



# Beauté



# Saint-Valentin

## Achats de produits de beauté en succursale

Les achats en succursale pour la Saint-Valentin ont diminué par rapport à l'an dernier, bien que l'on observe une **croissance environ un mois** avant la fête.

- Les ventes en succursale ont connu une croissance à un chiffre par rapport à l'an dernier au cours de la semaine du 23 au 29 janvier.

Parmi ces acheteurs, les **principales catégories de magasinage croisé** incluent les produits d'épicerie, tels que les collations salées, les fruits et légumes frais et le lait.

- Ces clients profitent probablement de leurs visites habituelles en succursale pour se procurer à la fois leurs achats habituels et leurs cadeaux, ce qui illustre l'expérience d'achat pratique qu'offre Walmart.



Données Walmart sur les premiers tiers, de janvier 2025 à février 2025

EXCLUSIF ET CONFIDENTIEL

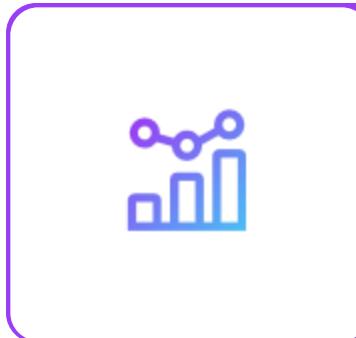


### Principales sous-catégories

Rouge à lèvres | **Cils** | Brillant à lèvres  
**Vernis à ongles** | Trousse de manucure



Les occasions de publicité en succursale doivent être **mises en place rapidement** afin de capter l'attention des acheteurs au moment où l'activité est la plus forte.



La valeur moyenne d'une commande en succursale est **1,1x supérieure** à celle d'une commande en ligne.



# Saint-Valentin

## Achats de produits de beauté en ligne

L'année dernière, la catégorie Beauté a vu revenir les acheteurs en ligne (54 %) et en accueillir de nouveaux chez Walmart (46 %) **avec un pic d'activité pendant la semaine de la Saint-Valentin.**

- Les dépenses les plus importantes proviennent des provinces de l'Ontario, de l'Alberta, du Québec et de la Colombie-Britannique.

Cette tendance offre **deux axes d'occasions de ciblage en ligne :**

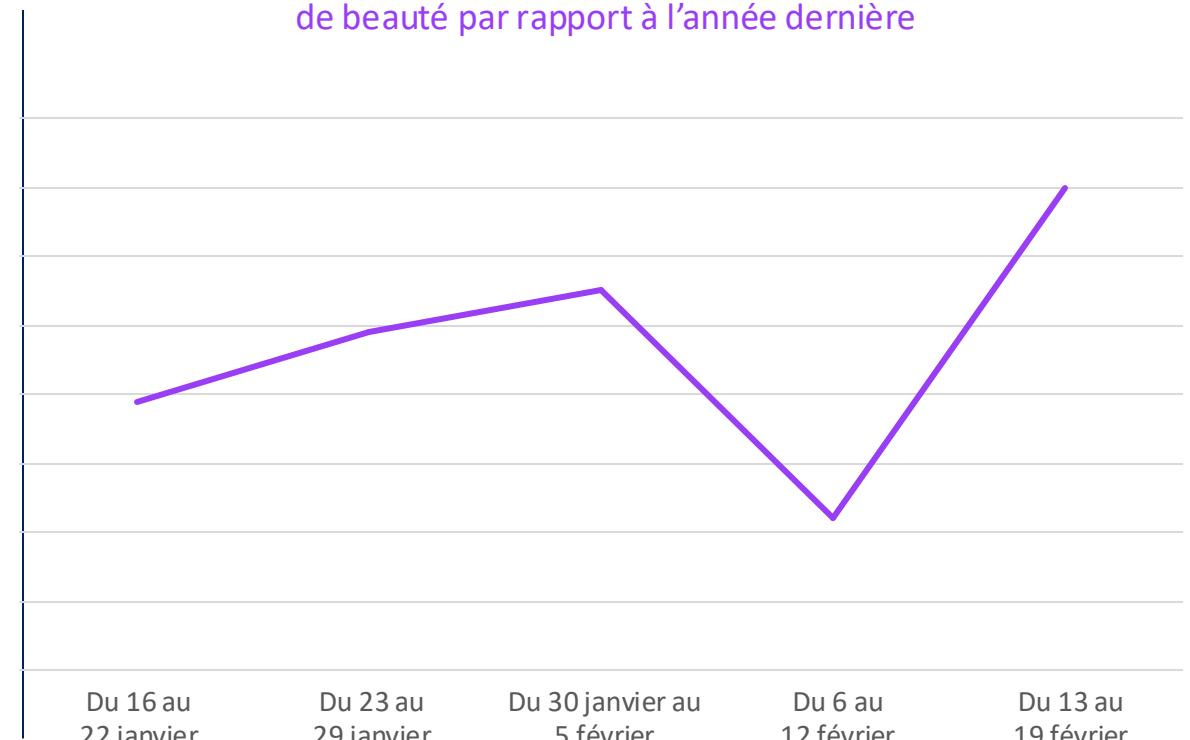
- Au-delà de ces provinces clés, miser sur la hausse des dépenses chez les acheteurs des Prairies, des Maritimes et du Nord du Canada.
- Renforcer ou maintenir les investissements de ciblage dans les provinces qui connaissent déjà un fort engagement.

### Principales sous-catégories en ligne :



- Eau de cologne pour hommes
- Parfum pour femmes
- Rouge à lèvres
- Faux cils et extensions
- Encre pour les lèvres

Croissance hebdomadaire des ventes en ligne de produits de beauté par rapport à l'année dernière





# Saint-Valentin

## Recherches de produits de beauté

Les acheteurs commencent à rechercher des articles liés à la Saint-Valentin quelques semaines avant la fête, avec un pic d'intérêt pendant la semaine même de l'événement. Les mots-clés de recherche révèlent un intérêt marqué pour les produits de beauté et de soins personnels, peut-être pour se préparer pour la Saint-Valentin ou en guise de cadeaux.

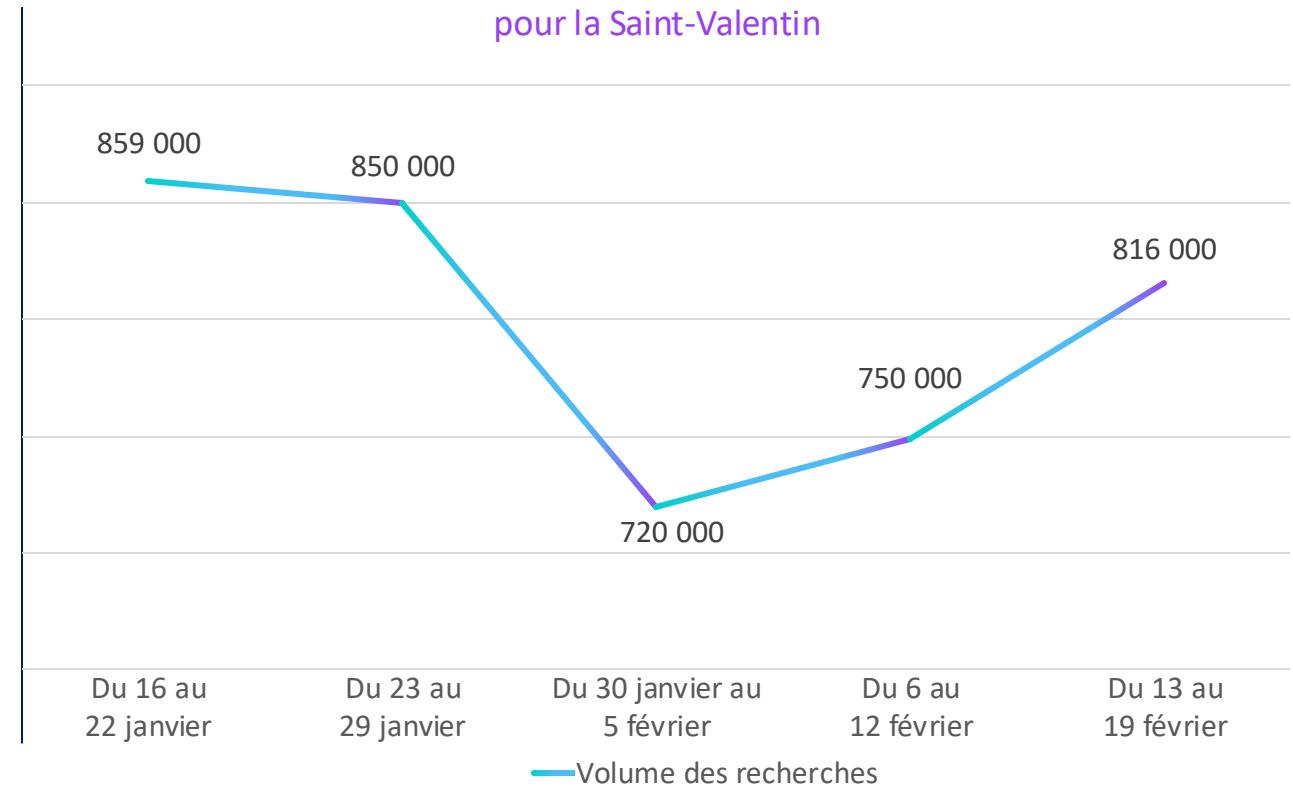
### Principaux mots-clés des recherches

- Nettoyant corporel
- Shampooing
- Termes de la marque
- Pâte dentifrice
- Termes de la marque
- Sèche-cheveux
- Termes de la marque
- Coloration capillaire
- Revitalisant
- Men expert

Données Walmart sur les premiers tiers, de janvier 2025 à février 2025

EXCLUSIF ET CONFIDENTIEL

Volume hebdomadaire des recherches de produits de beauté pour la Saint-Valentin

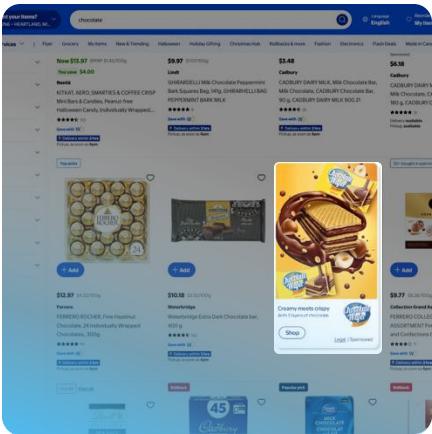




# Capter l'attention de vos clients

Élaborer une stratégie omnicanale pour rencontrer vos clients là où ils se trouvent déjà

## Se démarquer en ligne



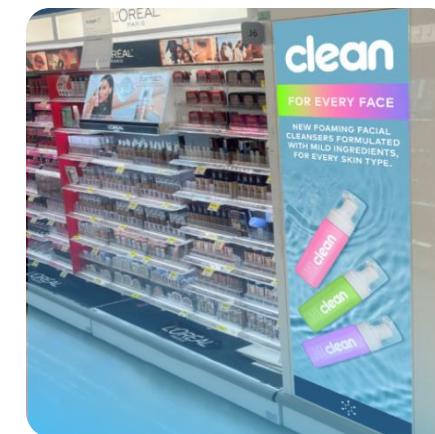
Adressez-vous aux clients sur le marché lorsqu'ils naviguent et recherchent activement en ligne leurs cadeaux incontournables de beauté et de soins personnels préférés. Captez l'attention de vos clients avec la **reprise de vignettes** pendant cette période de magasinage cruciale.

## Atteindre les acheteurs qui n'achètent pas en ligne



Associez-vous à des **influenceurs** pour vous adresser aux clients sur leurs réseaux sociaux préférés et les inspirer avec les nouvelles tendances mode pour cette fête chez Walmart.

## Susciter l'intérêt en succursale



Tirez parti des emplacements du rayon Beauté, tels que les **cloisons dans le rayon des cosmétiques** et les **Autocollants muraux** afin d'attirer l'attention des clients à la recherche de leurs produits de beauté et de soins personnels préférés, pour eux et pour offrir!



# Merci