

Intérêts et comportements

- Suivre l'actualité de l'investissement
- Lire sur l'immobilier commercial
- Lecture sur l'amélioration résidentielle
- Recherche de taux hypothécaires

Mode de vie : conditionnement physique, basketball, football, nautisme, billets de football, passionnés de golf

Affinité avec le consommateur

18x

plus enclins à s'engager dans les médias de la rénovation

4x

plus susceptibles de planifier un voyage

Catégories d'achats préférées



Jardinage



Mobilier



Billets/événements

Sentiment

- « Je préfère les placements à haut risque pour gagner le plus possible. »
- « Je préfère répartir mes opérations financières entre des conseillers spécialisés dans différents domaines. »
- « Mon objectif principal est de gagner le plus d'argent possible. »
- « Les finances décentralisées, c'est l'avenir. »

Public immobilier

Le public immobilier de Postmedia est entièrement consacré au marché de l'immobilier.

22 m

Pages vues/mois

1,5 m

Uniques/mois

280K \$+

Dépenses moyennes en ligne/mois

12k \$+

Maison moyenne
Amélioration dépensée/an

65/35

Propriétaire/locataire

100K \$+

HHI

Quelle bulle ?

Ces lecteurs, qui s'intéressent à toutes les formes d'immobilier, cherchent à accroître la valeur et le confort de leur logement et ont une forte propension à s'intéresser à tous les médias spécialisés dans l'immobilier.

Contenu préféré de Postmedia

FINANCIAL POST

VANCOUVER SUN

Robert McLister



Économie



Immobilier

Des publics fiables et évolutifs

- Maisons neuves
- Rénovations et entretien
- Commerciales
- Condos
- Acheteurs de première maison
- Maisons
- Mike Holmes
- Nouvelles constructions
- Résidences pour personnes âgées