POSTMEDIA SOLUTIONS

Public voyageur

Le public de Postmedia est composé de voyageurs enthousiastes qui aiment explorer.

Intérêts et comportements

- A la recherche d'offres de compagnies aériennes
- Lire le contenu commandité du tourisme
- Les amateurs d'aventures en plein air
- Voyager au Canada

Mode de vie : Aérobique, yoga, musique en direct, partisans de football, sports de plein air, musées, galeries d'art

Affinité avec le consommateur

17x plus susceptibles de planifier un voyage

15x plus enclins à s'engager dans les médias touristiques

Catégories de voyage préférées

Caraïbes

Asie de l'Est

Forfaits

Sentiment

« J'aime partager mes expériences de vacances en ligne. »

« Les articles de journaux et de magazines sur les vacances et les voyages influencent mon choix de vacances. »

« J'aime voyager vers des destinations que je vois sur les médias sociaux. »

« L'utilisation des points de fidélité me permet de voyager plus souvent. »

25m Pages vues/mois

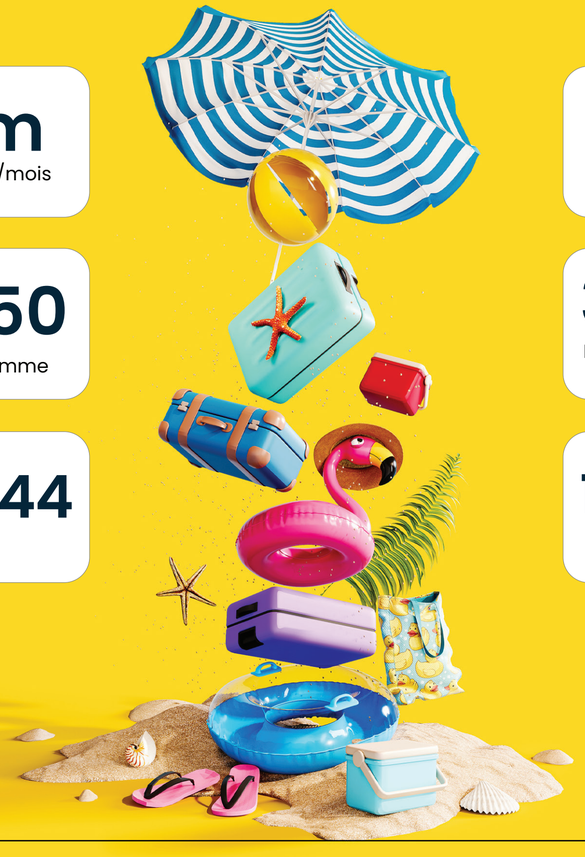
1,4m Uniques/mois

50/50 Homme/Femme

3377 $ Dépenses moyennes par voyage int.

35 à 44 Âge

100K $+ HHI



Prêt pour le décollage

Ces voyageurs expérimentés, qui aiment s'imprégner d'art, de musique et de musées locaux, sont toujours à la recherche de conseils et de recommandations sur les nouvelles destinations à explorer.

Contenu préféré de Postmedia

FINANCIAL POST

VANCOUVER SUN

Le Canada

Politique

Des publics fiables et évolutifs

- Tourisme
- Voyage
- Voyage aérien
- Canada
- Croisières
- International
- Aventure en plein air
- Guide de voyage
- USA
- Et plus encore

Source : Vividata, printemps 2024 | Base : Canada, adultes de 18 ans et plus