



Analyse Halloween



Avis légal

Les documents contenus dans cette présentation sont fournis conformément aux obligations de confidentialité en vigueur entre le destinataire et Walmart Connect Canada.

Ces documents sont considérés comme des informations confidentielles et exclusives de Walmart et ne peuvent être divulgués ou diffusés sans l'autorisation expresse de Walmart Connect Canada.

Remarque : cette présentation peut comporter une ou plusieurs marques fictives; les images et marques sont proposées à titre purement illustratif.



Une saison pleine de farces, de friandises et de possibilités

Découvrez comment les Canadiens magasinent, dépensent leur argent et célèbrent Halloween.

Alors que les Canadiens se préparent pour les farces, les friandises, les fêtes et les sorties pleines de frissons, Halloween offre une occasion importante de toucher les clients.

La majorité des personnes qui ont célébré cette fête les années précédentes ont fait part de leur **intention de dépenser autant, voire davantage**, l'année suivante, une tendance qui devrait se poursuivre lors de la saison d'Halloween de cette année.¹

La plupart **des consommateurs prévoient dépenser plus de 50 \$ pour les festivités d'Halloween cette année** (76 %), et ils sont 44 % à prévoir un budget supérieur à 100 \$.²

Alors que la célébration d'Halloween reste populaire auprès des Canadiens dont les dépenses sont stables, voire en hausse, veillez à optimiser votre visibilité et votre portée afin de **stimuler la notoriété, la considération et la conversion** auprès de ces clients en quête de frissons.



83%

des parents canadiens affirment prévoir dépenser autant, voire plus, que l'année précédente pour fêter Halloween¹

51%

des acheteurs prévoyaient se déplacer spécialement pour faire leurs achats d'Halloween³

47%

des clients prévoyaient faire leurs achats 2 à 4 semaines avant Halloween, contre environ 35 % prévoyant magasiner à l'avance l'année précédente³

¹ Leger, Habitudes à l'Halloween, Un sondage auprès des Canadiens, octobre 2024.

² Numerator, 2026 Canada Annual Holiday Preview Consumer Survey Report (rapport d'enquête auprès des consommateurs sur les prévisions des vacances annuelles au Canada en 2026), janvier 2026.

³ Caddle and RCC, Halloween 2024 Shopping in Canada Survey (sondage sur le magasinage de l'Halloween 2024 au Canada), octobre 2024.

Les clients d'Halloween planifient leurs achats à l'avance et sont ouverts à l'inspiration

Les tendances observées ces dernières années montrent que **les achats liés à Halloween commencent de plus en plus tôt d'une année sur l'autre**. Veillez à ce que votre marque et vos produits soient bien visibles aussi bien en succursale qu'en ligne afin de favoriser leur découverte, d'attirer l'attention et de convertir les clients.

Les données relatives aux achats d'Halloween montrent que **près de la moitié des Canadiens ne sont fidèles à aucune marque particulière**. Cela signifie que **la visibilité stratégique est plus importante que jamais** et que vous pouvez influencer leurs achats au moment où ils prennent leurs décisions finales.

49%

ont ajouté des articles d'Halloween lors d'une visite de magasinage non consacrée aux achats d'Halloween

43%

des clients ne sont fidèles à aucune marque particulière lorsqu'ils font leurs achats pour Halloween, et 30 % d'entre eux privilégient globalement le rapport qualité-prix

Caddle and RCC, Halloween 2024 Shopping in Canada Survey (sondage sur le magasinage de l'Halloween 2024 au Canada), 2024.

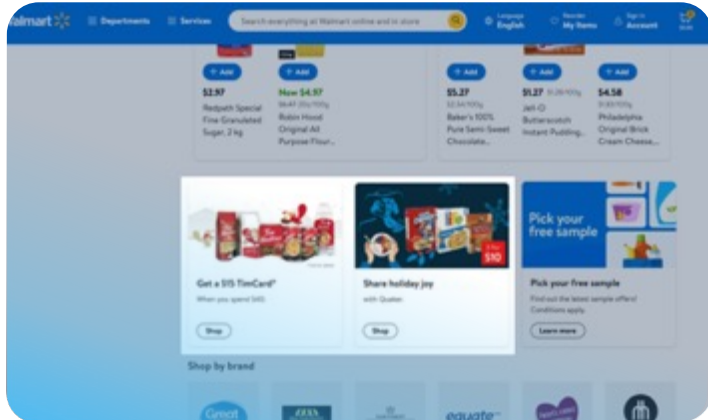


Votre stratégie pour la saison des frissons

La visibilité sur tous les canaux peut contribuer à accroître la notoriété et la considération à l'occasion d'Halloween.



Favoriser la découverte en ligne



Alors que les clients cherchent l'inspiration, tirez parti des emplacements sur le site pour attirer leur attention et les guider dans leurs décisions d'achat. Utilisez **la recherche commanditée** et **l'affichage sur site** pour maintenir votre marque au premier plan dans les semaines précédant Halloween, période durant laquelle nous savons que les clients achètent activement.



S'adresser directement aux clients dans la succursale



Captez l'attention des clients en succursale grâce à des emplacements stratégiques comme les **affiches verticales**, les **supports à bascule**, les **enveloppes**, les **pignons latéraux** ou les **annonces audio en succursale**. Alors que les clients cochent les articles de leur liste dans les semaines précédant Halloween, veillez à ce que votre marque soit visible pour favoriser la considération et influencer les décisions d'achat.



Friandises et chocolat

Ce n'est pas une farce : les friandises tiennent le haut de l'affiche pour Halloween

- Les friandises et le chocolat sont des incontournables d'Halloween : **82 % des clients prévoient acheter** ces produits.¹
- Cette catégorie a enregistré une **croissance des ventes sur un an tant en succursale qu'en ligne.**²
- Le **canal en ligne semble enregistrer davantage d'achats planifiés**, la croissance la plus forte étant observée deux semaines et six semaines avant les fêtes.²
- Par ailleurs, **les ventes en succursale ont enregistré une forte croissance sur un an, le mois de septembre constituant une période cruciale** pour communiquer avec les clients. **La semaine d'Halloween reste cruciale pour les acheteurs de dernière minute**, la plus forte croissance hebdomadaire étant enregistrée à l'approche de cette fête.²
- Tous canaux confondus, les **valeurs moyennes des commandes sont similaires**, avec un écart d'environ 11 %, la valeur moyenne des commandes en ligne étant légèrement plus élevée².
- **Près d'un quart de ces acheteurs sont de nouveaux clients**, ce qui représente une occasion de communication lors de leur recherche des parfaites friandises.²
- Gardez également à l'esprit les clients fidèles et veillez à tout mettre en œuvre pour **capturer l'attention des trois quarts qui ont déjà magasiné chez Walmart** pour leurs achats de friandises et de chocolat.²

¹Numerator, 2026 Canada Annual Holiday Preview Consumer Survey Report (rapport d'enquête auprès des consommateurs sur les prévisions des vacances annuelles au Canada en 2026), janvier 2026.

²Données de première partie de Walmart, du 14 août au 6 novembre 2025.



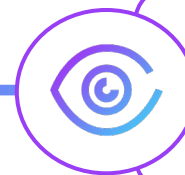
De la recherche au panier

Les petites douceurs sont la priorité des clients qui se préparent pour Halloween.

- Les personnes magasinant les produits de cette catégorie les associaient souvent à des articles d'autres catégories et regroupaient leurs paniers pour plus de commodité. Les principales catégories de magasinage croisé étaient les **produits d'épicerie**, les **boissons**, les **articles de fête**, les **décorations d'Halloween** et les **collations**.
- **L'activité en ligne n'a cessé de progresser au cours des semaines précédant Halloween**, augmentant de mois en mois à mesure que les clients cherchaient les parfaites friandises.
 - De la mi-août à la fin octobre, la catégorie Friandises et chocolat a enregistré environ **1,5 million de consultations de pages, soit une hausse de 16 %** sur un an.
 - **Les recherches ont enregistré une croissance de 23 % sur un an** et nous avons également constaté une **hausse de 19 % du nombre de visiteurs uniques** dans cette catégorie.

Principaux mots-clés des recherches

1. Friandises d'Halloween en vrac
2. Tablettes de chocolat d'Halloween
3. Assortiment de friandises
4. Friandises d'Halloween
5. Mini-barres de chocolat
6. Bonbons de maïs
7. Bonbons gélifiés d'Halloween
8. Assortiment de friandises au chocolat
9. Bonbons acidulés d'Halloween
10. Chocolat de qualité supérieure



Pour capter l'attention des clients à chaque étape de leur parcours d'achat, veillez à mettre en œuvre votre stratégie média pour Halloween bien avant le grand jour!

Le meilleur des friandises pour Halloween!

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

Stimuler l'engagement des clients en succursale



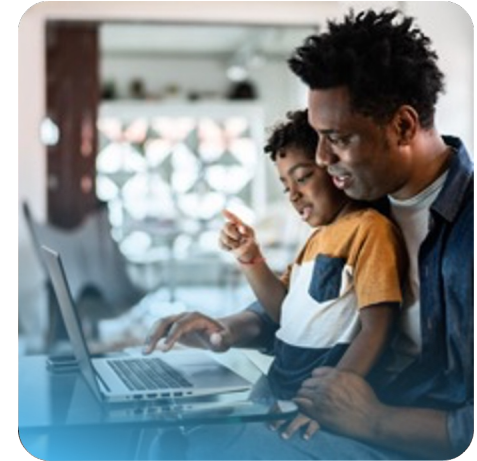
Tirez parti des possibilités d'affichage pour stimuler l'engagement des clients devant la tablette, au moment où ils prennent leurs décisions d'achat. Grâce à des emplacements tels que les **affiches verticales**, les **supports à bascule** et les **pignons latéraux**, vous pouvez mettre en avant votre marque et vos produits dans les succursales pour toucher les clients en quête de friandises d'Halloween.

Toucher les clients en ligne



La recherche commanditée offre de la visibilité en captant l'attention des clients pendant qu'ils naviguent sur le site. Face à la croissance des recherches en ligne sur un an, cela peut constituer un élément important de votre stratégie média pour Halloween, car de nombreux clients établissent leur liste d'achats à l'avance, avant même de se rendre en succursale.

Se démarquer du lot



Imposez-vous dans votre catégorie grâce aux emplacements **d'affichage sur site**, qui permettent d'attirer l'attention des acheteurs lorsqu'ils naviguent sur notre site et notre application au cours des semaines précédant Halloween. Favorisez la notoriété et la considération de votre marque en assurant votre visibilité tout au long du parcours d'achat, de la phase de découverte jusqu'au moment de l'achat, pendant cette période clé de l'année.



Déguisements

Pour toucher les acheteurs de déguisements, il faut assurer une visibilité précoce et la maintenir tout au long de la saison

- Les déguisements sont un élément incontournable pour courir ou fêter l'Halloween. Tant en succursale qu'en ligne, les **ventes ont augmenté dans la sous-catégorie des déguisements sur un an**.
- Le **canal en ligne a connu une croissance en début de saison**, la période de la mi-septembre à la fin du mois ayant enregistré la plus forte progression sur un an. **Une visibilité en ligne précoce peut contribuer à capter l'attention des acheteurs** au moment où ils préparent et finalisent leurs tenues pour Halloween.
- **C'est en succursale que la croissance a été la plus forte sur un an au mois d'octobre, la semaine d'Halloween en particulier** ayant enregistré la plus forte hausse des ventes de la saison. Veillez à ce que vos campagnes en succursale se déroulent tout au long des fêtes ou planifiez des activations et des expériences en succursale durant cette semaine. Ce sont d'excellents moyens d'influencer les décisions des clients au moment où ils remplissent activement leurs paniers.
- Tous canaux confondus, les **valeurs moyennes des commandes sont quasi identiques**, avec un écart d'environ 2 %, la valeur moyenne des commandes en succursale étant légèrement plus élevée.
- **Près d'un tiers de ces acheteurs sont de nouveaux clients**, ce qui représente une occasion importante de capter leur attention alors qu'ils se rendent chez Walmart pour la première fois en vue d'acheter leurs déguisements. Gardez à l'esprit la fidélisation, car **68 % de ces clients reviennent chez Walmart pour trouver leur déguisement d'Halloween**.

Données de première partie de Walmart, du 14 août au 6 novembre 2025.

EXCLUSIF ET CONFIDENTIEL



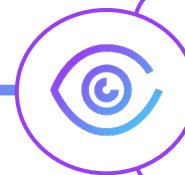
De la recherche au panier

Les amateurs de déguisements cherchent l'inspiration pour composer leur parfaite tenue d'Halloween.

- Les clients qui magasinaient des déguisements faisaient souvent leurs achats en même temps que des articles d'autres catégories. Les principales catégories de magasinage croisé étaient les **produits d'épicerie**, les **articles de décoration pour la maison**, les **articles de fête**, les **jouets** et les **articles saisonniers**. Cela indique que les acheteurs regroupaient leurs courses et achetaient des déguisements en même temps que d'autres articles indispensables pour Halloween ou lors de leurs courses d'épicerie hebdomadaires.
- **L'activité en ligne n'a cessé de progresser au cours des semaines précédant Halloween**, augmentant de mois en mois à mesure que les clients préparaient leurs tenues pour Halloween.
 - De la mi-août à la fin octobre, cette catégorie a enregistré environ **1,6 million de consultations de pages, soit une hausse de 17 %** sur un an.
 - **Les recherches ont enregistré une croissance de 24 % sur un an** et nous avons également constaté une **hausse de 19 % du nombre de visiteurs uniques** dans cette catégorie.
- Les termes les plus recherchés se répartissent à parts égales entre des thèmes et des concepts bien définis, et des recherches qui laissent place à l'inspiration et à l'influence, ce qui crée une **occasion évidente de capter l'attention et de favoriser la notoriété à l'étape de découverte**.

Principaux mots-clés des recherches

1. Déguisements d'Halloween pour adultes
2. Déguisements d'Halloween pour enfants
3. Déguisements de super-héros
4. Déguisements de princesses Disney*
5. Déguisements terrifiants
6. Déguisements de couples
7. Déguisements d'Halloween pour tout-petits
8. Déguisement de sorcière
9. Déguisement de vampire
10. Déguisement de zombie



Pour capter l'attention des clients à chaque étape de leur parcours d'achat, veillez à mettre en œuvre votre stratégie média pour Halloween bien avant le grand jour!

*Nom de la marque

Données de première partie de Walmart, du 14 août au 6 novembre 2025.

EXCLUSIF ET CONFIDENTIEL

Créer le frisson dans les tenues et les résultats

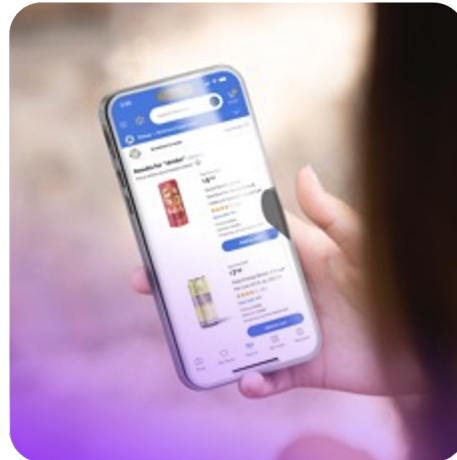
Restez visible grâce à une stratégie omnicanale solide pour stimuler l'engagement des clients, la considération et les ventes.

Inspirer grâce à des expériences uniques



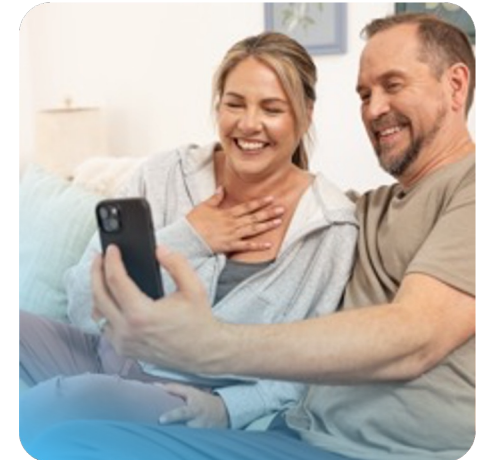
Les espaces d'activation vous permettent de créer vos propres expériences personnalisées dans les succursales Walmart de tout le pays. Suscitez l'enthousiasme des clients en mettant en avant vos déguisements et accessoires grâce à une expérience d'essayage stimulante ou à une cabine photo proposant des accessoires d'Halloween.

Favoriser la découverte et influencer les achats



Alors que les acheteurs recherchent la tenue idéale, utilisez **la recherche commanditée** pour capter leur attention pendant qu'ils naviguent sur le site. Face à la croissance des recherches en ligne d'année en année, cela peut constituer un élément important de votre stratégie média pour Halloween, vous permettant ainsi d'occuper le devant de la scène.

Se démarquer du lot



Les emplacements **d'affichage sur site** attirent l'attention des acheteurs lorsqu'ils naviguent sur notre site et notre application. Favorisez la notoriété et la considération de votre marque en assurant votre visibilité tout au long du parcours d'achat, de la phase de découverte jusqu'au moment de l'achat, au cours des semaines précédant Halloween.

Saisir l'occasion : Animaux de compagnie

- **Pensez à des façons de toucher les propriétaires d'animaux de compagnie** en cette période de l'année, alors qu'ils cherchent de plus en plus à faire participer leurs compagnons à quatre pattes aux festivités d'Halloween. Alors que la croissance des ventes en ligne est restée stable, **les ventes en succursale ont enregistré une croissance à deux chiffres sur un an**, ce qui laisse entrevoir une possibilité d'accroître les points de contact avec les clients pour favoriser la considération et la conversion sur l'ensemble des canaux.
- En succursale, c'est à la mi-août que nous avons enregistré la plus forte hausse des ventes, suivie d'une croissance constante de la première semaine d'octobre jusqu'à Halloween. En ligne, la croissance a été la plus forte à la mi-septembre et pendant la semaine des fêtes. Cette activité **indique un mélange de déguisements pour animaux de compagnie prévus à l'avance et d'achats plus spontanés.**
- L'activité en ligne a augmenté de manière constante au cours des semaines précédant Halloween, avec **une croissance sur un an observée au niveau des recherches (18 %)**, des **consultations de pages (12 %)** et des **visiteurs uniques (16 %)**.
- Ces clients achètent également dans d'autres catégories liées aux animaux de compagnie, même si l'on observe aussi **des achats croisés dans la catégorie des articles de décoration** parmi les cinq principales catégories de magasinage croisé, **ainsi que dans les catégories des déguisements et articles de fête** parmi les dix principales catégories. Découvrez des stratégies pour capter l'attention aussi bien dans les rayons physiques que numériques, afin d'accroître la notoriété de votre marque et de stimuler les ventes.

Principaux mots-clés des recherches

1. Déguisements d'Halloween pour chiens
2. Déguisements d'Halloween pour chats
3. Déguisements de citrouille pour animaux
4. Déguisements amusants pour chiens
5. Déguisements d'Halloween pour animaux

Principales catégories de magasinage croisé

1. Nourriture pour animaux
2. Jouets pour animaux
3. Accessoires pour animaux
4. Décorations d'Halloween
5. Gâteries pour animaux





Art et artisanat

Des citrouilles à la peinture, Halloween éveille une étincelle créative

- Halloween, ce n'est pas seulement des friandises! C'est aussi la saison où beaucoup s'adonnent à l'artisanat. De la fabrication des déguisements aux décorations festives, en passant par la sculpture de citrouilles, Halloween fait vibrer la fibre créative!
- La catégorie des fournitures d'art et d'artisanat a enregistré **une croissance régulière des ventes sur un an**, tant en succursale qu'en ligne.
- Le **canal en ligne a connu une croissance en début de saison**, enregistrant sa plus forte hausse environ un mois et demi avant Halloween, entre la mi-septembre et la fin septembre. **Une visibilité précoce en ligne peut contribuer à capter l'attention des acheteurs** lorsqu'ils font le plein de fournitures d'artisanat sur notre site et notre application.
- **En succursale, la croissance la plus forte sur un an a été enregistrée en octobre, surtout au cours des deux semaines précédant les fêtes.** Veillez à ce que vos campagnes en succursale se déroulent tout au long de la période des fêtes ou planifiez **des activations et des expériences axées sur l'artisanat pour les semaines précédant immédiatement Halloween.** Ce sont d'excellents moyens d'influencer les décisions des clients au moment où ils remplissent activement leurs paniers.
- Tous canaux confondus, les **valeurs moyennes des commandes sont quasi identiques** avec un écart d'environ 4 %, la valeur moyenne des commandes en ligne étant légèrement plus élevée.
- **Plus d'un tiers de ces acheteurs sont de nouveaux clients**, ce qui représente une occasion importante de faire en sorte que votre marque et vos produits restent au premier plan dans leur esprit.



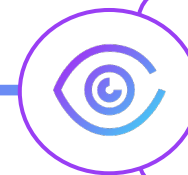
De la recherche au panier

L'augmentation des requêtes de recherche et de découverte témoigne d'une intention croissante alors que les clients remplissent leurs paniers pour Halloween.

- Les clients qui magasinaient dans la catégorie des fournitures d'art et d'artisanat achetaient souvent aussi des articles d'autres catégories. Les principales catégories de magasinage croisé étaient les **produits d'épicerie**, les **articles de décoration pour la maison**, les **articles de fête**, les **jouets** et les **articles saisonniers**, ce qui indique que les acheteurs regroupaient leurs courses et achetaient des fournitures d'artisanat en même temps que d'autres essentiels pour Halloween ou lors de leurs courses d'épicerie hebdomadaires.
- **L'activité en ligne a augmenté régulièrement au cours des semaines précédant Halloween**, enregistrant une hausse sur un mois. De la mi-août à la fin octobre :
 - **Le nombre de consultations de pages** a enregistré une hausse de 13 % sur un an.
 - **Le nombre de recherches** a augmenté de 20 % sur un an.
 - **Le nombre de visiteurs uniques** a augmenté de 16 % sur un an.
- Les principales sous-catégories achetées par nos clients la saison dernière étaient les **ensembles de peinture**, les **livres d'activité**, les **pochoirs**, les **trousses de sculpture de citrouilles**. Il est probable que ces catégories demeurent prioritaires à l'approche de la saison d'Halloween 2026, alors que les parents, les amis et les familles se préparent à passer des soirées placées sous le signe des arts, de l'artisanat et des frissons.

Principaux mots-clés des recherches

1. Trousse de sculpture de citrouilles
2. Pochoirs d'Halloween
3. Outils de sculpture
4. Artisanat d'Halloween pour enfants
5. Trousse de décoration de citrouilles
6. Peinture d'Halloween
7. Fournitures d'artisanat d'Halloween
8. Bricolage pour Halloween
9. Modèles de citrouilles
10. Paillettes d'Halloween



Pour capter l'attention des clients à chaque étape de leur parcours d'achat, veillez à mettre en œuvre votre stratégie média pour Halloween bien avant le grand jour!

Élaborer la stratégie parfaite

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

Inspirer grâce à des expériences uniques



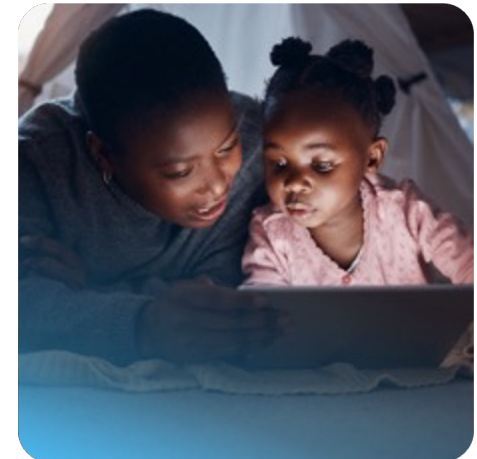
Tirez parti des possibilités d'affichage pour stimuler l'engagement des clients devant la tablette, au moment où ils prennent leurs décisions d'achat. Grâce à des emplacements tels que les **affiches verticales**, les **supports à bascule** et les **pignons latéraux**, vous pouvez mettre en avant votre marque et vos produits dans les succursales afin d'attirer l'attention des clients en quête de friandises d'Halloween.

Favoriser la découverte et influencer les achats



Alors que les acheteurs recherchent des articles d'artisanat essentiels, utilisez **la recherche commanditée** pour capter leur attention pendant qu'ils naviguent sur le site. Face à la croissance des recherches en ligne d'année en année, cela peut constituer un élément important de votre stratégie média pour Halloween, vous permettant ainsi d'occuper le devant de la scène, alors que l'activité ne cesse de croître chaque année.

Se démarquer du lot



Touchez les acheteurs en ligne grâce aux emplacements **d'affichage** sur notre site et dans notre application au cours des semaines précédant Halloween. Favorisez la notoriété et la considération de votre marque en assurant votre visibilité tout au long du parcours d'achat, de la phase de découverte jusqu'au moment de l'achat, pendant cette période clé de l'année.



Décorations

La demande en décorations commence tôt et se maintient jusqu'à Halloween

- Les décorations saisonnières ont enregistré **une hausse des ventes sur un an**, les clients s'étant tournés vers Walmart, aussi bien en succursale qu'en ligne, pour créer la parfaite ambiance effrayante.
- Le **canal en ligne a enregistré un pic d'activité en début de saison**, fin août. La croissance est restée stable jusqu'à environ la première semaine d'octobre, où une **deuxième période de forte croissance** a été observée.
 - **Une visibilité précoce en ligne peut contribuer à capter l'attention des acheteurs** lorsqu'ils recherchent des articles de décoration pour la maison dans les mois précédant Halloween.
- Les achats semblaient constants entre les deux canaux, **les ventes en succursale ayant également connu plusieurs pics de croissance** au cours des mois précédant Halloween. C'est fin août que nous avons constaté pour la première fois un pic de croissance sur un an, les **principales périodes de croissance se situant début septembre, la première semaine d'octobre et la semaine précédant les fêtes**.
 - Veillez à ce que vos campagnes en succursale **débutent tôt et se poursuivent jusqu'à Halloween**; c'est un excellent moyen d'influencer les décisions des clients au moment où ils remplissent activement leurs paniers.
- Tous canaux confondus, les **valeurs moyennes des commandes sont quasi identiques**, avec un écart d'environ 1%, la valeur moyenne des commandes en ligne étant légèrement plus élevée.
- **Près d'un quart de ces acheteurs sont de nouveaux clients**, ce qui représente une occasion importante de capter leur attention alors qu'ils se rendent chez Walmart pour la première fois en vue d'acheter leurs articles de décoration.



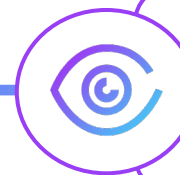
De la recherche au panier

L'engagement croissant offre l'occasion de communiquer et d'inspirer tout au long du parcours d'achat.

- Les clients qui magasinaient des décorations d'Halloween faisaient souvent leurs achats en même temps que des articles d'autres catégories. Les principales catégories de magasinage croisé étaient les **produits d'épicerie**, les **articles de décoration pour la maison**, les **articles de fête**, les **jouets** et les **articles saisonniers**, ce qui indique que les clients regroupaient leurs courses et achetaient des articles de décoration en même temps que d'autres essentiels pour Halloween ou lors de leurs courses d'épicerie hebdomadaires.
- **L'activité en ligne n'a cessé de progresser au cours des semaines précédant Halloween**, augmentant de mois en mois à mesure que les clients préparaient leurs tenues pour Halloween.
 - De la mi-août à la fin octobre, cette catégorie a enregistré environ **1,1 million de consultations de pages, soit une hausse de 15 %** sur un an.
 - **Les recherches ont enregistré une croissance de 21 % sur un an** et nous avons également constaté une **hausse de 18 % du nombre de visiteurs uniques** dans cette catégorie.
- Les principales sous-catégories achetées par nos clients la saison dernière étaient les **décorations murales, de table et d'intérieur**, ainsi que les **bougies** et les **articles gonflables**. Ces catégories resteront probablement au premier plan à l'approche de la saison d'Halloween 2026, alors que les clients planifient leurs festivités et préparent l'ambiance parfaite à la maison.

Principaux mots-clés des recherches

1. Décorations d'Halloween pour l'extérieur
2. Articles gonflables d'Halloween
3. Articles animatroniques d'Halloween
4. Lumières d'Halloween
5. Décorations pour le jardin
6. Décorations de porte pour Halloween
7. Accessoires effrayants
8. Couronne d'Halloween
9. Décorations squelettes
10. Décorations citrouille



Pour capter l'attention des clients à chaque étape de leur parcours d'achat, veillez à mettre en œuvre votre stratégie média pour Halloween bien avant le grand jour!

Créer la parfaite ambiance effrayante

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

Toucher les clients dans tous les rayons



Les annonces audio permettent de toucher les clients dans l'ensemble de la succursale, quel que soit le rayon où ils se trouvent, en les incitant à se rendre au rayon des articles de décoration. Présentez votre assortiment de produits effrayants, y compris votre toute nouvelle collection d'Halloween, ou invitez-les à découvrir l'ensemble de votre gamme grâce à ces annonces audio.

Favoriser la découverte et influencer les achats



Alors que les acheteurs recherchent les parfaits articles de décoration, utilisez **la recherche commanditée** pour capter leur attention pendant qu'ils naviguent sur le site. Face à la croissance des recherches en ligne d'année en année, cela peut constituer un élément important de votre stratégie média pour Halloween, vous permettant ainsi d'occuper le devant de la scène.

Se démarquer du lot



Les emplacements **d'affichage sur site** attirent l'attention des acheteurs lorsqu'ils naviguent sur notre site et notre application. Favorisez la notoriété et la considération de votre marque en assurant votre visibilité tout au long du parcours d'achat, de la phase de découverte jusqu'au moment de l'achat, au cours des semaines précédant Halloween.



Faisons étinceler
les ventes.