

Forte intention d'achat de cadeaux portée par la navigation et l'exploration omnicanales

L'an dernier, à l'approche de la fête des Mères, la majorité des Canadiens ont affirmé avoir prévu souligner l'événement de façon spécial¹. Cette fête se caractérisant par des achats réfléchis et guidés par l'émotion, elle constitue une occasion importante de se faire voir en tant que marque et de rejoindre les clients tant en ligne qu'en magasin.

Les clients lors de la fête des Mères



Activité dans les différents canaux²

Principales catégories en ligne	Principales catégories en magasin	Termes les plus recherchés
1. Fleurs et plantes 2. Articles électroniques 3. Maquillage 4. Soins de la peau 5. Friandises	1. Fleurs et plantes 2. Articles électroniques 3. Friandises 4. Soins de la peau 5. Bijoux	1. Parfum 2. NYX* 3. Milani* 4. Elf Cosmetics* 5. Ordinateurs et ordinateurs portatifs

*Noms de marques

Rejoindre les clients magasinant pour la fête des Mères

L'an dernier, presque tous les clients ont affirmé avoir l'intention de magasiner avant de faire un achat pour la fête des Mères : 68 % d'entre eux avaient prévu le faire en magasin, et 58 % comptaient s'en tenir aux recherches en ligne³. Veillez à rendre votre marque visible dans tous les parcours de magasinage pour profiter de cette part de marché.



La puissance de la présence en magasin

Utilisez [les emplacements en magasin](#), comme les affiches verticales et les supports à bascule, pour établir un lien avec les clients au fil de leur parcours de magasinage, de l'exploration à l'achat.



Favoriser la découverte de la marque

Cette catégorie fait l'objet de 4,1 M de recherches². Utilisez [la recherche commanditée](#) pour vous faire connaître et favoriser les achats en attirant l'attention des clients.



Accroître votre portée

Les [emplacements publicitaires hors site](#) vous permettent de rejoindre des clients actuels ou nouveaux à tous les stades de leur parcours de magasinage par l'intermédiaire de placements ciblés à l'échelle du site et de l'application.

¹Conseil canadien du commerce de détail. Sondage quotidien en partenariat avec Caddle, mars 2025.

²Données de première partie de Walmart, d'avril 2025 à mai 2025.

³Étude auprès des consommateurs NielsenIQ BASES, 2025.