



Articles électroniques



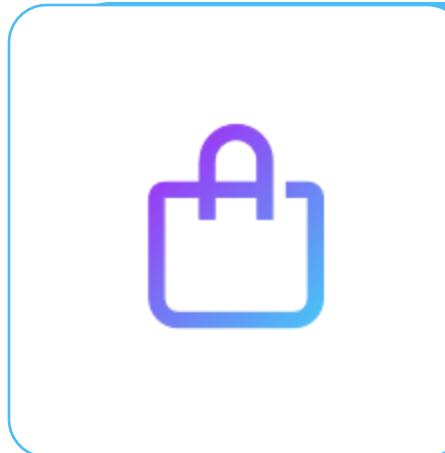
Saint-Valentin

Achats d'articles électroniques en succursale

Les ventes en succursale ont continué de croître tout au long des semaines précédant la Saint-Valentin.

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

Les principales catégories de magasinages croisés des clients en succursale sont les collations salées et les boissons gazeuses.



Principales sous-catégories

Sans fil
Ordinateurs portatifs
Tablette



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.



Saint-Valentin

Acheteurs d'électronique en ligne

Les ventes en ligne de produits électroniques ont enregistré deux pics notables : le premier durant la première semaine de février et le second pendant la semaine de la Saint-Valentin, affichant une **croissance à trois chiffres**.

La valeur moyenne d'une commande en ligne est **7,7x supérieure à celle d'une commande en succursale**, ce qui démontre le potentiel d'une présence en ligne renforcée grâce à des tactiques à forte part de voix.



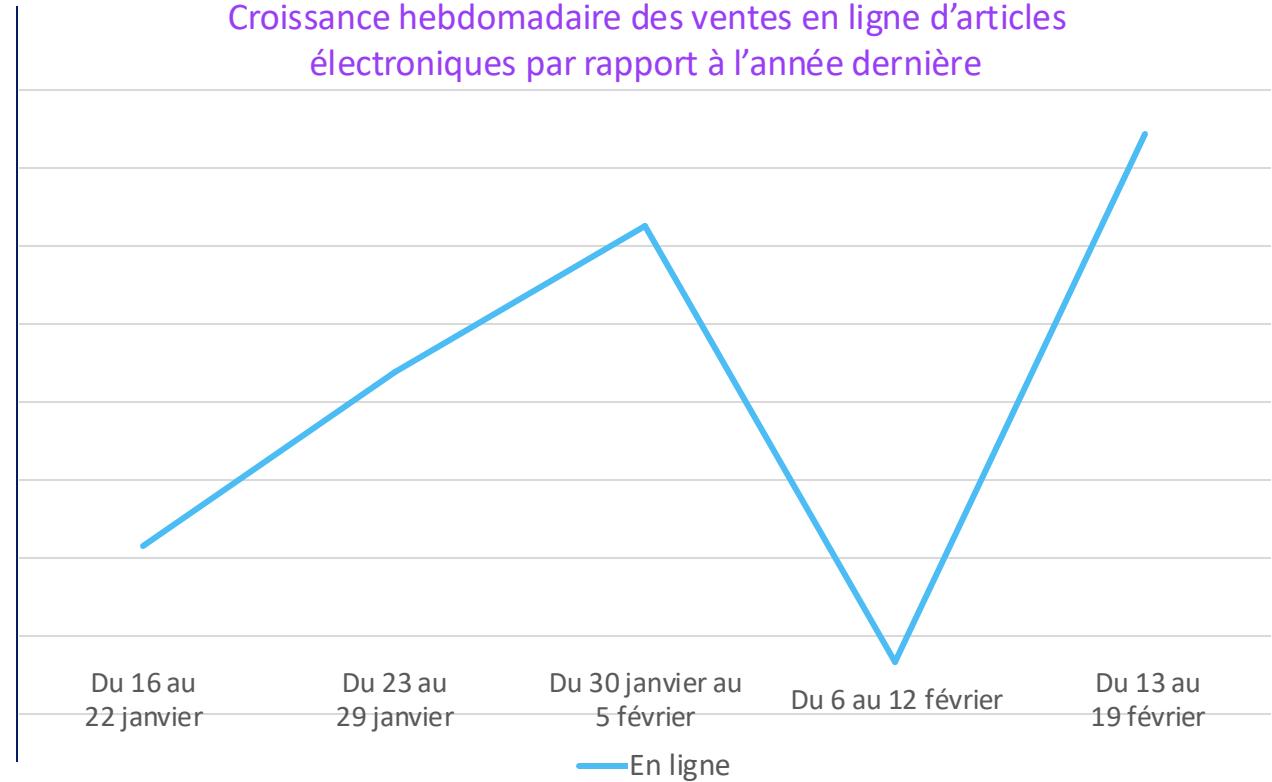
7,7x supérieure

Valeur moyenne des commandes en ligne

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

EXCLUSIF ET CONFIDENTIEL

Croissance hebdomadaire des ventes en ligne d'articles électroniques par rapport à l'année dernière





Saint-Valentin

Recherches d'articles électroniques

L'intérêt pour les recherches dans la catégorie Articles électroniques a commencé à croître à la mi-janvier, s'est intensifié au début du mois de février et a culminé pendant la semaine de la Saint-Valentin.



Principaux termes de recherche

Téléviseur

Termes de la marque

Termes de la marque

Termes de la marque

Ordinateur portable

Termes de la marque

Imprimante

Téléviseur intelligent

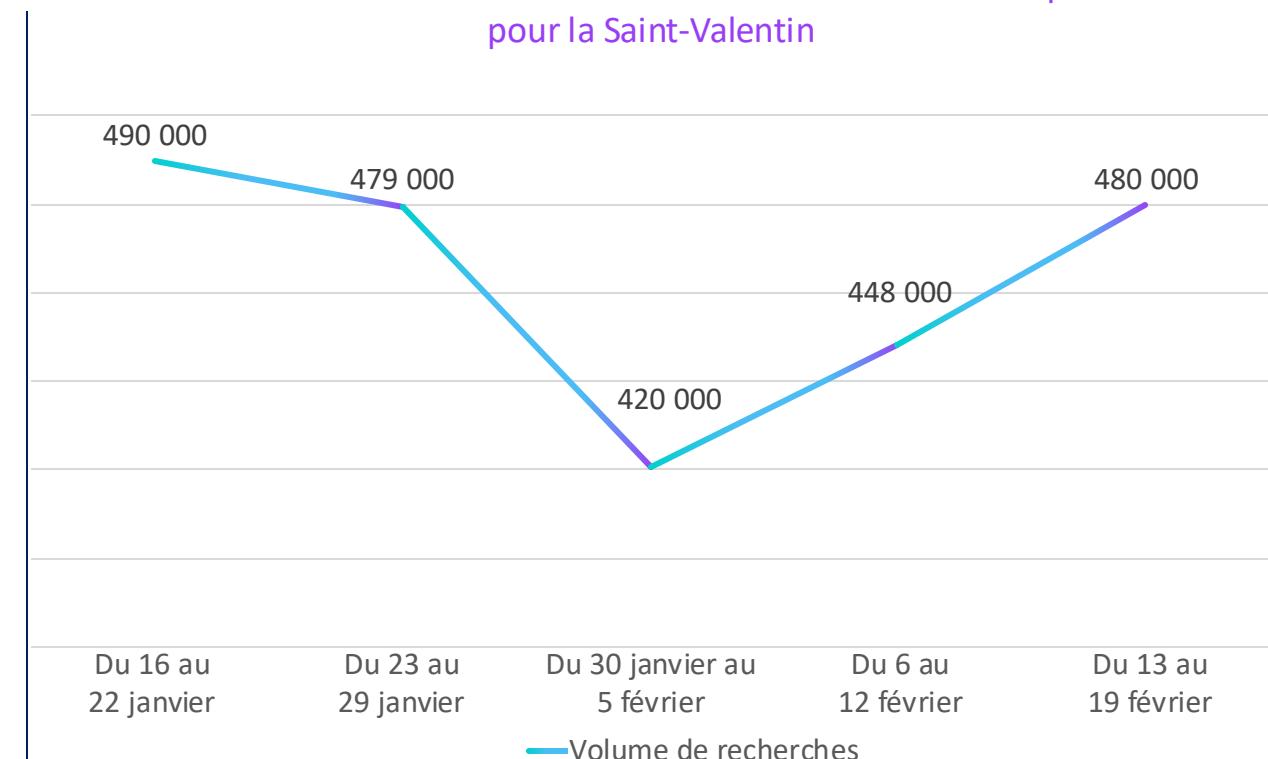
Tablette

Casques d'écoute

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

EXCLUSIF ET CONFIDENTIEL

Volume hebdomadaire de recherche d'articles électroniques pour la Saint-Valentin

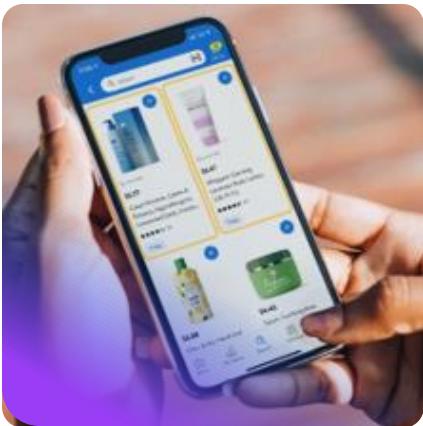




Le cadeau vedette

Stratégie pour les articles électroniques à la Saint-Valentin

Faciliter la recherche en ligne de ces articles



Assurez-vous que votre marque et vos produits se démarquent auprès des acheteurs en ligne à la recherche de l'appareil technologique idéal, grâce à la **recherche commanditée**.

Susciter l'intérêt en dehors du site



Adressez-vous aux clients hors site grâce aux **Médias sociaux payants** et harmonisez votre discours avec celui de personnes de confiance dans le domaine des technologies grâce à des partenariats avec des **influenceurs**. Ainsi, vous pouvez étendre votre portée à de nouveaux publics et canaux.

S'adresser aux clients en succursale



Utilisez les emplacements en succursale comme les **murs de téléviseurs** et les **publicités audio en succursale** pour attirer l'attention des clients qui visitent le rayon des articles électroniques et les inciter à effectuer des achats.



Bijoux





Saint-Valentin

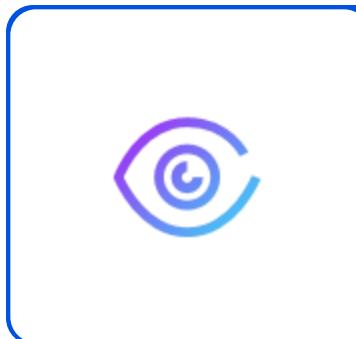
Acheteurs de bijoux en succursale

Bien que les ventes aient reculé dans cette catégorie d'une année sur l'autre, **de nombreuses occasions demeurent de capturer l'attention des acheteurs et de stimuler les ventes** en adoptant une stratégie qui assure la visibilité de votre marque et de vos produits dans l'ensemble des succursales.



Principales sous-catégories

Bijoux mode
Belles bagues
Coffres à bijoux



Envisagez des emplacements en succursale dans divers rayons, afin d'attirer l'attention, de susciter l'intérêt et d'étendre votre portée en succursale.



Les **principales catégories de magasinage croisé** des clients en succursale sont les collations salées, les friandises achetées de manière spontanée et les boissons gazeuses.



Saint-Valentin

Achats de bijoux en ligne

Les ventes en ligne ont également baissé d'une année sur l'autre.

Cependant **la valeur moyenne d'une commande en ligne est supérieure à celle d'une commande en succursale.**

Cela indique qu'il existe une **opportunité d'engager davantage les acheteurs en ligne** et d'assurer la visibilité de votre marque et de vos produits grâce à des emplacements stratégiques sur le site, afin de rester dans l'esprit des consommateurs.

La valeur moyenne d'une commande en ligne était

1,4x supérieure

à celle d'un commande en succursale, soulignant une occasion publicitaire omnicanale avec des dépenses comparables sur tous les canaux.

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



Principales sous-catégories

Coffres à bijoux
Colliers pour femmes
Bracelets



Parmi ces acheteurs, les **principales catégories de magasinage croisé** comprenaient des articles d'épicerie tels que les fruits et légumes frais et les produits laitiers de base.



Saint-Valentin

Recherches de bijoux

Dès la mi-janvier, les recherches liées aux bijoux ont commencé, culminant la semaine précédant la Saint-Valentin. Parmi les mots-clés de recherche les plus courants figurent les montres pour hommes et femmes, ainsi que les boucles d'oreilles et les bagues, les acheteurs cherchant le cadeau parfait pour gâter leurs proches.

Principaux mots-clés des recherches

Termes de la marque

Coffre à bijoux

Montres pour hommes

Bijoux

Boucles d'oreilles

Montres pour femmes

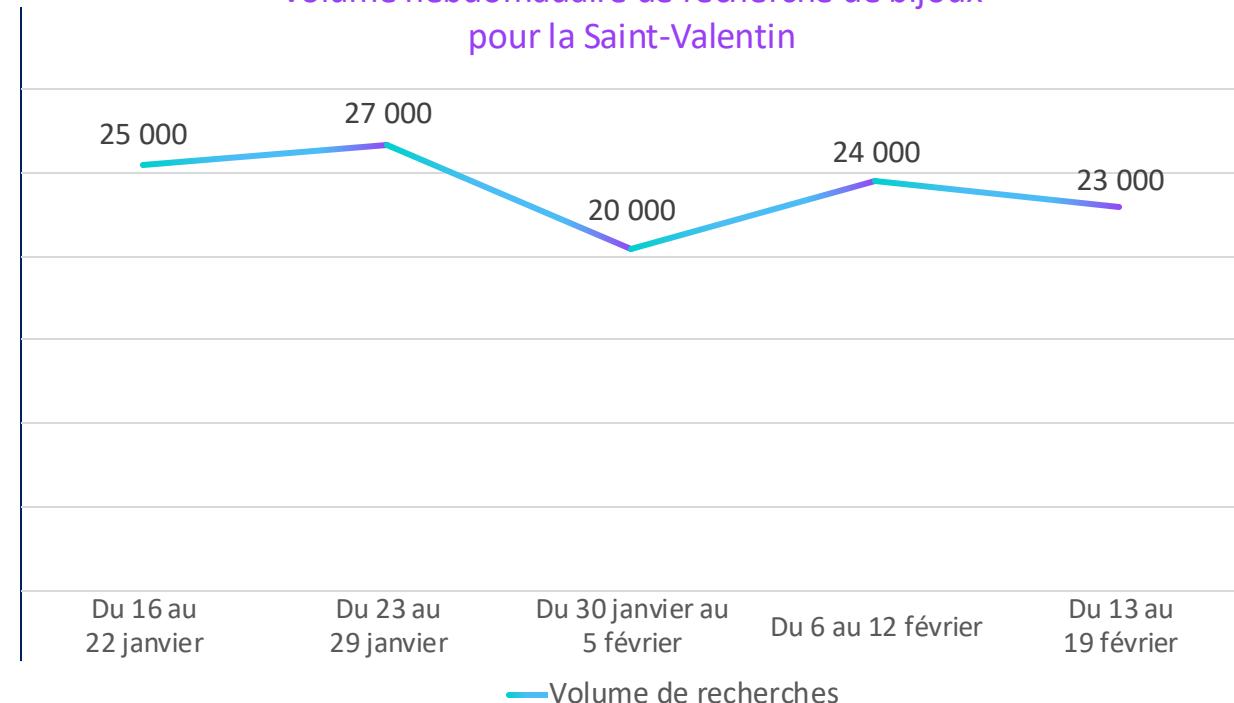
Termes de la marque

Termes de la marque

Bagues pour femmes

Colliers

Volume hebdomadaire de recherche de bijoux pour la Saint-Valentin



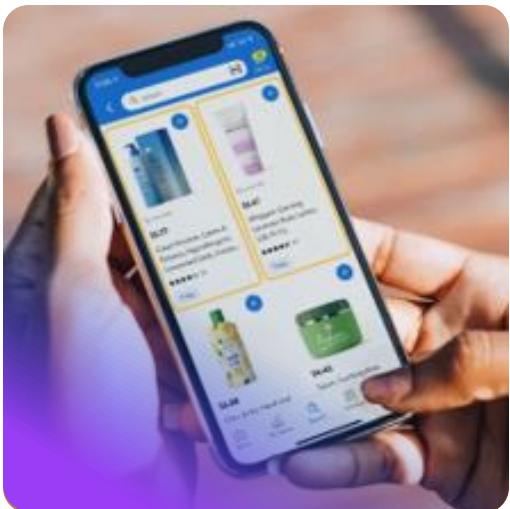
Données Walmart sur les premiers tiers, de janvier 2025 à février 2025



Tout ce qui brille

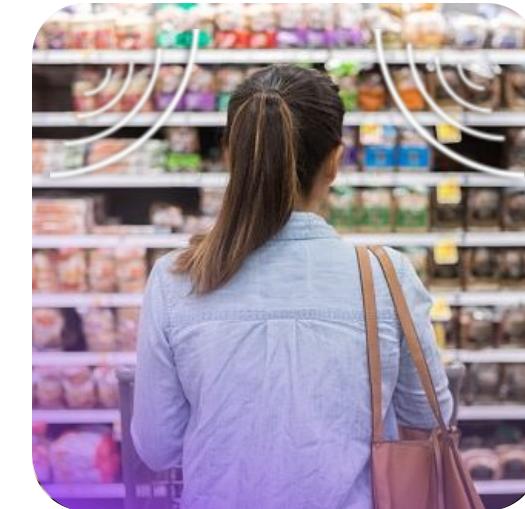
Stratégie pour les bijoux à la Saint-Valentin

Consolider la notoriété et générer des conversions



Utilisez la **recherche de produits commanditée** et l'**affichage sur site** pour consolider la notoriété de votre produit et attirer les clients à la recherche du cadeau parfait ou d'un nouvel accessoire.

Susciter l'intérêt pour les produits en succursale



Envisagez d'utiliser des **annonces audio en succursale** afin de capter l'attention des clients lorsqu'ils parcourent différents rayons et qu'ils se préparent pour la Saint-Valentin. Cela permet de sensibiliser et susciter l'intérêt pour votre marque et vos bijoux.



Merci