



Cartes et cadeaux

Saint-Valentin

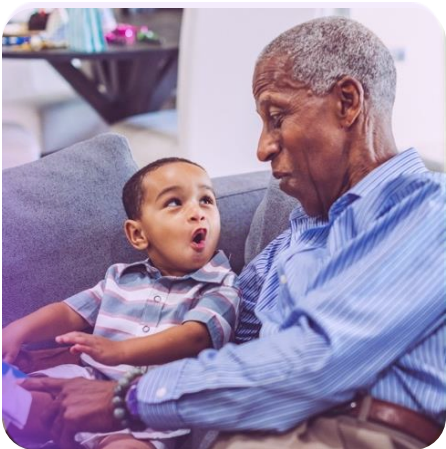
Achats de cartes et de cadeaux en succursale

Les ventes de cartes et de cadeaux en succursale ont enregistré **une croissance à deux chiffres d'une année à l'autre** à la fin du mois de janvier, avant de chuter au cours des trois semaines précédant la Saint-Valentin.

- Cela montre que les acheteurs en succursale anticipent leurs achats, notamment pour des cartes de souhaits et de l'emballage de cadeaux, soulignant l'importance d'une activation précoce pour capter leur attention et stimuler leurs dépenses.

Cependant, les sous-catégories principales restent les plantes et les fleurs, ce qui indique que les activations en succursales continueront d'attirer les acheteurs plus proches de la date de la fête.

Ces consommateurs font des magasinages croisés dans des catégories telles que les collations salées, les achats spontanés de friandises et les produits d'épicerie de base tels que le lait et les bananes.



Principales sous-catégories

Fleurs fraîches coupées
Plantes d'intérieur
Cartes de souhaits
Emballages cadeaux



Pour maximiser l'impact, les occasions publicitaires en succursale doivent être **mises en place rapidement et maintenues jusqu'à la Saint-Valentin**, afin de capturer l'attention des acheteurs.



La valeur moyenne d'une commande en succursale est **11,66 \$**



Saint-Valentin

Acheteurs de cartes et de cadeaux en ligne

Les achats en ligne de cartes et de cadeaux ont augmenté entre 2024 et 2025. Nous avons observé un **pic à trois chiffres d'une année sur l'autre pendant la semaine de la Saint-Valentin**, montrant que les acheteurs en ligne sont les plus actifs juste avant la fête.

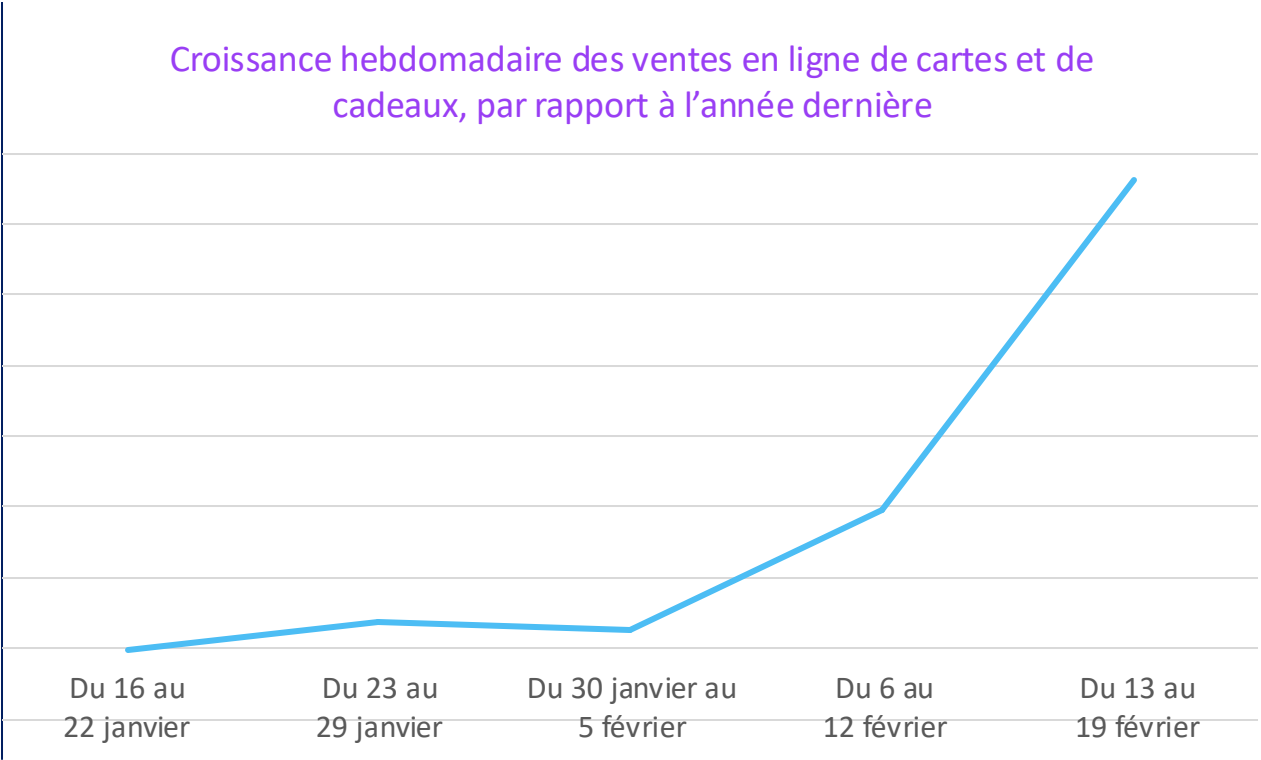
Parmi ces acheteurs en ligne, les **principales catégories de magasins croisés sont les produits d'épicerie**, y compris les essentiels tels que les légumes et les fruits frais, le lait, les croustilles et le fromage.



54,37 \$

Valeur moyenne des commandes en ligne

Croissance hebdomadaire des ventes en ligne de cartes et de cadeaux, par rapport à l'année dernière



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



Saint-Valentin

Recherches de cartes et de cadeaux

L'activité de recherche dans cette catégorie augmente à l'approche de la Saint-Valentin, ce qui suggère que les acheteurs en ligne effectuent des recherches avant de finaliser leurs achats.

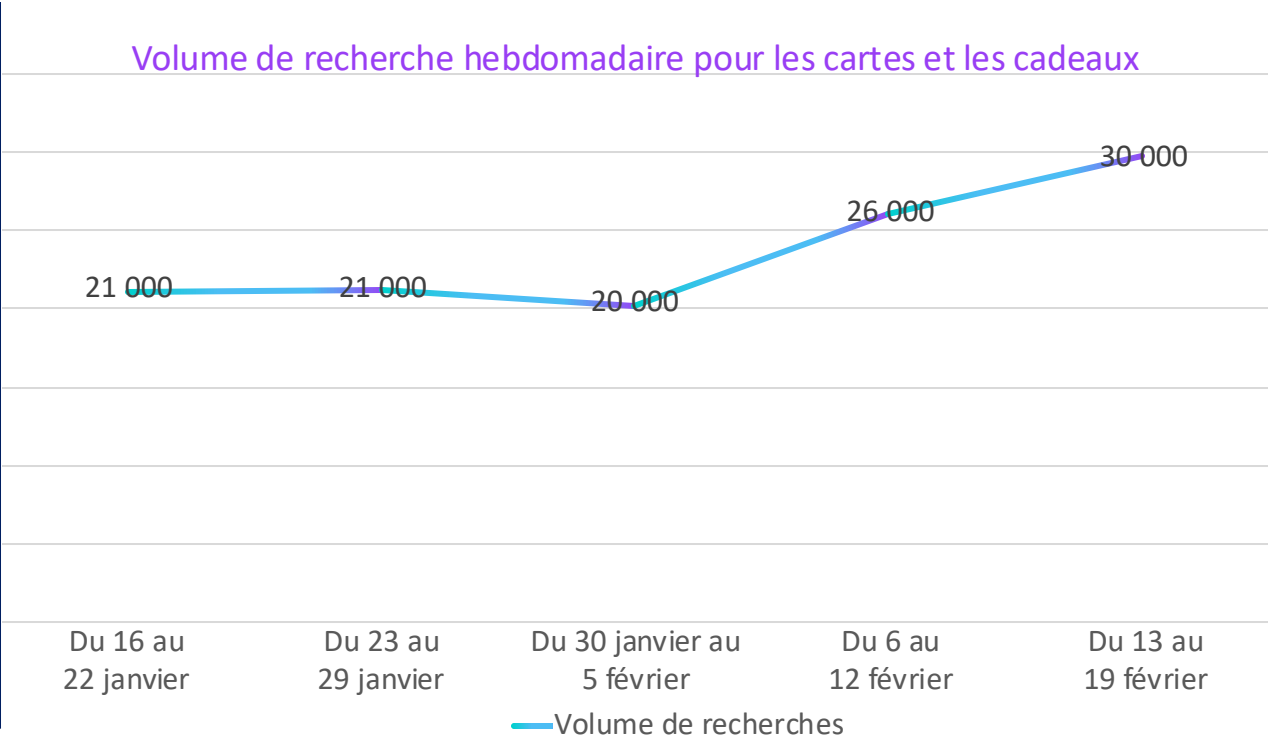
Les principaux mots-clés de recherche sont un mélange d'articles de marque et de produits sans marque, principalement des cartes-cadeaux, indiquant qu'une stratégie publicitaire ciblée peut influencer leurs décisions d'achat.

Principaux mots-clés des recherches

- Carte-cadeau
- Termes de la marque
- Termes de la marque
- Termes de la marque
- Cartes-cadeaux Walmart
- Chocolat
- Termes de la marque
- Cartes-cadeaux
- Cartes-cadeaux numériques Walmart
- Termes de la marque
- Termes de la marque

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

Volume de recherche hebdomadaire pour les cartes et les cadeaux



Capter l'attention de vos clients

Captez l'attention et les dépenses des acheteurs grâce à une stratégie omnicanale solide.

S'adresser aux clients sur le marché



Adressez-vous aux clients sur le marché lorsqu'ils naviguent et recherchent activement en ligne des cadeaux et des cartes pour célébrer leurs proches grâce à la **Recherche commanditée**. Ainsi, vous vous assurez que votre marque est au premier plan lors de leurs recherches!

Se démarquer en succursale



Utilisez des emplacements en succursale tels que les **supports à bascule** pour attirer l'attention des consommateurs qui font leurs achats en succursale et qui cherchent la carte, l'emballage ou la carte-cadeau parfaits pour exprimer leur amour et de leur reconnaissance.



Merci