

## Отчёт по проведённому маркетинговому исследованию (монтажные организации)

### **Цель проведения:**

«Проведение глубинных (экспертных) интервью среди клиентов заказчика, относящихся к категории «Монтажные организации», на предмет их прогноза рынка и условий работы, в том числе выявление критериев при выборе поставщика».

### **Метод проведения:**

Глубинное личное интервью (экспертное интервью), среднее время опроса одного респондента составило 40 минут.

### **География проведения опросов:**

Г. Москва и Московская область

### **Количество анкет:**

За время проведения маркетингового исследования в общей сложности было опрошено 5 респондентов. .

### **Выборка:**

Специалисты, принимающие решение при выборе поставщика слаботочных кабелей (респонденты предварительно согласованы с заказчиком)

### **Сроки проведения:**

Декабрь 2014 г.

Все опрошенные респонденты принимают решение при выборе поставщика кабеля. Основными задачами монтажных организаций является производство строительно-монтажных работ в целях выполнения установленного плана ввода в действие объектов, монтирование пожарных систем, систем контроля доступа, видеонаблюдение и т.д. Для проведения данных работ организации закупают кабельно-проводную продукцию в достаточно больших объемах (до нескольких км) в течении всего года по мере поступления заказов. В зависимости от разработанной заказчиками сметы организация покупает кабели на заводе, указанном в проектной документации. «Титан билдинг систем», «Рескатор строй» и «Гольфстрим электро» предпочитает покупать у дилера потому, что им так представляется удобнее (иногда нужен небольшой метраж кабеля, а производитель продает только большие партии). Но в основном производятся закупки на отечественных заводах – производителях кабельной продукции. Одним из самых популярных заводов является «Спецкабель», наладивший серийное производство огнестойких кабелей для систем пожарной сигнализации, и других видов кабелей. Кабели изготавливаются предприятием на высокотехнологичных линиях ведущих мировых производителей кабельного оборудования.

При выборе поставщиков кабеля все респонденты в первую очередь обращают внимание на наличие товара на складе, оперативность поставки и возможность получить скидку при закупке больших объемов или получение накопительной скидки при неоднократном обращении.

Совершая покупку кабеля, опрошенные респонденты предъявляют следующие требования: наличие сертификатов и соответствие стандартам, соотношение цена-качество, долгий срок службы и возможность применения в экстремальных условиях. Незначительным единогласно признана удобная упаковка.

В основном отдается предпочтение надежным поставщикам качественного товара. Особые требования необходимо предъявлять, приобретая кабель для систем пожарной сигнализации. Все серийно производимые огнестойкие кабели должны проходить промышленные испытания на соответствие «Техническому регламенту о требованиях пожарной безопасности» и иметь соответствующие сертификаты.

**Пожелания, высказанные в адреса поставщиков:**

- Быстро реагировать на заявку.
- Качественно обслуживать заявку, чтобы не возникало необходимости самому звонить и узнавать что там и как?
- Продавать кабель большими бухтами (так меньше расходуется кабель).
- Очень важно, чтобы кабель соответствовал СНИПам (строительным нормам и правилам).
- Гибкая ценовая политика.

Для оперативного получения информации о поставщиках очень удобным является пользование Интернетом, особенно получение онлайн консультаций. Также рассматриваются и личные отношения с поставщиками.

### **1. Вы принимаете решение при выборе поставщика кабеля?**

Все опрошенные респонденты принимают непосредственное решение при выборе поставщика кабеля.

### **2. С какой целью Ваша организация закупает кабель?**

Организации закупают кабель для проведения монтажных работ на объектах (монтаж пожарных систем, систем контроля доступа, видеонаблюдение и т.д.

### **3. В каких объемах Вы закупаете кабель?**

Кабель закупается в больших объемах, достигающих нескольких километров. Объем закупаемого кабеля зависит от размера проекта и специализации.

### **4. Имеет ли значение «сезонность» при закупке кабеля? Если «да», то с чем это связано?**

Все опрошенные респонденты отметили, что «сезонность» при закупке кабеля значения не имеет. Заказы поступают в любое время года.

## 5. От какого производителя Вы покупаете кабель?

«Титан билдинг систем», «Гольфстрим электро» покупают кабели как от Российского, так и от зарубежного производителя (зависит от сметы, что в нее заложено).

«Спецмонтажавтоматика» закупает кабель у отечественного производителя, в основном у заводов-изготовителей таких как **КПСВ** и «**Спецкабель**».

АТП «Техно» закупает кабель у отечественного производителя «**Спецкабель**».

## 6. Кабелю какого производителя Вы отдаете предпочтение?

Кабель закупают в основном у заводов-изготовителей **КПСВ**, «**Спецкабель**».

## 7. Как предпочитаете закупать у дилера или от производителя?

«Титан билдинг систем», «Рескатор строй» предпочитают покупать у дилера, потому, что так удобнее (иногда нужен небольшой метраж кабеля, а производитель продает только большие партии). «Гольфстрим электро» при большом объеме закупки кабеля предпочитает работать с дилером, который берет партию кабеля на свой склад и в дальнейшем отдает небольшими партиями; другие - предпочитаем покупать на заводе-изготовителе, там дешевле.

## **8. Какими критериями Вы руководствуетесь при выборе поставщика:**

### **Опрошенные респонденты признали, что основными критериями при выборе поставщика являются:**

Оперативность поставки, наличие на складе, скидки при закупке больших объемов/накопительная скидка, возможность закупки малыми длинами. Посчитали несущественными: известность компании, наличие редких модификаций, наличие доставки и ее низкая стоимость, наличие технической поддержки.

## **9. Какие требования Вы предъявляете к кабелям?**

Опрошенные респонденты обращают внимание на наличие сертификатов и соответствие стандартам, соотношение цена-качество, долгий срок службы и возможность применения в экстремальных условиях. Незначительным единогласно признана удобная упаковка.

## **10. Как часто Вы покупаете кабель?**

Кабель покупают по мере необходимости (раз в месяц); «Рексатор строй» - один раз в два – три месяца, «Спецмонтажавтоматика» - один раз в квартал.

## **11. Средний объем закупаемой партии?**

Всегда разный, зависит от объекта. От нескольких сотен метров до нескольких километров. В «Рексона строй» средний объем закупаемой партии от нескольких десятков километров до нескольких сотен километров в зависимости от размера объекта.

## 12. Какие производители кабеля Вам известны?

«Спецкабель», «Легранд», «Паритет», «ПанДуит», «Энергокабель», «Кальчугинский кабельный завод».

## 13. Какую оценку Вы могли бы дать названным компаниям?

«Спецкабель» выпускает несколько серий огнестойкого кабеля. Все серийно производимые огнестойкие кабели прошли испытание на соответствие «Техническому регламенту о требованиях пожарной безопасности» и имеют сертификаты. Из недостатков: неудобное расположение складских помещений, дорогая доставка.

«Паритет» отличается качеством выпускаемой продукции и услуг, снижение себестоимости продукции. Из недостатков: неудобное расположение складских помещений, дорогая доставка.

«Кальчугинский кабельный завод» – постоянно имеется в наличии самые востребованные позиции производимой продукции. Все кабели сертифицированы и прошли технический контроль на производстве.

«Энергокабель» продукция отличается повышенной надежностью и безопасностью, полностью соответствует необходимым ТУ.

#### **14. Вам знакомы данные компании:**

Все вышеназванные компании опрошенным респондентам знакомы, кроме «Герда».

#### **15. Какие у Вас пожелания к поставщикам?**

- Быстро реагировать на заявку.
- Качественно обслуживать заявку, чтобы не возникало необходимости самому звонить и узнавать что там и как?
- Не выпускать бухты по 100 метров, размер бухт стандартного кабеля не менее 500 метров. (так меньше расходуется кабель).
- Очень важно, чтобы кабель соответствовал СНИПам (строительным нормам и правилам).
- Снижение цен.

#### **16. Как вы получаете информацию о поставщиках?**

Для оперативного получения информации очень удобным является пользование Интернетом. Также рассматриваются и личные отношения с поставщиками.



**Благодарим Вас за выбор нашего агентства!**

**Надеемся на плодотворное долгосрочное сотрудничество!**

**Маркетинговое агентство «ZOOM MARKET»**

**(495) 960-90-89**

**[www.mazm.ru](http://www.mazm.ru)**

**market@mazm.ru**