

Faire découvrir des produits en captant l'attention
des clients avec du contenu à forte visibilité

Attirez l'attention des acheteurs dans les rayons de l'épicerie et des produits frais en diffusant du contenu percutant et captivant sur les écrans de la charcuterie. Ces écrans présentent des faits saillants sur les produits et rehaussent l'ensemble de l'expérience de magasinage pour donner de la visibilité aux produits et encourager l'achat là où les décisions sont prises.

Qui

Quatre marques de premier plan dans les catégories de l'alimentation et des produits consommables

Quoi

Acquisition de nouveaux clients de la marque et hausse des ventes

Comment

Par l'intermédiaire des écrans de la charcuterie, ces marques ont rejoint les clients au point d'achat grâce à du contenu intéressant les mettant en vedette, elles et leurs produits, de façon captivante, informative et dynamique.



Résultats de la campagne

Résultats relatifs aux produits¹

65 % 47 %

Hausse des ventes*

Hausse des nouveaux clients de la marque**

Résultats relatifs à la marque²

25 % 28 %

Hausse moyenne des ventes[†]Moyenne d'achats effectués par de nouveaux clients de la marque[‡]

* Par rapport au rendement des autres produits de la même catégorie durant la même période.
** Ayant acheté les produits durant la période de la campagne comparativement à la période précédant la campagne.

† Calculée durant trois campagnes par rapport au rendement des autres marques de la même catégorie au cours de la même période.
‡ Moyenne des achats associés à la campagne effectués par de nouveaux clients de la marque.



Les écrans de la charcuterie au profit de votre marque

Les placements sur les écrans de la charcuterie sont offerts dans plus de 200 succursales à l'échelle du pays pour donner une visibilité à votre marque et à vos produits à l'échelle nationale.

Prêts à vous lancer?

Communiquez avec nous dès aujourd'hui!

Sources :
¹ Données de première partie de Walmart, novembre 2025. Les résultats antérieurs ne sont pas garants du rendement futur.
² Données de première partie de Walmart, d'août à décembre 2025. Les résultats antérieurs ne sont pas garants du rendement futur. Les résultats sont basés sur le rendement moyen de trois campagnes sur les écrans de la charcuterie. Les résultats antérieurs ne sont pas garants du rendement futur. La hausse des ventes désigne les ventes supplémentaires du produit attribuables à la campagne ciblée entre les dates de début et de fin de celle-ci, de même que durant une période d'attribution rétroactive supplémentaire de 30 jours. Il s'agit du pourcentage d'écart entre les ventes du produit annoncé et celles des autres produits ou marques de la même catégorie, durant la même période. Les nouveaux clients de la marque sont les clients qui ont été exposés à la publicité et se sont procuré un produit de cette marque dans une succursale Walmart après n'avoir rien acheté de cette marque au cours des 12 mois précédents. La période précédant la campagne fait référence à la période juste avant la campagne. Elle est d'une durée égale à cette dernière.