



Projekty badawcze i doradcze oparte o autorską metodykę

BRS 360°

Studium przypadków

„Naszą misją jest dostarczanie
wiedzy o funkcjonowaniu rynku
meblarskiego”

Klient

Właściciel
marki mebli
outdoorowych
premium

Wyzwanie

W jakich kanałach
sprzedażowych
efektywnie lokować
nową markę premium?
Jak ją pozycjonować?

Zastosowane narzędzia

Wybrane narzędzia
metodologii BRS 360°:

- analiza kanałów sprzedaży i analiza konkurencji
- analiza desk research danych statystycznych dotyczących mebli ogrodowych
- badanie jakościowe w formie wywiadów eksperckich

Rozwiązanie

Warsztat i raport z opisem kanałów oraz rekomendowanymi działaniami w zakresie promocji marki oraz budowania sieci sprzedaży.

Klient

Polski dystrybutor międzynarodowej marki mebli premium

Wyzwanie

Gdzie ulokować kolejny salon w Polsce?

Zastosowane narzędzia

Wybrane narzędzia metodologii BRS 360°:

- analiza desk research danych makroekonomicznych i potencjału zakupowego mebli według województw
- analiza otoczenia konkurencyjnego uzupełniona o wizyty w salonach w wybranych miastach.

Rozwiązanie

Wytypowanie najatrakcyjniejszych regionów wraz ze wskazaniem rekomendowanych lokalizacji nowego salonu w danym mieście.
Ocena makroekonomiczna potencjału województw.

Klient

Producent i dystrybutor akcesoriów meblowych

Wyzwanie

Jaką pozycję ma marka na rynku i jak jest postrzegana wśród klientów? Jaka jest wielkość rynku akcesoriów meblowych?

Zastosowane narzędzia

Wybrane narzędzia metodologii BRS 360°:

- badanie jakościowe w formie wywiadów pogłębionych
- badanie ilościowe w formie ankiety na trzech grupach respondentów
- analiza mikroekonomiczna: monitoring konkurencji w zakresie wyników finansowych i oferty wytypowanych produktów
- analiza makroekonomiczna: desk research danych statystycznych w zakresie akcesoriów.

Rozwiązanie

Raport z oceną marki w kontekście wizerunkowym i produktowym na tle konkurencji. Oszacowanie potencjału rynku: produkcji, eksportu i importu w zakresie wybranych akcesoriów meblowych. Rekomendacje działań strategicznych w zakresie kierunków rozwoju.

Klient

Producent
komponentów do
produkcji mebli
tapicerowanych

Wyzwanie

Jaki jest potencjał i wielkość
ryнку wskazanych
komponentów stosowanych
do mebli wypoczynkowych?
Jak wygląda otoczenie
konkurencyjne?

Zastosowane narzędzia

Wybrane narzędzia metodologii BRS 360°:

- analiza mikroekonomiczna: monitoring producentów mebli tapicerowanych pod kątem oferty
- monitoring producentów i dystrybutorów wybranych komponentów stosowanych do mebli tapicerowanych
- badanie jakościowe: wywiady pogłębione wśród producentów mebli oraz producentów i dystrybutorów wskazanych komponentów
- analiza makroekonomiczna: interpolacja wyników cząstkowych na pełną populację.

Rozwiązanie

Określenie wielkości ryнку wskazanych komponentów. Raport na temat potencjału klientów i konkurentów.

Klient

Dostawca innowacyjnych rozwiązań informatycznych

Wyzwanie

Jakie jest zainteresowanie w branży meblarskiej i wyposażenia wnętrz innowacjami z zakresu rozszerzonej rzeczywistości i jakie są ich perspektywy?

Zastosowane narzędzia

Wybrane narzędzia metodologii BRS 360°:

- badanie ilościowe w formie ankiety
- badanie jakościowe w formie wywiadów pogłębionych wśród producentów i dystrybutorów mebli.

Rozwiązanie

Określenie poziomu zapotrzebowania na usługi skanowania fotogrametrycznego w branży meblarskiej i wyposażenia wnętrz. Rekomendacje działań i perspektyw rozwoju technologii.

Klient

Międzynarodowy dostawca oprogramowania, usług i sprzętu z zakresu Przemysłu 4.0

Wyzwanie

Jak dostosować przekaz marketingowy do polskich odbiorców — producentów mebli tapicerowanych? Jakie są ich główne wyzwania i priorytety? Jaki jest potencjał wykorzystywania rozwiązań w zakresie Przemysłu 4.0 w firmach? Jak wyselekcjonować wstępnie zainteresowanych klientów?

Zastosowane narzędzia

Wybrane narzędzia metodologii BRS 360°:

- badanie ilościowe w formie ankiety
- badanie jakościowe w formie wywiadów pogłębionych wśród producentów mebli tapicerowanych
- analiza mikroekonomiczna: monitoring producentów mebli pod kątem m.in. wielkości, obrotów oraz rodzaju produkowanych mebli i stosowanych materiałów
- analiza makroekonomiczna: desk research i szacowanie wielkości rynku mebli tapicerowanych.

Rozwiązanie

Raport na temat aktualnej sytuacji producentów mebli tapicerowanych oraz wskazanie ich głównych wyzwań. Wskazanie kluczowych obszarów wdrażania innowacji. Opracowanie na podstawie wyników badań darmowego e-booka — poradnika w celu pozyskiwania przez klienta nowych leadów. Realizacja dalszych działań marketingowych w celu promocji marki klienta i e-booka.

Klient

Producent tarcicy

Wyzwanie

W jaki sposób kształtować koncepcje produkcyjną i ofertową dla klienta? Jak wygląda bieżąca sytuacja i perspektywy rozwoju branży meblarskiej?

Zastosowane narzędzia

Wybrane narzędzia metodologii BRS 360°:

- analiza makroekonomiczna bieżącej sytuacji gospodarczej branży meblowej na podstawie danych statystycznych
- badanie jakościowe w formie wywiadów pogłębionych
- badanie ilościowe w formie ankiet wśród producentów mebli z drewna litego.

Rozwiązanie

Określenie wielkości rynku meblarskiego w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem producentów mebli z drewna litego. Wskazanie perspektyw, szans i zagrożeń w kontekście podaży i popytu na drewno, wyroby tartaczne oraz meble.

Klient

Producent mebli szkieletowych

Wyzwanie

Jak zwiększyć rentowność ze sprzedaży? Jaka jest wielkość i potencjał rozwoju rynku mebli szkieletowych w poszczególnych kanałach i półkach cenowych? Jak pozycjonować markę względem konkurencji?

Zastosowane narzędzia

Wybrane narzędzia metodologii BRS 360°:

- analiza mikroekonomiczna: benchmarking i analiza konkurencji obejmująca zakres oferty, kanały dystrybucji, obroty, marketing
- analiza makroekonomiczna: desk research danych statystycznych z zakresu produkcji mebli szkieletowych
- audyt w fabryce w celu zapoznania się z procesem i organizacją produkcji
- warsztat strategiczny z zespołem klienta w zakresie kierunków rozwoju.

Rozwiązanie

Raport z określeniem problemów i rekomendacjami działań strategicznych w zakresie organizacji produkcji oraz strategii sprzedaży.

Klient

Producent płyt drewnopochodnych

Wyzwanie

Jakie są potrzeby i oczekiwania klientów względem wskazanego produktu? Jaki jest potencjał tego rynku? Jak oceniana jest oferta na tle konkurencji?

Zastosowane narzędzia

Wybrane narzędzia metodologii BRS 360°:

- badanie jakościowe: wywiady pogłębione w podziale na grupy potencjalnych klientów
- analiza mikroekonomiczna: monitoring konkurencji w zakresie m.in. oferty i kanałów dystrybucji
- analiza makroekonomiczna: desk research danych statystycznych w zakresie płyt drewnopochodnych.

Rozwiązanie

Określenie popytu ze względu na cechy produktu, potencjału zakupowego w podziale na grupy docelowe. Wskazanie oczekiwań i potrzeb klientów względem produktu i jego zastosowania. Wskazanie czynników i kryteriów wpływających na wybór oferty. Ocena oferty i poziomu cen względem konkurencyjnych dostawców.

Klient

Firma konsultingowa z zakresu szkoleń i coachingu

Wyzwanie

Jakie jest zapotrzebowanie na usługi szkoleniowe wśród firm meblarskich? Jakie są wyzwania w zakresie zarządzania zespołami? Jak dotrzeć do potencjalnych klientów z tej branży?

Zastosowane narzędzia

Wybrane narzędzia metodologii BRS 360°:

- badanie ilościowe w formie ankiet
- badanie jakościowe: wywiady pogłębione wśród producentów mebli w zakresie bieżących problemów, celów i strategii w odniesieniu do polityki pracowniczej
- analiza makroekonomiczna: desk research danych demograficznych w ujęciu ogólnym i branży meblarskiej.

Rozwiązanie

Określenie problemów, celów i strategii firm meblarskich pod kątem zatrudnienia. Określenie potencjału usług szkoleniowych. Na podstawie wyników badań opracowano raport e-book, który posłużył do działań marketingowych i budowania rozpoznawalności marki klienta.

A jakie jest Twoje wyzwanie?

Skorzystaj z niezobowiązującej konsultacji, abyś mógł poznać rozwiązanie i ocenić jego korzyści dla Twojej firmy.

Dlaczego B+R Studio?

- Wieloletnie doświadczenie w zakresie badań rynku meblarskiego w Polsce
- Bardzo dobra znajomość funkcjonowania firm produkujących meble i dostawców dla branży
- Realizacja badań w oparciu o autorską metodykę BRS 360*
- Metodyka BRS 360° polega na połączeniu czterech typów badań: analizy makroekonomiczne, analizy mikroekonomiczne, badania jakościowe, badania ilościowe
- Ze względu na wąską specjalizację potrafimy dotrzeć do sedna mechanizmów rządzących rynkiem
- Posiadamy szerokie kontakty branżowe i bogate doświadczenie na rynku polskim

Skontaktuj się z naszym doradcą: