



PAR COURRIEL

[REDACTED]

Montréal, le 23 juillet 2020

Objet : Votre demande d'accès à l'information
N/D 032 142 000 / 2020-2021-028D

[REDACTED],

Nous donnons suite à votre demande d'accès à l'information reçue à nos bureaux le 2 juillet dernier par courriel et telle que formulée, vous désirez obtenir :

« J'aimerais avoir les 10 items les plus vendus pour 2019 pour ces 4 produits: Vodka, Gin, Rhum, Whisky. Ainsi que le profil client pour chacun ».

En réponse à votre demande, vous trouverez ci joints un tableau représentant les top 10 les plus vendus des 4 produits énumérés dans votre question ainsi que le profil client pour chacun d'eux par catégorie.

Recevez, [REDACTED] l'expression de nos sentiments distingués.

Le Responsable adjoint à l'information

[REDACTED]

Daniel Collette

Catégorie MRP	Rang TOP 10	No article	Article (ds)	Format en litre
Vodka et Alcool	1	11584486	Smirnoff No.21	1,140
	2	11557007	Smirnoff No.21	0,750
	3	38505	Smirnoff No.21	1,750
	4	67	Smirnoff No.21	0,750
	5	54593	Troika	1,750
	6	11401133	Absolut	1,140
	7	11584849	Troika	1,140
	8	3004	Troika	0,750
	9	110056	Absolut	0,750
	10	11025617	Grey Goose vodka	0,750
Gin	1	11530841	Bombay Sapphire	1,140
	2	11156764	Ungava	0,750
	3	11447414	Tanqueray	1,140
	4	13735305	Romeo's Gin	0,750
	5	13567971	Seventh Heaven	0,750
	6	316844	Bombay Sapphire	0,750
	7	11584072	Gordon's	1,140
	8	11405679	Beefeater	1,140
	9	406	De Kuyper Genièvre	1,140
	10	13126059	Ungava	1,140
Rhum	1	11584478	Captain Morgan Original Spiced	1,140
	2	500512	Captain Morgan Original Spiced	0,750
	3	11342049	Captain Morgan Original Spiced	1,750
	4	11480054	Havana Club Anejo Reserva	1,140
	5	13478679	Bacardi Superior	1,140
	6	45898	Bacardi Superior	1,750
	7	117	Bacardi Superior	0,750
	8	11464257	Appleton Estate Signature	1,140
	9	177808	Appleton Estate Signature	0,750
	10	11964606	The Kraken	0,750
Whisky	1	11584013	Crown Royal	1,140
	2	11495424	Canadian Club	1,140
	3	10157	Jameson	0,750
	4	11582907	Jack Daniel's Old No 7 américain	1,140
	5	42	Canadian Club	0,750
	6	41384	Jack Daniel's Old No 7	0,750
	7	1487	Crown Royal	0,750
	8	12275221	Jameson	1,140
	9	10749795	J.P. Wiser's Deluxe	0,750
	10	11155956	Bulleit Frontier Bourbon	0,750

PROFIL CLIENT : ACHETEURS GIN

Période d'analyse : De P11-2018 À P10-2019



NOMBRE D'ACHETEURS

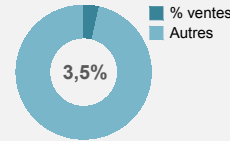
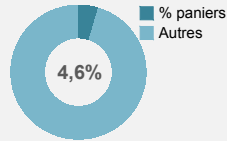
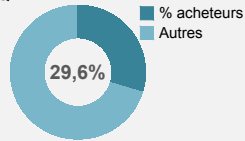


542 010

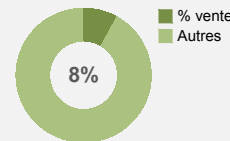
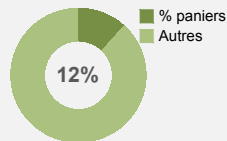
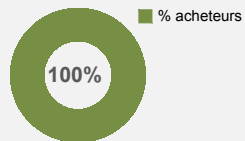
Membres Inspire

PORTRAIT GLOBAL

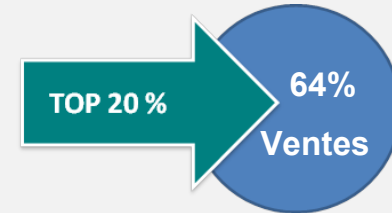
TOTAL SAQ



ACHETEURS



CLIENTS LES PLUS ENGAGÉS

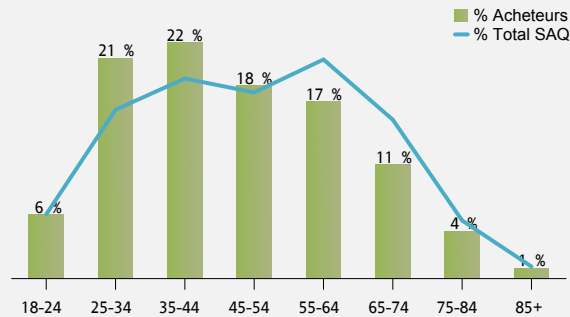


SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE



52% femmes
48% hommes

(SAQ :56%) (SAQ: 44%)

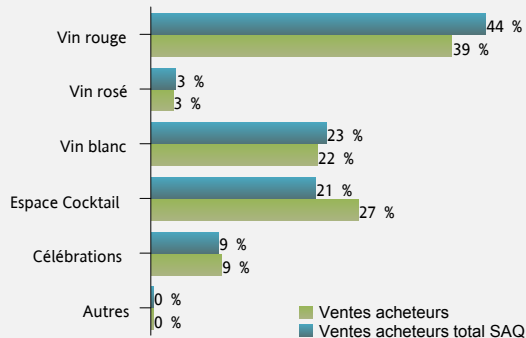


COMPORTEMENT D'ACHAT - DES ACHETEURS

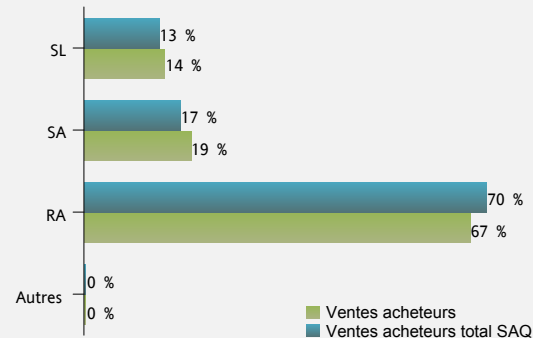
Par transaction	ACHETEURS		TOTAL SAQ
	Des critères sélectionnés	Tous produits SAQ	Tous produits SAQ
Panier moyen	43,56 \$	63,42 \$	56,89 \$
Nombre moyen de bouteilles	1,2	3,5	3,4
Prix moyen bouteilles	37,84 \$	17,95 \$	16,85 \$
Par période (par membre)	ACHETEURS		TOTAL SAQ
Nombre moyen de transactions	0,3	2,2	1,7
Nombre moyen de bouteilles	0,3	7,9	5,7
Dépenses moyennes	11,38 \$	142,55 \$	96,70 \$

COMPORTEMENT D'ACHAT - TOUS PRODUITS SAQ

UNIVERS GPC



TYPE DE LISTING

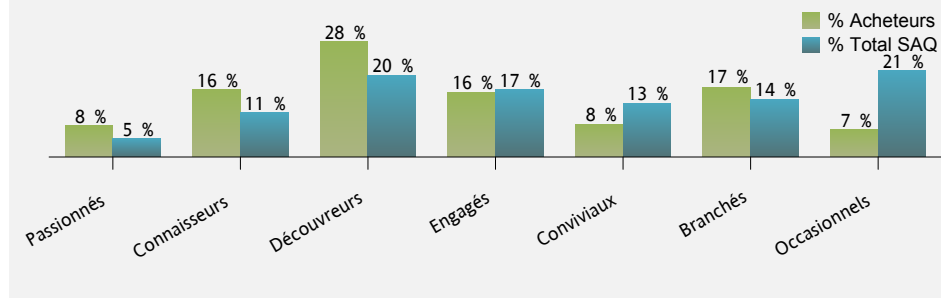


PROFIL CLIENT : ACHETEURS GIN

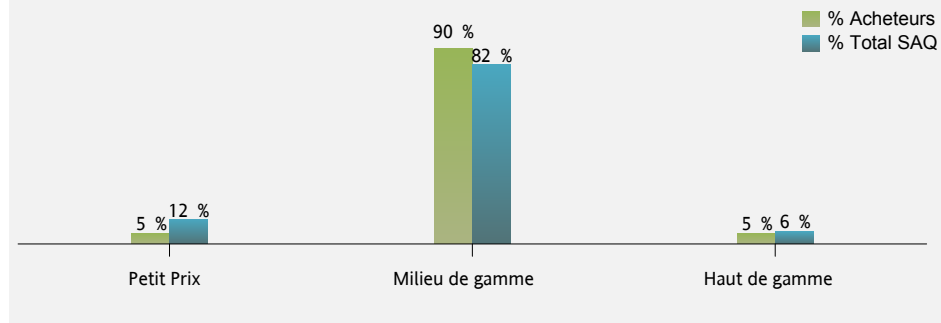
Période d'analyse : De P11-2018 À P10-2019



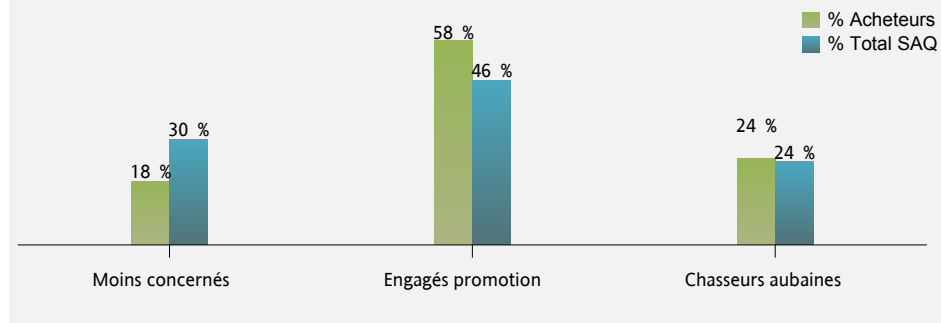
SEGMENTATION STYLE DE VIE



SEGMENTATION PRIX



SEGMENTATION PROMOTION

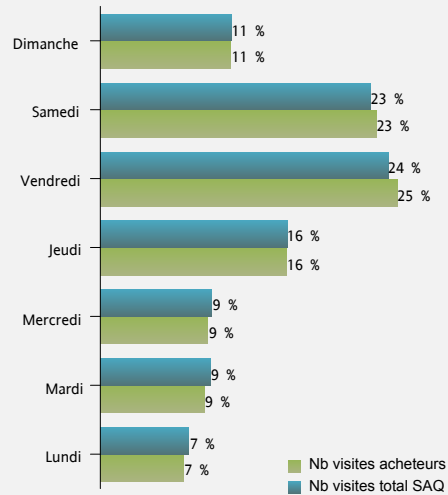


ACTIVITÉ PROGRAMME

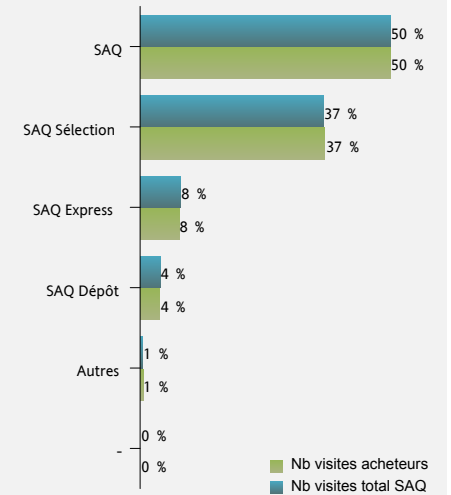
Par période (par membre)	ACHETEURS	TOTAL SAQ
Points accumulés	3 467	2 327
Points utilisés	3 147	2 106

COMPORTEMENT DES VISITES

DISTRIBUTION DES JOURS (AVEC TRANSACTION)



DISTRIBUTION DES BANNIÈRES (AVEC TRANSACTION)



COM-PROF-029 Profil client pour critères sélectionnés (VPSI-MDP-ACC)

Indicateurs	Descriptions
Nombre d'acheteurs	Nombre de membres du programme SAQ Inspire qui ont acheté la catégorie*
Portrait global	
Total saq	
% acheteurs	Les acheteurs de la catégories* représentent X % du total la population SAQ Inspire
% paniers	X % des paniers contenant la catégories* sur l'ensemble des transactions SAQ Inspire
% ventes	Les ventes de la catégories* représentent X % des ventes totales SAQ Inspire
Acheteurs	
% acheteurs	Les acheteurs de la catégories* représentent 100 % de la population d'acheteur de la catégories*
% paniers	X% de paniers contenant la catégories* sur l'ensemble des transactions de sa clientèle
% ventes	Les ventes \$ de la catégories* représentent X % des achats totaux de sa clientèle
Clients les plus engagés	20 % des meilleurs acheteurs ont généré X % des ventes de la catégories*
Socio-démographique	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon le groupe d'âge actuel
Comportement d'achat - Des acheteurs	Comparaison du comportement d'achat des acheteurs de la catégories* et de la population SAQ Inspire
Par transaction	Acheteurs de la catégorie* : part des ventes \$ de la catégories* dans le panier de l'acheteur (moyenne) Acheteurs tous produits SAQ : panier moyen de l'acheteur pour tous les produits SAQ (Ventes \$ acheteur/Nb panier acheteur) Total SAQ panier moyen de la population SAQ Inspire pour tous les produits SAQ (Ventes \$/Nb panier)
Par période	Acheteurs de la catégorie* : nombre moyen de paniers des acheteurs contenant la catégories*, par période SAQ Acheteurs tous produits SAQ : nombre moyen de paniers des acheteurs pour tous les produits, par période SAQ Total SAQ : nombre moyen de paniers de la population SAQ Inspire pour tous les produits, par période SAQ
Comportement d'achat - Tous produits SAQ	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon l'univers GPC et le type de listing
Segmentation style de vie	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon la segmentation style de vie
Activité programme	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; sur le nb de points accumulés et utilisés en moyenne, par membre, par période
Segmentation prix	
Petit prix	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de 60 % de leurs achats de vins et de spiritueux dans la gamme des Petit prix (Vins entre 0-12\$, spirits entre 0-20\$)
Milieu de gamme	Membres SAQ Inspire qui n'ont pas 60 % de leurs achats dans la gamme des Petit prix ni 60 % de leurs achats dans la gamme des produits haut de gamme
Haut de gamme	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de 60 % de leurs achats de vins et de spiritueux dans la gamme Haut de gamme (vins +20\$, spirits +40\$)
Comportement des visites	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon les jours de la semaine et la bannière où la transaction a été faite
Segmentation promotion	
Non-concernées	Membres SAQ Inspire qui ont acheté moins de 15 % de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme SAQ Inspire
Engagés	Membres SAQ Inspire qui ont acheté entre 15 % et 50 % de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme SAQ Inspire
Chasseur d'aubaines	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de la moitié de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme SAQ Inspire

*Critères sélectionnés en invite

Filtres	Description	Sélection
Facultatif	Département:	
Facultatif	Sous-Catégorie:	
Facultatif	Catégorie MRP:	Gin
Facultatif	Type de listing:	
Facultatif	Bannière:	
Facultatif	Succursale:	
Facultatif	Pastille de goût:	
Facultatif	Pays d'origine:	
Facultatif	Sous-région d'origine:	
Facultatif	Groupe d'âge:	
Facultatif	Langue de correspondance:	
Facultatif	Genre:	
Facultatif	Segmentation:	
Facultatif	Qté plus grande que:	
Facultatif	Appellation:	
Facultatif	Id client:	

PROFIL CLIENT : ACHETEURS RHUM

Période d'analyse : De P11-2018 À P10-2019



NOMBRE D'ACHETEURS

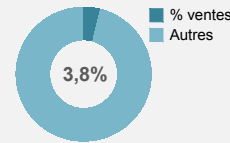
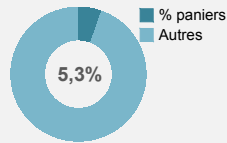
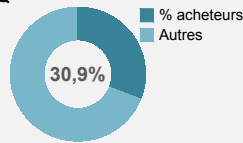


564 895

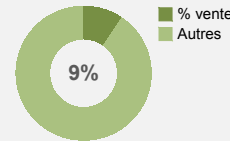
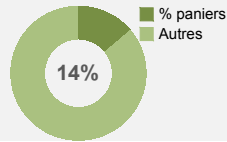
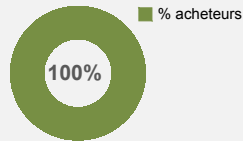
Membres Inspire

PORTRAIT GLOBAL

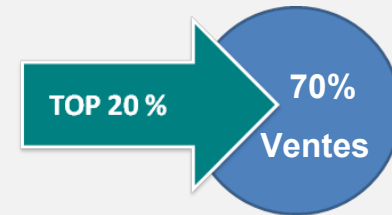
TOTAL SAQ



ACHETEURS



CLIENTS LES PLUS ENGAGÉS

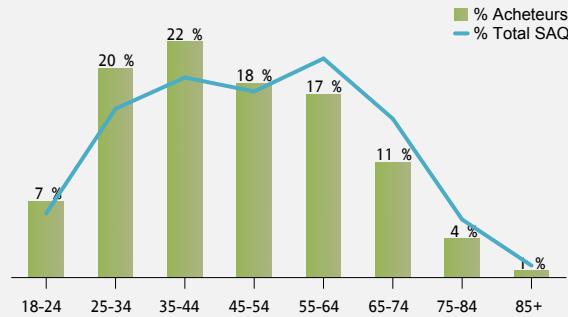


SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE



51% femmes
49% hommes

(SAQ :56%) (SAQ :44%)

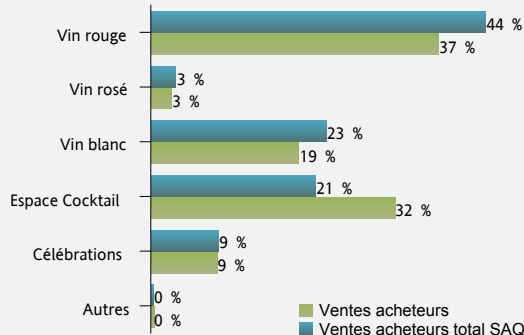


COMPORTEMENT D'ACHAT - DES ACHETEURS

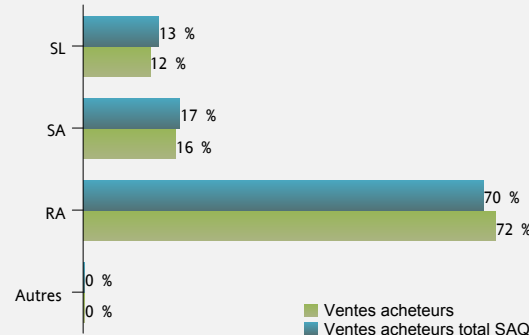
Par transaction	ACHETEURS		TOTAL SAQ
	Des critères sélectionnés	Tous produits SAQ	Tous produits SAQ
Panier moyen	40,10 \$	59,16 \$	56,89 \$
Nombre moyen de bouteilles	1,1	3,4	3,4
Prix moyen bouteilles	34,95 \$	17,53 \$	16,85 \$
Par période (par membre)	ACHETEURS		TOTAL SAQ
Nombre moyen de transactions	0,3	2,1	1,7
Nombre moyen de bouteilles	0,3	7,2	5,7
Dépenses moyennes	11,80 \$	126,27 \$	96,70 \$

COMPORTEMENT D'ACHAT - TOUS PRODUITS SAQ

UNIVERS GPC



TYPE DE LISTING

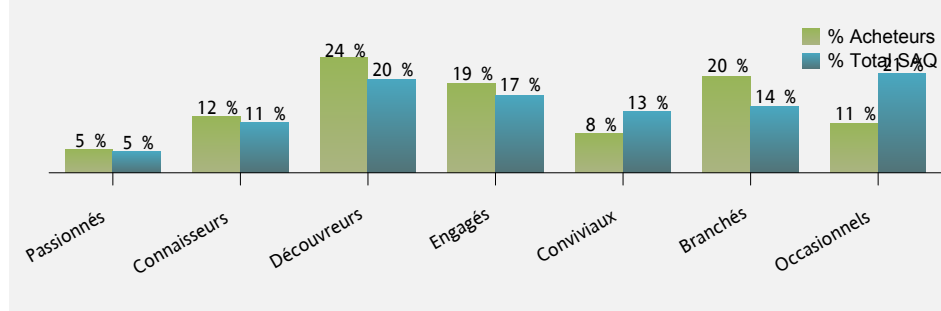


PROFIL CLIENT : ACHETEURS RHUM

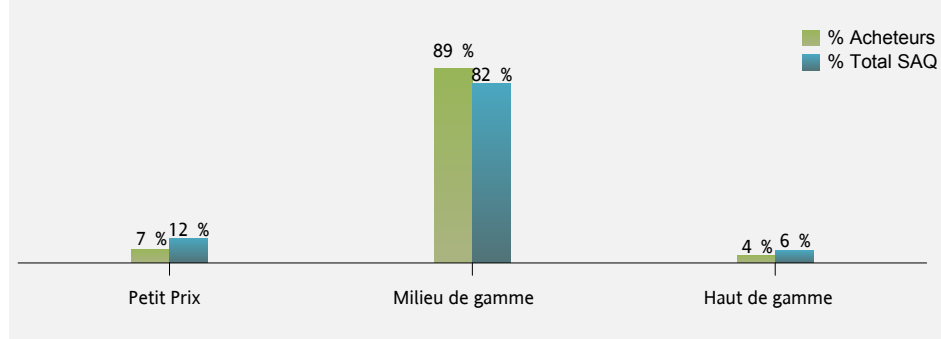
Période d'analyse : De P11-2018 À P10-2019



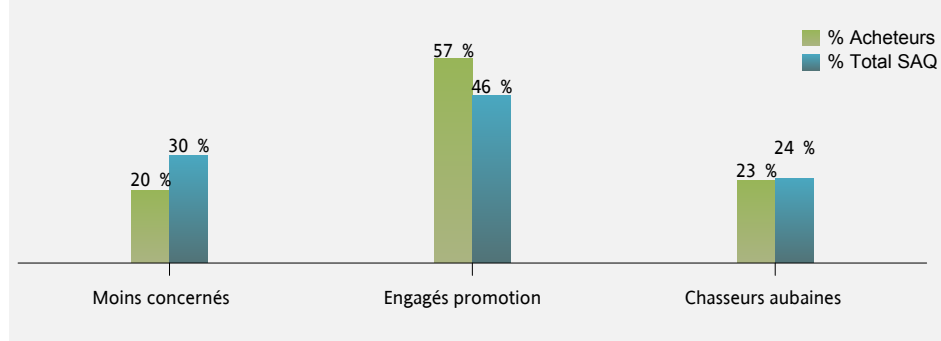
SEGMENTATION STYLE DE VIE



SEGMENTATION PRIX



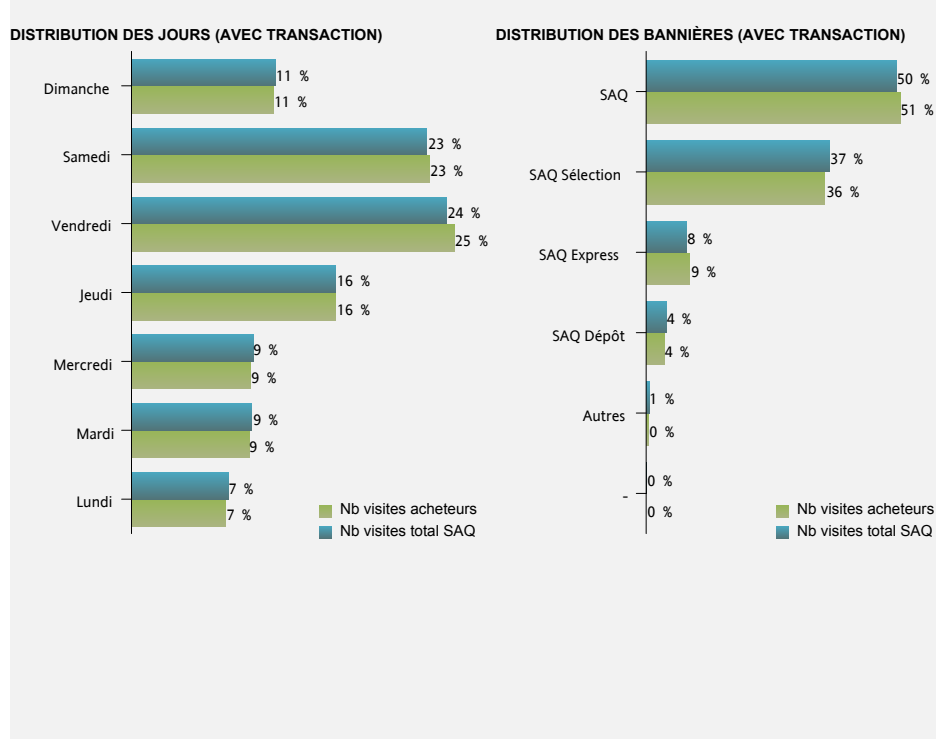
SEGMENTATION PROMOTION



ACTIVITÉ PROGRAMME

Par période (par membre)	ACHETEURS	TOTAL SAQ
Points accumulés	3 114	2 327
Points utilisés	2 818	2 106

COMPORTEMENT DES VISITES



COM-PROF-029 Profil client pour critères sélectionnés (VPSI-MDP-ACC)

Indicateurs	Descriptions
Nombre d'acheteurs	Nombre de membres du programme SAQ Inspire qui ont acheté la catégorie*
Portrait global	
Total saq	
% acheteurs	Les acheteurs de la catégories* représentent X % du total la population SAQ Inspire
% paniers	X % des paniers contenant la catégories* sur l'ensemble des transactions SAQ Inspire
% ventes	Les ventes de la catégories* représentent X % des ventes totales SAQ Inspire
Acheteurs	
% acheteurs	Les acheteurs de la catégories* représentent 100 % de la population d'acheteur de la catégories*
% paniers	X% de paniers contenant la catégories* sur l'ensemble des transactions de sa clientèle
% ventes	Les ventes \$ de la catégories* représentent X % des achats totaux de sa clientèle
Clients les plus engagés	20 % des meilleurs acheteurs ont généré X % des ventes de la catégories*
Socio-démographique	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon le groupe d'âge actuel
Comportement d'achat - Des acheteurs	Comparaison du comportement d'achat des acheteurs de la catégories* et de la population SAQ Inspire
Par transaction	Acheteurs de la catégorie* : part des ventes \$ de la catégories* dans le panier de l'acheteur (moyenne) Acheteurs tous produits SAQ : panier moyen de l'acheteur pour tous les produits SAQ (Ventes \$ acheteur/Nb panier acheteur) Total SAQ panier moyen de la population SAQ Inspire pour tous les produits SAQ (Ventes \$/Nb panier)
Par période	Acheteurs de la catégorie* : nombre moyen de paniers des acheteurs contenant la catégories*, par période SAQ Acheteurs tous produits SAQ : nombre moyen de paniers des acheteurs pour tous les produits, par période SAQ Total SAQ : nombre moyen de paniers de la population SAQ Inspire pour tous les produits, par période SAQ
Comportement d'achat - Tous produits SAQ	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon l'univers GPC et le type de listing
Segmentation style de vie	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon la segmentation style de vie
Activité programme	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; sur le nb de points accumulés et utilisés en moyenne, par membre, par période
Segmentation prix	
Petit prix	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de 60 % de leurs achats de vins et de spiritueux dans la gamme des Petit prix (Vins entre 0-12\$, spirits entre 0-20\$)
Milieu de gamme	Membres SAQ Inspire qui n'ont pas 60 % de leurs achats dans la gamme des Petit prix ni 60 % de leurs achats dans la gamme des produits haut de gamme
Haut de gamme	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de 60 % de leurs achats de vins et de spiritueux dans la gamme Haut de gamme (vins +20\$, spirits +40\$)
Comportement des visites	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon les jours de la semaine et la bannière où la transaction a été faite
Segmentation promotion	
Non-concernées	Membres SAQ Inspire qui ont acheté moins de 15 % de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme SAQ Inspire
Engagés	Membres SAQ Inspire qui ont acheté entre 15 % et 50 % de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme SAQ Inspire
Chasseur d'aubaines	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de la moitié de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme SAQ Inspire

*Critères sélectionnés en invite

Filtres	Description	Sélection
Facultatif	Département:	
Facultatif	Sous-Catégorie:	
Facultatif	Catégorie MRP:	Rhum
Facultatif	Type de listing:	
Facultatif	Bannière:	
Facultatif	Succursale:	
Facultatif	Pastille de goût:	
Facultatif	Pays d'origine:	
Facultatif	Sous-région d'origine:	
Facultatif	Groupe d'âge:	
Facultatif	Langue de correspondance:	
Facultatif	Genre:	
Facultatif	Segmentation:	
Facultatif	Qté plus grande que:	
Facultatif	Appellation:	
Facultatif	Id client:	

PROFIL CLIENT : ACHETEURS VODKA ET ALCOOL

Période d'analyse : De P11-2018 À P10-2019



NOMBRE D'ACHETEURS

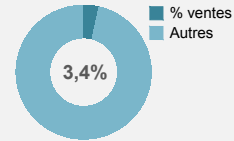
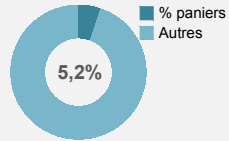
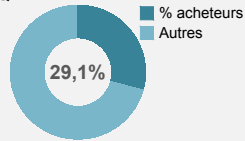


532 457

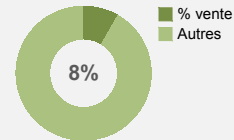
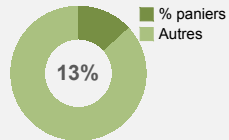
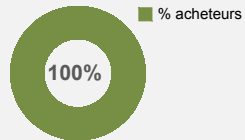
Membres Inspire

PORTRAIT GLOBAL

TOTAL SAQ



ACHETEURS



CLIENTS LES PLUS ENGAGÉS

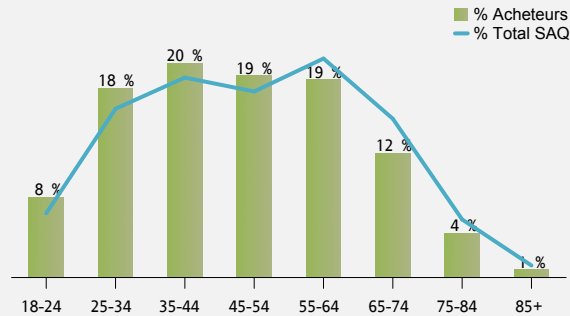


SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE



53% femmes
47% hommes

(SAQ :56%) (SAQ :44%)



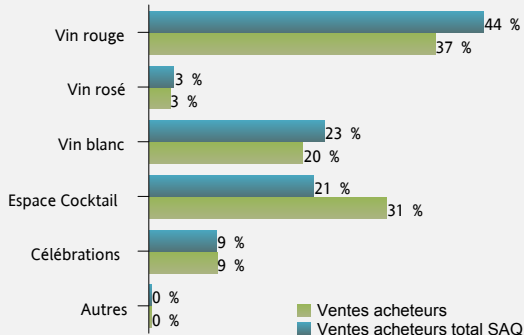
COMPORTEMENT D'ACHAT - DES ACHETEURS

Par transaction	ACHETEURS		TOTAL SAQ
	Des critères sélectionnés	Tous produits SAQ	Tous produits SAQ
Panier moyen	37,59 \$	59,96 \$	56,89 \$
Nombre moyen de bouteilles	1,2	3,4	3,4
Prix moyen bouteilles	32,67 \$	17,46 \$	16,85 \$

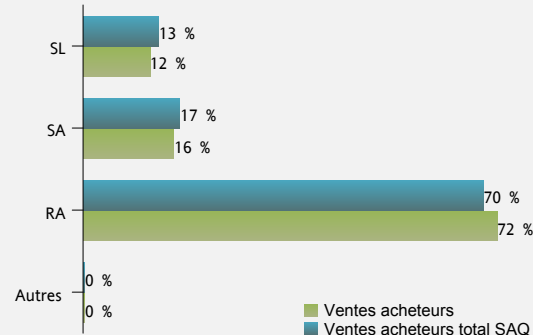
Par période (par membre)	ACHETEURS		TOTAL SAQ
	Nombre moyen de transactions	0,3	2,3
Nombre moyen de bouteilles	0,3	7,9	5,7
Dépenses moyennes	11,37 \$	137,70 \$	96,70 \$

COMPORTEMENT D'ACHAT - TOUS PRODUITS SAQ

UNIVERS GPC



TYPE DE LISTING

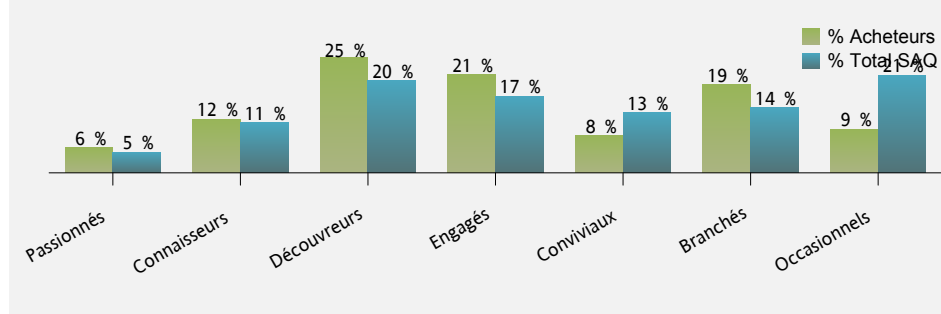


PROFIL CLIENT : ACHETEURS VODKA ET ALCOOL

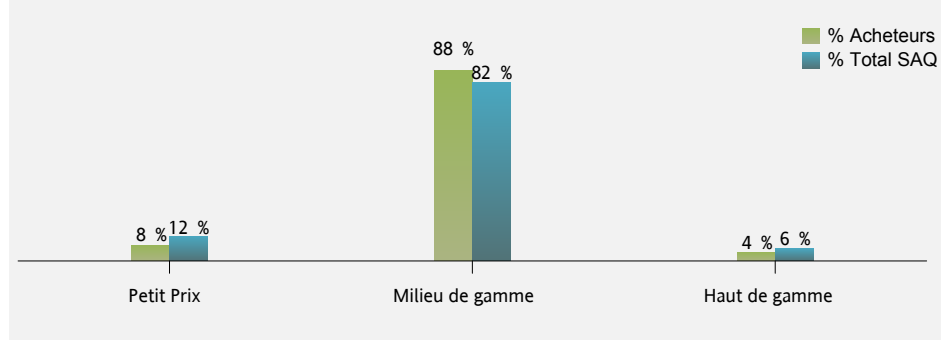
Période d'analyse : De P11-2018 À P10-2019



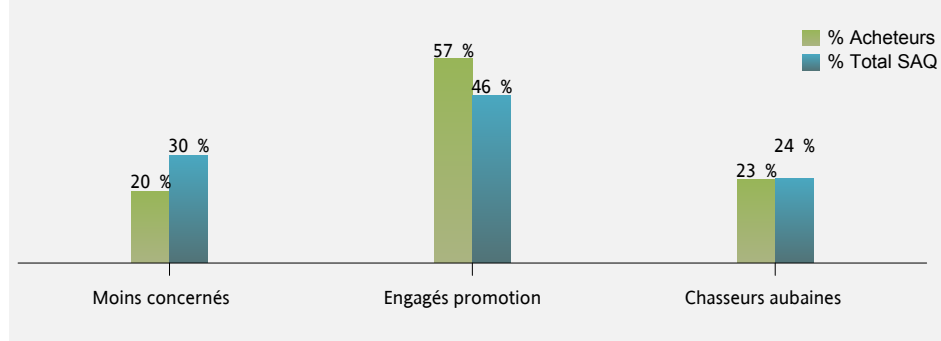
SEGMENTATION STYLE DE VIE



SEGMENTATION PRIX



SEGMENTATION PROMOTION

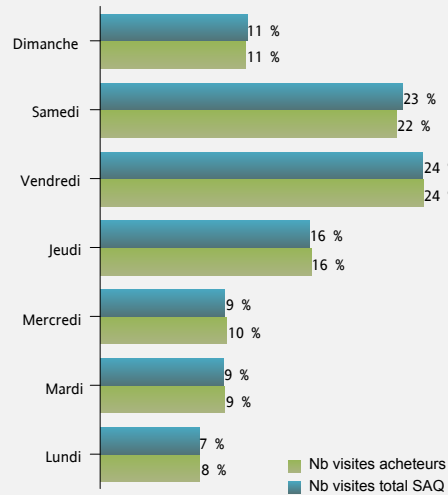


ACTIVITÉ PROGRAMME

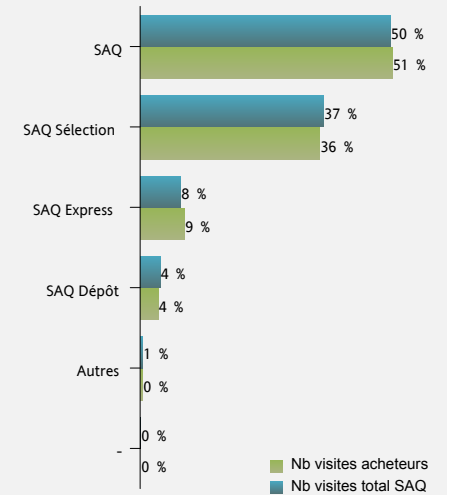
Par période (par membre)	ACHETEURS	TOTAL SAQ
Points accumulés	3 418	2 327
Points utilisés	3 110	2 106

COMPORTEMENT DES VISITES

DISTRIBUTION DES JOURS (AVEC TRANSACTION)



DISTRIBUTION DES BANNIÈRES (AVEC TRANSACTION)



COM-PROF-029 Profil client pour critères sélectionnés (VPSI-MDP-ACC)

Indicateurs	Descriptions
Nombre d'acheteurs	Nombre de membres du programme SAQ Inspire qui ont acheté la catégorie*
Portrait global	
Total saq	
% acheteurs	Les acheteurs de la catégories* représentent X % du total la population SAQ Inspire
% paniers	X % des paniers contenant la catégories* sur l'ensemble des transactions SAQ Inspire
% ventes	Les ventes de la catégories* représentent X % des ventes totales SAQ Inspire
Acheteurs	
% acheteurs	Les acheteurs de la catégories* représentent 100 % de la population d'acheteur de la catégories*
% paniers	X% de paniers contenant la catégories* sur l'ensemble des transactions de sa clientèle
% ventes	Les ventes \$ de la catégories* représentent X % des achats totaux de sa clientèle
Clients les plus engagés	20 % des meilleurs acheteurs ont généré X % des ventes de la catégories*
Socio-démographique	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon le groupe d'âge actuel
Comportement d'achat - Des acheteurs	Comparaison du comportement d'achat des acheteurs de la catégories* et de la population SAQ Inspire
Par transaction	Acheteurs de la catégorie* : part des ventes \$ de la catégories* dans le panier de l'acheteur (moyenne) Acheteurs tous produits SAQ : panier moyen de l'acheteur pour tous les produits SAQ (Ventes \$ acheteur/Nb panier acheteur) Total SAQ panier moyen de la population SAQ Inspire pour tous les produits SAQ (Ventes \$/Nb panier)
Par période	Acheteurs de la catégorie* : nombre moyen de paniers des acheteurs contenant la catégories*, par période SAQ Acheteurs tous produits SAQ : nombre moyen de paniers des acheteurs pour tous les produits, par période SAQ Total SAQ : nombre moyen de paniers de la population SAQ Inspire pour tous les produits, par période SAQ
Comportement d'achat - Tous produits SAQ	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon l'univers GPC et le type de listing
Segmentation style de vie	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon la segmentation style de vie
Activité programme	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; sur le nb de points accumulés et utilisés en moyenne, par membre, par période
Segmentation prix	
Petit prix	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de 60 % de leurs achats de vins et de spiritueux dans la gamme des Petit prix (Vins entre 0-12\$, spirits entre 0-20\$)
Milieu de gamme	Membres SAQ Inspire qui n'ont pas 60 % de leurs achats dans la gamme des Petit prix ni 60 % de leurs achats dans la gamme des produits haut de gamme
Haut de gamme	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de 60 % de leurs achats de vins et de spiritueux dans la gamme Haut de gamme (vins +20\$, spirits +40\$)
Comportement des visites	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon les jours de la semaine et la bannière où la transaction a été faite
Segmentation promotion	
Non-concernées	Membres SAQ Inspire qui ont acheté moins de 15 % de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme SAQ Inspire
Engagés	Membres SAQ Inspire qui ont acheté entre 15 % et 50 % de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme SAQ Inspire
Chasseur d'aubaines	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de la moitié de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme SAQ Inspire

*Critères sélectionnés en invite

Filtres	Description	Sélection
Facultatif	Département:	
Facultatif	Sous-Catégorie:	
Facultatif	Catégorie MRP:	Vodka et Alcool
Facultatif	Type de listing:	
Facultatif	Bannière:	
Facultatif	Succursale:	
Facultatif	Pastille de goût:	
Facultatif	Pays d'origine:	
Facultatif	Sous-région d'origine:	
Facultatif	Groupe d'âge:	
Facultatif	Langue de correspondance:	
Facultatif	Genre:	
Facultatif	Segmentation:	
Facultatif	Qté plus grande que:	
Facultatif	Appellation:	
Facultatif	Id client:	

PROFIL CLIENT : ACHETEURS WHISKY

Période d'analyse : De P11-2018 À P10-2019



NOMBRE D'ACHETEURS

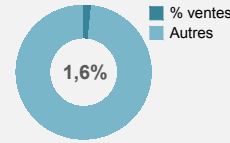
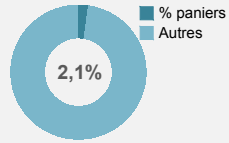
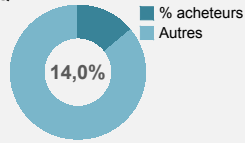


255 447

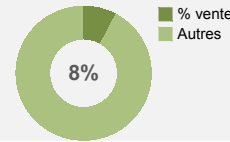
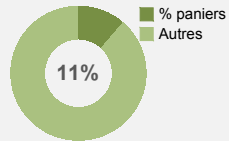
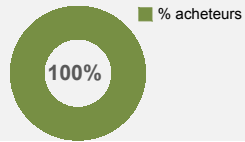
Membres Inspire

PORTRAIT GLOBAL

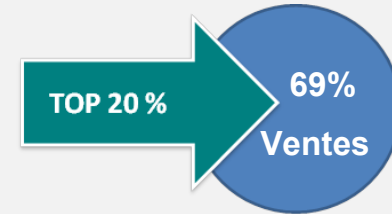
TOTAL SAQ



ACHETEURS



CLIENTS LES PLUS ENGAGÉS

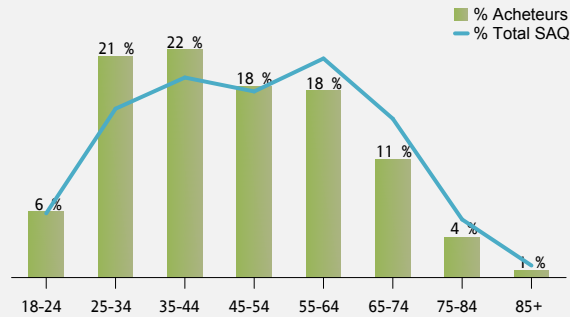


SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE



43% femmes
57% hommes

(SAQ :56%) (SAQ: 44%)

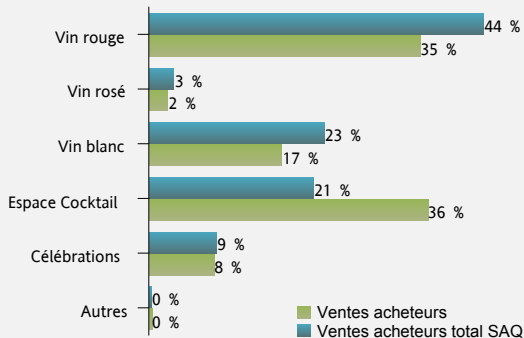


COMPORTEMENT D'ACHAT - DES ACHETEURS

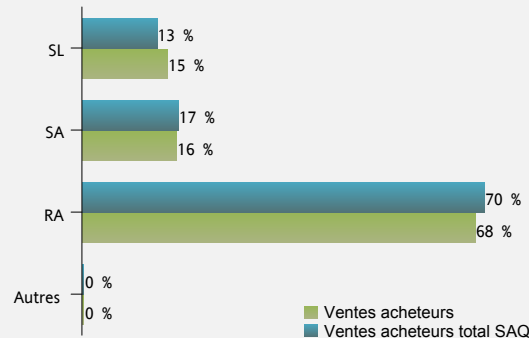
Par transaction	ACHETEURS		TOTAL SAQ
	Des critères sélectionnés	Tous produits SAQ	Tous produits SAQ
Panier moyen	43,35 \$	63,34 \$	56,89 \$
Nombre moyen de bouteilles	1,1	3,3	3,4
Prix moyen bouteilles	37,78 \$	19,05 \$	16,85 \$

COMPORTEMENT D'ACHAT - TOUS PRODUITS SAQ

UNIVERS GPC



TYPE DE LISTING



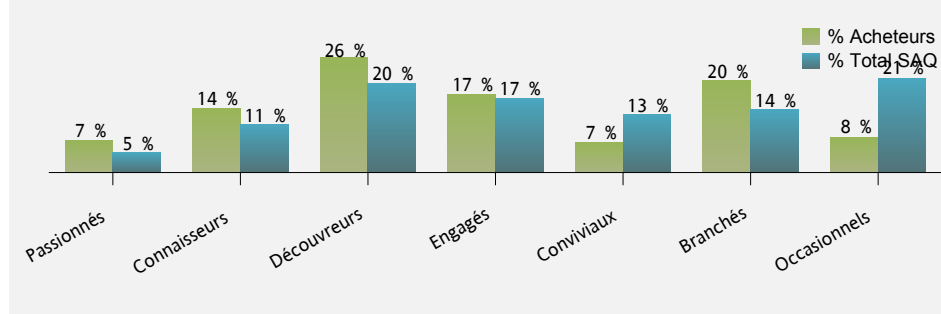
Par période (par membre)	ACHETEURS		TOTAL SAQ
	Nombre moyen de transactions	0,3	2,3
Nombre moyen de bouteilles	0,3	7,7	5,7
Dépenses moyennes	11,27 \$	146,26 \$	96,70 \$

PROFIL CLIENT : ACHETEURS WHISKY

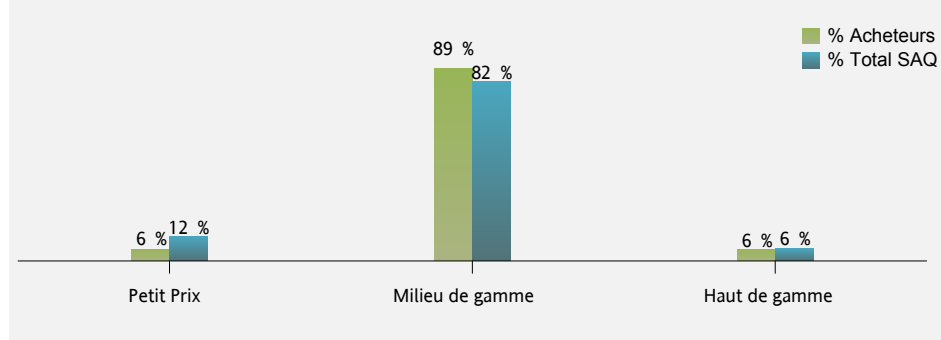
Période d'analyse : De P11-2018 À P10-2019



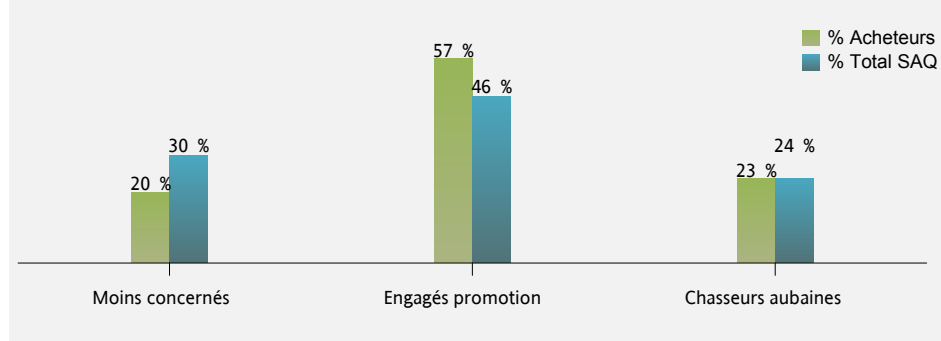
SEGMENTATION STYLE DE VIE



SEGMENTATION PRIX



SEGMENTATION PROMOTION

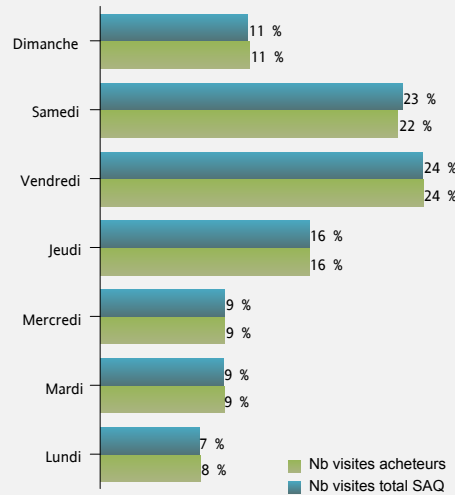


ACTIVITÉ PROGRAMME

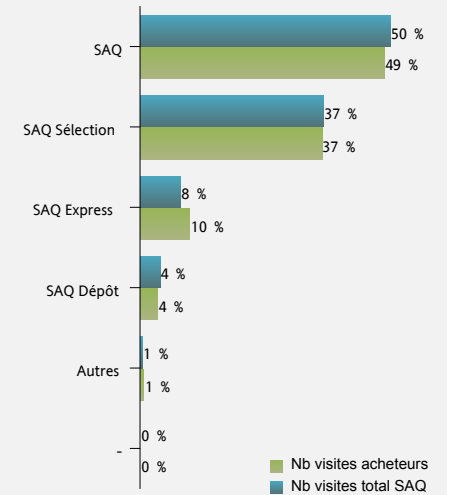
Par période (par membre)	ACHETEURS	TOTAL SAQ
Points accumulés	3 622	2 327
Points utilisés	3 263	2 106

COMPORTEMENT DES VISITES

DISTRIBUTION DES JOURS (AVEC TRANSACTION)



DISTRIBUTION DES BANNIÈRES (AVEC TRANSACTION)



COM-PROF-029 Profil client pour critères sélectionnés (VPSI-MDP-ACC)

Indicateurs	Descriptions
Nombre d'acheteurs	Nombre de membres du programme SAQ Inspire qui ont acheté la catégorie*
Portrait global	
Total saq	
% acheteurs	Les acheteurs de la catégories* représentent X % du total la population SAQ Inspire
% paniers	X % des paniers contenant la catégories* sur l'ensemble des transactions SAQ Inspire
% ventes	Les ventes de la catégories* représentent X % des ventes totales SAQ Inspire
Acheteurs	
% acheteurs	Les acheteurs de la catégories* représentent 100 % de la population d'acheteur de la catégories*
% paniers	X% de paniers contenant la catégories* sur l'ensemble des transactions de sa clientèle
% ventes	Les ventes \$ de la catégories* représentent X % des achats totaux de sa clientèle
Clients les plus engagés	20 % des meilleurs acheteurs ont généré X % des ventes de la catégories*
Socio-démographique	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon le groupe d'âge actuel
Comportement d'achat - Des acheteurs	Comparaison du comportement d'achat des acheteurs de la catégories* et de la population SAQ Inspire
Par transaction	Acheteurs de la catégorie* : part des ventes \$ de la catégories* dans le panier de l'acheteur (moyenne) Acheteurs tous produits SAQ : panier moyen de l'acheteur pour tous les produits SAQ (Ventes \$ acheteur/Nb panier acheteur) Total SAQ panier moyen de la population SAQ Inspire pour tous les produits SAQ (Ventes \$/Nb panier)
Par période	Acheteurs de la catégorie* : nombre moyen de paniers des acheteurs contenant la catégories*, par période SAQ Acheteurs tous produits SAQ : nombre moyen de paniers des acheteurs pour tous les produits, par période SAQ Total SAQ : nombre moyen de paniers de la population SAQ Inspire pour tous les produits, par période SAQ
Comportement d'achat - Tous produits SAQ	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon l'univers GPC et le type de listing
Segmentation style de vie	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon la segmentation style de vie
Activité programme	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; sur le nb de points accumulés et utilisés en moyenne, par membre, par période
Segmentation prix	
Petit prix	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de 60 % de leurs achats de vins et de spiritueux dans la gamme des Petit prix (Vins entre 0-12\$, spirits entre 0-20\$)
Milieu de gamme	Membres SAQ Inspire qui n'ont pas 60 % de leurs achats dans la gamme des Petit prix ni 60 % de leurs achats dans la gamme des produits haut de gamme
Haut de gamme	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de 60 % de leurs achats de vins et de spiritueux dans la gamme Haut de gamme (vins +20\$, spirits +40\$)
Comportement des visites	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon les jours de la semaine et la bannière où la transaction a été faite
Segmentation promotion	
Non-concernées	Membres SAQ Inspire qui ont acheté moins de 15 % de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme SAQ Inspire
Engagés	Membres SAQ Inspire qui ont acheté entre 15 % et 50 % de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme SAQ Inspire
Chasseur d'aubaines	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de la moitié de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme SAQ Inspire

*Critères sélectionnés en invite

Filtres	Description	Sélection
Facultatif	Département:	
Facultatif	Sous-Catégorie:	
Facultatif	Catégorie MRP:	Whisky
Facultatif	Type de listing:	
Facultatif	Bannière:	
Facultatif	Succursale:	
Facultatif	Pastille de goût:	
Facultatif	Pays d'origine:	
Facultatif	Sous-région d'origine:	
Facultatif	Groupe d'âge:	
Facultatif	Langue de correspondance:	
Facultatif	Genre:	
Facultatif	Segmentation:	
Facultatif	Qté plus grande que:	
Facultatif	Appellation:	
Facultatif	Id client:	