



# Épicerie

# Poser sur la table les produits traditionnels des Fêtes

Les produits d'épicerie occupent une place centrale dans la planification des Fêtes, offrant ainsi aux marques l'occasion d'établir un lien avec les clients alors qu'ils se préparent à recevoir et à célébrer les Fêtes.

- Le secteur des produits d'épicerie a enregistré **une croissance sur un an, principalement grâce au canal en ligne.**
- **En succursale, c'est au cours de la dernière semaine de décembre — la semaine de Noël — que nous avons enregistré la plus forte hausse des ventes sur un an.**
  - Tout au long des mois de novembre et de décembre, ce canal a connu des ventes à un chiffre stables par rapport à l'année précédente, **ce qui confirme la position de Walmart comme une destination de choix pour les acheteurs, y compris pendant la période achalandée des Fêtes.**
- **Les ventes en ligne ont connu une croissance à deux chiffres** tout au long des mois de novembre et de décembre, **atteignant un sommet au cours de la dernière semaine de décembre.** Cette croissance témoigne de l'**engouement croissant pour le magasinage d'épicerie en ligne à mesure que cette période est de plus en plus achalandée** et que les acheteurs cherchent à rayer des tâches de leur liste de choses à faire, tout en accordant la priorité aux célébrations et aux moments en famille.

## Principales sous-catégories en ligne

1. Lait
2. Volaille fraîche
3. Boissons gazeuses
4. Yogourt
5. Collations salées

## Principales sous-catégories en succursale

1. Lait
2. Boissons gazeuses
3. Collations salées
4. Boissons chaudes
5. Volaille fraîche



# De la recherche au panier

Des festins de fête aux produits essentiels du quotidien, l'épicerie joue un rôle central dans les célébrations des Fêtes.

- **L'activité en ligne n'a cessé de croître à l'approche des Fêtes.** Les mois de novembre et de décembre ont été des périodes clés pour les consultations comme pour les recherches sur notre site et notre application.
  - Le mois de novembre a enregistré 23,9 millions de pages vues, tandis que décembre a totalisé 24,9 millions de visites, soit un total de **48,8 millions de visites sur ces deux mois.**
  - **66,2 millions de recherches ont été effectuées en novembre et décembre**, le mois de décembre à lui seul ayant enregistré 35,4 millions de recherches, en raison des rassemblements qui ont eu lieu au cours de la deuxième moitié du mois.
- Le mois de novembre est une période importante pour les découvertes grâce aux consultations du site, tandis que **le mois de décembre est essentiel pour capter la demande grâce à la visibilité axée sur les recherches.**



Pour capter l'attention des clients à chaque étape de leur parcours d'achat, veillez à mettre en œuvre votre stratégie pour les Fêtes suffisamment tôt, tout en restant visible tout au long du mois de décembre.

# Concocter une stratégie parfaite

Les repas partagés occupent une place importante pendant les Fêtes : une approche omnicanale peut vous aider à vous faire une place à la table du marché.

## Stimuler les achats en rayon



Tirez parti des supports d'affichage tels que l'**affichage vertical** et les **supports à bascule** pour capter l'attention des clients en rayon, ou utilisez les **écrans de la charcuterie** pour donner des idées pendant les achats d'épicerie. **Les échantillons gratuits** constituent un autre excellent moyen pour établir un lien avec les clients, en les invitant à découvrir vos produits afin de les inciter à les acheter; et cette stratégie peut même être enrichie avec l'ajout de bannières promotionnelles ou de prix à gagner.

## Rester visible pour accroître la notoriété



Renforcez la notoriété et suscitez l'intérêt en assurant votre visibilité tout au long du parcours d'achat, grâce à l'**affichage sur le site**. De la phase de découverte jusqu'au moment de l'achat, gardez un lien avec les acheteurs en ligne pendant cette période clé de l'année pour les achats.

## Stimuler la découverte et influencer les achats



Alors que les acheteurs passent de la consultation à l'achat, la **recherche commanditée** devient nécessaire pour capter leur attention au moment de la décision. Mettez en avant les produits exclusifs de la période des Fêtes et les articles de base; rappelez aux clients les produits indispensables de leurs achats hebdomadaires grâce à ces emplacements à forte visibilité au moment où leur intention d'achat est à son maximum, lorsqu'ils effectuent des recherches sur notre site et notre application.

# Une délicieuse occasion : chocolat et friandises

- La sous-catégorie « Chocolat et friandises » a connu **une croissance notable au cours de la dernière période des Fêtes, principalement en ligne**, ce qui représente une occasion d'accroître la visibilité, de susciter l'intérêt et de stimuler les ventes auprès de ces acheteurs.
- Au cours de la dernière saison, le canal en ligne a enregistré **une croissance à deux chiffres entre novembre et décembre**.
  - La **semaine du 20 décembre a été marquée par une croissance sur un an particulièrement élevée**.
  - Une présence en ligne **depuis le début de la période des Fêtes jusqu'à la fin sera indispensable**, car nous constatons que les acheteurs se tournent vers le canal en ligne pour acheter des petites douceurs.
- Cette sous-catégorie a enregistré **11,5 millions de recherches et 9,4 millions de visites de pages, le mois de décembre présentant une activité plus importante** que le mois de novembre sur ces deux niveaux.
- Même si le canal en ligne a été le moteur de la croissance de cette catégorie, la vente en succursale ne doit pas pour autant être reléguée au second plan. Le canal de vente en succursale a affiché une croissance modérée constante tout au long de la période, enregistrant également sa plus forte croissance sur un an au cours de la semaine du 20 décembre.
- La valeur moyenne des commandes est similaire sur tous les canaux, mais celle du canal en succursale est légèrement plus élevée.
- Une stratégie omnicanale sera indispensable pour attirer ces clients et maximiser votre portée pendant la période des Fêtes.

## Principaux mots-clés des recherches

- |                       |                   |                     |
|-----------------------|-------------------|---------------------|
| 1. Chocolat           | 5. Lindt*         | 8. Chocolats        |
| 2. Friandises         | 6. Gomme à mâcher | 9. Chocolat de Noël |
| 3. Barres de chocolat | 7. Chocolat noir  | 10. Guimauves       |
| 4. Ferrero Rocher*    |                   |                     |

\*Nom de la marque

EXCLUSIF ET CONFIDENTIEL



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.

