



Chocolat et friandises

Le juste équilibre entre les différents canaux

De la planification anticipée aux cadeaux de dernière minute, les occasions ne manquent pas sur l'ensemble des canaux.

- Cette catégorie a enregistré une **croissance omnicanale par rapport à la période des Fêtes de l'année dernière**, les deux canaux affichant une croissance des ventes à deux chiffres sur un an.
- Même si les consommateurs semblent avoir effectué leurs consultations et planifié leurs achats en ligne, **les visites en succursale jouent un rôle important dans cette catégorie** à l'approche de la Saint-Valentin, et **la valeur moyenne des commandes y est environ 1,09 fois plus élevée** qu'en ligne.
- Les chocolats en sac et sous boîte ont enregistré le plus grand nombre de visites dans leur sous-catégorie, **ce qui confirme l'importance des formats familiers à offrir dans les projets des consommateurs pour la Saint-Valentin** lors de leurs recherches de la parfaite petite douceur.
- **Maintenir une présence omnicanale** pour influencer la découverte précoce des produits et capter les achats de dernière minute pour la Saint-Valentin.

Sous-catégories les plus visitées

1. Chocolats en sac
2. Chocolats sous boîte
3. Réglisse
4. Menthes
5. Fruits à coque et fruits enrobés de chocolat
6. Bonbons gélifiés et à mâcher



La demande en ligne augmente pour la Saint-Valentin

Les acheteurs de chocolat et de friandises deviennent de plus en plus actifs en ligne à l'approche de la Saint-Valentin.

- L'activité en ligne a **augmenté à l'approche de la Saint-Valentin**, les consommateurs effectuant leurs recherches, leur consultation et leurs achats avec davantage d'empressement.
- Près de **2,2 millions de recherches** ont été enregistrées en deux mois, dont la majorité, soit 1,2 million, a eu lieu en février, ce qui représente une hausse de 18 % par rapport au million de recherches enregistrées en janvier.
- Nous avons observé **une activité similaire tant au niveau des consultations de pages que des visites uniques**, le mois de février ayant enregistré l'activité la plus élevée pour tous ces paramètres.
 - Cette catégorie a enregistré environ 1,2 million de consultations de pages en janvier, un chiffre qui est passé à environ 1,6 million en février — soit une hausse de près de 36 % — pour un total de près de 2,8 millions.
 - On a dénombré 263 600 visites uniques en janvier, un chiffre qui a bondi de près de 32 % pour atteindre 347 800 en février, pour un total d'environ 611 400.

Principaux mots-clés des recherches

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



Restez visible pour répondre à l'urgence croissante des consommateurs et transformer l'intérêt grandissant en ligne en achats à l'approche de la Saint-Valentin.

Trouver le juste équilibre

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

Stimuler les achats en rayon



Tirez parti des affichages tels que les **affichages verticaux** et les **supports à bascule** pour attirer l'attention des clients en rayon. **Les échantillons gratuits** sont un autre excellent moyen d'établir un lien avec les clients, en les invitant à découvrir vos produits pour les inciter à acheter; et cette stratégie peut même être enrichie avec l'ajout de banderoles 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 valeur vos produits sur le thème de la Saint-Valentin, vos nouvelles saveurs ou vos friandises incontournables grâce à ces emplacements très visibles.



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.

