



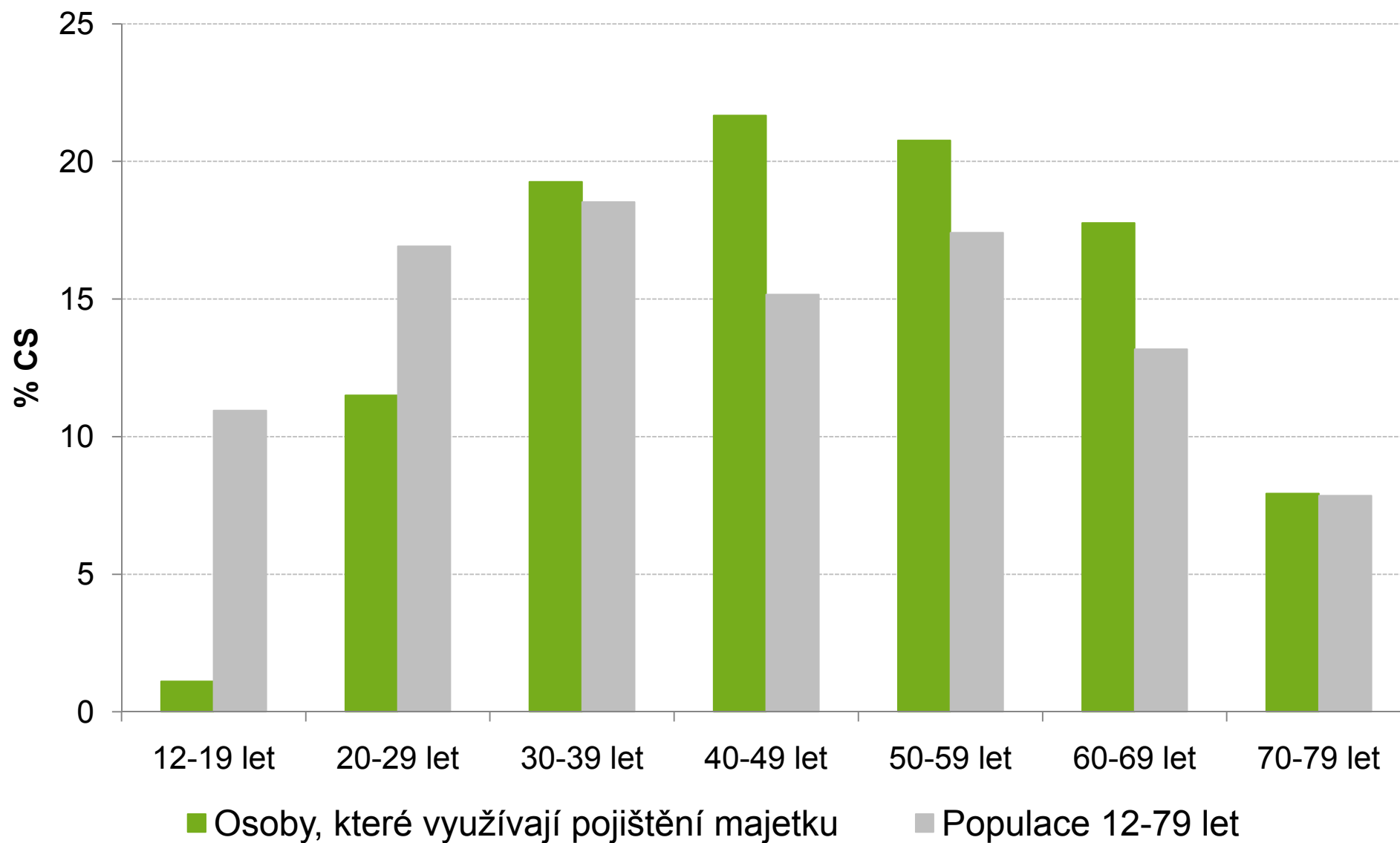
ANALÝZA CÍLOVÉ SKUPINY

Osoby, které využívají pojištění majetku

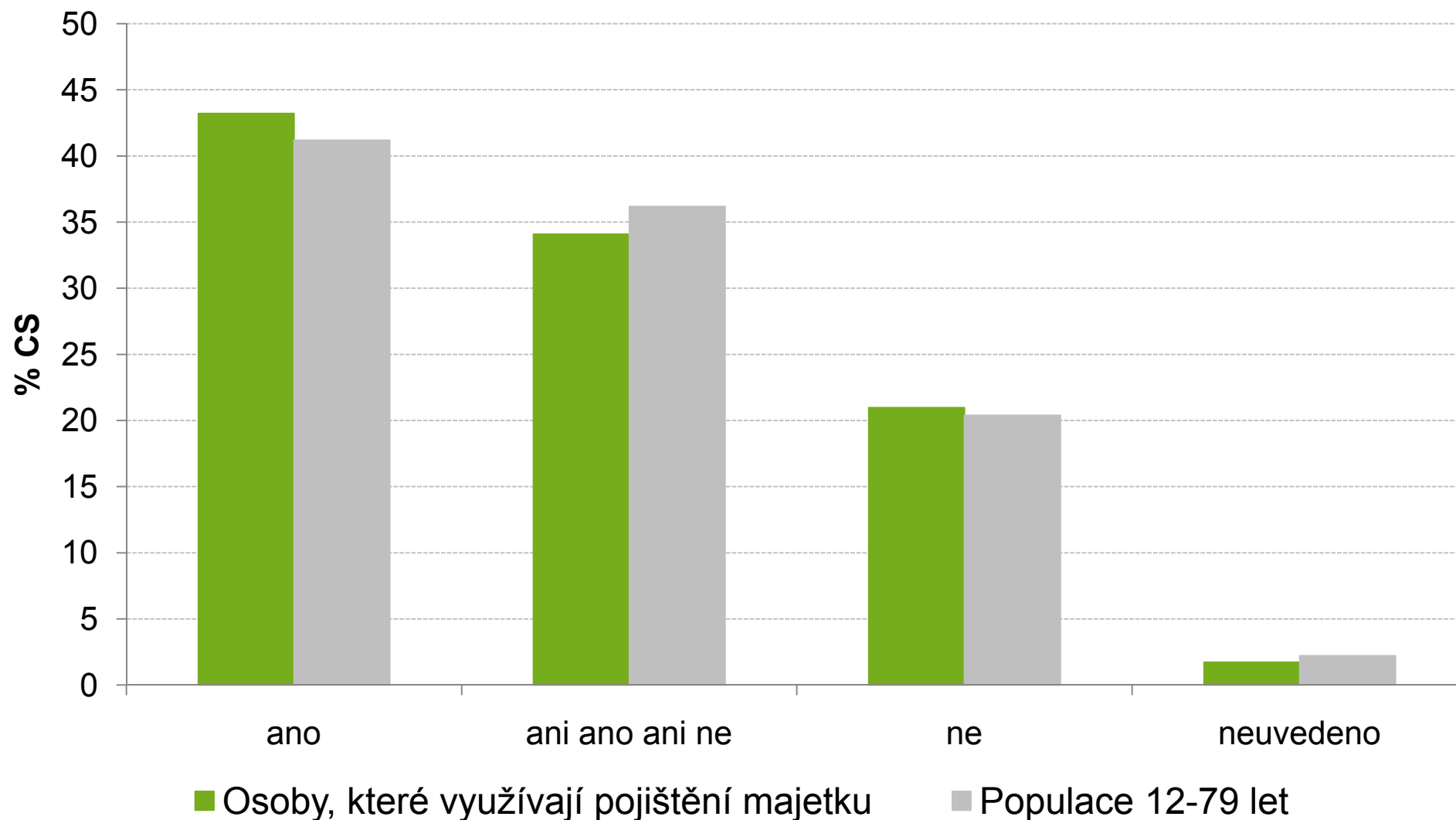
**sociodemografie, osobnostní profil, vztah k financím, spotřební chování,
mediální chování, lifestyle**

Zdroj: Zdroj: MML-TGI ČR 2009 2. a 3. kvartál (30.03.2009 - 13.09.2009), Median ČR

Věk respondenta



To jak prožívám svůj čas je pro mne důležitější než to kolik peněz vydělávám.



Rád(a) kupuji krásné věci.

