

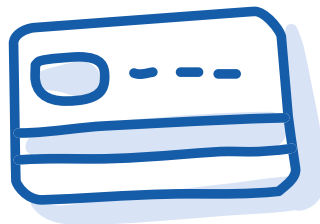
OPTYMALNI



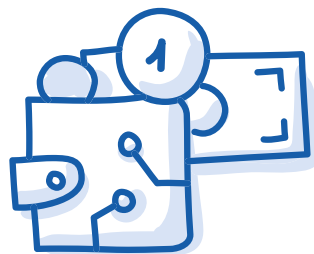
25%
Polaków

Motto segmentu:

Świadomie zarządzam swoimi pieniędzmi – korzystam z promocji, planuję swoje wydatki i inwestuję kapitał; cenię swobodę wyboru, dlatego nie odrzucam żadnej formy płatności.



61%



32%

Demografia

- Największy segment, mało wyrazisty
- Nieco częściej kobiety (57% vs. 51% ogółem)
- Nieco rzadziej mieszkańcy miast o 100-200 tys. mieszkańców (6% vs. 9% ogółem)

Zachowania

- Segment preferujący płatności bezgotówkowe
- Częściej niż inni nie korzystają z karty kredytowej, chociaż znają tę formę płatności
- Mają bardzo pozytywny stosunek do usług bankowych, jednocześnie wychodzenie z domu bez gotówki to dla nich problem

Postawy

- Pieniądze są dla nich ważne – lubią o nich myśleć, rozmawiać, mieć z nimi do czynienia; zajmowanie się nimi sprawia im przyjemność w największym stopniu w porównaniu do innych segmentów
- Oszczędzają pieniądze, układają plany finansowe – nie wydają posiadanych pieniędzy natychmiast
- Doskonale wiedzą, ile mają pieniędzy na koncie, dobrze pamiętają ile mają pieniędzy w portfelu



83%

Optymalnych przy wyborze miejsca zamieszkania bierze pod uwagę możliwość wypłacania pieniędzy z bankomatów w pobliżu domu.