



Jouets

Les acheteurs de produits pour les Fêtes trouvent leurs jouets ici

Cette catégorie connaît une activité précoce qui se maintient durant toute la période des Fêtes.

- La catégorie « Jouets » **a augmenté sur un an**, les canaux de vente en ligne et en succursale ayant tous deux enregistré une croissance à deux chiffres de leurs ventes.
- Le **canal en ligne connaît la plus forte croissance en début de saison**, la période allant de la mi-novembre à la fin novembre étant particulièrement importante pour ces acheteurs. La **deuxième semaine de décembre connaît également une augmentation** des ventes.
- La fin du mois de novembre présente une augmentation de la croissance des ventes en succursale, suivie d'un niveau stable des ventes sur un an au début du mois de décembre. **L'avant-dernière semaine de décembre est une période cruciale pour les clients qui magasinent en succursale**, puisqu'elle connaît la plus forte croissance des ventes sur un an.
- **La valeur moyenne des commandes passées en ligne est environ 2,2 fois plus élevée que celle des achats effectués en succursale**, ce qui témoigne d'une hausse de la confiance et de la propension au magasinage en ligne pour cette catégorie.

Principales sous-catégories en ligne

1. Cartes de collectionneur
2. Jeux de construction
3. Jouets préscolaires
4. Poupées
5. Figurines d'action

Principales sous-catégories en succursale

1. Jeux de construction
2. Véhicules jouets
3. Poupées
4. Jouets préscolaires
5. Figurines d'action



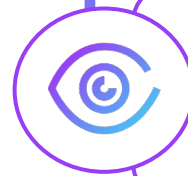
De la recherche au panier

La consultation du site permet de constituer une liste, tandis que la recherche incite les visiteurs à la vérifier deux fois — et à convertir la liste en achats.

- **L'activité en ligne est constamment restée à un niveau élevé** au cours des semaines précédant les Fêtes, avant de diminuer en janvier.
- **Le nombre de consultations de pages a atteint un sommet en novembre**, avec 16,8 millions de pages vues, avant de diminuer légèrement en décembre, pour s'établir à 16,2 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.
- **La recherche affiche la tendance inverse, puisqu'elle atteint un sommet en décembre, avec 8,7 millions de recherches.** À mesure que les clients se font une idée plus précise des articles qu'ils souhaitent acheter, ils sont susceptibles de commencer à utiliser la barre de recherche pour accélérer leur magasinage en ligne.
- **Les consultations en ligne en début de saison suscitent l'intérêt, mais leur conversion en achats atteint un sommet à l'approche de Noël.**
- Le mois de novembre est une période importante pour la découverte, tandis que le mois de décembre est essentiel pour capter la demande grâce à une visibilité axée sur les recherches.

Principaux mots-clés des recherches

1. LEGO*
2. Cartes Pokémon*
3. Pokémon*
4. Hot Wheels*
5. Barbie*
6. Jeu de cartes à collectionner Pokémon*
7. Squishmallows*
8. Calico Critters*
9. Jeux de société
10. LEGO Star Wars*



Comme la grande majorité des termes de recherche les plus populaires sont liés à des marques, la recherche commanditée peut constituer un élément essentiel de votre stratégie pour capter l'attention et influencer les décisions d'achat.

Élaborer une stratégie gagnante dans le secteur des jouets

Captez l'attention grâce à une stratégie omnicanale solide pour stimuler l'engagement des clients, la considération et les ventes.

Inspirer grâce à des expériences uniques



Des espaces pour lancements vous permettent de créer une expérience unique afin de faire découvrir vos jouets aux enfants et à leurs parents. **Des démonstrations améliorées** peuvent inviter les clients à parcourir les allées dans le cadre d'une chasse au trésor, ce qui permet de donner de la visibilité à vos produits et de créer du lien.

Se démarquer du lot



Les emplacements d'**affichage sur notre site** peuvent susciter en début de saison l'envie d'offrir des cadeaux chez les clients qui consultent le site et l'application pendant la période d'affluence des Fêtes. Restez visible tout au long du parcours d'achat, en construisant votre notoriété lors de la création de la liste de souhaits et en consolidant l'intérêt des clients.

Toucher les clients en ligne



Alors que les acheteurs 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.

