



Beauté

La beauté rayonne sur tous les canaux

Des produits de soins personnels essentiels aux produits de beauté, les consommateurs se tournent aussi bien vers les canaux en ligne que physiques.

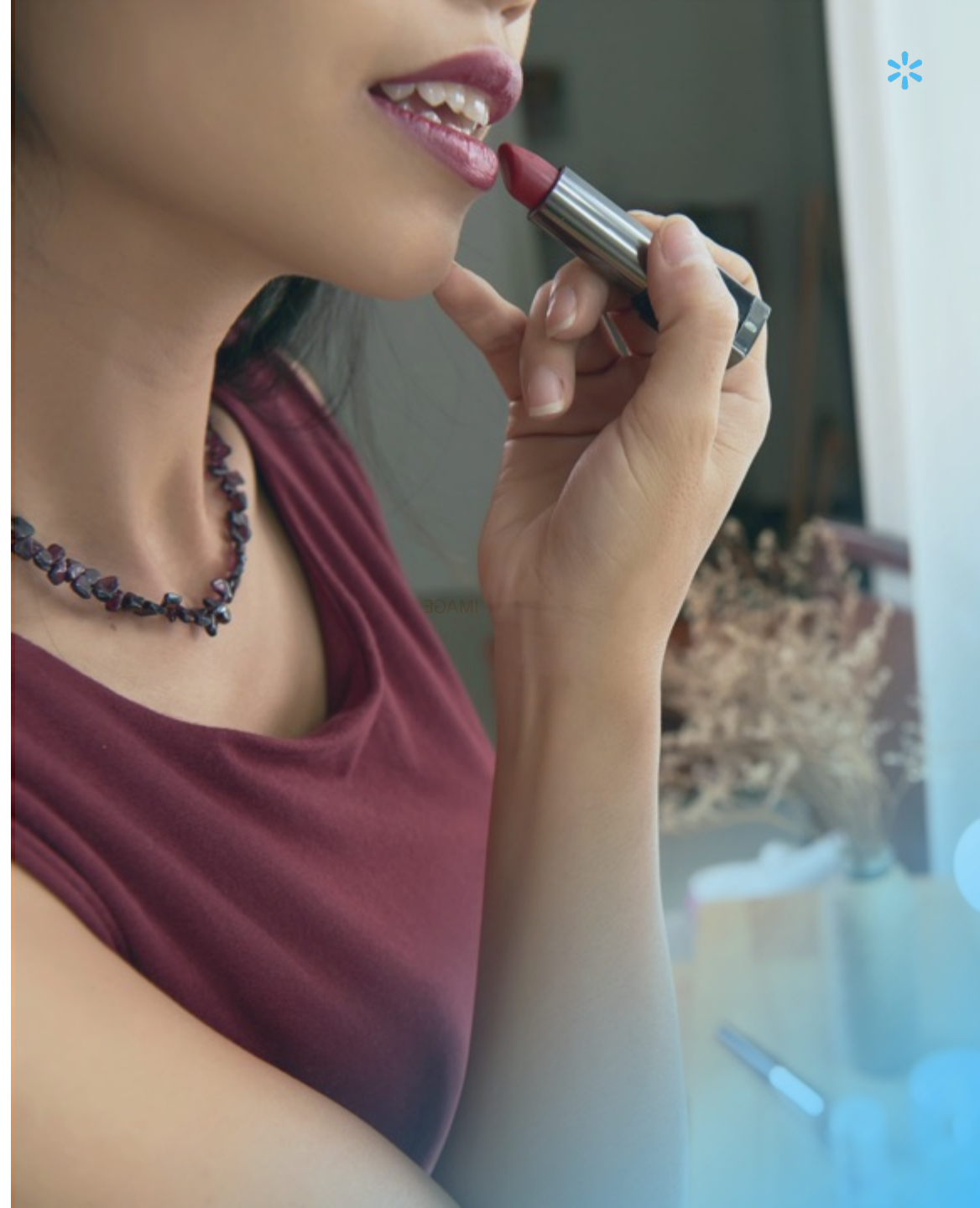
- Cette catégorie a connu **une croissance par rapport à la période des Fêtes de l'année dernière, et ce, sur les deux canaux.**
 - **En succursale, c'est en février que la croissance a été la plus forte**, ce qui s'explique par le besoin d'acheter des produits plus rapidement à l'approche de la Saint-Valentin.
 - Quant au canal en ligne, la plus forte croissance sur un an a été enregistrée en janvier, les consommateurs disposant de plus de temps pour se faire livrer tout en se préparant à l'avance pour le grand jour.
- Le magasinage ciblé dans la catégorie beauté variait d'un canal à l'autre. **Les acheteurs en ligne se sont tournés vers les cosmétiques pour le visage et les produits coiffants**, car ils **recherchaient des produits qui leur permettaient d'être au mieux de leur apparence et de leur bien-être**, tandis que les clients **en succursale** ont plutôt acheté des produits de soins personnels essentiels, pour **soi et à offrir en cadeau**.
- **La valeur moyenne des commandes passées en ligne est environ 1,16 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. Cosmétiques pour le visage
2. Produits coiffants
3. Shampoings et revitalisants
4. Déodorant et antisudorifique
5. Hygiène personnelle

Principales sous-catégories en succursale

1. Lotion pour les mains et le corps
2. Hygiène personnelle
3. Shampoings et revitalisants
4. Déodorants et antisudorifiques
5. Cosmétiques pour le visage



La consultation inspire — La recherche convertit

Les clients des produits de beauté passent de la découverte à l'intention grâce à la recherche, ce qui crée de précieuses occasions d'influencer leur décision d'achat.

- Cette catégorie a enregistré **un total d'environ 3 millions de recherches** au cours de la principale période des Fêtes.
 - **C'est en janvier que l'activité a été la plus forte, avec 1,7 million de recherches** dans cette catégorie, ce qui témoigne d'une tendance aux consultations à la conversion en début de saison.
 - **Le mois de février a enregistré 1,4 million de recherches**, ce qui montre que l'activité en ligne reste forte alors même que la Saint-Valentin approche à grands pas.
- **Les mois de janvier et de février ont enregistré une activité similaire en termes de visiteurs uniques.** Le mois de février a enregistré le chiffre le plus élevé, soit 889 200, alors que celui de janvier s'élevait à 852 000.

Principaux mots-clés des recherches

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| 1. CeraVe* | 6. Soins de la peau Bubble* |
| 2. elf* | 7. Crème hydratante CeraVe* |
| 3. Baume à lèvres | 8. eos* |
| 4. Mascara | 9. NYX* |
| 5. Nettoyant pour le visage | 10. Vernis à ongles |



Comme la majorité des termes les plus recherchés 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.

Des emplacements stratégiques pour attirer l'attention

Élaborez une stratégie de marketing couvrant l'ensemble de l'entonnoir de conversion, tant en ligne qu'en succursale, afin d'établir un lien avec les clients.

Stimuler l'engagement des clients en succursale



Alors que les clients parcourent le rayon des produits de beauté à la recherche du cadeau idéal ou de produits pour compléter leur style, les **cloisons dans le rayon des cosmétiques**, les **affichages verticaux** et les **supports à bascule** peuvent contribuer à accroître la notoriété de votre marque et à susciter l'intérêt des clients.

Créer une expérience



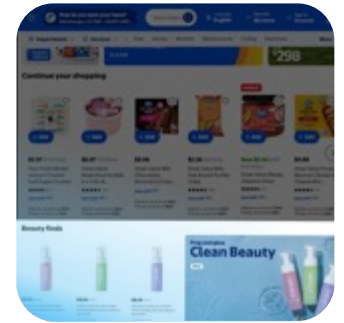
Conçu pour attirer l'attention des clients au moment de l'achat, **l'échantillonnage en succursale** offre des expériences marquantes qui permettent aux clients de découvrir votre produit en temps réel.

Sortir du lot dès la phase de découverte



Utilisez la **recherche commanditée** pour vous aider à interagir avec les acheteurs lorsqu'ils recherchent des produits, en captant leur attention et en influençant leurs décisions d'achat.

Rester visible pendant le défilement des pages



Les emplacements de **l'affichage sur le site** ciblent les clients à chaque étape de l'entonnoir de conversion pour vous aider à fidéliser votre clientèle, à promouvoir vos produits, à générer des revenus supplémentaires et à stimuler vos ventes.



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 produit des résultats.

Faisons étinceler les ventes.

