



Pogłębiona analiza poziomu *ucyfrowienia person*

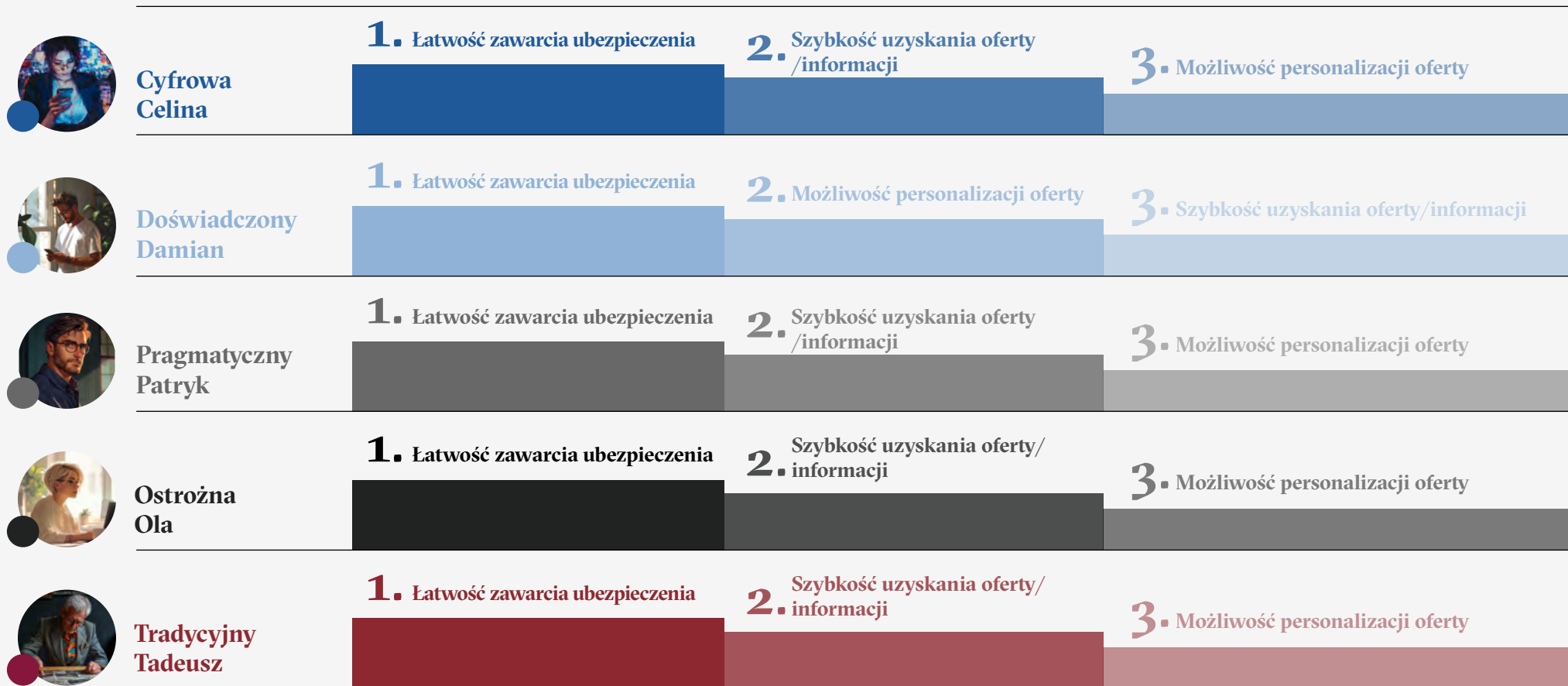
Najczęstszymi miejscami wyszukiwania informacji o ofertach ubezpieczeń są porównywarki oraz placówki towarzystw ubezpieczeniowych/agencje. Każda z person w trzech pierwszych odpowiedziach wskazała przynajmniej jeden kanał cyfrowy.

Gdzie szuka Pan/Pani informacji o ofertach ubezpieczeń?

Cyfrowa Celina	1. W wyszukiwarce W wyszukiwarce np. Google	2. Poprzez porównywarkę Poprzez porównywarkę w internecie (np. rankomat.pl, mfind.pl, comperia.pl)	3. W placówce W placówce towarzystwa ubezpieczeniowego/ u agenta ubezpieczeniowego
Doświadczony Damian	1. Poprzez porównywarkę Poprzez porównywarkę w Internecie (np. rankomat.pl, mfind.pl, comperia.pl)	2. W placówce W placówce towarzystwa ubezpieczeniowego/ u agenta ubezpieczeniowego	3. Na stronie internetowej Na stronie internetowej ubezpieczyciela
Pragmatyczny Patryk	1. Poprzez porównywarkę Poprzez porównywarkę w Internecie (np. rankomat.pl, mfind.pl, comperia.pl)	2. W placówce W placówce towarzystwa ubezpieczeniowego/ u agenta ubezpieczeniowego	3. Poprzez kontakt telefoniczny Poprzez kontakt telefoniczny z agentem ubezpieczeniowym
Ostrożna Ola	1. W placówce W placówce towarzystwa ubezpieczeniowego/ u agenta ubezpieczeniowego	2. Wśród znajomych, rodziny	3. Poprzez porównywarkę Poprzez porównywarkę w Internecie (np. rankomat.pl, mfind.pl, comperia.pl)
Tradycyjny Tadeusz	1. W placówce W placówce towarzystwa ubezpieczeniowego/ u agenta ubezpieczeniowego	2. Poprzez kontakt telefoniczny Poprzez kontakt telefoniczny z agentem ubezpieczeniowym	3. Poprzez porównywarkę Poprzez porównywarkę w Internecie (np. rankomat.pl, mfind.pl, comperia.pl)

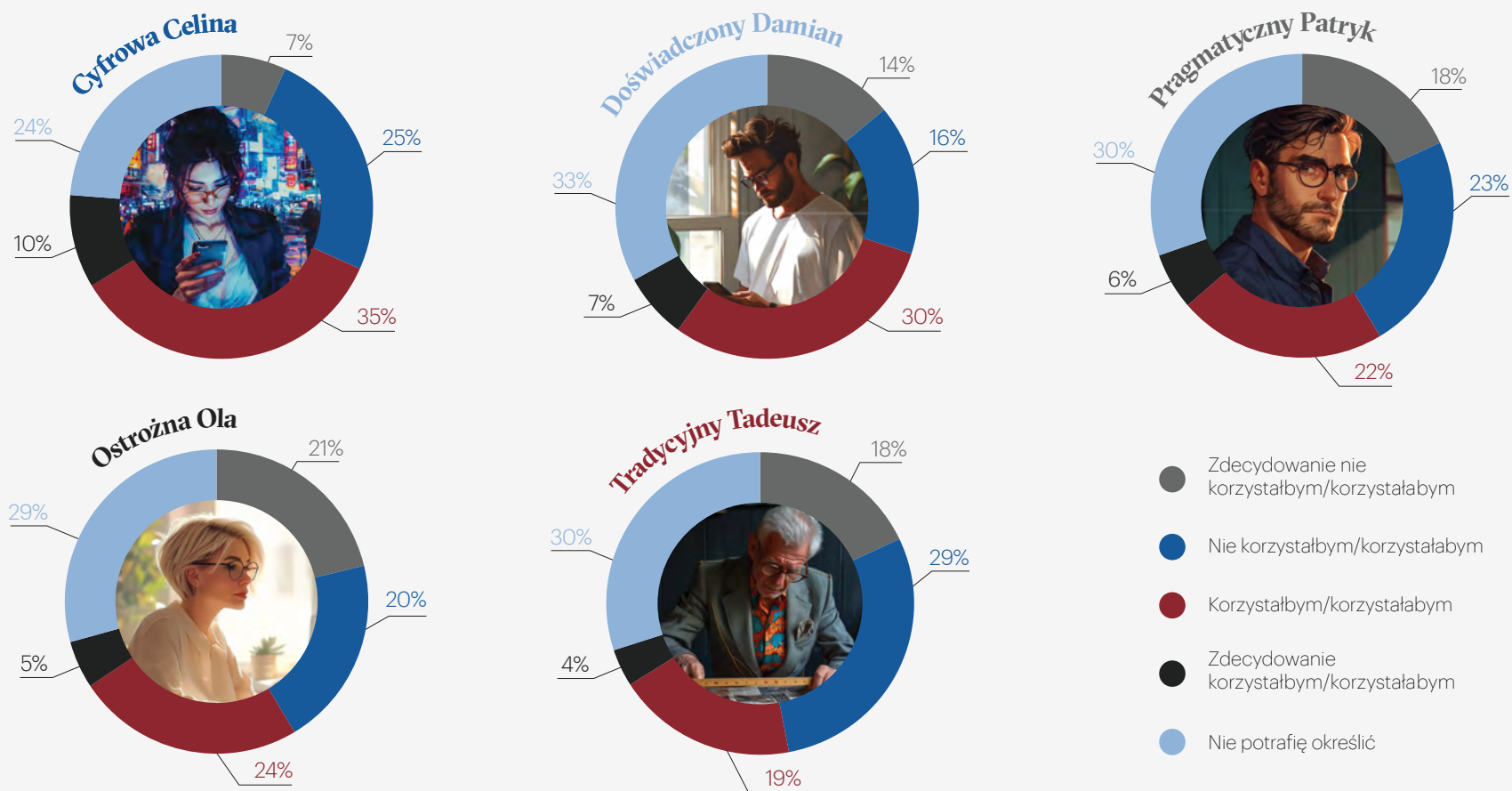
Łatwość zawarcia polisy jest najczęściej wskazywanym czynnikiem wpływającym na wybór ubezpieczenia. Wszystkie osoby są zgodne, iż do trzech najważniejszych czynników należą również - szybkość uzyskania oferty/informacji oraz możliwość jej personalizacji.

Które z wymienionych cech są dla Pana/Pani najbardziej pomocne przy wyborze ubezpieczenia?



Im młodsza persona, tym ocena potencjalnej możliwości wykorzystania chatbota lub voicebota do informowania o ofercie ubezpieczeniowej jest wyższa. 45% osób podobnych do Cyfrowej Celiny korzystałoby lub zdecydowanie korzystałoby z tego rozwiązania.

Jak ocenia Pan/Pani potencjalną możliwość wykorzystania przez ubezpieczycieli chatbota (wirtualnego doradcy, który umożliwia prowadzenie rozmowy tekstowej) lub voicebota (wirtualny asystent, który obsługuje rozmowy głosowe) do informowania o ofercie ubezpieczeń?



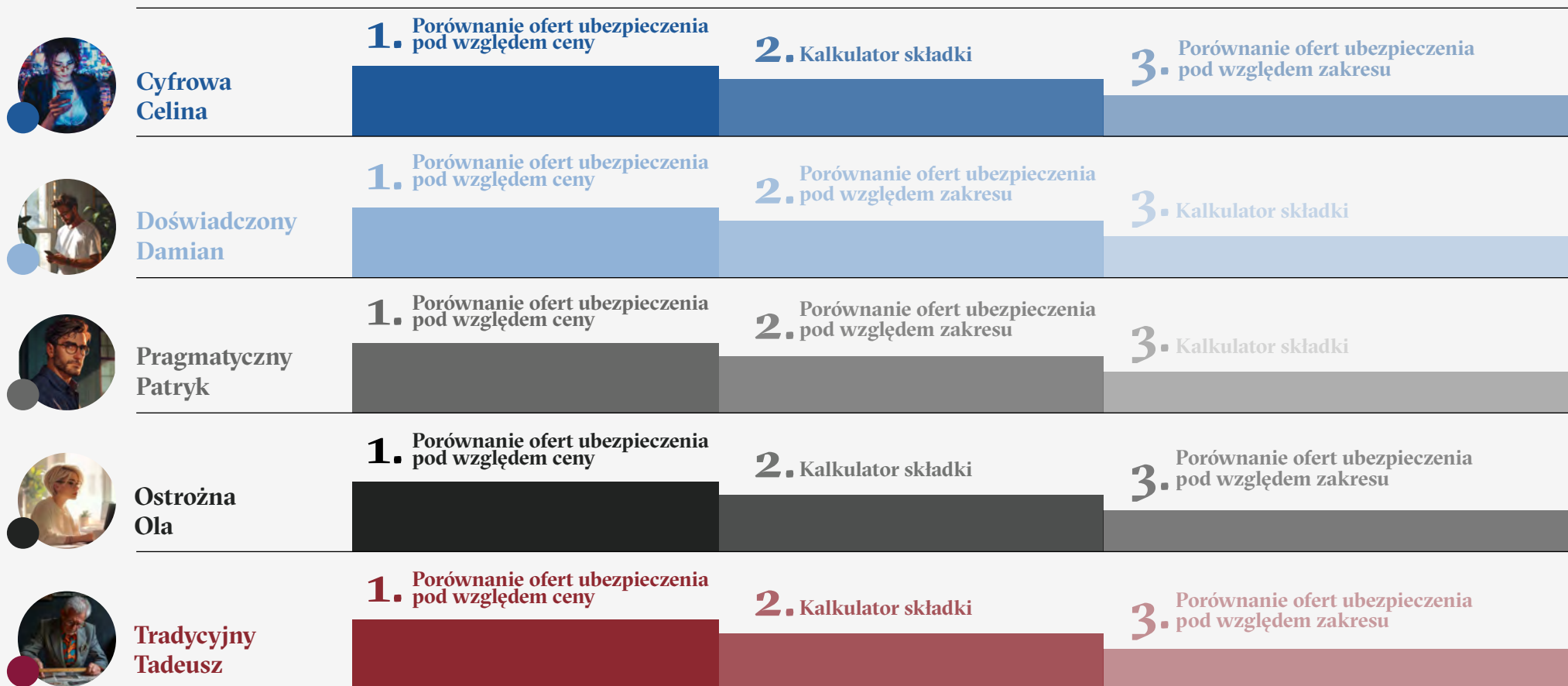
Najczęściej wymienianym źródłem otrzymywanych ofert przez osoby jest kanał agencyjny, tj. placówka oraz kontakt telefoniczny.

Skąd Pan/Pani otrzymywał/otrzymywała oferty ubezpieczenia?

 <p>Cyfrowa Celina</p>	<p>1. W placówce</p> <p>W placówce towarzystwa ubezpieczeniowego/u agenta ubezpieczeniowego</p>	<p>2. Poprzez kontakt telefoniczny</p> <p>Poprzez kontakt telefoniczny z agentem ubezpieczeniowym</p>	<p>3. Poprzez strony internetowe</p> <p>Poprzez strony internetowe ubezpieczycieli</p>
 <p>Doświadczony Damian</p>	<p>1. W placówce</p> <p>W placówce towarzystwa ubezpieczeniowego/u agenta ubezpieczeniowego</p>	<p>2. Poprzez porównywarkę</p> <p>Poprzez porównywarkę w internecie (np. rankomat.pl, mfind.pl, comperia.pl)</p>	<p>3. Poprzez kontakt telefoniczny</p> <p>Poprzez kontakt telefoniczny z agentem ubezpieczeniowym</p>
 <p>Pragmatyczny Patryk</p>	<p>1. Poprzez kontakt telefoniczny</p> <p>Poprzez kontakt telefoniczny z agentem ubezpieczeniowym</p>	<p>2. W placówce</p> <p>W placówce towarzystwa ubezpieczeniowego/u agenta ubezpieczeniowego</p>	<p>3. Poprzez porównywarkę</p> <p>Poprzez porównywarkę w internecie (np. rankomat.pl, mfind.pl, comperia.pl)</p>
 <p>Ostrożna Ola</p>	<p>1. W placówce</p> <p>W placówce towarzystwa ubezpieczeniowego/u agenta ubezpieczeniowego</p>	<p>2. Poprzez kontakt telefoniczny</p> <p>Poprzez kontakt telefoniczny z agentem ubezpieczeniowym</p>	<p>3. Poprzez strony internetowe</p> <p>Poprzez strony internetowe ubezpieczycieli</p>
 <p>Tradycyjny Tadeusz</p>	<p>1. Poprzez kontakt telefoniczny</p> <p>Poprzez kontakt telefoniczny z agentem ubezpieczeniowym</p>	<p>2. W placówce</p> <p>W placówce towarzystwa ubezpieczeniowego/ u agenta ubezpieczeniowego</p>	<p>3. Poprzez strony internetowe</p> <p>Poprzez strony internetowe ubezpieczycieli</p>

Na etapie ofertowania dla wszystkich person najważniejszą funkcjonalnością jest możliwość porównania oferty ubezpieczeniowej pod względem ceny. Na kolejnych miejscach znalazło się porównanie oferty ubezpieczeniowej pod względem zakresu oraz kalkulator składki.

Jakie funkcje byłyby dla Pana/Pani najbardziej przydatne podczas wyboru oferty ubezpieczenia w kanałach cyfrowych?



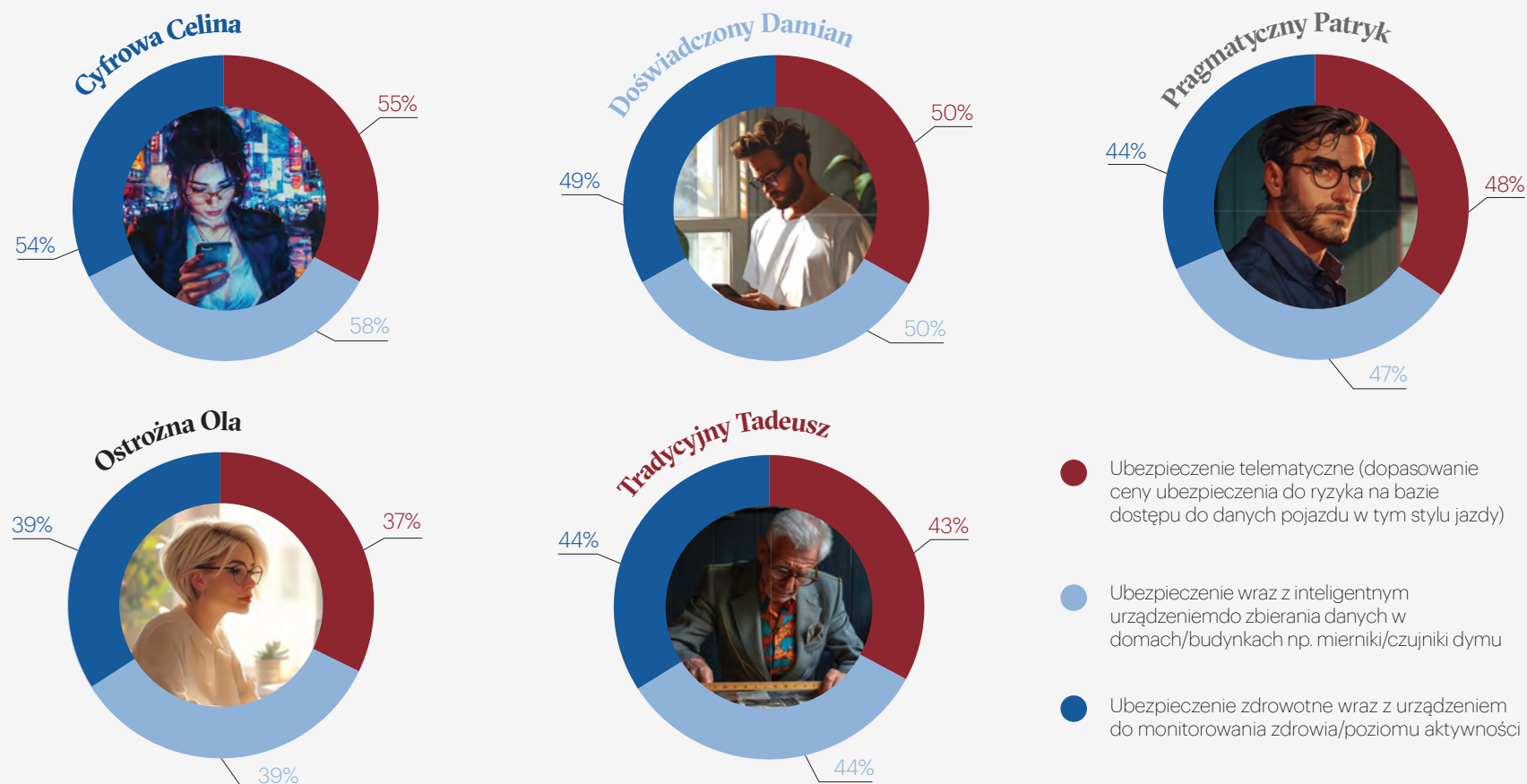
W zakresie wszystkich zaproponowanych nowych rodzajów ubezpieczeń zainteresowanie person jest wysokie. Cyfrowa Celina jest personą, która wykazuje najwyższe zaciekawienie nowymi rodzajami ubezpieczeń, a szczególnie ubezpieczeniem z możliwością włączenia/wyłączenia w dowolnym czasie (65%) oraz ubezpieczeniem od strat spowodowanych włamaniem na konto i kradzieżą profilu w social mediach (64%).

Czy byłby/byłaby Pan/Pani zainteresowany/zainteresowana ubezpieczeniami takimi jak:

 <p>Cyfrowa Celina</p>	<p>1. Ubezpieczenie z możliwością jego włączenia/wyłączenia</p> <p>Ubezpieczenie z możliwością jego włączenia/wyłączenia przez klienta w dowolnym momencie (tzw. ubezpieczenie na żądanie np. na czas poruszania się pojazdem)</p>	<p>2. Ubezpieczenie od strat</p> <p>Ubezpieczenie od strat spowodowanych włamaniem na konto, kradzieżą profilu w social mediach itp. (tzw. ubezpieczenie od cyberprzestępstw)</p>	<p>3. Ubezpieczenie od kradzież</p> <p>Ubezpieczenie od kradzieży połączone z zakupem sprzętu elektronicznego (tzw. ubezpieczenie zintegrowane z produktem i usługą)</p>
 <p>Doświadczony Damian</p>	<p>1. Ubezpieczenie od strat</p> <p>Ubezpieczenie od strat spowodowanych włamaniem na konto, kradzieżą profilu w social mediach itp. (tzw. ubezpieczenie od cyberprzestępstw)</p>	<p>2. Ubezpieczenie z możliwością jego włączenia/wyłączenia</p> <p>Ubezpieczenie z możliwością jego włączenia/wyłączenia przez klienta w dowolnym momencie (tzw. ubezpieczenie na żądanie np. na czas poruszania się pojazdem)</p>	<p>3. Ubezpieczenie, którego cena jest dopasowana</p> <p>Ubezpieczenie, którego cena dopasowana jest do stylu jazdy kierowcy, przejechanych kilometrów itp. (tzw. ubezpieczenie oparte na użytkowaniu)</p>
 <p>Pragmatyczny Patryk</p>	<p>1. Ubezpieczenie z możliwością jego włączenia/wyłączenia</p> <p>Ubezpieczenie z możliwością jego włączenia/wyłączenia przez klienta w dowolnym momencie (tzw. ubezpieczenie na żądanie, np. na czas poruszania się pojazdem)</p>	<p>2. Ubezpieczenie, którego cena jest dopasowana</p> <p>Ubezpieczenie, którego cena dopasowana jest do stylu jazdy kierowcy, przejechanych kilometrów itp. (tzw. ubezpieczenie oparte na użytkowaniu)</p>	<p>3. Ubezpieczenie od strat</p> <p>Ubezpieczenie od strat spowodowanych włamaniem na konto, kradzieżą profilu w social mediach itp. (tzw. ubezpieczenie od cyberprzestępstw)</p>
 <p>Ostrożna Ola</p>	<p>1. Ubezpieczenie z możliwością jego włączenia/wyłączenia</p> <p>Ubezpieczenie z możliwością jego włączenia/wyłączenia przez klienta w dowolnym momencie (tzw. ubezpieczenie na żądanie np. na czas poruszania się pojazdem)</p>	<p>2. Ubezpieczenie od strat</p> <p>Ubezpieczenie od strat spowodowanych włamaniem na konto, kradzieżą profilu w social mediach itp. (tzw. ubezpieczenie od cyberprzestępstw)</p>	<p>3. Ubezpieczenie od pojedynczego ryzyka</p> <p>Ubezpieczenie od pojedynczego ryzyka np. nowotworu (tzw. mikrorzyko)</p>
 <p>Tradycyjny Tadeusz</p>	<p>1. Ubezpieczenie, którego cena jest dopasowana</p> <p>Ubezpieczenie, którego cena dopasowana jest do stylu jazdy kierowcy, przejechanych kilometrów itp. (tzw. ubezpieczenie oparte na użytkowaniu)</p>	<p>2. Ubezpieczenie od strat</p> <p>Ubezpieczenie od strat spowodowanych włamaniem na konto, kradzieżą profilu w social mediach itp. (tzw. ubezpieczenie od cyberprzestępstw)</p>	<p>3. Ubezpieczenie z możliwością jego włączenia/wyłączenia</p> <p>Ubezpieczenie z możliwością jego włączenia/wyłączenia przez klienta w dowolnym momencie (tzw. ubezpieczenie na żądanie np. na czas poruszania się pojazdem)</p>

Najmłodsze osoby wykazują również największe zainteresowanie dzieleniem się danymi z ubezpieczycielami, takimi jak styl jazdy i dane o ogólnym poziomie zdrowia ze smartwatcha, w celu potencjalnego obniżenia składek ubezpieczeniowych w ofercie.

Czy byłby/byłaby Pan/Pani skłonny/sklonna skorzystać z nowoczesnych technologii (np. pomiaru stylu jazdy, pomiaru tętna, dane o ogólnym poziomie zdrowia ze smartwatchy, czujników dymu w domu etc.) w celu możliwego obniżenia składek ubezpieczeniowych w ofercie?



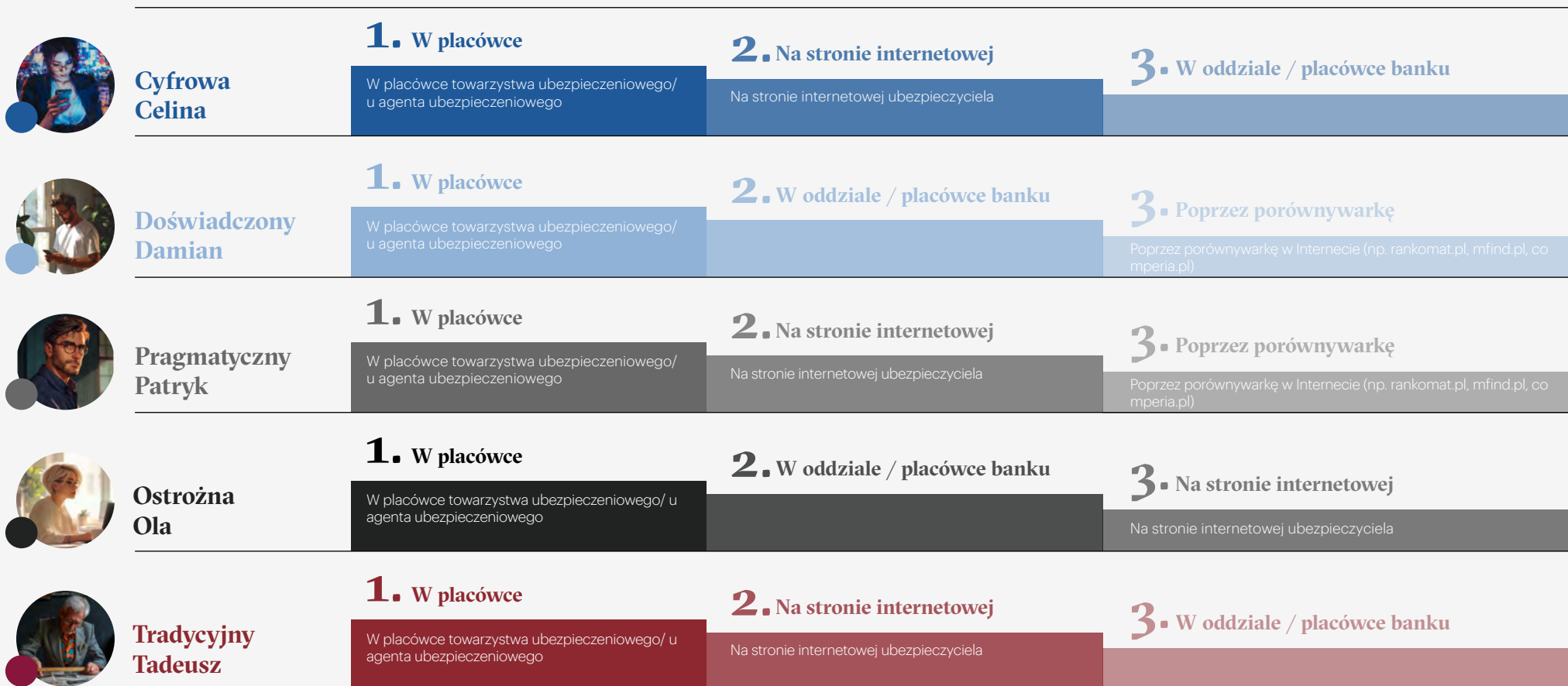
Głównym motywatorem do zawarcia nowych rodzajów ubezpieczeń dla wszystkich person byłaby atrakcyjna cena, ale również atrakcyjny zakres ubezpieczenia.

Co by Pana/Panią skłoniło do zawarcia tego rodzaju ubezpieczenia?



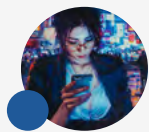
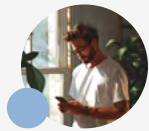



Wszystkie osoby deklarują, że najczęstszym miejscem zakupu polisy ubezpieczeniowej jest placówka TU/agenta ubezpieczeniowego. W najczęściej wybieranych trzech odpowiedziach dla czterech person znalazł się również oddział banku.

W którym z poniższych miejsc odbył się zakup ostatniego ubezpieczenia?



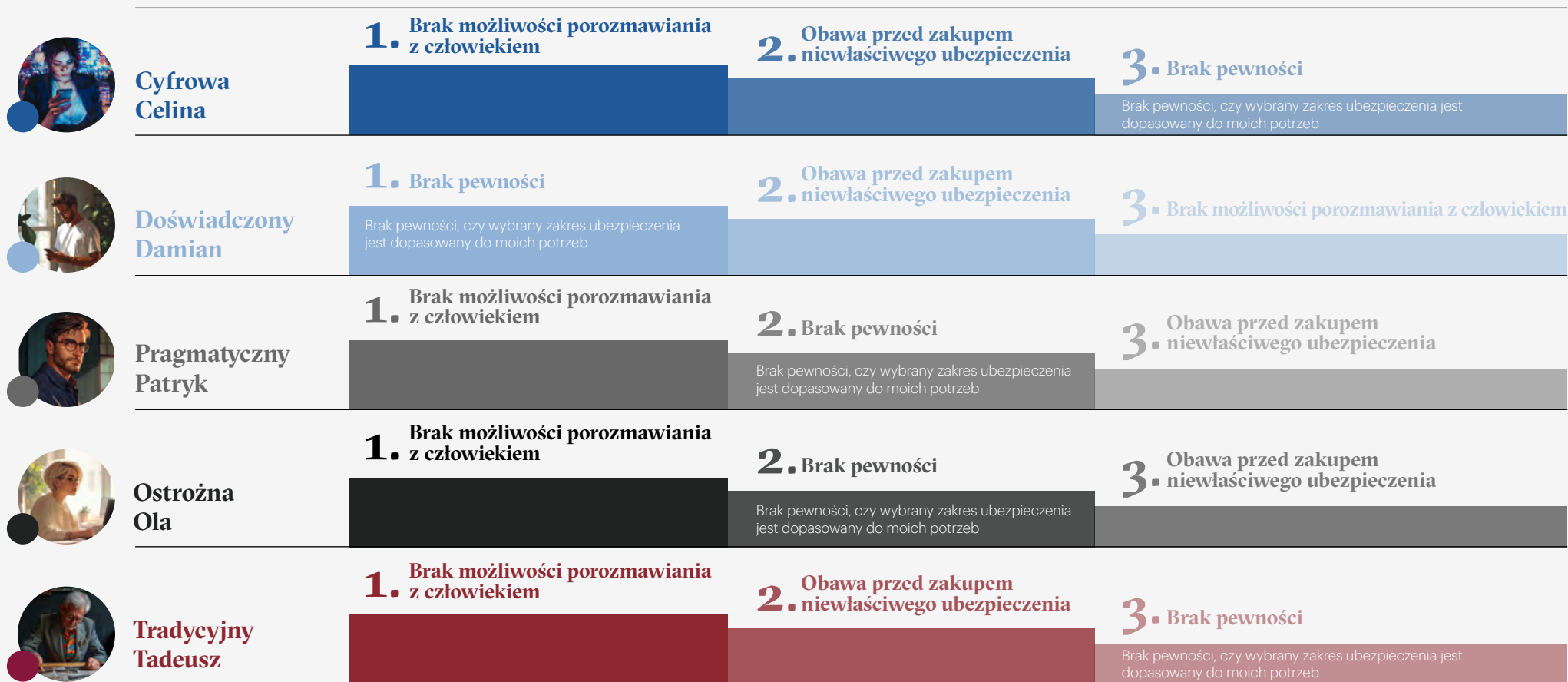
Główną motywacją stojącą za wyborem danego kanału zakupu jest osobisty kontakt z człowiekiem przy załatwianiu formalności.

Dlaczego wybrał/wybrała Pan/Pani zakup ubezpieczenia?

	Cyfrowa Celina	1. Preferuję osobisty kontakt Preferuję osobisty kontakt z człowiekiem przy załatwianiu formalności	2. Szybkość zakupu Szybkość zakupu – oszczędność czasu	3. Dopasowanie polisy Dopasowanie polisy – agent personalizuje ofertę pod moje potrzeby
	Doświadczony Damian	1. Preferuję osobisty kontakt Preferuję osobisty kontakt z człowiekiem przy załatwianiu formalności	2. Wygoda, nie muszę wychodzić z domu	3. Szybkość zakupu Szybkość zakupu – oszczędność czasu
	Pragmatyczny Patryk	1. Preferuję osobisty kontakt Preferuję osobisty kontakt z człowiekiem przy załatwianiu formalności	2. Mam swojego agenta Mam swojego agenta, u którego zawsze kupuje i wiem, że znajdzie mi najlepszą ofertę	3. Szybkość zakupu Szybkość zakupu – oszczędność czasu
	Ostrożna Ola	1. Preferuję osobisty kontakt Preferuję osobisty kontakt z człowiekiem przy załatwianiu formalności	2. Mam swojego agenta Mam swojego agenta, u którego zawsze kupuje i wiem, że znajdzie mi najlepszą ofertę	3. Dopasowanie polisy Dopasowanie polisy – agent personalizuje ofertę pod moje potrzeby
	Tradycyjny Tadeusz	1. Preferuję osobisty kontakt Preferuję osobisty kontakt z człowiekiem przy załatwianiu formalności	2. Mam swojego agenta Mam swojego agenta, u którego zawsze kupuje i wiem, że znajdzie mi najlepszą ofertę	3. Dopasowanie polisy Dopasowanie polisy – agent personalizuje ofertę pod moje potrzeby

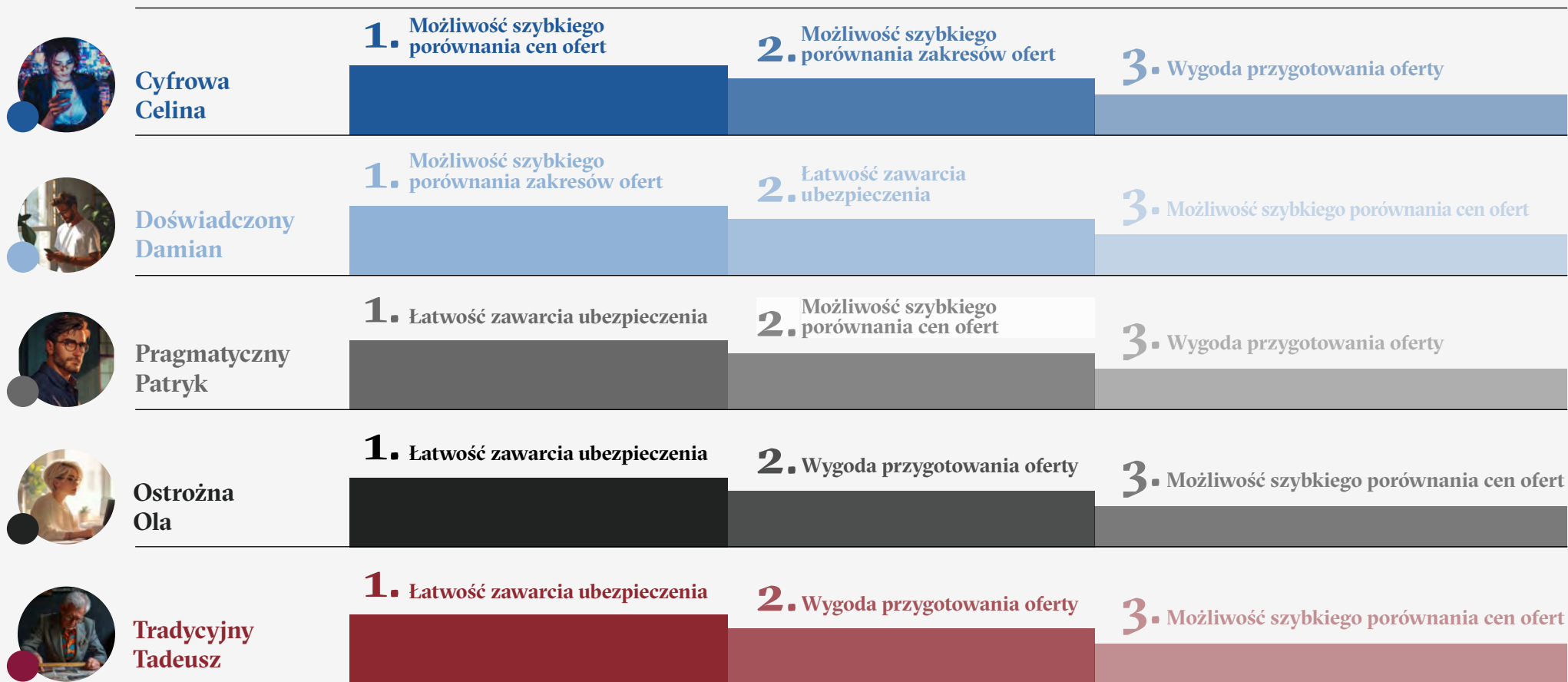
W przypadku sprzedaży w kanałach cyfrowych osoby wskazywały, że największą barierą jest brak możliwości rozmowy z człowiekiem. Jedynie osoby podobne do Doświadzonego Damiana wskazywały na brak pewności, czy wybrany zakres ubezpieczenia jest dopasowany do ich potrzeb.

Jakie są według Pana/Pani największe bariery dla zakupu oferty ubezpieczenia w kanałach cyfrowych:



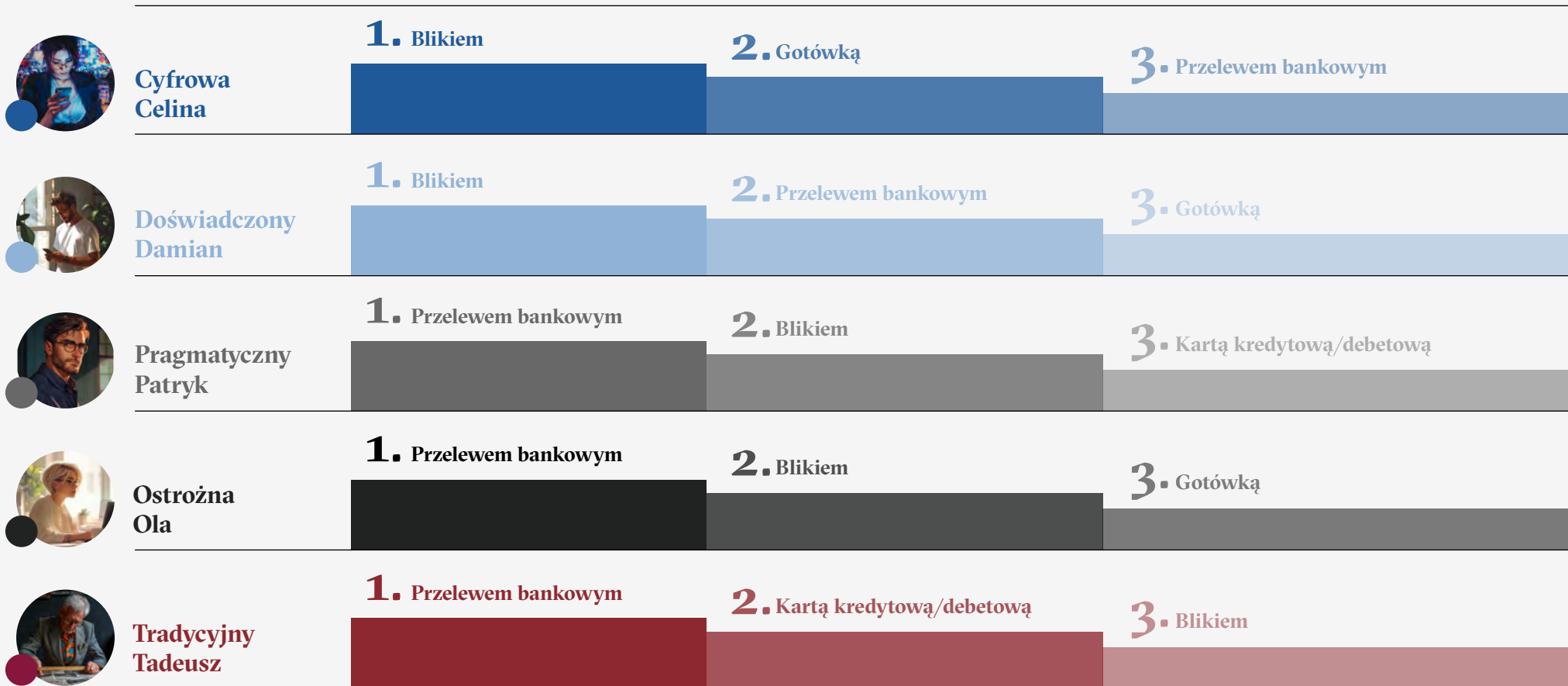
Kluczowe korzyści z zakupu ubezpieczenia w kanałach cyfrowych to łatwość zawierania polis, wygoda przygotowania ofert oraz możliwość szybkiego porównania zarówno cen, jak i zakresów ofert.

Jakie są według Pana/Pani największe korzyści zakupu oferty ubezpieczenia w kanałach cyfrowych:



BLIK stał się jedną z najchętniej preferowanych form płatności. Osoby podobne do Cyfrowej Celiny i Doświadczonego Damiana wybierają tę formę płatności najchętniej.

Jaką formę płatności preferuje Pani podczas zakupu ubezpieczenia?



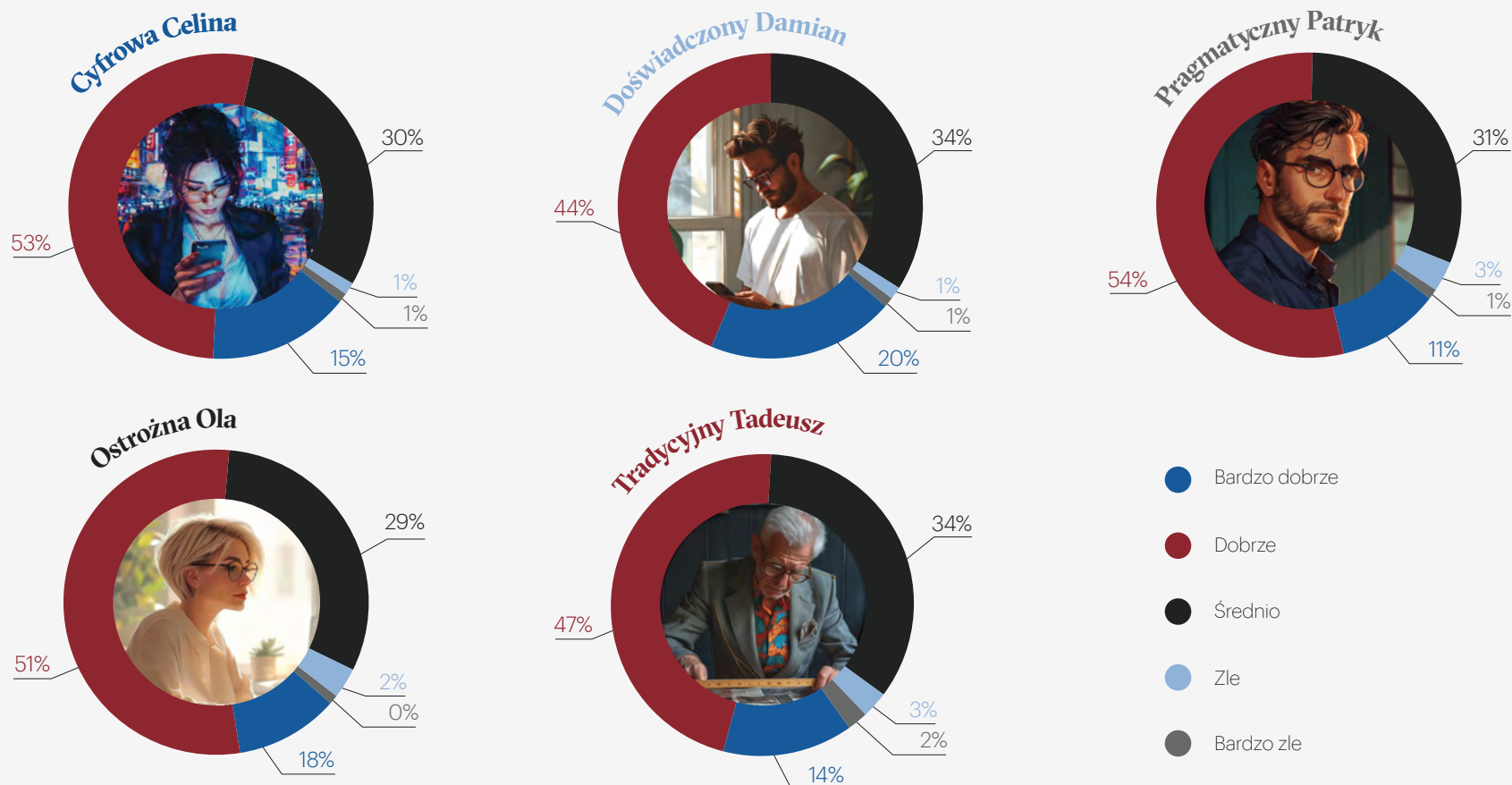
Preferencje co do kanałów kontaktu w procesie obsługowym i wsparciu posprzedażowym są zbieżne z preferencjami dotyczącymi kanałów sprzedaży. Persony wybierają najczęściej ten sam kanał, co w przypadku zakupu polisy.

W jaki sposób najchętniej kontaktuje się Pan/Pani w sprawie obsługi ubezpieczenia?

	Cyfrowa Celina	1. W placówce W placówce towarzystwa ubezpieczeniowego/ u agenta ubezpieczeniowego	2. Poprzez kontakt telefoniczny Poprzez kontakt telefoniczny z agentem ubezpieczeniowym	3. Poprzez stronę internetową Poprzez stronę internetową ubezpieczyciela
	Doświadczony Damian	1. Poprzez kontakt telefoniczny Poprzez kontakt telefoniczny z agentem ubezpieczeniowym	2. W placówce W placówce towarzystwa ubezpieczeniowego/ u agenta ubezpieczeniowego	3. Poprzez stronę internetową Poprzez stronę internetową ubezpieczyciela
	Pragmatyczny Patryk	1. Poprzez kontakt telefoniczny Poprzez kontakt telefoniczny z agentem ubezpieczeniowym	2. W placówce W placówce towarzystwa ubezpieczeniowego/ u agenta ubezpieczeniowego	3. Poprzez stronę internetową Poprzez stronę internetową ubezpieczyciela
	Ostrożna Ola	1. Poprzez kontakt telefoniczny Poprzez kontakt telefoniczny z agentem ubezpieczeniowym	2. W placówce W placówce towarzystwa ubezpieczeniowego/ u agenta ubezpieczeniowego	3. Poprzez infolinię ubezpieczyciela
	Tradycyjny Tadeusz	1. Poprzez kontakt telefoniczny Poprzez kontakt telefoniczny z agentem ubezpieczeniowym	2. W placówce W placówce towarzystwa ubezpieczeniowego/ u agenta ubezpieczeniowego	3. Poprzez stronę internetową Poprzez stronę internetową ubezpieczyciela

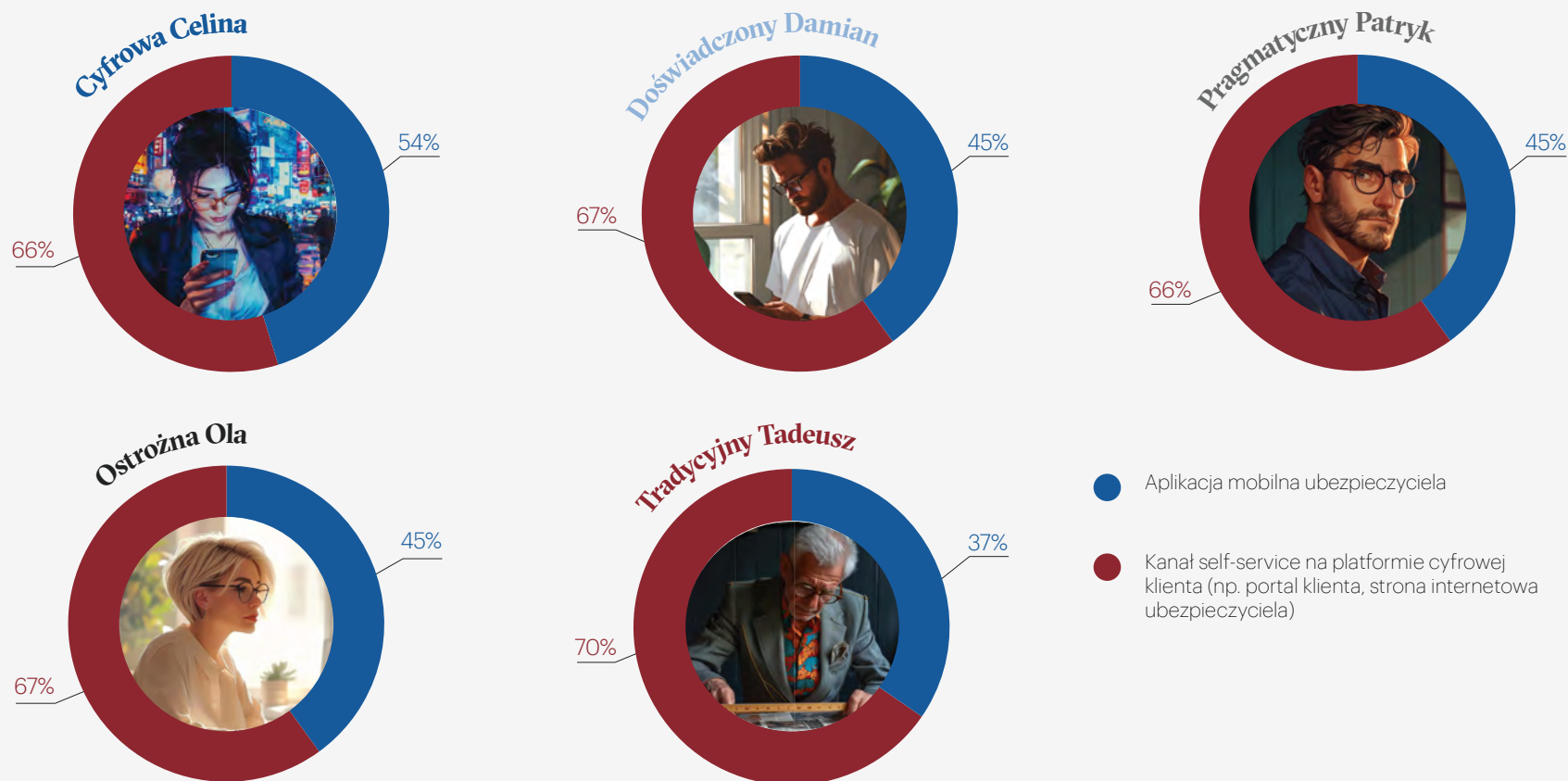
Pomimo iż osoby wybierają najczęściej tradycyjne formy kontaktu, poziom jakości obsługi w kanałach cyfrowych został przez większość oceniony jako dobry lub bardzo dobry – łącznie powyżej 60% dla wszystkich person.

Jak ocenia Pan/Pani jakość obsługi w kanałach cyfrowych oferowaną przez Pana/Pani ubezpieczyciela?

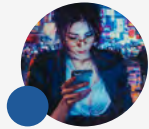
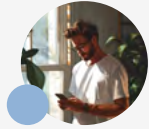





Zdecydowanie częściej wybieranym kanałem kontaktu niż aplikacje mobilne jest kanał self-service na platformie cyfrowej, szczególnie w przypadku osób podobnych do Tradycyjnego Tadeusza, czyli osób starszych. Dla młodszych osób, podobnych do Cyfrowej Celiny, aplikacja mobilna uzyskała najwyższy odsetek wskazań.

Czy korzystał/korzystała Pan/Pani kiedykolwiek z kanału self-service na cyfrowej platformie klienta i/lub aplikacji mobilnej?



Jakie usługi powinny być udostępniane w cyfrowych kanałach obsługi:

	Cyfrowa Celina	1. Informacje o statusie szkody	2. Kontakt z agentem (przekierowanie do rozmowy z agentem, dane kontaktowe agenta)	3. Informacja o polisach i płatnościach Poprzez stronę internetową ubezpieczyciela
	Doświadczony Damian	1. Informacja o polisach i płatnościach	2. Informacje o statusie szkody	3. Zgłoszenie szkody i przekazanie dokumentów Poprzez stronę internetową ubezpieczyciela
	Pragmatyczny Patryk	1. Oferta i zakup nowej polisy	2. Odnowienie posiadanej polisy	3. Informacja o polisach informacja o polisach i płatnościach/ informacje o statusie szkody
	Ostrożna Ola	1. Zgłoszenie szkody i przekazanie dokumentów	2. Informacja o polisach i płatnościach	3. Odnowienie posiadanej polisy
	Tradycyjny Tadeusz	1. Odnowienie posiadanej polisy	2. Zgłoszenie szkody i przekazanie dokumentów	3. Kontakt z agentem Kontakt z agentem (przekierowanie do rozmowy z agentem, dane kontaktowe agenta)

Najbardziej preferowanym sposobem zgłoszenia szkody (najlepszym i najwygodniejszym) jest kontakt telefoniczny.

W jaki sposób najchętniej zgłosiłby/zgłosiłaby Pan/Pani szkodę ubezpieczycielowi:

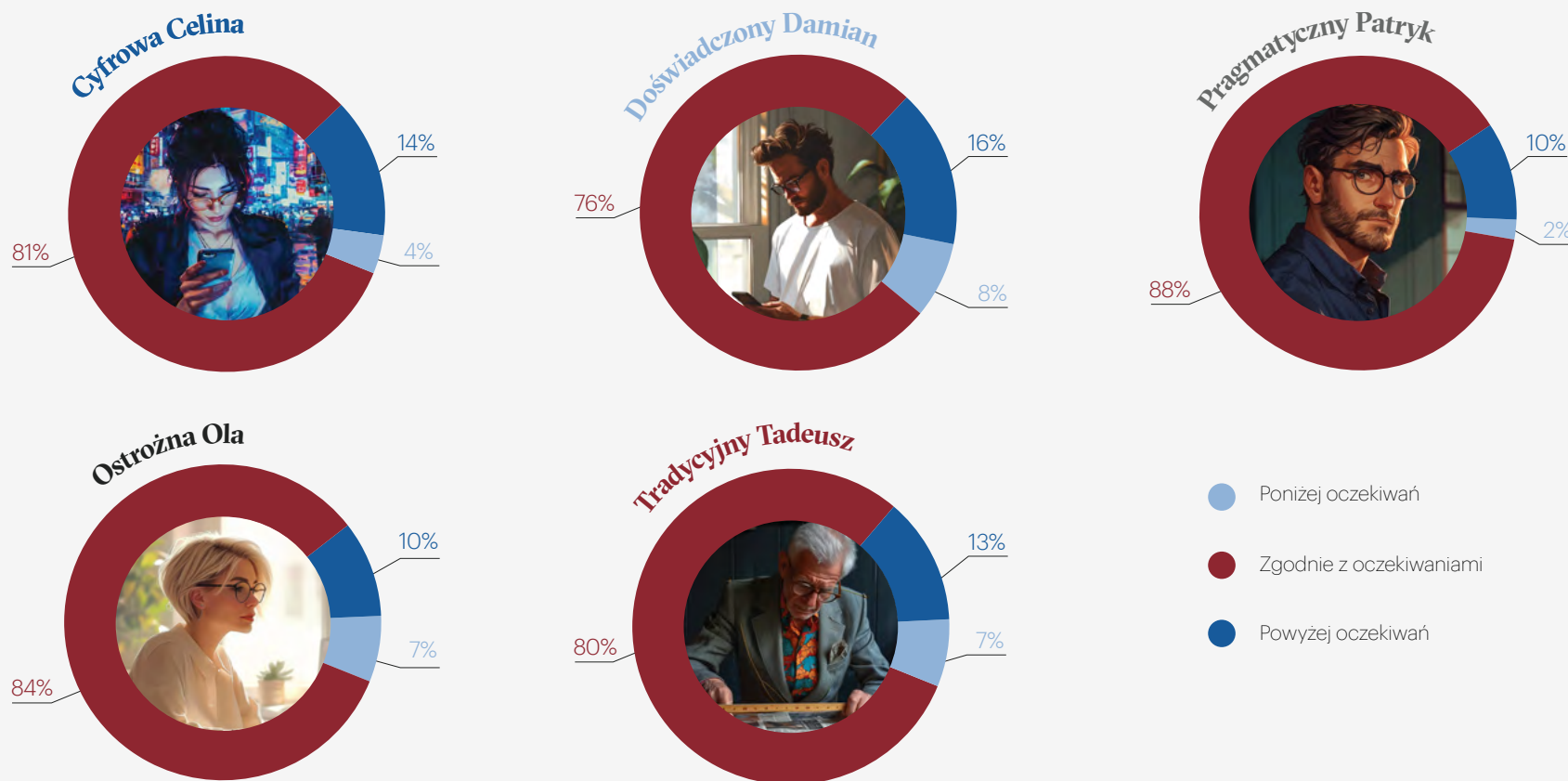


Dlaczego preferuje Pan/Pani taki sposób zgłaszania szkody?

	Cyfrowa Celina	1. Wygoda wygoda, tak jest najprościej/najłatwiej	2. Szybkość szybkość załatwienia sprawy, najszybsza opcja	3. Łatwość/prostota łatwość/prostota obsługi
	Doświadczony Damian	1. Wygoda wygoda, tak jest najprościej/najłatwiej	2. Szybkość szybkość załatwienia sprawy, najszybsza opcja	3. Kontakt/rozmowa kontakt/rozmowa z człowiekiem (ogólnie)
	Pragmatyczny Patryk	1. Szybkość szybkość załatwienia sprawy, najszybsza opcja	2. Wygoda wygoda, tak jest najprościej/najłatwiej	3. Kontakt/rozmowa kontakt/rozmowa z człowiekiem (ogólnie)
	Ostrożna Ola	1. Szybkość szybkość załatwienia sprawy, najszybsza opcja	2. Wygoda wygoda, tak jest najprościej/najłatwiej	3. Kontakt/rozmowa kontakt/rozmowa z człowiekiem (ogólnie)
	Tradycyjny Tadeusz	1. Wygoda wygoda, tak jest najprościej/najłatwiej	2. Szybkość szybkość załatwienia sprawy, najszybsza opcja	3. Kontakt/rozmowa kontakt/rozmowa z człowiekiem (ogólnie)

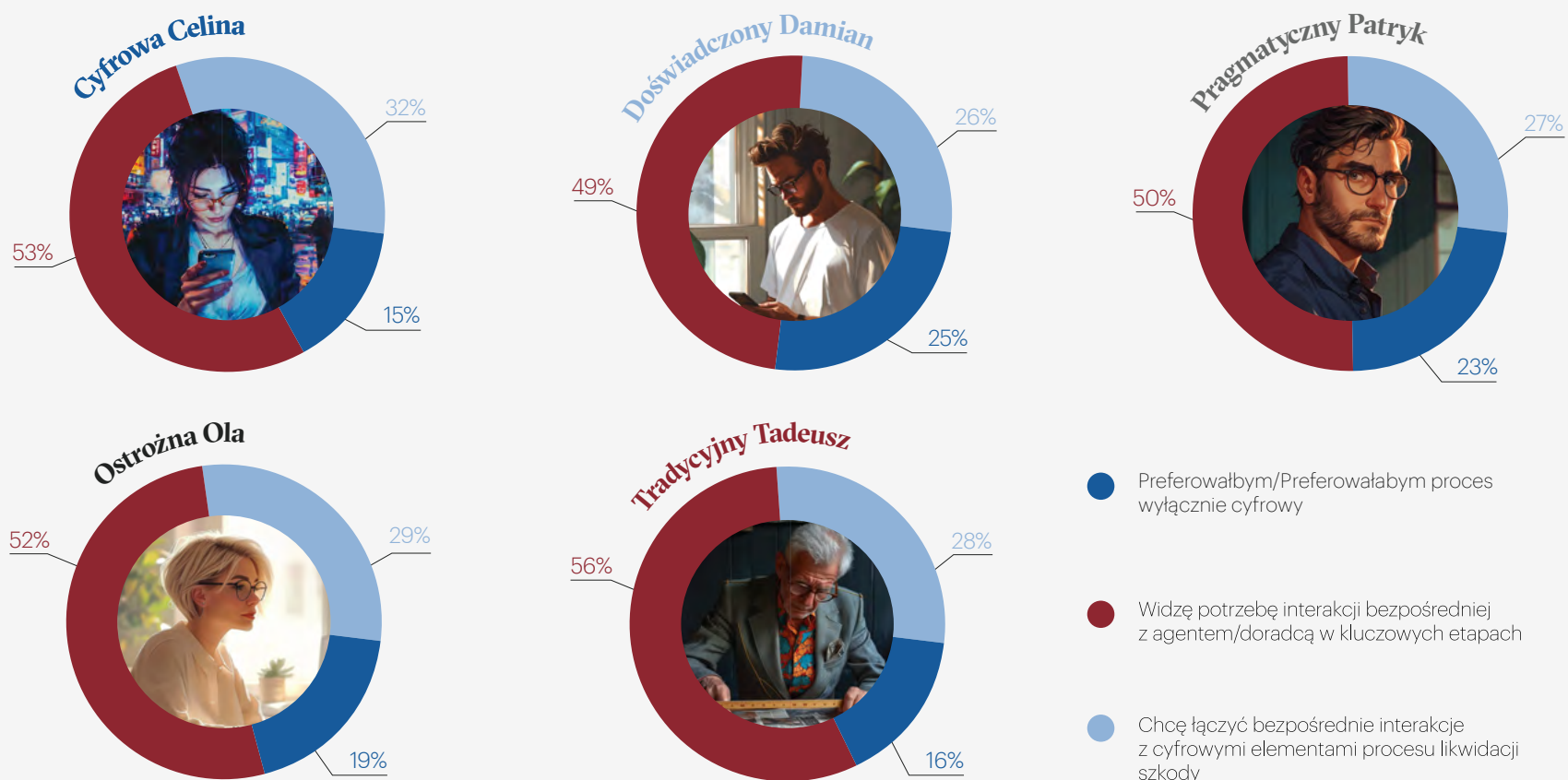
Dla wszystkich person szybkość reakcji firm ubezpieczeniowych na etapie zgłaszania szkody online jest zgodna z oczekiwaniami lub powyżej oczekiwań.

Jak Pan/Pani ocenia szybkość reakcji firmy ubezpieczeniowej po zgłoszeniu szkody online?



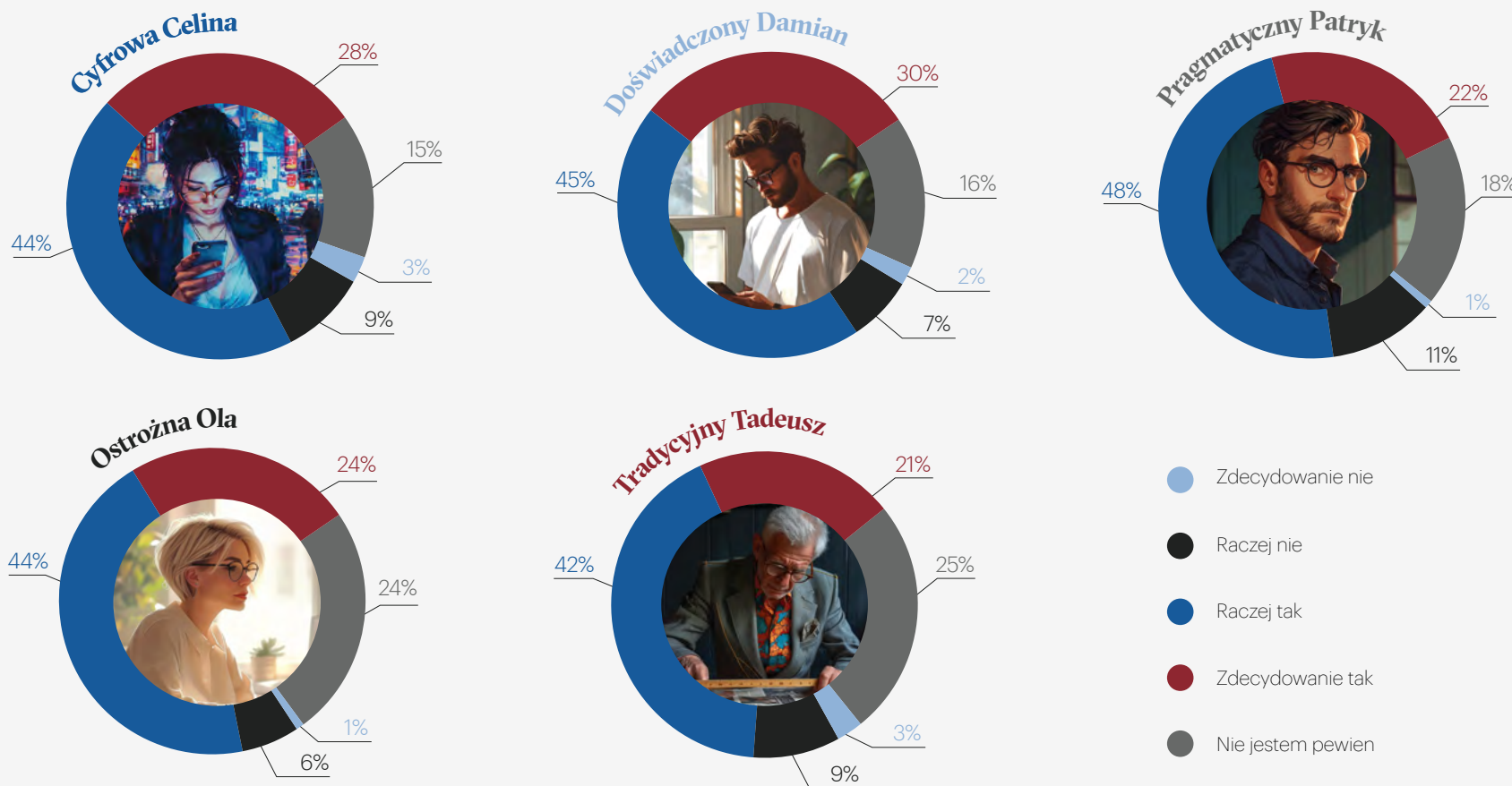
Większość badanych person zgadza się z potrzebą bezpośredniej interakcji z agentem/doradcą na kluczowych etapach procesu likwidacji szkody.

Czy wolałby/wolałaby Pan/Pani, aby proces likwidacji szkody (tj. zgłoszenie, status, dokumenty i zdjęcia szkody, oględziny, decyzje) odbywał się wyłącznie w formie cyfrowej, czy widzi Pan/Pani potrzebę interakcji z człowiekiem w pewnych etapach?



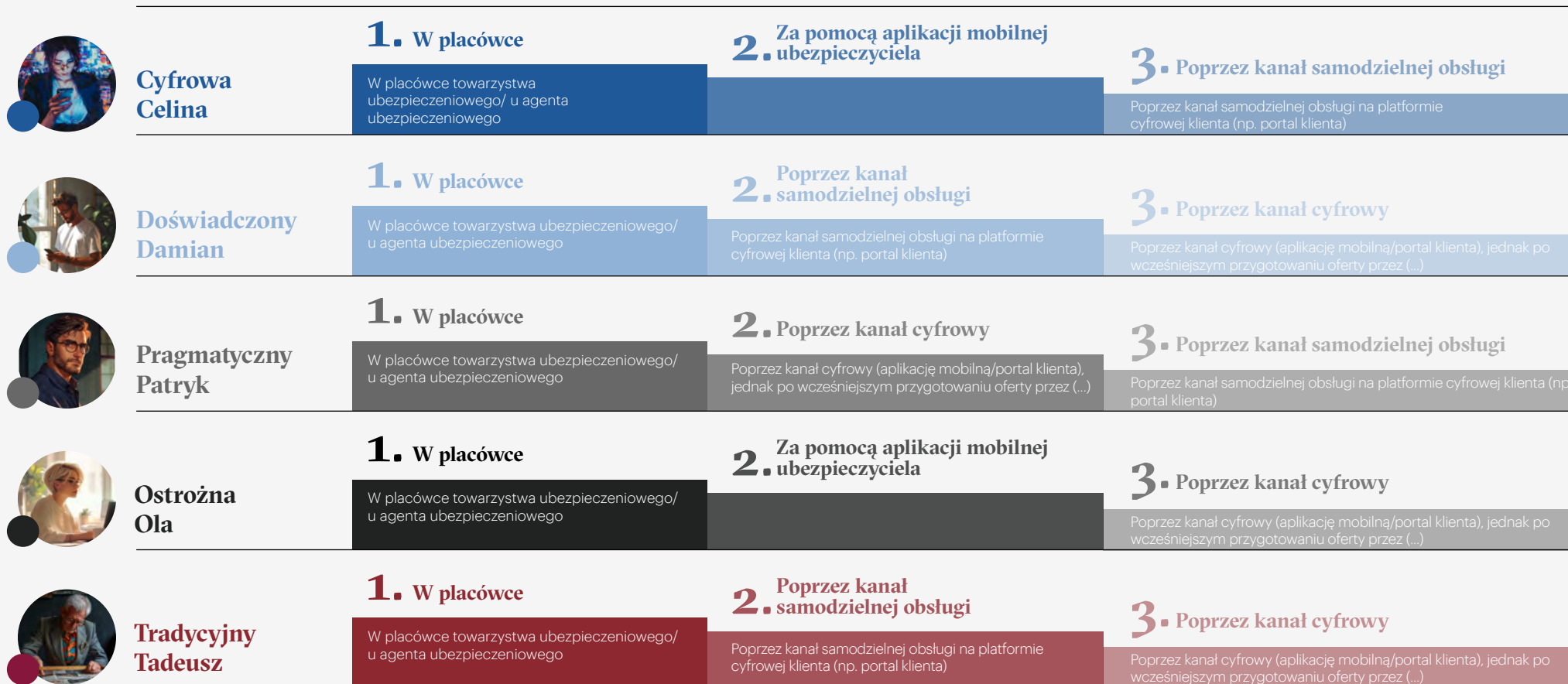
Badane persons z reguły pozytywnie odnoszą się do wykorzystania kanałów cyfrowych w procesie likwidacji szkody. Powyżej 60% wskazań uzyskały odpowiedzi „raczej tak” i „zdecydowanie tak” u wszystkich person.

Czy preferuje Pan/Pani obsługę szkody (np. śledzenie statusu szkody, mobilne oględziny szkody) z wykorzystaniem rozwiązań cyfrowych?



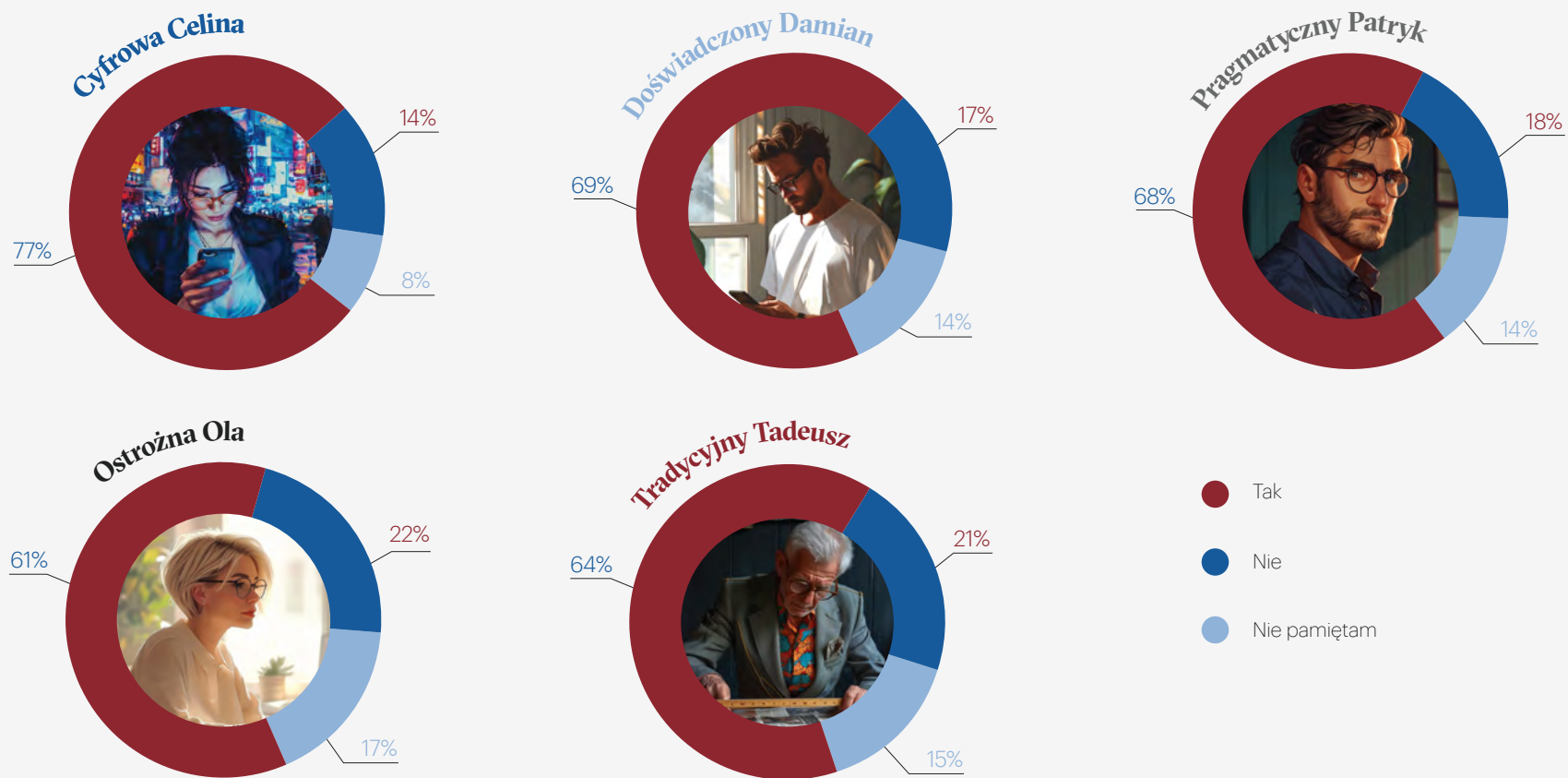
Wizyta w placówce TU/agenta ubezpieczeniowego jest najchętniej wybieranym sposobem odnowienia polisy. Prawie połowę mniej wskazań u osób podobnych do wytypowanych person uzyskały aplikacje mobilne i kanały self-service, np. na portalach klienta.

W jaki sposób najchętniej odnowiłby/odnowiłaby Pan/Pani polisę ubezpieczenia?



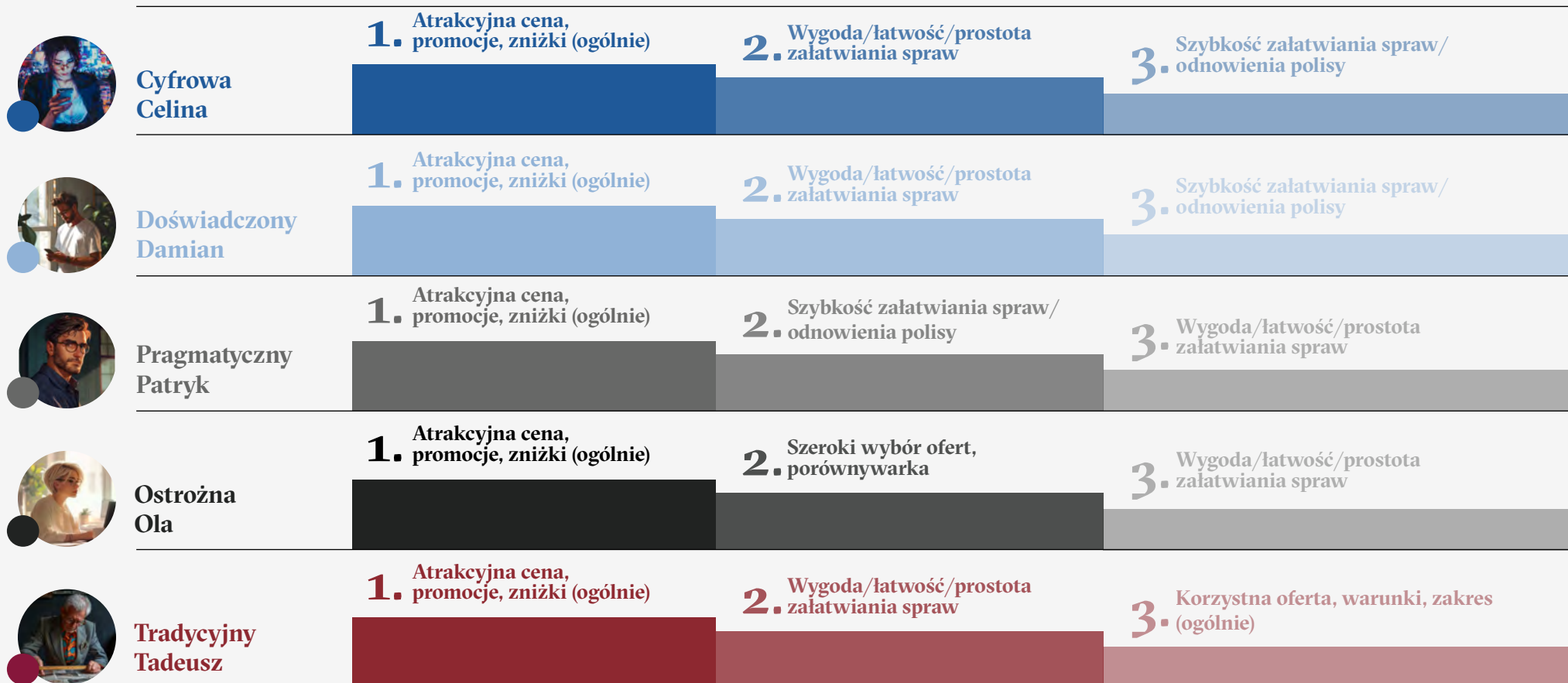
Odnowienie polisy stanowi etap, na którym większość klientów decyduje się na porównanie oferty obecnego ubezpieczyciela z innymi ofertami dostępnymi na rynku. Najmłodsze osoby robią to częściej w porównaniu z osobami podobnymi do Tradycyjnego Tadeusza.

Czy przed odnowieniem polisy ubezpieczenia porównywał/porównywała Pan/Pani ofertę swojego ubezpieczyciela z innymi ofertami dostępnymi na rynku?



Wszystkie z badanych person jako najatrakcyjniejsze udogodnienie lub funkcję przy wznowieniu polisy, wskazały atrakcyjną cenę lub promocje dla klientów wznowiających polisę w tym samym TU.

Jakie funkcje lub udogodnienia wpłynęłyby pozytywnie na decyzję o odnowieniu ubezpieczenia w kanałach cyfrowych?

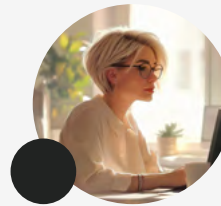


Metryczka person



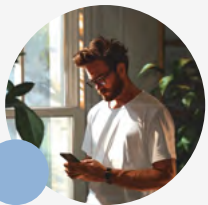
Cyfrowa Celina

15,5% (N=155) respondentów z całej próby badawczej zostało zaklasyfikowanych do grupy osób podobnych do Cyfrowej Celiny. Są to kobiety (61%) oraz mężczyźni (39%) w wieku 18-25 lat (56%) oraz w wieku 26-35 lat (44%), którzy w 39% posiadają wykształcenie wyższe, w 52% średnie i w 9% niższe. Pod względem miejsca zamieszkania są to w 35% osoby z miast powyżej 100 tys. mieszkańców, w 28% z miast poniżej 100 tys. mieszkańców oraz w 37% z terenów wiejskich.



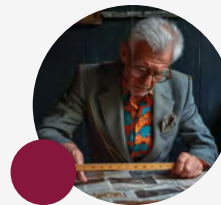
Ostrożna Ola

20,6% (N=206) respondentów z całej próby badawczej zostało zaklasyfikowanych do grupy osób podobnych do Ostrożnej Oli. Są to wyłącznie kobiety (100%) w wieku 36-45 lat (56%) oraz 46-55 lat (44%), które w 38% posiadają wykształcenie wyższe, w 49% średnie i w 13% niższe. Pod względem miejsca zamieszkania są to w 19% osoby z miast powyżej 100 tys. mieszkańców, w 28% z miast poniżej 100 tys. mieszkańców oraz w 53% z terenów wiejskich.



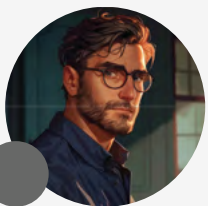
Doświadczony Damian

13,5% (N=135) respondentów z całej próby badawczej zostało zaklasyfikowanych do grupy osób podobnych do Doświadczonego Damiana. Są to kobiety (42%) oraz mężczyźni (58%) reprezentujący wyłącznie grupę wiekową 26-35 lat (100%), którzy w 43% posiadają wykształcenie wyższe, w 52% średnie i w 5% niższe. Pod względem miejsca zamieszkania są to w 25% osoby z miast powyżej 100 tys. mieszkańców, w 36% z miast poniżej 100 tys. mieszkańców oraz w 39% z terenów wiejskich.



Tradycyjny Tadeusz

29,3% (N=293) respondentów z całej próby badawczej zostało zaklasyfikowanych do grupy osób podobnych do Tradycyjnego Tadeusza. Są to najstarsze kobiety (51%) i mężczyźni (49%) w wieku 56-60 lat (35%) oraz z grupy wiekowej 60+ (65%), którzy w 41% posiadają wykształcenie wyższe, w 51% średnie i w 8% niższe. Pod względem miejsca zamieszkania są to w 37% osoby z miast powyżej 100 tys. mieszkańców, w 36% z miast poniżej 100 tys. mieszkańców oraz w 28% z terenów wiejskich.



Pragmatyczny Patryk

21,1% (N=211) respondentów z całej próby badawczej zostało zaklasyfikowanych do grupy osób podobnych do Pragmatycznego Patryka. Są to wyłącznie mężczyźni (100%) w wieku 36-45 lat (53%) oraz 46-55 lat (47%), którzy w 32% posiadają wykształcenie wyższe, w 50% średnie i w 18% niższe. Pod względem miejsca zamieszkania są to w 21% osoby z miast powyżej 100 tys. mieszkańców, w 34% z miast poniżej 100 tys. mieszkańców oraz w 45% z terenów wiejskich.