



Articles électroniques

L'élan observé en début de saison stimule les ventes d'articles électroniques pendant les Fêtes

Cette catégorie enregistre la plus forte croissance en novembre.

- La catégorie des articles électroniques a enregistré **une croissance sur un an, principalement grâce au canal en ligne**.
- **On distingue deux périodes clés de croissance pour le canal en ligne**, à savoir la fin du mois de novembre (semaine du 22 novembre) et la mi-décembre (semaines du 6 et du 13 décembre).
- **En succursale, les ventes ont affiché une croissance sur un an au cours des deux dernières semaines de novembre**, avant de revenir à des niveaux de ventes plus stables tout au long du mois de décembre. Cela est **probablement dû aux périodes promotionnelles**, telles que le Vendredi fou et le Cyberlundi, au cours desquels la visibilité est déterminante pour capter les dépenses des clients alors qu'ils parcourent le rayon avec l'intention d'acheter.
- **La valeur moyenne des commandes passées en succursale est environ 2,1 fois plus élevée que celle des achats en ligne**, ce qui met en évidence l'importance des points de contact et de la visibilité en succursale pour susciter l'intérêt des clients et favoriser la conversion.

Principales sous-catégories en ligne

1. Apple*
2. Téléviseurs
3. Téléphones
4. Ordinateurs et écrans
5. Appareils photo et caméscopes

Principales sous-catégories en succursale

1. Téléviseur
2. Apple*
3. Imprimantes et cartouches d'encre
4. Casques d'écoute
5. Ordinateurs et écrans

* Nom de la marque

Walmart first-party data (Données de Walmart sur les premiers tiers), d'octobre 2025 à janvier 2026.

EXCLUSIF ET CONFIDENTIEL



De la recherche au panier

La visibilité pendant la période de pointe des activités de consultation et de recherche sur notre site est indispensable pour attirer les acheteurs d'articles électroniques pendant les Fêtes.

- **Le nombre de consultations de pages a atteint un sommet en novembre**, avec 15,3 millions de pages vues, avant de commencer à diminuer en décembre, à mesure que la période des Fêtes touchait à sa fin, pour s'établir à 12,6 millions de pages vues.
 - Cela s'explique probablement par le fait que les acheteurs commencent **très tôt dans la saison à consulter les offres et à effectuer des recherches pour dresser une liste de souhaits idéale** avant de réaliser leurs achats.
- De même, **le nombre de recherches atteint également un sommet en novembre, avec 4,9 millions de recherches**. Le mois de décembre a enregistré 4,6 millions de recherches, alors que l'activité liée aux Fêtes commençait à ralentir à l'approche du Nouvel An.
- **Les consultations en ligne en début de saison suscitent l'intérêt, mais leur conversion en achats atteint un sommet à l'approche de Noël.**
- **En novembre, assurer la visibilité grâce à des emplacements stratégiques en ligne lorsque les acheteurs effectuent des recherches et consultent notre site est indispensable** pour capter leur attention, renforcer la notoriété et susciter l'intérêt.
- **En étant présent au moment où les acheteurs prennent leurs décisions finales et effectuent leurs achats jusqu'en décembre**, vous vous assurez que votre marque reste au premier plan dans les esprits.

Principaux mots-clés des recherches

- | | |
|------------------------|-----------------------------|
| 1. iPad* | 6. Ordinateur portable |
| 2. Montre Apple Watch* | 7. Téléviseur intelligent |
| 3. Écouteurs AirPods* | 8. Tablette |
| 4. Téléviseur | 9. Téléviseurs intelligents |
| 5. iPhone* | 10. Casques d'écoute |



Pour capter l'attention des clients à chaque étape de leur parcours d'achat, veillez à mettre en œuvre votre stratégie média pour les Fêtes suffisamment tôt, afin de tirer parti du pic d'activité de novembre.

* Nom de la marque

Walmart first-party data (Données de Walmart sur les premiers tiers), d'octobre 2025 à janvier 2026.

EXCLUSIF ET CONFIDENTIEL

Élaborer une stratégie complète pour les Fêtes

Que ce soit pour trouver des idées de cadeaux en début de saison ou pour effectuer des achats de dernière minute, une approche omnicanale vous aide à rester visible pendant la période des Fêtes.

Capter l'attention et susciter l'intérêt



Alors que les acheteurs consultent le site pour trouver des idées de cadeaux et comparer les offres, les **murs de télévision** et les **annonces audio en succursale** aident votre marque à sortir du lot pendant la période importante des achats pour les Fêtes, en renforçant sa notoriété et en suscitant l'intérêt des clients avant qu'ils prennent leur décision d'achat.

Se démarquer du lot



Les emplacements **d'affichage sur site** vous placent au premier plan pendant la période des Fêtes, en assurant la visibilité de votre marque sur le site et sur l'application alors que les acheteurs créent leurs listes de souhaits et découvrent des idées de cadeaux.

Stimuler la découverte et influencer les achats



Alors que les acheteurs de produits pour les Fêtes passent de la consultation à l'achat, la **recherche commanditée** devient nécessaire pour capter les demandes à forte intention d'achat au moment de la décision, garantissant ainsi que les marques restent visibles lorsqu'il faut faire des choix et que les paniers d'achats sont remplis.

Nous sommes là pour vous aider à atteindre vos objectifs de marketing

Tirez parti de l'envergure, de la portée et des capacités de Walmart Canada pour votre marque, grâce à une stratégie omnicanale qui produira des résultats pendant la période des Fêtes.

Faisons étinceler les ventes.

