RAPORT Z BADANIA

Plads.

Jak klienci wybierają pracownię wnętrz

RODZAJ
Badanie jakościowe

PRÓBA
50 wywiadów pogłębionych

ZASIĘG
Polska, klienci szukający pracowni wnętrz

EDYCJA
1, listopad 2026

plads.pl

PODSUMOWANIE

Główny wniosek

Klienci bez trudu znajdują pracownie. Trudniej im zrozumieć, która pasuje do ich projektu, co dokładnie dostaną i ile to będzie kosztować.

50	34 z 50	7	7
wywiadów z klientami	nie wiedziało, co dokładnie jest w usłudze	głównych problemów	kroków decyzji klienta

Trzy wnioski

1 Pracowni jest dużo. Trudniej o sposób, żeby ocenić, która z nich pasuje do konkretnego projektu.

2 Sama cena niewiele mówi. Dopóki nie wiadomo, co wchodzi w usługę, dwóch ofert nie da się uczciwie porównać.

3 Portfolio pokazuje gust pracowni. O tym, czy poradzi sobie z danym projektem, mówi niewiele.

Najczęściej powtarzane problemy



O badaniu

Badanie objęło 50 pogłębionych wywiadów jakościowych z osobami, które szukały pracowni wnętrz w Polsce. Szukaliśmy wzorców, problemów i potrzeb, a nie odsetków w całej populacji klientów, dlatego podajemy liczby rozmówców.

01 · KLIENCI

Kim są klienci

Klient rzadko kupuje „projektowanie” jako usługę. Chce zmienić dom: wprowadza się do nowego mieszkania, remontuje starsze, przerabia kuchnię albo łazienkę. Obok gustu o decyzji decydują nieruchomość, domownicy, termin i to, ile pracy klient chce lub może sam skoordynować.

Wykres 1. Rodzaj projektu rozmówców (liczba rozmówców)



Źródło: Plads, 50 wywiadów pogłębionych z klientami, Polska, 2026.

Największa grupa planuje duży projekt, ale znacząca część potrzebuje pomocy w ograniczonym zakresie. Skupiony projekt kuchni, łazienki czy salonu to pełnoprawne zlecenie.

Tabela 1. Pięć typów klientów

TYP KLIENTA	SYTUACJA	CO LICZY SIĘ NAJBARDZIEJ
Mieszkanie z rynku pierwotnego	Ma konkretną nieruchomość i dużo decyzji do podjęcia przed odbiorem lub zaraz po nim.	Jasny start projektu, termin, zakres pakietu i dokumentacja techniczna.
Remont istniejącego domu	Mierzy się z niewiadomymi, zależnościami i uciążliwością remontu. Potrzebuje pewności co do kolejności prac.	Wyjaśnienie zakresu, ograniczeń i odpowiedzialności.
Jedno pomieszczenie	Potrzebuje pomocy przy jednym pokoju lub ograniczonym zakresie. Boi się, że pracownie chcą tylko całych mieszkań.	Dostępna opcja usługi, jasny minimalny zakres i trafne przykłady.
Klient z wizją	Ma inspiracje i mocny kierunek estetyczny, ale nie wie, jakiej pomocy profesjonalisty potrzebuje.	Przełożenie inspiracji na wymagania, wykonalność i opcje usługi.
Gospodarstwo bez czasu	Liczy na mniej koordynacji i jasne decyzje. Ma mało czasu na porównywanie pracowni i pilnowanie wykonawców.	Sprawne zebranie briefu, przejrzysty proces i pewność co do komunikacji.

Źródło: Plads, 50 wywiadów pogłębionych z klientami, Polska, 2026.

02 · PROBLEMY

Siedem problemów w liczbach

Najczęściej powtarzał się niejasny zakres usługi, a zaraz po nim portfolio, które nie mówi, czy pracownia pasuje do projektu. To liczby wzorców w rozmowach, nie odsetki wszystkich klientów.

Wykres 2. Problemy poruszane przez rozmówców (liczba rozmówców z 50)



Źródło: Plads, 50 wywiadów pogłębionych z klientami, Polska, 2026.

03 · NAPIĘCIA

Pięć napięć za liczbami

Siedem problemów łączy się w pięć napięć. Dla każdego zebraliśmy to, co pokazały rozmowy, i propozycję, co może zrobić pracownia.

Tabela 2. Napięcia w wyborze pracowni i sugestie dla pracowni

NAPIĘCIE	CO POKAZAŁY ROZMOWY	CO MOŻE ZROBIĆ PRACOWNIA
1 **Klienci nie rozumieją granic usługi**	„Projektowanie wnętrz” może znaczyć wszystko: od konsultacji nad układem po komplet rysunków technicznych i nadzór nad budową. Klienci często odkrywają te różnice dopiero po kontakcie z pracowniami.	Rozpisz w ofercie, co wchodzi w usługę (koncepcja, rysunki, zakupy, nadzór) i co jest poza nią.
2 **Portfolio nie jest narzędziem decyzji**	Portfolio pokazuje efekty, ale zwykle pomija brief, ograniczenia, przedział budżetu, sposób podejmowania decyzji i dokładny zakres. Klient widzi, co pracownia zrobiła, a nie jak podeszłaby do jego projektu.	Do wybranych realizacji dodaj krótki opis: punkt wyjścia, ograniczenia, zakres i to, co było najtrudniejsze.
3 **Cena jest oderwana od zakresu**	Jedna kwota albo cena za metr kwadratowy trudno się interpretuje, gdy nie wiadomo, co jest w środku. Klienci porównują oferty, które w rzeczywistości nie są równoważne.	Podawaj cenę razem z zakresem, nawet jeśli to widełki.
4 **Efekt wizualny konkuruje z praktycznością**	Klienci chcą ładnego domu, ale potrzebują też pewności, że da się go wykonać, utrzymać i używać na co dzień.	Pokaż, jak pracownia sprawdza praktyczność: schowki, utrzymanie, ergonomia, koszt wykonania.
5 **Kontakt zaczyna się, zanim klient jest gotowy**	Wielu klientów odkłada pierwszą wiadomość, bo nie umie sformułować pełnej prośby. Inni piszą do kilku pracowni i za każdym razem tłumaczą to samo.	Zbieraj podstawowe informacje jednym formularzem i napisz, kiedy odpiszesz oraz jaki jest następny krok.

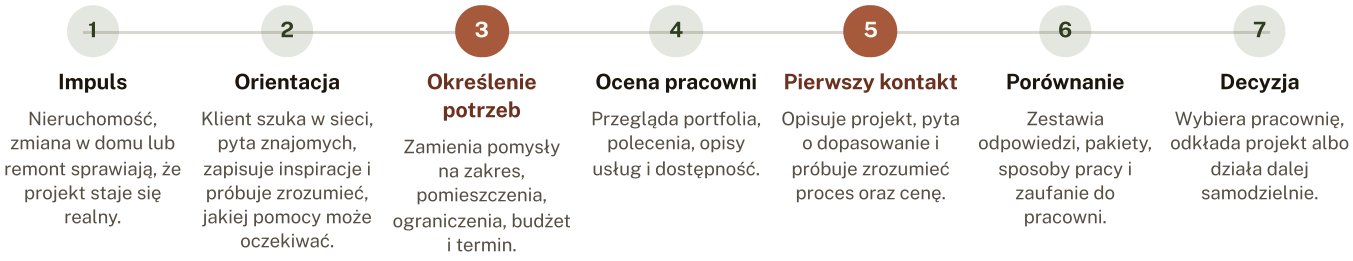
Źródło: Plads, 50 wywiadów pogłębionych z klientami, Polska, 2026. Kolumna „Co może zrobić pracownia” to sugestie Plads, nie wynik badania.

04 · WYBÓR

Jak klienci wybierają pracownię

Wybór rzadko jest liniowy. Klienci wracają do inspiracji, poleceń, portfolio, cen i rozmów. Polecenie buduje zaufanie, ale nie odpowiada na pytania o zakres, dostępność i dopasowanie.

Wykres 3. Ścieżka klienta. Na czerwono: kroki, w których praca się piętrzy



Źródło: Plads, 50 wywiadów pogłębionych z klientami, Polska, 2026. Najkruchsze są dwa przejścia: od orientacji do określenia potrzeb oraz od oceny pracowni do pierwszego kontaktu.

Tabela 3. Siedem kryteriów wyboru

KRYTERIUM	PYTANIE KLIENTA
1 **Podobne doświadczenie**	Czy pracownia robiła podobną nieruchomość, metraż, pomieszczenie lub miała podobne ograniczenia?
2 **Sposób pracy**	Jak pracownia przechodzi od briefu przez koncepcję i dokumentację do realizacji?
3 **Jasny zakres**	Co dokładnie klient dostanie i co zostaje poza usługą?
4 **Komunikacja i zaufanie**	Czy pracownia słucha, tłumaczy kompromisy i jasno mówi, co dalej?
5 **Praktyczność**	Czy rozwiązania uwzględniają schowki, utrzymanie, ergonomię, budżet i wykonanie?
6 **Zgodność z budżetem**	Czy oferta mieści się w granicach finansowych klienta, razem z prawdopodobnymi kosztami dodatkowymi?
7 **Dostępność i termin**	Czy pracownia może przyjąć projekt w odpowiednim momencie i czy jej proces pasuje do terminu klienta?

Źródło: Plads, 50 wywiadów pogłębionych z klientami, Polska, 2026.

05 · BUDŻET I ZAUFANIE

Budżet i zaufanie

Niepewność budżetowa to rzadko niechęć do płacenia za pracę profesjonalisty. Częściej to niepewność, za co klient płaci i jakie wydatki zostają po podpisaniu umowy.

Zaufanie rośnie dzięki konkretom. Ogólne hasła, takie jak „indywidualne podejście” czy „kompleksowa obsługa”, trudno ocenić. Dobra pracownia nie musi oferować wszystkiego. Klientowi wystarczy wiedzieć, w czym jest mocna i czy to pasuje do jego projektu.

Co klient musi zrozumieć

- Co jest w pakiecie, a co jest wyraźnie poza nim.
- Czy pracownia daje koncepcję, dokumentację techniczną, wsparcie w zakupach, wizyty na budowie czy nadzór.
- Ile rund poprawek lub punktów decyzyjnych jest w cenie.
- Które decyzje i zakupy zostają po stronie klienta.
- Co może wygenerować dodatkowe koszty i kiedy staną się widoczne.
- Czy sposób pracy pasuje do terminu i do tego, jak bardzo klient chce być zaangażowany.

Czego oczekuje od dobrej pracowni

- Jasnego procesu, z zrozumiałymi etapami i decyzjami.
- Umiejętności słuchania i zamiany niepełnego briefu na użyteczne pytania.
- Rekomendacji opartych na nieruchomości, domownikach i budżecie, a nie tylko na trendach.
- Realistycznego wyjaśnienia, co da się osiągnąć i na jakie kompromisy trzeba się zgodzić.
- Jasnych dostaw, granic, odpowiedzialności i zasad komunikacji.
- Wnętrza, które działa na co dzień, a nie tylko na zdjęciach.

Źródło: Plads, 50 wywiadów pogłębionych z klientami, Polska, 2026.

06 · GŁOS KLIENTÓW

Co mówili klienci

Osiem wypowiedzi z wywiadów. Podajemy je bez danych rozmówców.

01

Wiem, jaki dom chcę mieć, ale nie wiem, czego mogę oczekiwać od projektanta wnętrz.

Uczestnik badania

02

Mogę godzinami oglądać portfolia i nadal nie wiem, która pracownia byłaby dobra do mojego mieszkania.

Uczestnik badania

03

Każda pracownia oferuje coś trochę innego. Trudno zrozumieć, za co właściwie płacę.

Uczestnik badania

04

Obawiam się, że efekt końcowy będzie świetnie wyglądał na wizualizacjach, ale nie sprawdzi się na co dzień.

Uczestnik badania

05

Nawet nie wiem, jakie informacje trzeba przygotować, zanim napiszę do pracowni.

Uczestnik badania

06

Wolę porozmawiać z trzema pracowniami, które naprawdę pasują do mojego projektu, niż wysłać tę samą wiadomość do dwudziestu.

Uczestnik badania

07

Cena oczywiście ma znaczenie, ale chcę też rozumieć, co jest w niej zawarte i co muszę zorganizować samodzielnie.

Uczestnik badania

08

Potrzebuję kogoś, kto rozumie, jak żyjemy, a nie tylko kogoś, kto potrafi zrobić piękne wnętrze.

Uczestnik badania

07 · DLA PRACOWNI

Lista kontrolna dla pracowni

Propozycje na podstawie rozmów. To nasze sugestie, nie wynik pomiaru: sprawdź, które mają sens w Twojej pracowni.

- [ ] Rozpisz w ofercie, co wchodzi w usługę (koncepcja, rysunki, zakupy, nadzór) i co jest poza nią.
- [ ] Do wybranych realizacji dodaj krótki opis: punkt wyjścia, ograniczenia, zakres i to, co było najtrudniejsze.
- [ ] Podawaj cenę razem z zakresem, nawet jeśli to widełki.
- [ ] Pokaż, jak pracownia sprawdza praktyczność: schowki, utrzymanie, ergonomia, koszt wykonania.
- [ ] Zbieraj podstawowe informacje jednym formularzem i napisz, kiedy odpiszesz oraz jaki jest następny krok.
- [ ] Napisz, kiedy odpiszesz klientowi i co dzieje się dalej.
- [ ] Powiedz, ile rund poprawek jest w cenie i które decyzje oraz zakupy zostają po stronie klienta.
- [ ] Wyjaśnij, co może wygenerować koszty dodatkowe i kiedy staną się widoczne.
- [ ] Pokaż, jak wygląda współpraca krok po kroku i kim jest osoba, z którą klient będzie rozmawiać.

Metodologia

50 pogłębionych wywiadów jakościowych z osobami, które szukały pracowni wnętrz w Polsce. Celem było znalezienie wzorców, problemów i potrzeb, a nie zmierzenie, jak często występują w całej populacji klientów, dlatego podajemy liczby rozmówców, a nie odsetki. Wywiady przeprowadził zespół Plads. Nie publikujemy danych rozmówców.

Jak cytować: Plads, *Jak klienci wybierają pracownię wnętrz*, edycja 1, 2026, plads.pl/badania/jak-klienci-wybieraja-pracownie-wnetrz.

Plads.

plads.pl · hello@plads.pl