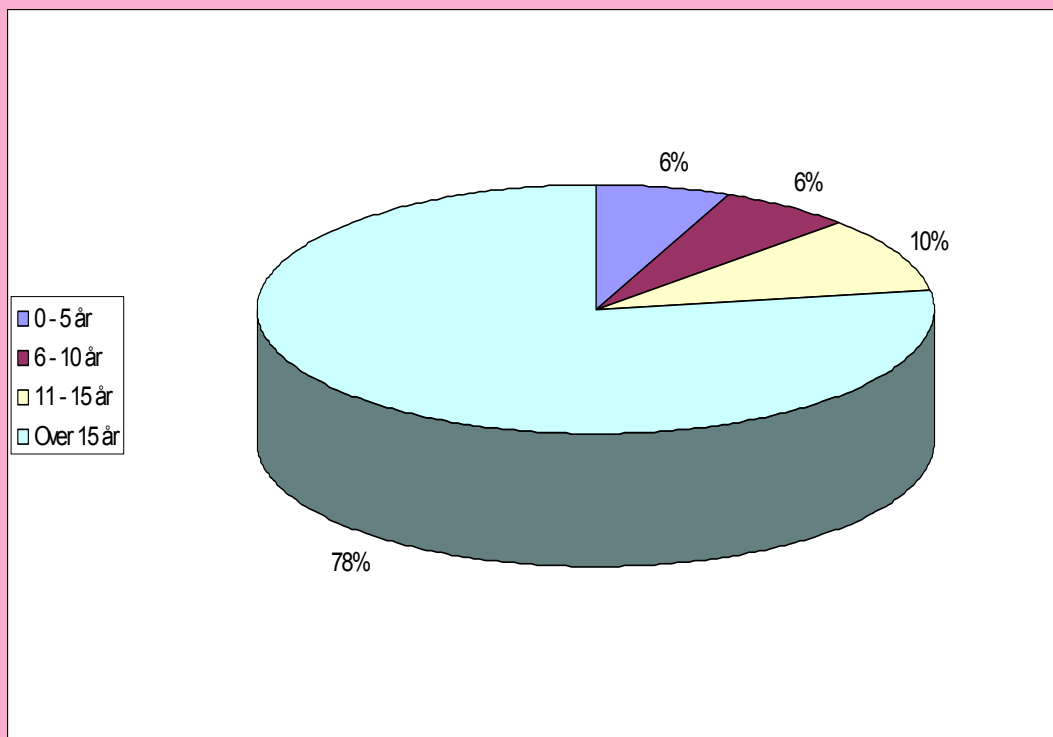
Forbrugeradfærd ved køkkenkøb

af

thiim.org

2007

Alder på det udskiftede køkken!



Hele 78% af de danske forbruger holder fast i deres køkken i 15 år eller længere.

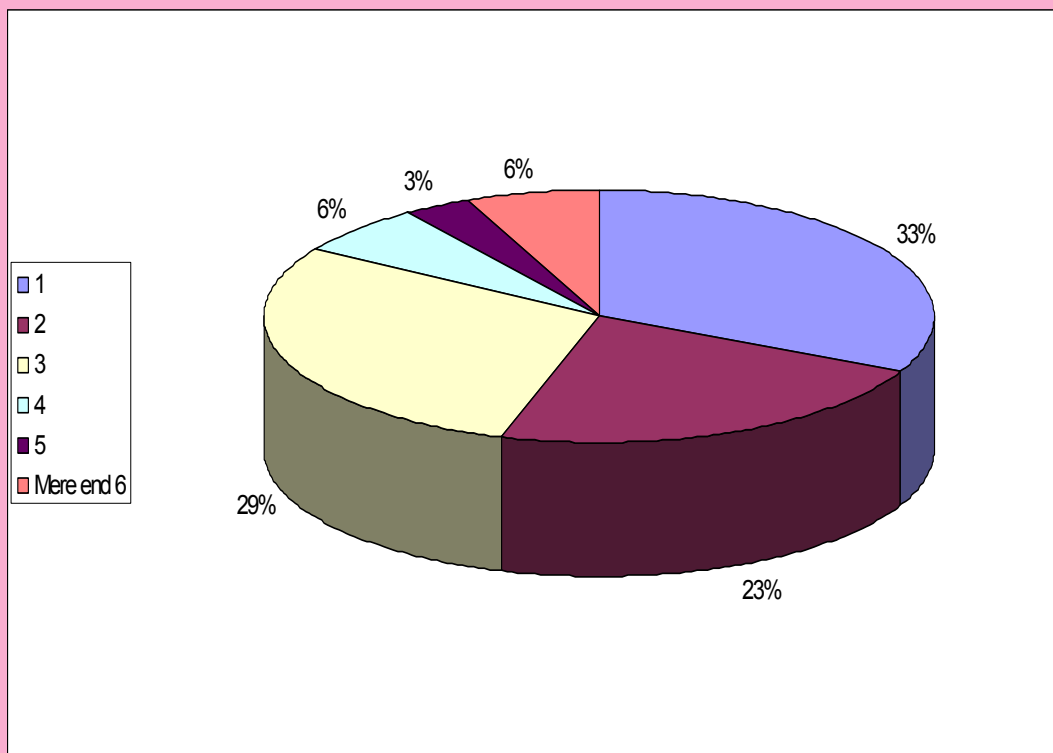
Forbrugerne er derfor ikke særligt tit på markedet. Kampen om at få lov til at give et tilbud og få ordren er vigtig når genkøbsfrekvensen er så lav.

Falder antallet af nybygninger i de kommende år vil kampen blive hård og krævende for mange leverandører.

Antal tilbud kunderne indhenter!

Selvom der findes utroligt mange forskellige køkkenmærker i Danmark, så holder 85% af kunderne sig til max at indhente 3 tilbud.

Det er ikke mange som får muligheden for at tilbyde sig til den enkelte kunde.



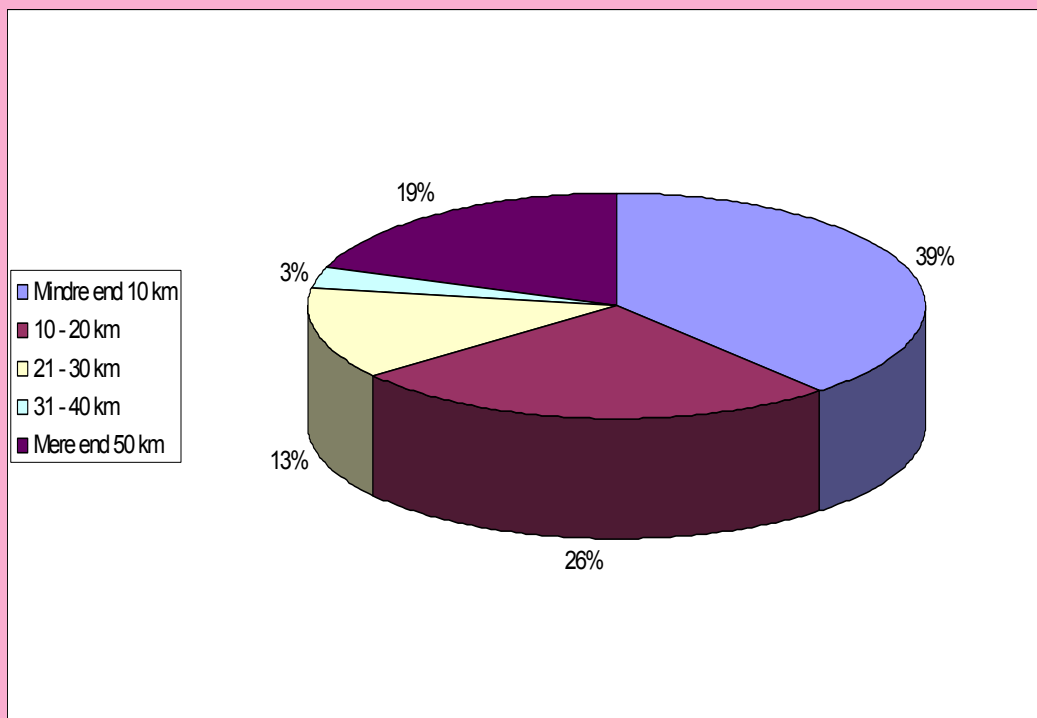
Længste afstand til butik som fik lov til at give tilbud!

Det er en kendt sag at tæt afstand til butikken er af stor betydning ved almindelig forbrugskøb.

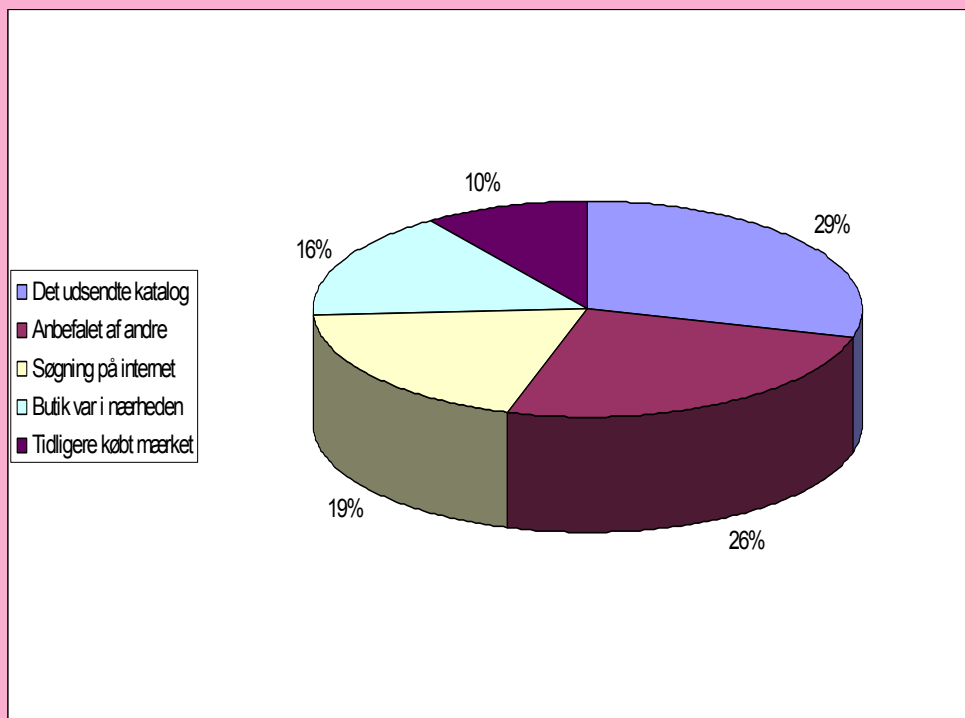
Et træk som overraskende også slår igennem ved køb af større forbrugsgoder.

Ser man på bopælen på gruppen der kører langt skyldes afstanden typisk at de bor i et yderområde.

Det at være tilstede tæt på forbrugerne er af væsentlig betydning.



Hvad er tilbuds trigger!



Hvad får forbrugeren til at ønske et tilbud fra et bestemt køkkenmærke.

Kataloger betyder meget for kunderne. Det at kunne se et færdigt køkken betyder åbenbart meget.

Andres købs erfaring er tilsvarende vigtigt.

Internet er også vigtigt i forbindelse med udvælgelsen af tilbudssted.

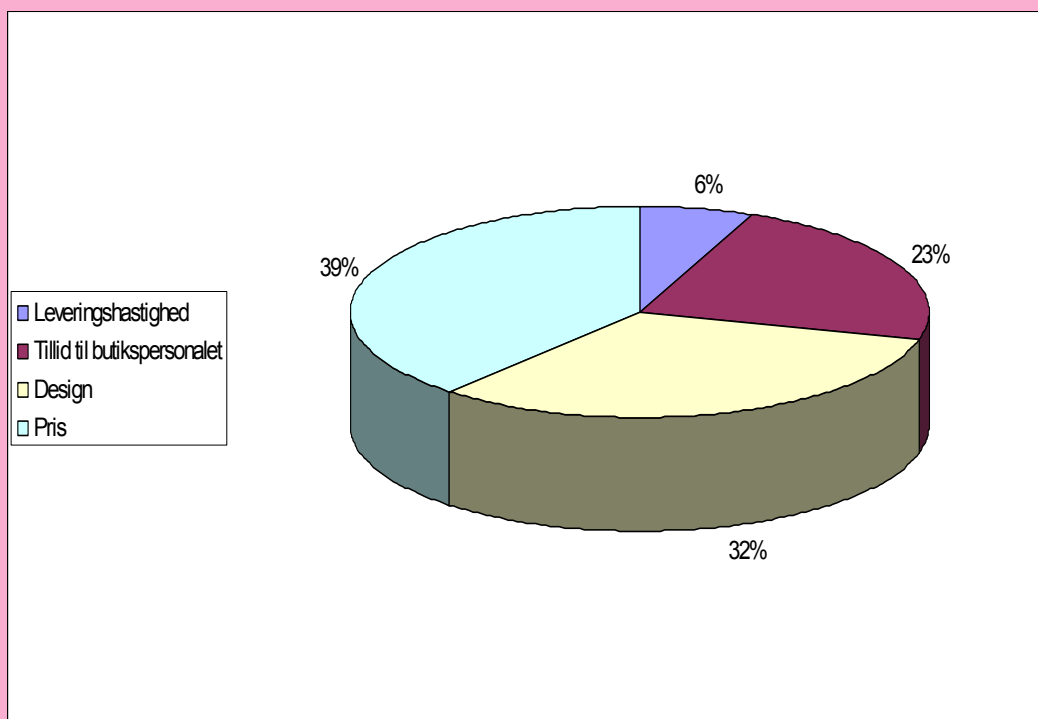
Overraskende betyder tv reklamer ikke noget i forbindelse med valget af mærker man ønsker tilbud fra.

Hvad er købs trigger!

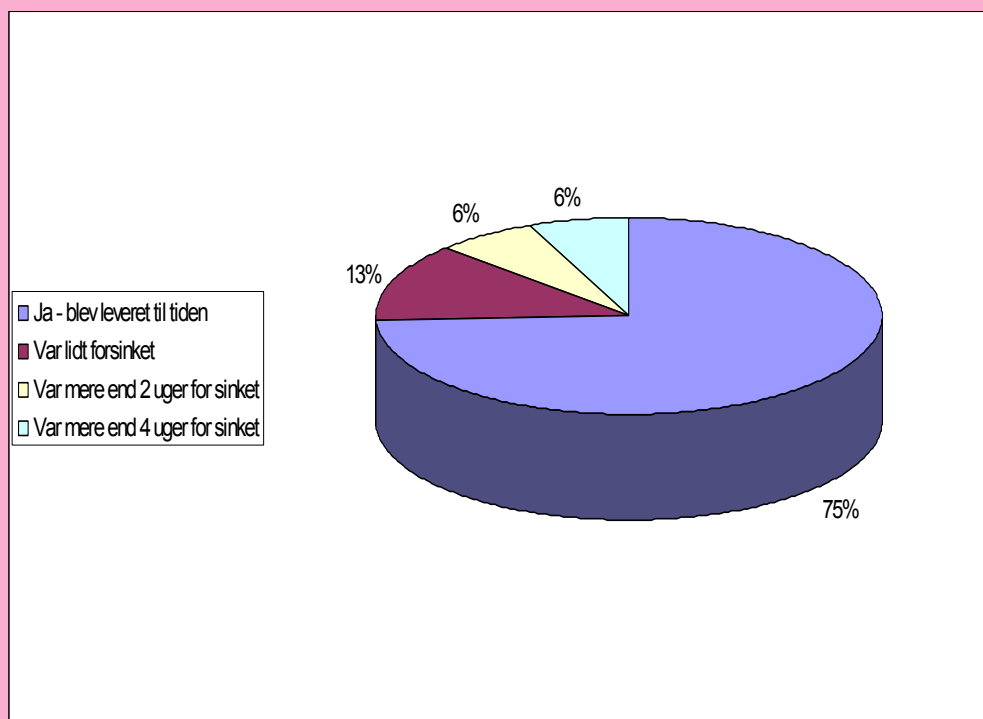
Hvad får så forbrugeren til at vælge et bestemt tilbud.

Pris og design scorer rigtig højt når kunden skal vælge mellem de afgivne tilbud.

23% af forbrugerne angiver tillid til butikspersonalet som den væsentligste årsag til at de valgte et bestemt tilbud.



Blev køkkenet leveret til aftalt tid!



I alt væsentlighed bliver der leveret til aftalt tidspunkt.

Dog oplever 12% af forbrugerne væsentlige forsinkelser på over 2 uger, hvilket kan undre.

Køkkenfabrikanterne vil kunne sparere en del tid på ikke at skulle kommunikere omkring de forsinkede leveringer.

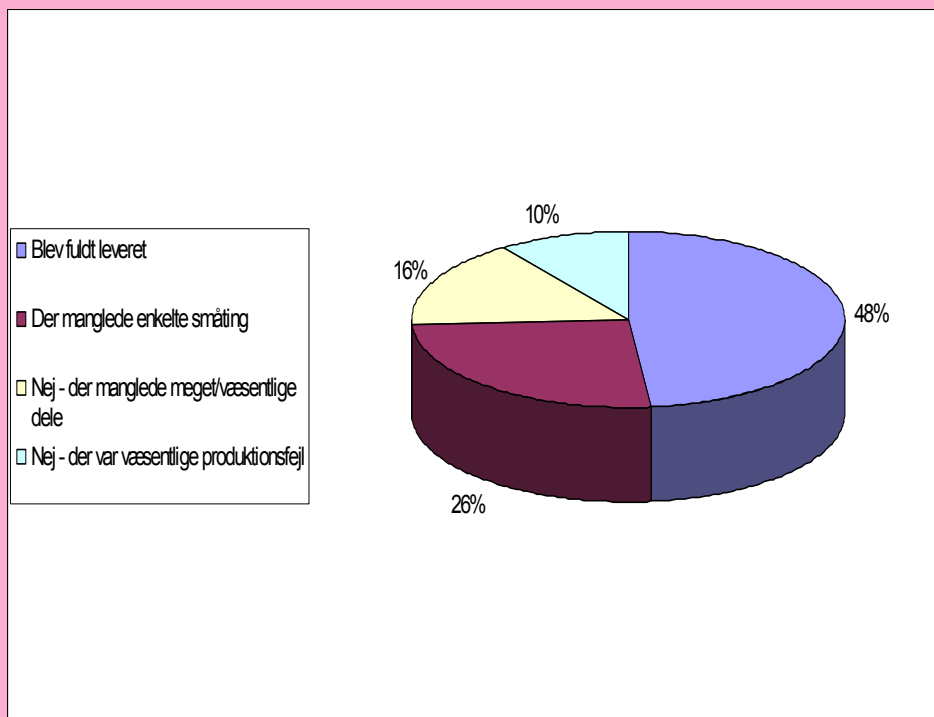
Ydermere risikere man dårlige anbefalinger og dermed reducere muligheden for at komme i betragtning hos andre kunder - jvnf. tilbuds trigger

Var leverancen korrekt!

Undersøgelsen antyder at der en del mangler ved leverancerne fra køkkenfabrikkerne.

I alt 26% af kunderne oplever væsentlige produktionsfejl eller at der manglede væsentlige dele i leverancen.

Det er måske gået lidt for stærkt de sidste pr. år.

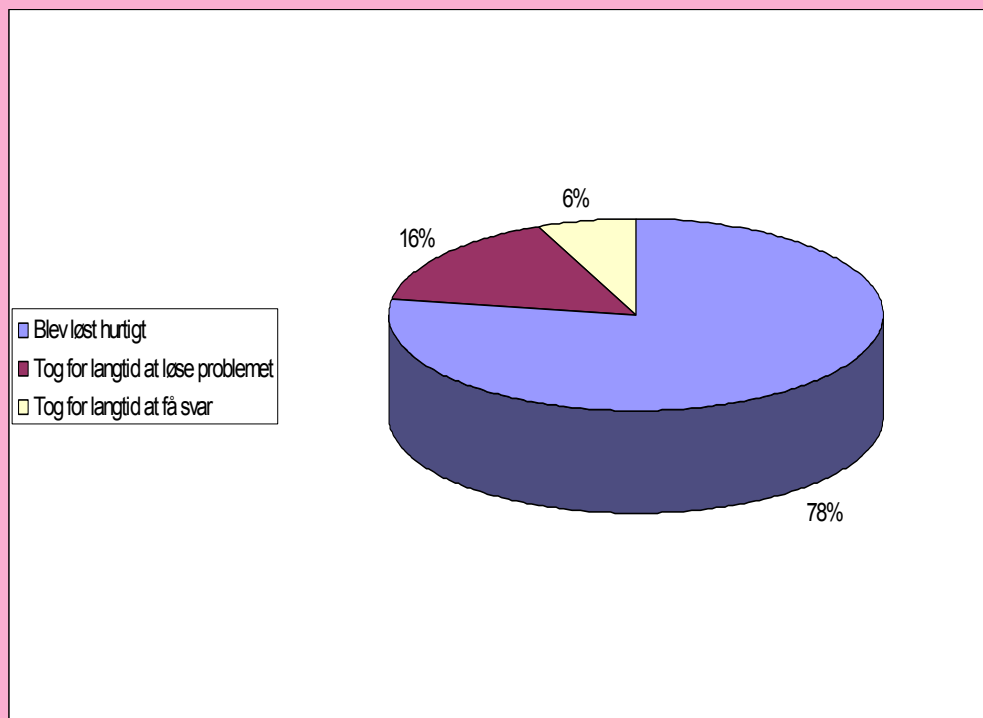


Hvordan blev leveringsproblemerne løst!

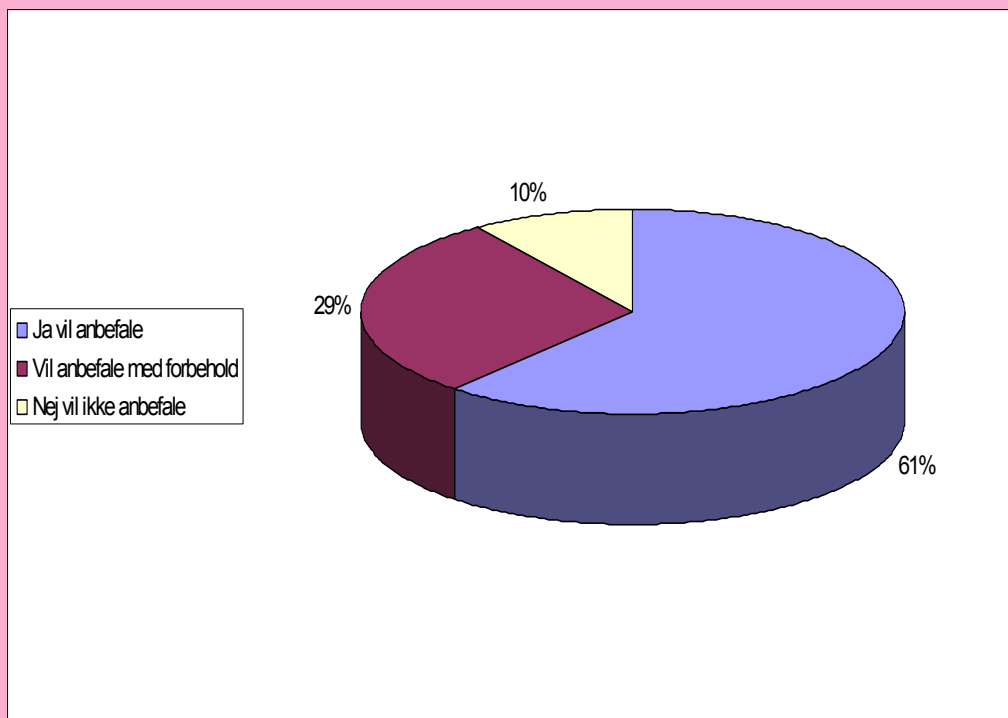
Generelt set er fabrikkerne gode til at løse leveringsproblemerne.

Dog oplever ca. 22% af forbrugerne en dårlig service.

Håndtering af leveringsproblemer er uden tvivl en væsentlig tidsmæssig og omkostningsmæssig tung post hos mange af fabrikkerne.



Vil du anbefale til andre!



Hele 39% vil anbefale med forbehold eller slet ikke anbefale andre at købe.

Når 26% angiver at andres erfaringer er den væsentligste årsag til at de i det hele taget indhenter et tilbud står den enkelte producent med en udfordring.

Hovedårsagen til forbeholdene er primært leveringsproblemer eller væsentlige fejl ved en tilkøbt opsætning af køkkenet.

thiim.org er en konsulentvirksomhed som tilbyder rådgivning indenfor salg, branding, forbrugeradfærd i sammenhæng med forretningsprocesser og organisation.

Analysen må frit bruges ved tydelig kildeangivelse.

Kontakt oplysninger:

thiim.org

Ian Pedersen

+45 2291 3734

www.thiim.org