

**Szczęśliwy Dom.**  
Emocje na kwadracie

## Czego potrzebują Twoi klienci?

Już po raz czwarty Otodom zbadał, jak szczęśliwi są mieszkańcy Polski w swoich domach i mieszkaniach. W raporcie „Szczęśliwy Dom: Emocje na kwadracie. Neuroróżnorodność w domach i mieszkaniach Polaków” zbadaliśmy, czy nasze domy i mieszkania zapewniają komfort zmysłom. Badanie pokazuje, jak różnie reagujemy na dźwięki, wrażenia wizualne, dotyk, barwy i wiele innych bodźców, a także na interakcje międzyludzkie. Mogą one być przyczynami zarówno szczęścia, jak i barierami dla mieszkaniowego dobrostanu. Szczególną uwagę zwróciliśmy na doświadczenia i potrzeby osób neuroatypowych: w spektrum autyzmu, z ADHD czy zaburzeniami uczenia się.

**Sprawdź wyniki badania Szczęśliwy Dom i zobacz jak dzięki nim możesz zawierać szczęśliwe transakcje.**

otodom



## Po co o tym rozmawiać?

- Dom to przestrzeń, która powinna sprzyjać odpoczynkowi, regeneracji, skupieniu, pielęgnowaniu pasji, dobrych relacji, bliskości, zrozumienia i szczęścia.
- Światło, porządek, odpowiedni poziom dźwięków, zapachy i temperatura wpływają na jakość odpoczynku, produktywność oraz relacje.

Szczególnie warto zwrócić na to uwagę w czasach, kiedy nadmiar bodźców ma coraz częściej negatywne konsekwencje dla naszego zdrowia fizycznego i psychicznego.



## Zwróć uwagę na zróżnicowane potrzeby klientów

- Twoi klienci są neuro różnorodni, co oznacza, że ich potrzeby i zakres komfortu w kontekście poszczególnych zmysłów jest zróżnicowany. Mają różne zapotrzebowanie na światło, dźwięk/szum czy temperaturę.
- Twoi klienci potrzebują mieszkania, w którym będą mogli odpocząć i zredukować stres.

Zwróć uwagę na specyficzne potrzeby klientów, aby zaproponować im odpowiednie nieruchomości i rozwiązania.

**Nawet 20%**

społeczeństwa to osoby neuroatypowe



# Najważniejsze rodzaje neuroatypowości

W badaniu wyróżniliśmy trzy najczęstsze rodzaje neuroatypowości:

## ADHD

Zaburzenie neurorozwojowe charakteryzujące się trudnościami z koncentracją i uwagą, nadmierną aktywnością i impulsywnością.



## Spektrum autyzmu

Zróżnicowany zakres zaburzeń neurorozwojowych, objawiających się trudnościami w komunikacji, interakcjach społecznych oraz ograniczonymi, powtarzalnymi wzorcami zachowań i zainteresowań a także nietypowym przetwarzaniem sensorycznym.



## Zaburzenia uczenia się

Grupa zaburzeń neurorozwojowych, wpływających na zdolność przyswajania, przetwarzania lub wyrażania informacji, które mogą utrudniać codzienne życie. Nie są one związane z poziomem inteligencji. Mogą dotyczyć różnych aspektów jak: wyzwania z liczeniem, pisanie lub obiema tymi kwestiami.



Każdy z tych typów neuroatypowości cechuje szczególna wrażliwość na bodźce i specyficzne potrzeby w tym zakresie.

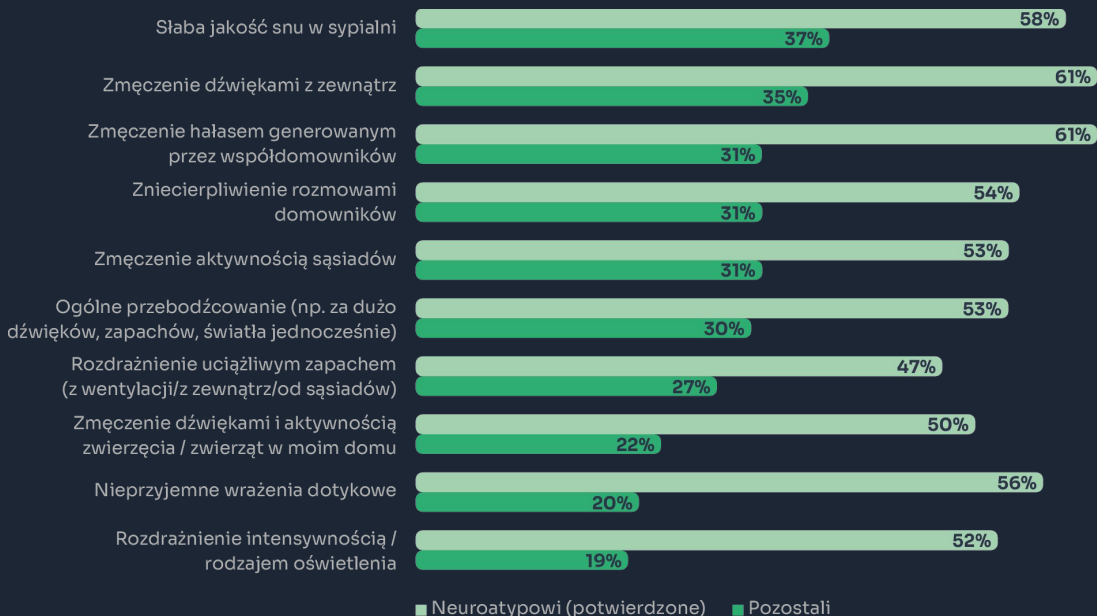
**Zrozumienie tej specyfiki może pomóc w projektowaniu bardziej inkluzywnych rozwiązań oraz dostosowaniu procesu sprzedażowego do potrzeb tej niemałej grupy klientów.**

## Neuroatypowi czują bardziej, ale uciążliwości doświadczamy wszyscy.

Badanie pokazało, że neuroatypowi częściej od ogółu doświadczają negatywnych odczuć związanych z bodźcami pojawiającymi się w miejscu zamieszkania. W związku z tym są bardziej wyczuleni na te aspekty nieruchomości, które je generują.

**Dyskomfort związany z nadmierną ilością różnych typów bodźców, w tym światła, hałasu, zapachu czy bodźców dotykowych dotyczy jednak wszystkich. Dlatego warto zwracać uwagę na tego typu aspekty, badając potrzeby zakupowe nabywców.**

**Bodźce odczuwane w miejscu zamieszkania. Odsetek odczuwających je badanych wśród neuroatypowych i reszty populacji**

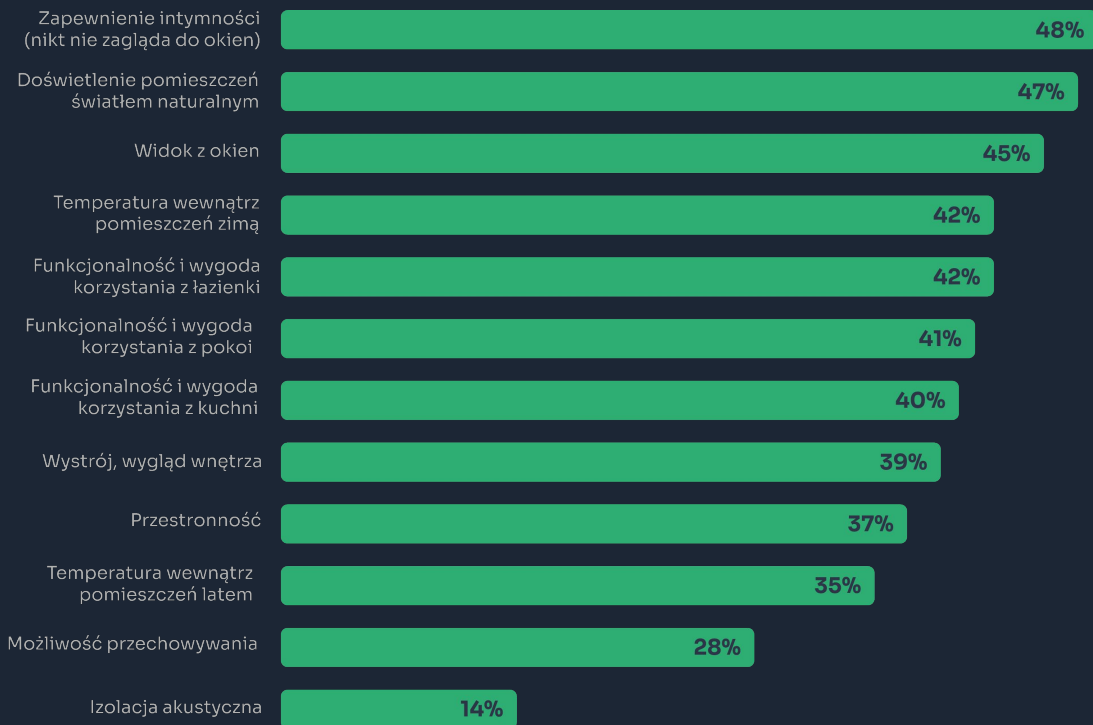


## Przygotuj się na większe wymagania!

W kontekście coraz większej świadomości, rosnąć będzie również grupa nabywców lub wynajmujących, dla której przy wyborze mieszkania istotną rolę odgrywać będą kwestie związane z zaspokojeniem tych podwyższonych potrzeb w zakresie redukcji liczby i natężenia bodźców.

Już teraz warto zwrócić uwagę nie tylko na przygotowanie odpowiednich założeń czy wytycznych do projektowania lub remontu uwzględniających eliminowanie negatywnych czynników, ale także na odpowiednie podkreślanie tych aspektów w komunikacji marketingowej i sprzedażowej.

### Aspekty domu/mieszkania, z których Polacy są zadowoleni najczęściej



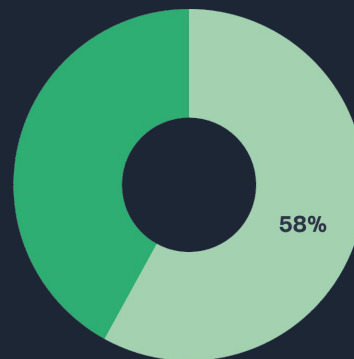
## Przygotuj się na większe wymagania

Jakość snu jest kluczowym elementem wpływającym na zdrowie. Natężenie czynników takich jak hałas, światło, zanieczyszczenie powietrza czy nieodpowiednia temperatura może sprawiać, że znacząco obniża się nasz komfort wypoczynku i dobrostanu.

### Przygotowując ofertę nieruchomości podkreślaj np.:

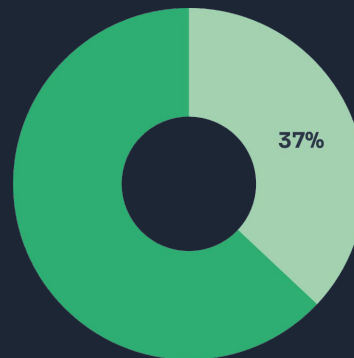
- usytuowanie sypialni z dala od ruchliwych ulic (okna wychodzące np. na park lub wewnętrzne patio),
- zastosowanie materiałów poprawiających izolację akustyczną,
- wyposażenie w rozwiązania, które ułatwiają dostosowanie warunków do indywidualnych potrzeb np. rolety zewnętrzne i zasłony zaciemniające, zdalne termostaty, wentylację czy klimatyzację.

Zwróć uwagę na specyficzne potrzeby klientów, aby zaproponować im odpowiednie nieruchomości i rozwiązania.



**58%**

neuroatypowych mierzy się ze słabą jakością snu w domowej sypialni.



**37%**

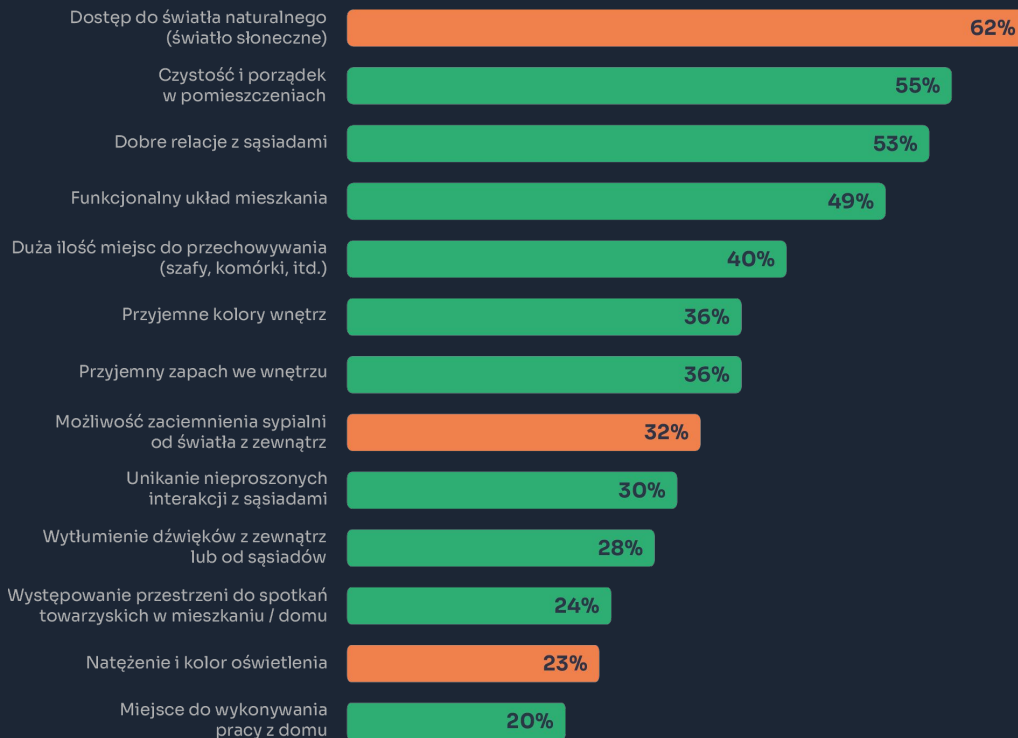
badanych osób niemierzących się z neuroatypowością ma do czynienia ze słabą jakością snu w domowej sypialni.

# Światło

Typ i rodzaj światła decyduje często o nastroju, poziomie koncentracji, jakości snu i pobudzeniu, niezależnie od neuroatypowości. Dotyczy to zarówno światła naturalnego, jak i sztucznego oraz tego wewnątrz jak i na zewnątrz naszych mieszkań.

**Aspekty związane z natężeniem i dostępem do światła były jednymi z najczęściej wskazywanych jako istotne w miejscu zamieszkania.**

## Kwestie uznawane za istotne w miejscu zamieszkania a faktyczne zadowolenie. Ogół badanych





## Rzuć dobre światło na ofertę

### W przypadku inwestycji deweloperskiej:

- Zwróć uwagę na to **jakiego typu oświetlenie zewnętrzne i części wspólnych zostało zaproponowane** przez projektanta i czy nie będzie ono uciążliwe dla mieszkańców – szczególnie niższych kondygnacji.
- **Zmniejszaj liczbę źródeł i natężenie oświetlenia zewnętrznego** do niezbędnego minimum, co przełoży się nie tylko na komfort użytkownika, ale i na oszczędności w kosztach energii.

### W mieszkaniach:

- **Zadbaj o odpowiednią liczbę i zróżnicowanie punktów oświetleniowych** – szczególnie wtedy jeśli są to lokale z ekspozycją północną, w głębokim trakcie lub na niższych kondygnacjach.
- **Zwróć uwagę na możliwość różnicowania oświetlenia** w zależności od sytuacji i potrzeb. Wyposaż mieszkanie w rozwiązania pozwalające różnicować natężenie i barwę.
- **Zaproponuj możliwość wyciemnienia (szczególnie) sypialni** – klienci mogą mieć potrzebę izolacji zarówno od zbyt intensywnego światła słonecznego, jak i światła miejskiego (sąsiedzi, oświetlenie ulic, billboardy).



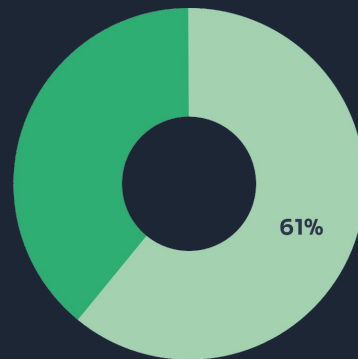
# Hałas

## Według raportu WHO “Environmental Noise Guidelines for the European Region”:

- ponad 20% Europejczyków jest narażonych w swoich miejscach życia i pracy na długotrwałe i szkodliwe dla zdrowia poziomy hałas.
- Hałas skraca życie mieszkańców dużych miast o 10 lat.

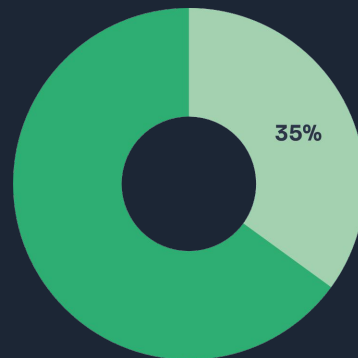
## Wnioski dla Ciebie:

- **Podkreślaj zalety cichej okolicy** w przypadku nieruchomości zlokalizowanych dalej od głównych arterii komunikacyjnych.
- **Pokaż jak zaaranżować mieszkanie**, aby sypialnie i miejsca do pracy nie były narażone na hałas.
- Osobom wrażliwym na hałas **rekomenduj lokale położone z dala od ciągów komunikacyjnych** czy części wspólnych potencjalnie generujących bodźce dźwiękowe (np. wind, wiat śmietnikowych, wjazdów do garażu, placów zabaw).
- **Podkreślaj zalety zastosowanych rozwiązań o dobrej izolacji akustycznej** – szczególnie zwróć uwagę na okna i ściany działowe.
- **Rozpoznaj warunki w okolicy i potencjalne źródła hałasu** np. boiska, place zabaw, miejsca nocnych dostaw do lokali usługowych. Nabywcy docenią to, że informujesz ich o tym z wyprzedzeniem i pozwalasz samodzielnie ocenić uciążliwość



61%

**neuroatypowych** mierzy się ze zmęczeniem dźwiękami docierającymi do domu z zewnątrz.



35%

**badanych osób niemierzących się z neuroatypowością** odczuwa zmęczenie dźwiękami docierającymi do domu z zewnątrz.

# Temperatura

49%

badanych wskazuje temperaturę w pomieszczeniach jako jeden z najważniejszych elementów w miejscach zamieszkania. I jest to czwarty najwyższy wynik wśród TOP 10.



Polacy są bardziej zadowoleni z temperatury wewnątrz pomieszczeń zimą (42%) niż latem (35%).

W ostatnich latach wzrosła też liczba wyszukiwani mieszkań z klimatyzacją oraz tych w których sprawdzany jest typ ogrzewania.

Rosnące koszty energii oraz zmienne warunki klimatyczne coraz mocniej wpływają na decyzje nabywców dotyczące wyboru nieruchomości.

W połączeniu z wymogiem certyfikacji energetycznej mieszkań i domów oraz konieczności uwzględnienia tej informacji w ogłoszeniach, niezwykle istotne mogą okazać się informacje dotyczące izolacji

## W ogłoszeniach warto zatem zwrócić uwagę na:

- Sposób (i związane z nim koszty) ogrzewania mieszkania/domu
- Możliwość zastosowania nowoczesnych rozwiązań takich jak pompy ciepła
- Możliwości przewietrzania i ograniczania dostępu do światła słonecznego w celu utrzymania niższej temperatury latem
- Obecność (lub możliwość instalacji) klimatyzacji
- Usytuowanie w budynku/osiedlu (np. na ostatniej kondygnacji i ekspozycji okien)

# Zapachy

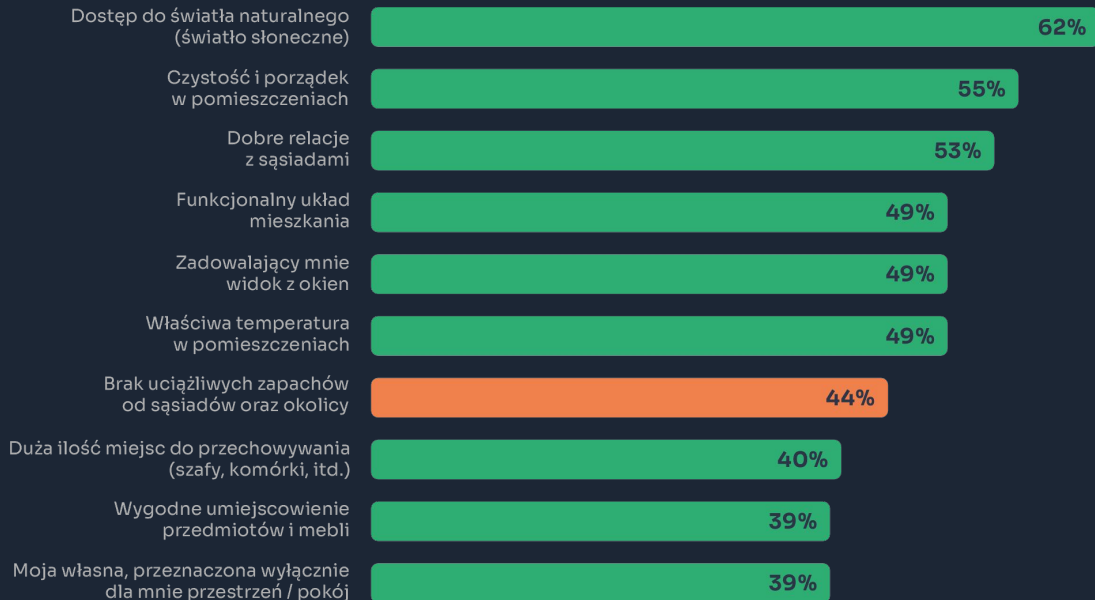
Wśród czynników, które zostały wskazane jako istotne w miejscu zamieszkania, 44% respondentów wymieniło brak uciążliwych zapachów pochodzących od sąsiadów czy z okolicy.

Przyjemne i nieprzyjemne zapachy mają duży wpływ na to, jak odbieramy mieszkanie na poziomie emocjonalnym, nawet jeśli nie do końca zdajemy sobie z tego sprawę.

## Wnioski dla Ciebie:

- Zweryfikuj rodzaje wentylacji w mieszkaniach i możliwe usprawnienia w tym zakresie.
- Podczas prezentacji nieruchomości:
  - Zadbaj o wywietrzenie klatki schodowej, jeśli pojawiają się na niej nieprzyjemne zapachy
  - zadbaj o miłe, kojarzące się z domem zapachy (chleb, ciasto, kawa) we wnętrzu

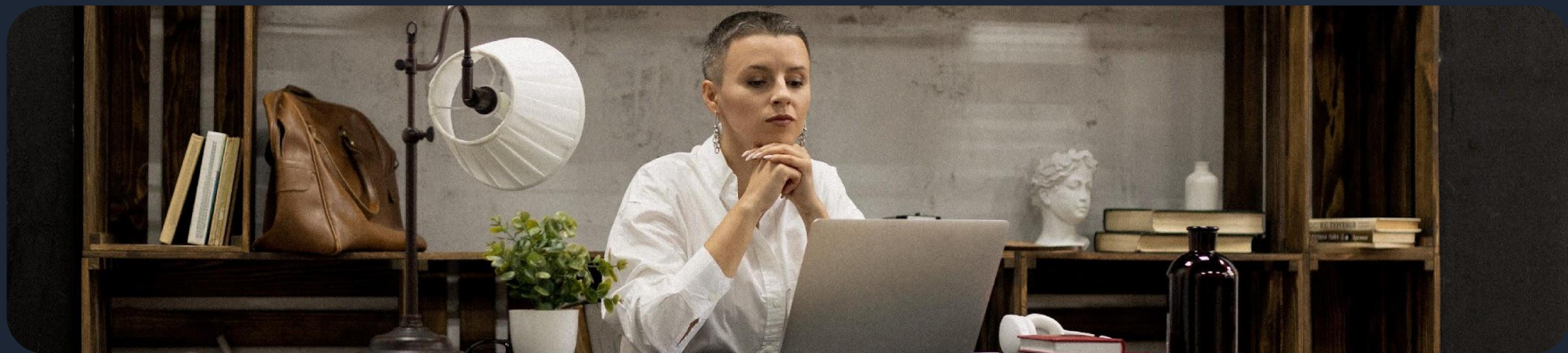
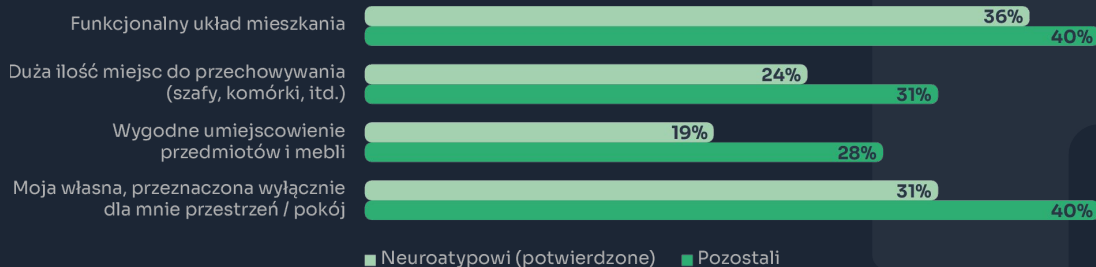
## Co jest istotne w miejscu zamieszkania? TOP 10 kwestii



## Funkcjonalność i porządek

W swoich obecnych miejscach zamieszkania respondenci są umiarkowanie zadowoleni z organizacji przestrzeni i miejsc do przechowywania, zadowolenie to jest jeszcze niższe wśród osób neuroatypowych.

### Kwestie związane z organizacją przestrzeni w domu. Odsetek zadowolonych



## Pomóż uporządkować przestrzeń

Przygotowując plany i wizualizacje wyeksponuj możliwość podzielenia mieszkania na wyraźne strefy funkcjonalne – miejsc do spania, pracy, odpoczynku, jedzenia i jego przygotowywania.

Zwróć uwagę na dobre rozplanowanie i maksymalne wykorzystanie przestrzeni do przechowywania – zarówno w mieszkaniu (szafy, schowki), jak i poza nim (piwnica, garaż).

Prezentując mieszkanie z rynku wtórnego zadbaj o to, aby w mieszkaniu znajdowało się jak najmniej zbędnych mebli i przedmiotów, a prezentowane mieszkanie było czyste.

### **Odpowiednia organizacja przestrzeni może być szczególnie istotna dla neuroatypowych:**

- Osoby z ADHD mogą potrzebować przestrzeni, która minimalizuje rozpraszacze i wspiera organizację.
- Dla osób w spektrum autyzmu istotna będzie organizacja przestrzeni wspierająca rutynę oraz porządek. Nieodpowiednie umiejscowienie mebli i przedmiotów może powodować u nich nadmierne przeciążenie, co prowadzi do dyskomfortu i niezadowolenia.

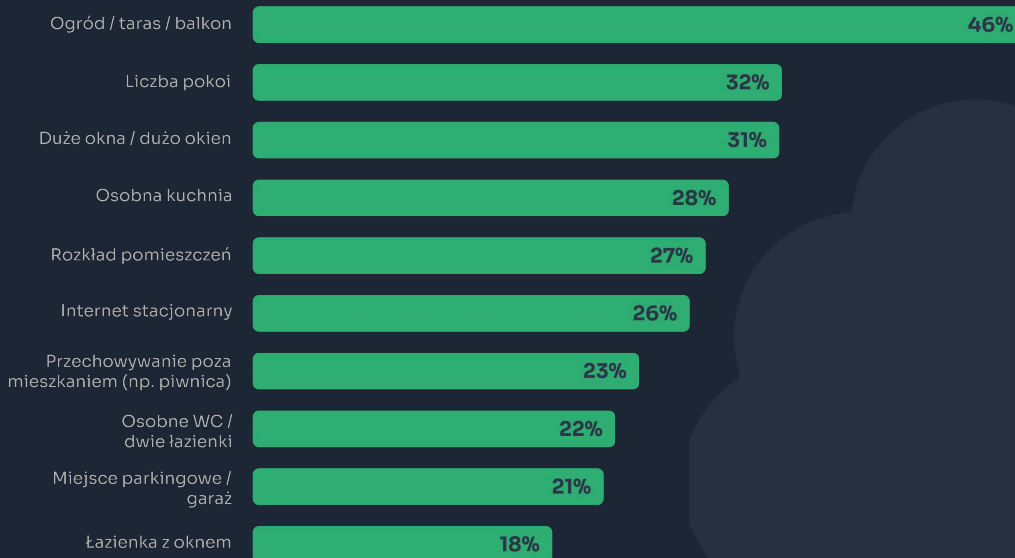


# Zieleń numerem 1

- **Obecność ogrodu, tarasu lub balkonu** jest zdecydowanie najczęściej wymienianym przez respondentów czynnikiem wpływającym na poczucie szczęścia w domu (46% wskazań).
- **Dostęp do terenów zielonych** jest z kolei najczęściej wymienianym czynnikiem szczęścia związanym z miejscem zamieszkania.
- **Zielone przestrzenie** zachęcają do aktywności fizycznej, która jest korzystna dla zdrowia fizycznego i psychicznego.

**Dostęp do zieleni jest kluczowym aspektem sprzyjającym zdrowiu psychicznemu i fizycznemu.**

## Elementy wpływające pozytywnie na poziom szczęścia w domu. Ogół badanych

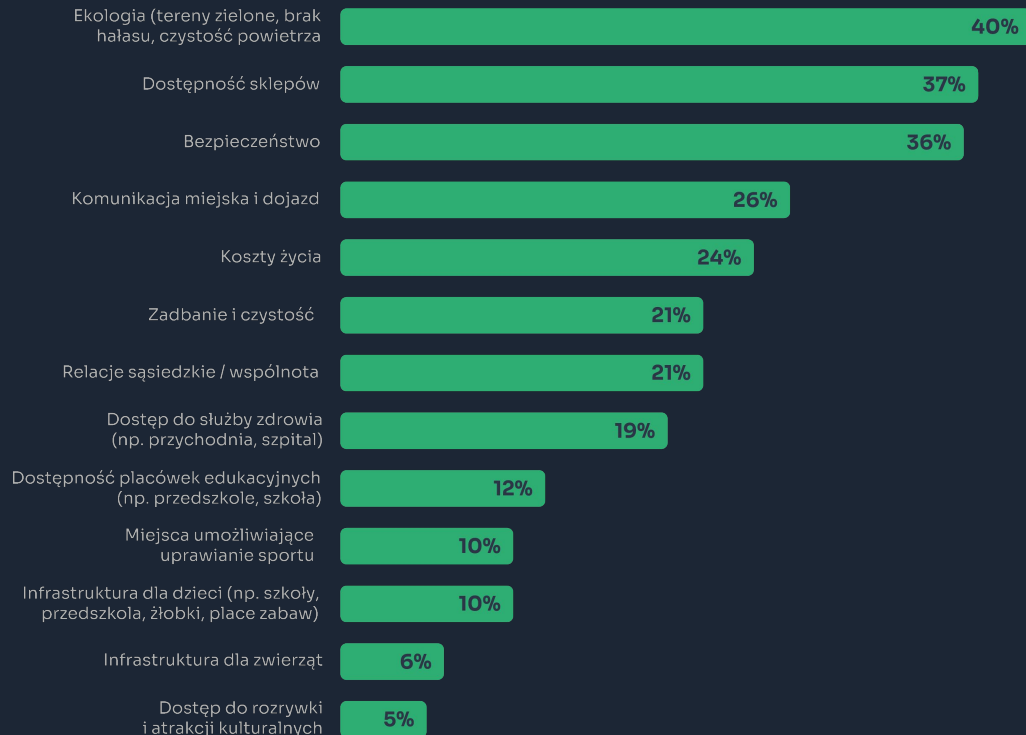


# Zieleń a neuroatypowość



- **Kontakt z naturą** może znacząco obniżać poziom stresu i lęku, co jest szczególnie ważne dla osób ze spektrum autyzmu, które mogą być bardziej wrażliwe na bodźce stresowe.
- **Regularna aktywność fizyczna** może pomagać w regulacji emocji i poprawie koncentracji, co jest istotne dla osób z ADHD.
- Te osoby także powinny zwracać uwagę na to, jak wygląda **infrastruktura rowerowa w okolicy mieszkania**. To jedna z najlepszych aktywności, która pozwala na ruch w ciągle zmiennym, a więc nie nudzącym się otoczeniu.

## Czynniki szczęścia w okolicy miejsca zamieszkania. Ogół badanych





## Zagraj w zielone

- Sprawdź czy w okolicy prezentowanej nieruchomości są łatwo dostępne i bezpieczne przestrzenie zielone.
- Wykorzystaj te informacje w komunikacji marketingowej i podczas prezentacji.
- Osadź walory terenów zielonych w kontekście konkretnych aktywności, które może wybierać klient, takich jak spacer z psem, zabawy z dziećmi, treningi biegowe czy rowerowe.
- **Potraktuj balkon/taras/ogródek jako pełnoprawne pomieszczenie.**
  - W ramach home stagingu zadbaj o rośliny i meble ogrodowe.
  - Wyeksponuj na zdjęciach.
  - Poświęć mu czas podczas prezentacji.



## Potrzebujemy miejsca do pracy

Mimo że pandemia się skończyła, znaczna część respondentów wciąż całkowicie lub częściowo pracuje z domu.

Zjawisko to jest szczególnie silne wśród neuroatypowych, zwłaszcza osób w spektrum autyzmu.

Jednocześnie neuroatypowi wyraźnie częściej sygnalizują przy tym wrażliwość na dystraktory podczas wykonywania pracy zdalnej z domu.

### Co zrobić?

- W ramach home stagingu **zadbaj o rośliny i meble ogrodowe.**
- Podczas planowania układu funkcjonalnego mieszkań warto zwrócić uwagę na **zapewnienie wygodnego miejsca do pracy.**
- Idealnym rozwiązaniem byłoby wydzielenie gabinetu, jednak rzadko jest to możliwe. **Warto jednak, aby miejsce do pracy było wyraźnie oddzielone od reszty mieszkania.**

**17%**  
ogółu badanych

**23%**  
neuroatypowych

**29%**  
Respondentów w spektrum autyzmu

**...pracuje z domu.**

## Zwierzęcy mieszkańcy

Nasz raport potwierdza, że około 1/3 badanych (65%) mieszka pod jednym dachem ze zwierzętami.

Towarzystwo zwierząt domowych jest szczególnie doceniane przez neuroatypowych – aż 77% badanych z tej grupy mieszka ze zwierzęciem.

Wiele źródeł wskazuje, że towarzystwo zwierząt może mieć terapeutyczny wpływ na osoby neuroatypowe.

**30%**

badanych neuroatypowych twierdzi, że zwierzę pozwala im czuć się mniej samotnie.

**33%**

deklaruje, że kontakt ze zwierzęciem pełni dla nich funkcję terapeutyczną.

### Z jakimi zwierzętami mieszkamy najczęściej? TOP 5



Pies

17%



Kot

17%



Króliki, gryzonie

17%



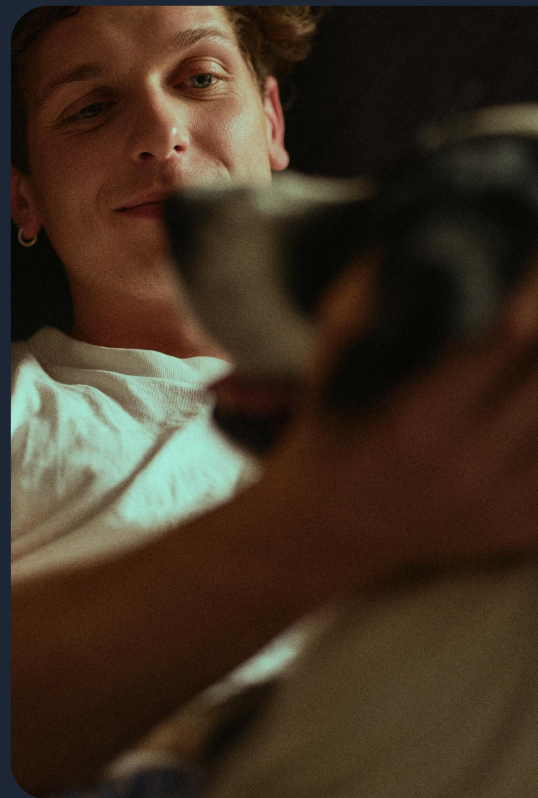
Rybki akwariowe

17%



Ptaki

17%



## Oswoić sprzedawanie dla „psi”jaciół



- Projektując nowe osiedla **nie zapominaj o miejscach dedykowanych zwierzacom**. Place zabaw dla czworonogów to innowacyjne rozwiązanie, które z pewnością zaskarbi serce psiarzy.



- Dopytuj klientów o to czy posiadają zwierzęta i jakie. Może być to istotna wskazówka ułatwiająca zarekomendowanie właściwej nieruchomości, ale także element budowania relacji z potencjalnym nabywcą.



- Zadbaj o to by w swojej ofercie posiadać propozycje przyjazne właścicielom czworonogów – szczególnie jeśli chodzi o najem.



# Zaangażowanie w lokalną społeczność

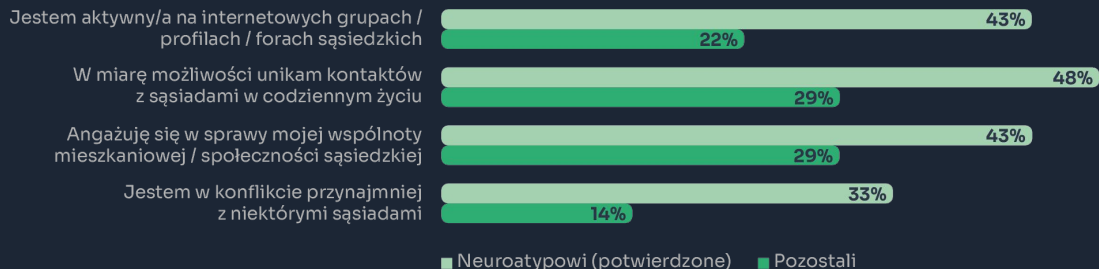
Z badania Otodom wynika, że neuroatypowi stanowią zaangażowaną grupę mieszkańców. Aż 43% z nich deklaruje, że aktywnie angażują się w sprawy swojej wspólnoty mieszkaniowej czy też społeczności sąsiedzkiej – to wynik wyższy o 14 punktów procentowych, niż wśród pozostałych badanych.

Jednocześnie jednak zaangażowanie to ma pewną paradoksalną cechę – przejawia się przede wszystkim online, natomiast zdecydowanie rzadziej w bezpośrednich kontaktach.

Więcej niż 4 na 10 badanych neuroatypowych deklaruje, że są aktywni na internetowych grupach, profilach czy forach sąsiedzkich. To blisko dwukrotnie więcej niż w przypadku badanych spoza tej grupy.

Bodźce związane z mieszkaniem dla neuroatypowych są jednak odczuwalne szczególnie mocno – mają więc one większą motywację do artykułowania swoich potrzeb i zastrzeżeń. W rezultacie 33% neuroatypowych badanych przez Otodom pozostaje w konflikcie z sąsiadem lub grupą sąsiadów.

## Relacje sąsiedzkie. Odsetek zgadzających się ze zdaniami



## Wnioski dla Ciebie

- **Wskaż** klientom istniejące internetowe społeczności sąsiedzkie (osiedlowe, dzielnicowe).
- **Opowiedz** klientom (szczególnie neuroatypowym) o sąsiadach.
- **Ułatw** neuroatypowym klientom kontakt z przyjaznymi sąsiadami (szczególnie rozumiejącymi wyzwania płynące z neuro różnorodności).

# Zrozum i uszanuj potrzeby i preferencje klienta



## Zrozum potrzeby i preferencje

- Proces sprzedaży rozpocznij od rozpoznania potrzeb klienta również w kontekście wrażliwości na różne bodźce.
- Nawet jeśli nie zorientujesz się, czy jest osobą neuroatypową, możesz dowiedzieć się, czy lubi dużo czy raczej mniej światła, jak bardzo przeszkadza mu hałas i zapachy, jakie są jego preferencje dotyczące temperatury.
- Pokaż, w jakich aspektach nieruchomość odpowiada tym potrzebom lub w jaki sposób można ją dostosować.



## Uszanuj preferowaną przez klienta formę komunikacji.

- Jeśli klient zainicjował kontakt mailowo lub przez chat, warto kontynuować komunikację w ten sam sposób (dopóki nie dochodzimy do etapu prezentacji nieruchomości).
- Wiele osób nie lubi rozmawiać przez telefon – w szczególności dotyczy to osób neuroatypowych, ale również młodszego pokolenia.



## Uszanuj szczególne potrzeby np. związane z komfortem psa

- Część klientów jest bardzo związana ze zwierzętami i ich potrzeby będą brane pod uwagę w procesie wyboru mieszkania.
- Uszanuj to, pokaż, że dostrzegasz również potrzeby czworonoga np. wskazując najlepsze miejsca do spacerów w okolicy.

## Uporządkowanie procesu sprzedaży pomoże nie tylko neuroatypowym.

- **Opisz proces sprzedaży/zakupu mieszkania** i proces kredytowy (np. w formie infografiki). Informuj klienta, na jakim etapie się znajduje i jakie są kolejne kroki.
- **Wysyłaj klientom przypomnienia** dotyczące planowanych spotkań lub kolejnych kroków w procesie sprzedaży.
- **Przygotuj checklisty**, które ułatwią klientom przygotowanie się do procesu sprzedaży np. listy potrzebnych dokumentów czy kryteriów, na które warto zwrócić uwagę przy zakupie.
- **Zachęć klienta do zadawania pytań** dotyczących rozwiązań technicznych i procesu sprzedaży. Cierpliwie tłumacz.
- Po prezentacji **podsumuj w mailu mocne strony** oglądanych nieruchomości oraz możliwości poradzenia sobie z bardziej uciążliwymi elementami – to ułatwi klientowi podejmowanie decyzji.



## Potrzeby osób w spektrum autyzmu

Dla badanych z tej grupy częściej niż innych, istotna będzie przestrzeń do pracy z domu. Decydują się oni na nią wyjątkowo często – po ten model pracy sięga 29% z nich, o 12 p.p. więcej niż w reszcie populacji.

W ich przypadku wpływ na wybór odpowiedniej lokalizacji będzie miała chęć unikania nadmiernych interakcji z sąsiadami.

Ponad połowa z badanych w spektrum autyzmu mierzy się z problemem braku intymności w domu.

**Osoby w spektrum autyzmu mogą wymagać środowiska, które jest bezpieczne i dostosowane do ich wrażliwości sensorycznej. Może to obejmować zmiany w oświetleniu, dźwiękoszczelność, organizację przestrzeni oraz inne modyfikacje, które mogą poprawić komfort i funkcjonalność mieszkania.**





## Potrzeby osób z ADHD

**Osoby z ADHD mogą potrzebować przestrzeni, która minimalizuje rozpraszacze i wspiera organizację.**

Może to obejmować zmiany w oświetleniu, dźwiękoszczelność, organizację przestrzeni oraz inne modyfikacje, które mogą poprawić komfort i funkcjonalność mieszkania.



**Respondenci ze stwierdzonym ADHD lub podejrzewający je u siebie wykazywali dużą aktywność na rynku nieruchomości w ostatnich 12 miesiącach (43%).**

Częściej od innych mierzą się z negatywnymi emocjami dotyczącymi swojego miejsca zamieszkania. 14% z nich odczuwa nudę, a 11% - niepokój w mieszkaniu czy domu - to wynik znacznie wyższy niż w reszcie populacji. W połączeniu z naturalną potrzebą działania sprawia to, że silniej mogą odczuwać potrzebę zmiany mieszkaniowej. Szukając nowego lokum lub planując remont, podobnie jak osoby w spektrum autyzmu częściej od innych będą myśleć o sposobie na unikania nieplanowanych interakcji czy możliwość odizolowania się w domu.

**Dla osób z ADHD kluczowe jest, aby proces poszukiwania i zakupu był dobrze zorganizowany.**

Tworzenie list kontrolnych, harmonogramów i planów działania może pomóc w utrzymaniu porządku i minimalizacji stresu. Warto również zapewnić regularne aktualizacje i przypomnienia, aby utrzymać proces na właściwym torze.



## Osoby z zaburzeniami procesu uczenia się

**Osoby z zaburzeniami uczenia są tymi, które najczęściej mierzą się z trudnościami wynikającymi z pracy zdalnej.**

Dla ponad 1/3 z nich dużym wyzwaniem jest zorganizowanie sobie miejsca wykonywania obowiązków z domu. Jak pokazało badanie, takie osoby są najbardziej podatne na wszelkiego rodzaju rozpraszacze zakłócające pracę zdalną. Dlatego przy wyborze domu istotna będzie dla nich obecność przestrzeni, którą można na ten cel łatwo zaadaptować.



**Osoby z zaburzeniami uczenia się mogą potrzebować dodatkowego wsparcia w zrozumieniu i przetwarzaniu informacji związanych z procesem zakupu.**

Mogą potrzebować dodatkowych narzędzi, takich jak wizualizacje, diagramy, uproszczone instrukcje czy streszczenia dokumentów. Kluczowe również jest wsparcie doświadczonych doradców finansowych.



# Metodologia

## W badaniu wzięło udział 2616 pełnoletnich Polek i Polaków, w tym:

- 339 (13%) neuroatypowych: respondenci deklarujący posiadanie diagnozy od specjalisty w kierunku jednego lub kilku z listy rodzajów atypowości.
- 471 (18%) potencjalnie neuroatypowych: respondenci podejrzewający u siebie jeden lub kilka z listy rodzajów atypowości, na podstawie przedstawionych definicji, nie posiadający diagnozy od specjalisty.
- 346 (13%) domowników neuroatypowych: respondenci mieszkający w jednym domu/mieszkańiu z osobami, które posiadają diagnozę od specjalisty w kierunku jednego lub kilku z rodzajów atypowości. Oni sami mogli (ale nie musieli) być neuroatypowi.

## Na grupę badanych składało się:

- 1000 respondentów stanowiących grupę reprezentatywną,
- dodatkowo 1600 osób z miast wojewódzkich (po 100 osób na miasto).

## Grupy demograficzne prezentowane w badaniu

### Płeć

- Kobiety, n=1373
- Mężczyźni, n=1243

### Przedziały wiekowe

- 18-25, n=245
- 26-35, n=520
- 36-45, n=468
- 46-55, n=414
- 56-65, n=472
- 66+, n=497

### Neuroatypowość

- Młodzi Dorośli Samodzielnii, n=340
- Rodziny z Dziećmi, n=982
- Silwersi, n=525

### Relacje rodzinno-mieszkaniowe

- Neuroatypowi, n=339
- Potencjalnie neuroatypowi, n=471
- Domownicy neuroatypowych, n=346
- Osoby z ADHD, n=401
- Osoby w spektrum autyzmu, n=365
- Osoby z zaburzeniami uczenia się, n=437

Masz pytania? Napisz lub zadzwoń.



**Ewa Tęczak**

Senior B2B Marketing Manager

M: +48 664 088 220

E: ewa.teczak@olx.pl

Grupa OLX Sp. z o.o.

ul. Plac Konesera 9 (budynek O)

03-736 Warszawa

Chcesz wiedzieć więcej?  
Pobierz pełny raport



otodom