

# Aperçu des attributs de ciblage du service Marketing Intelliposte – Consommateurs



Marketing Intelliposte<sup>MC</sup>

Les sources comprennent des annuaires téléphoniques, des données d'immatriculation de véhicules, des données mobiles, des données multiculturelles, des données du recensement et de sondages fournies volontairement, Environics, des listes de biens immobiliers, Postes Canada et des renseignements provenant d'agences d'évaluation du crédit.

## Catégories disponibles et exemples d'attributs de ciblage

Catégories	Exemples	Courrier personnalisé <sup>MC*</sup>	Ciblage par code postal	Courrier de quartier <sup>MC</sup>
Attributs d'adresse	Noms	✓	n.d.	n.d.
	Numéros de téléphone	✓	n.d.	n.d.
	Date de construction	✓	✓	✓
	Type d'habitation (p. ex., maison isolée, en rangée)	✓	✓	✓
	Logements privés occupés selon le statut, l'occupation et la structure des copropriétés	✓	✓	n.d.
	Volume de courrier résidentiel	✓	n.d.	n.d.
	Nombre de destinataires résidentiels	✓	n.d.	n.d.
	Casier à colis	✓	✓	n.d.
	Indicateur de langue française (disponible uniquement dans la province de Québec)	✓	✓	n.d.
Données démographiques	Genre	✓	n.d.	n.d.
	Population totale par tranche d'âge	✓	✓	✓
	Population féminine et masculine par tranche d'âge	✓	✓	✓
	Taille du ménage	✓	✓	✓

✓ = disponible n.d. = non disponible

\* Des frais s'appliquent pour les données appuyant les campagnes de Courrier personnalisé. Veuillez discuter de la tarification et des options de données à l'échelle des adresses individuelles avec votre responsable des ventes de Postes Canada.

<sup>MC</sup> Marques de commerce de la Société canadienne des postes.

Catégories	Exemples	Courrier personnalisé <sup>MC*</sup>	Ciblage par code postal	Courrier de quartier <sup>MC</sup>
Données démographiques	État matrimonial	✓	✓	✓
	Logement (propriété ou location)	✓	✓	✓
	Revenu du ménage	✓	✓	✓
	Profession	✓	✓	✓
	Enfants à la maison, par âge	✓	✓	✓
	Éducation	✓	✓	✓
	Statut d'emploi	✓	✓	✓
	Mode de transport utilisé pour se rendre au travail	✓	✓	✓
	Minorités visibles	✓	✓	✓
	Langue maternelle	✓	✓	✓
	Composition du ménage selon le nombre d'immigrants et l'endroit de naissance ou la citoyenneté.	✓	✓	✓
	Valeur de la maison	✓	✓	n.d.
	Identité autochtone	✓	✓	n.d.
	Période d'immigration	✓	✓	n.d.
Structure familiale	✓	✓	✓	
Ethnicité	Sud-asiatiques, hispaniques, etc.	✓	✓	n.d.
Cote de crédit	Élevée/moyenne/faible	✓	✓	n.d.
Champs d'intérêt	Causes caritatives (donatrices et donateurs), collections, propriétaires d'animaux de compagnie, activités à la maison et loisirs, sports, investissements, voyages, et plus encore.	✓	✓	n.d.
Audiences mobiles	<b>Personas</b> : groupes créés en fonction de la consommation de contenu selon des modes de vie et des comportements précis (p. ex., joue au golf, possède des animaux de compagnie, aime le café).	✓	✓	✓
	<b>Marque</b> : pour cibler les personnes intéressées par une marque précise.	✓	✓	✓

Catégories	Exemples	Courrier personnalisé <sup>MC*</sup>	Ciblage par code postal	Courrier de quartier <sup>MC</sup>
Audiences mobiles	<b>Catégorie :</b> Regroupement des personnes ou d'entités ayant des caractéristiques communes particulières (p. ex., concessionnaires d'automobiles, parcs à chiens, parcours de golf).	✓	✓	✓
	<b>Emplacement :</b> pour cibler en fonction de points d'intérêt précis.	✓	✓	✓
Dépenses des ménages	Alimentation, mobilier et équipement, éducation, et plus	✓	✓	✓
Automobile	<b>Intention :</b> Intention d'acheter ou de louer. Marque ou type du prochain véhicule souhaité.	✓	n.d.	n.d.
	<b>Propriétaires :</b> Marque, modèle, origine, type de véhicule, année, type de carburant.	✓	✓	n.d.
Mode de vie	Propriétaires de chalets, mode de vie respectueux de l'environnement	✓	n.d.	n.d.
	Aime l'entretien paysager et le jardinage, aime le plein air, et plus	✓	✓	✓
Étape de la vie	Familles avec de jeunes enfants	✓	✓	✓
	Nouveaux mariés, nouveaux parents, nouveaux diplômés, à la retraite, et plus	✓	n.d.	n.d.
Personnes qui déménagent	Nouvelles adresses, nouveaux occupants, nouvellement mise en vente, récemment vendue (les caractéristiques des propriétés comprennent le type de bâtiment, la fourchette de prix, la taille, le type de chauffage, le nombre de chambres, et plus).	✓	n.d.	n.d.
PRIZM	PRIZM® et PRIZM® QC : Tient compte de la diversité de la population du Canada en utilisant 67 segments nationaux (57 pour PRIZM QC) en fonction des principaux facteurs de comportement des gens : données démographiques, modes de vie et valeurs.	✓	✓	✓

Veuillez communiquer avec votre responsable des ventes de Postes Canada pour obtenir plus de renseignements sur toutes les données et les tranches disponibles dans chaque catégorie afin d'appuyer votre stratégie de marketing.

<sup>MC</sup> Marques de commerce de la Société canadienne des postes.

® PRIZM est un produit d'Environics Analytics, une compagnie de Bell Canada. Le nom PRIZM est une marque déposée de Claritas (É.-U.), utilisée avec sa permission.