vividata
Connaissez votre auditoire

Segments sur les consommateurs

vividata.ca info@vividata.ca 416.961.3205

Les **valeurs personnelles** de Vividata, let les segments sur les **médias et la technologie** sont accessibles à des fins d'analyses par l'entremise de votre logiciel.

Valeurs personnelles

Extravertis et actifs

Axés sur leur carrière et prêts à saisir des opportunités qui se présentent, ils ont un style de vie actif et préfèrent passer leur temps précieux avec la famille et les amis plutôt que posséder des biens matériels.

Population (% des Canadiens)	7,570,000 (23%)
Sexe	F: 49% M:51%
Âge moyen	42
Moy. revenu du foyer	$92,015
Baccalauréat +	45%
PCP	34%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	43%

Décontractés

Ouverts aux changements, à relever des défis et à apprendre de nouvelles choses. La vie de famille est importante pour eux tout en maintenant le cap sur leur carrière.

Population (% des Canadiens)	12,709,000 (39%)
Sexe	F: 50% M: 50%
Âge moyen	47
Moy. revenu du foyer	$88,187
Baccalauréat +	38%
PCP	29%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	37%

Famille et amis

Ne veulent pas sacrifier temps et plaisir en famille ou entres amis afin d'avancer dans leur carrière.

Population (% des Canadiens)	6,883,000 (21%)
Sexe	F: 56% M: 44%
Âge moyen	49
Moy. revenu du foyer	$72,698
Baccalauréat +	33%
PCP	23%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	34%

Introvertis

Ni extravertis ni focalisés sur la carrière, ils n'aiment pas le risque, mais prennent leurs responsabilités.

Population (% des Canadiens)	5,087,000 (16%)
Sexe	F: 51% M: 49%
Âge moyen	50
Moy. revenu du foyer	$62,918
Baccalauréat +	26%
PCP	19%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	28%

Médias et technologies

Les technophiles en continu

Les technophiles en continu sont confiants avec les nouvelles technologies, et l'écoute en continu est une grande partie de leur consommation de médias.
En tant que consommateurs, ils préfèrent acheter des produits locaux autant que possible. Ils se soucient peu d'avoir des produits personnalisés, les plus récents ou regarder la télévision traditionnelle. Ils sont majoritairement jeunes et des femmes. Ils sont très sensibles à l'emballage de fantaisie tout en étant sensibles au prix.

Population (% des Canadiens)	4,050,000 (13%)
Sexe	F: 61% M: 39%
Âge moyen	35
Moy. revenu du foyer	$90,115
Baccalauréat +	41%
PCP	31%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	51%

Les adopteurs précoces

Les adopteurs précoces ont un fort appétit pour les nouvelles technologies/produits et préfèrent la qualité au style. L'écoute en continu a eu un impact sur leurs habitudes d'écoute de la télévision, mais pas autant que pour les technophiles en continu. Ils sont majoritairement jeunes et des hommes et un peu moins dépendants de leur téléphone mobile que les technophiles en continu.

Population (% des Canadiens)	4,368,000 (14%)
Sexe	F: 40% M: 60%
Âge moyen	36
Moy. revenu du foyer	$84,233
Baccalauréat +	41%
PCP	35%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	51%

Les tradionalistes

Les traditionalistes sont conservateurs quand il s'agit de leurs médias et leurs préférences d'achat.
Ils préfèrent les produits moins chers et plus anciens fabriqués au pays et regarder la télévision en direct. Cependant, ils sont confiants avec les nouvelles technologies, ayant adopté des services d'écoute en continu pour écouter de la musique. Ils se soucient peu de nouveaux produits, le style, le design, la personnalisation, et l'emballage de fantaisie. Ils ont tendance à être plus âgés avec une répartition assez égale entre les hommes et les femmes.

Population (% des Canadiens)	9,316,000 (29%)
Sexe	F: 50% M: 50%
Âge moyen	47
Moy. revenu du foyer	$82,562
Baccalauréat +	38%
PCP	29%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	35%

Les conformistes

Bien que les conformistes comptent sur la télévision pour obtenir des nouvelles et de l'information, ils tentent de s'adapter aux nouveaux médias et à la technologie.
En tant que consommateurs, ils sont sensibles à la qualité et préfèrent attendre que les nouvelles technologies deviennent moins chères avant d'en faire l'achat. Ils sont plus âgés que la population générale, ont une répartition assez égale entre les sexes et ont la représentation la plus forte des Québécois de tous les segments.

Population (% des Canadiens)	8,200,000 (25%)
Sexe	F: 50% M: 50%
Âge moyen	48
Moy. revenu du foyer	$83,068
Baccalauréat +	34%
PCP	27%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	37%

Les retardataires

Le streaming et les nouveaux médias n'ont pas affecté les retardataires comme les autres segments, en particulier leurs habitudes d'écoute de la radio.
Ils sont de loin le segment le plus âgé et légèrement plus composé de femmes. Ils sont très soucieux des prix, préfèrent fortement les produits nationaux, préfèrent fortement la télévision en direct, et ne peuvent pas résister à l'emballage.

Population (% des Canadiens)	6,316,000 (20%)
Sexe	F: 57% M: 43%
Âge moyen	60
Moy. revenu du foyer	$71,985
Baccalauréat +	31%
PCP	19%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	18%

Segments reliés aux produits de Vividata (**apparence personnelle**, **magasinage**, **finances**, et **automobile**) sont disponibles moyennant des frais supplémentaires. Pour toute information sur les méthodes d'accès à l'information, veuillez contacter Isabelle Michaud (isabelle@vividata.ca).

Apparence personnelle

Au naturel

Préfère un look naturel et croient que la beauté vient de l'intérieur. Ne sont pas enclins à suivre les tendances. Essaient de faire de l'exercice au moins une fois par semaine.

Population (% des Canadiens)	8,980,000 (28%)
Sexe	F: 43% M: 57%
Âge moyen	48
Moy. revenu du foyer	$81,652
Baccalauréat +	37%
PCP	27%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	38%

Travail en cours

Aspirent à améliorer leur apparence et essaient de perdre du poids la plupart du temps. Ont un style conservateur.

Population (% des Canadiens)	6,172,000 (19%)
Sexe	F: 62% M: 38%
Âge moyen	46
Moy. revenu du foyer	$80,565
Baccalauréat +	36%
PCP	28%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	37%

Simplement être moi

Ne sont pas intéressés par la perception qu'ont les autres de leur apparence personnelle et préfèrent s'habiller comme ils en ont envie. Un style de vie actif n'est pas une priorité.

Population (% des Canadiens)	7,419,000 (23%)
Sexe	F: 41% M: 59%
Âge moyen	48
Moy. revenu du foyer	$80,982
Baccalauréat +	34%
PCP	26%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	34%

À la mode

Très préoccupés par leur image et leur apparence personnelle. Ils suivent les nouvelles tendances et mènent une vie active afin de contribuer à l'amélioration de leur apparence.

Population (% des Canadiens)	9,678,000 (30%)
Sexe	F: 60% M: 40%
Âge moyen	45
Moy. revenu du foyer	$83,331
Baccalauréat +	38%
PCP	28%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	36%

Magasinage

Le magasinage nécessaire

N'aiment pas magasiner. Ont une faible loyauté envers les marques, ne sont pas soucieux du prix et ne vérifient pas différentes sources avant de faire un achat. Ils ne sont pas prêts à payer davantage pour la qualité.

Population (% des Canadiens)	7,127,000 (22%)
Sexe	F:44% M: 56%
Âge moyen	48
Moy. revenu du foyer	$82,259
Baccalauréat +	35%
PCP	27%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	35%

Les rêveurs

Fortement influencés par la publicité, ils l'utilisent afin d'être à jour sur les nouveaux produits. Ils sont prêts à essayer de nouvelles marques et à payer davantage pour la qualité.

Population (% des Canadiens)	3,294,000 (10%)
Sexe	F: 53% M: 47%
Âge moyen	48
Moy. revenu du foyer	$82,439
Baccalauréat +	36%
PCP	28%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	32%

Sensibles au prix

Le coût et les spéciaux sont des facteurs déterminants dans leurs comportements d'achat. Ils sont prêts à vérifier des sources multiples avant d'acheter. Lorsqu'ils trouvent une marque qui leur plait, ils l'adoptent, mais ne paieront pas davantage pour l'obtenir.

Population (% des Canadiens)	14,052,000 (44%)
Sexe	F: 52% M: 48%
Âge moyen	47
Moy. revenu du foyer	$81,534
Baccalauréat +	37%
PCP	27%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	36%

Les acheteurs impliqués

Aiment magasiner et sont toujours à l'affut des spéciaux. Ils sont loyaux envers la marque, mais changeraient si l'offre est meilleure. Ils ont confiance en leurs décisions d'achat.

Population (% des Canadiens)	7,776,000 (24%)
Sexe	F: 56% M: 44%
Âge moyen	45
Moy. revenu du foyer	$81,564
Baccalauréat +	37%
PCP	28%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	39%

Finance

On se débrouille

Ne sont pas bons en gestion d'argent, mais ne sont pas très soucieux de leurs finances également.

Population (% des Canadiens)	11,291,000 (35%)
Sexe	F: 52% M: 48%
Âge moyen	45
Moy. revenu du foyer	$73,179
Baccalauréat +	33%
PCP	25%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	38%

Pour la retraite

Sont très bons en gestion d'argent et ont déjà entamé des procédures afin de s'assurer qu'ils auront un revenu adéquat à la retraite.

Population (% des Canadiens)	11,866,000 (37%)
Sexe	F: 51% M: 49%
Âge moyen	53
Moy. revenu du foyer	$93,422
Baccalauréat +	42%
PCP	28%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	29%

Salariés et économes

Prennent des décisions d'affaires éclairées et cherchent des façons de gagner un revenu supplémentaire et d'économiser.

Population (% des Canadiens)	9,092,000 (28%)
Sexe	F: 51% M: 49%
Âge moyen	40
Moy. revenu du foyer	$77,317
Baccalauréat +	33%
PCP	29%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	44%

Automotive

Experts mécanos

Intéressés par ce qui se passe sous le capot, ils adorent conduire et la performance de la voiture est importante pour eux.

Population (% des Canadiens)	5,957,000 (18%)
Sexe	F: 38% M: 62%
Âge moyen	48
Moy. revenu du foyer	$82,836
Baccalauréat +	36%
PCP	27%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	38%

Indifférents

Ne sont pas préoccupés par la performance ni l'esthétique. Une voiture est un outil plutôt qu'un trait de personnalité.

Population (% des Canadiens)	10,863,000 (34%)
Sexe	F: 58% M: 42%
Âge moyen	47
Moy. revenu du foyer	$78,520
Baccalauréat +	35%
PCP	26%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	34%

Enthousiastes

Croient que leur voiture en dit long sur eux. Préfèrent une voiture qui combine le luxe, la performance et l'efficacité énergétique.

Population (% des Canadiens)	4,023,000 (12%)
Sexe	F: 39% M: 61%
Âge moyen	44
Moy. revenu du foyer	$86,599
Baccalauréat +	37%
PCP	32%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	44%

Heureux sur la route

Aiment conduire. Désirent une voiture qui est amusante à conduire et qui consomme peu d'essence. Ils ne sont pas intéressés par ce qui se passe sous le capot.

Population (% des Canadiens)	6,667,000 (21%)
Sexe	F: 55% M: 45%
Âge moyen	46
Moy. revenu du foyer	$85,497
Baccalauréat +	37%
PCP	28%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	37%

Une voiture c'est pour se déplacer

L'efficacité énergétique est leur principale préoccupation puisque leur voiture n'a qu'un but fonctionnel.

Population (% des Canadiens)	4,739,000 (15%)
Sexe	F: 58% M: 42%
Âge moyen	46
Moy. revenu du foyer	$78,699
Baccalauréat +	38%
PCP	28%
Présence d'enfant(s) dans le foyer	32%