



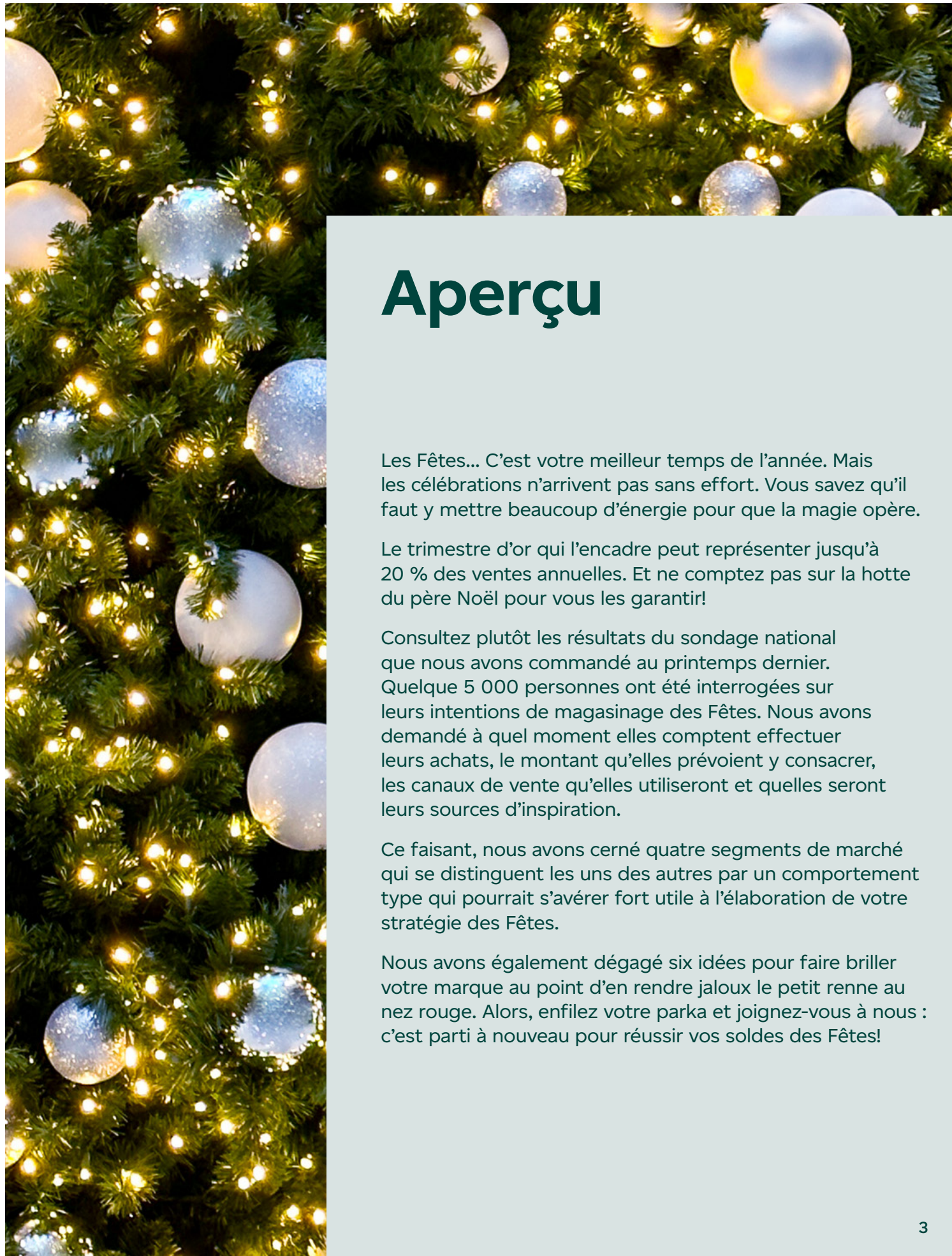
# Réussir vos soldes des Fêtes de 2023

---

Six astuces  
pour multiplier  
vos ventes en ligne

# Table des matières

- 3 Aperçu**
- 4 Holà aux flafas**  
Le budget des achats ne gonfle pas
- 7 Le sentier des Fêtes**  
Faites-le passer par tous les canaux,  
en ligne et hors ligne
- 10 Accrochez tôt vos grelots**  
Le magasinage des Fêtes débute à l'automne
- 13 *Un p'tit lutin m'a dit...***  
Les idées-cadeaux voyagent par la voie orale
- 16 Sitôt déballé, sitôt remballé**  
Le marché en tient compte :  
soyez souple pour les retours
- 19 Ohé du traîneau**  
Voici quatre segments de marché à visiter
- 25 Les astuces à déballer**



# Aperçu

Les Fêtes... C'est votre meilleur temps de l'année. Mais les célébrations n'arrivent pas sans effort. Vous savez qu'il faut y mettre beaucoup d'énergie pour que la magie opère.

Le trimestre d'or qui l'encadre peut représenter jusqu'à 20 % des ventes annuelles. Et ne comptez pas sur la hotte du père Noël pour vous les garantir!

Consultez plutôt les résultats du sondage national que nous avons commandé au printemps dernier. Quelque 5 000 personnes ont été interrogées sur leurs intentions de magasinage des Fêtes. Nous avons demandé à quel moment elles comptent effectuer leurs achats, le montant qu'elles prévoient y consacrer, les canaux de vente qu'elles utiliseront et quelles seront leurs sources d'inspiration.

Ce faisant, nous avons cerné quatre segments de marché qui se distinguent les uns des autres par un comportement type qui pourrait s'avérer fort utile à l'élaboration de votre stratégie des Fêtes.

Nous avons également dégagé six idées pour faire briller votre marque au point d'en rendre jaloux le petit renne au nez rouge. Alors, enfiler votre parka et joignez-vous à nous : c'est parti à nouveau pour réussir vos soldes des Fêtes!

# Holà aux flafas

---

## Le budget des achats ne gonfle pas

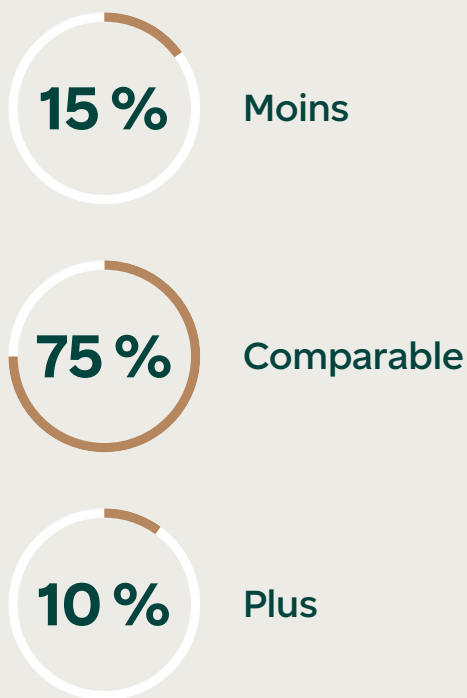
En 2022, le budget des achats des Fêtes du marché canadien a retrouvé un peu de son éclat. La dépense moyenne par personne a été de 877 \$.

Cette année, 75 % des gens envisagent de consacrer le même montant que l'an passé aux cadeaux et aux festivités; 10 % pensent le revoir à la hausse et 15 %, à la baisse.



# Un budget sans plus de tralalas

Neuf personnes sur dix affirment qu'elles dépenseront autant ou moins que l'an dernier. Plus précisément, voici les intentions des personnes sondées quant au budget alloué aux achats des Fêtes.



**877 \$**

Dépense moyenne aux Fêtes de 2022, par personne

**8,3 → 8,5**

Nombre moyen de personnes incluses sur une liste de cadeaux; 2022 c. 2023

**106 \$**

Somme moyenne consacrée aux cadeaux offerts à une personne, en 2022

## Pour des Fêtes réussies **Misez sur les offres et les réductions**

Les prédictions d'achats en révèlent beaucoup sur l'état d'esprit de la population. La stabilité du budget alloué aux cadeaux laisse entrevoir des inquiétudes potentielles au sujet de l'inflation et de l'économie en général. Il va sans dire que les aubaines et les offres spéciales auront la cote.

Ne lésinez pas sur de telles approches pour attirer la clientèle : chute des prix, soldes d'une durée limitée et codes promotionnels seront bienvenus pour garnir le pied du sapin cette année!

Surtout, lancez vos offres promotionnelles tôt, avant même le Vendredi fou.



# Le sentier des Fêtes

---

**Faites-le passer  
par tous les canaux,  
en ligne et hors ligne**

En magasin ou en ligne, où s'opérera la magie du magasinage des Fêtes cette année? Un achalandage assez constant est prévisible sur tous les canaux, puisque 35 % des personnes sondées visiteront principalement les boutiques en ligne, 28 % partageront leurs achats entre des lieux physiques et des sites virtuels et 37 % comptent se rendre en magasin pour la majorité ou la totalité de leurs achats des Fêtes.



## Quel est le tracé à suivre?

Sur ce plan, les personnes sondées ont clairement fait connaître leurs préférences.

9 %

Faire tous les achats en ligne pour éviter les magasins

26 %

Faire la majorité des achats en ligne, mais certains en magasin

28 %

Faire autant d'achats en magasin qu'en ligne

25 %

Faire la majorité des achats en magasin, mais certains en ligne

13 %

Faire tous les achats en magasin pour éviter les commerces en ligne

\* Les pourcentages illustrés ici correspondent aux valeurs arrondies, ce qui explique que leur somme soit supérieure à 100.



## Pour des Fêtes réussies **Ne ratez aucun parcours**

Votre clientèle se trouve partout, sur tous les canaux. Soyez-y vous aussi.

En ligne, répondez aux besoins du marché en matière de commodité, de choix et de comparaison des prix. Optimisez la découvrabilité de vos offres et simplifiez le parcours d'achat.

En magasin, émerveillez vos cibles en leur proposant des expériences immersives, captivez leurs sens et favorisez le contact direct avec vos produits.



# Accrochez tôt vos grelots

---

## Le magasinage des Fêtes débute à l'automne

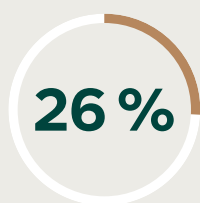
On ne saurait contester la popularité du Vendredi fou au Canada. On ne parle d'ailleurs plus d'une seule journée de soldes, mais bien d'une période étendue. Environ la moitié du marché commence ses achats des Fêtes au début de novembre, voire avant.

Quant à l'autre moitié, elle s'active bien avant que ne résonne le carillon du Vendredi fou. En effet, 26 % des personnes sondées nous ont dit qu'elles achètent des présents l'année durant et 16 % commencent leurs achats dès septembre ou octobre. Leur comportement d'achat résulterait d'une propension à la générosité se manifestant au gré des occasions.



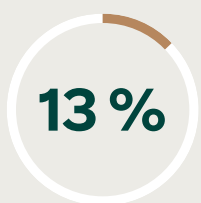
# À quel moment commence la frénésie des Fêtes?

Il semble que les clochettes tintent à l'année. D'après notre sondage, la période du magasinage des Fêtes s'étire ou se comprime comme il plaît.



26 %

Toute l'année



13 %

Quelques jours avant Noël



16 %

Dès septembre ou tôt en octobre



3 %

Aux soldes de l'Après-Noël



13 %

Quelques semaines avant le Vendredi fou



14 %

Surtout pas durant les Fêtes



15 %

Au Vendredi fou ou au Cyberlundi



## Pour des Fêtes réussies **Ayez toujours un traîneau prêt à partir**

En examinant le marché actuel, on constate rapidement que bien se préparer à l'achalandage de novembre et décembre ne suffit plus pour s'emparer d'une belle part des ventes des Fêtes.

En comparaison des achats courants, le magasinage en vue de festivités répond à des besoins bien différents. Écoutez donc les motivations d'achat de votre clientèle, et proposez des idées, des reçus-cadeaux et des options d'emballage en tout temps, car Noël se prépare tôt pour plusieurs.



# *Un p'tit lutin m'a dit...*

## **Les idées-cadeaux voyagent par la voie orale**

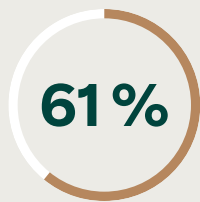
Cette année, les gens d'ici demanderont leur liste de souhaits aux (petits et grands) enfants sages et chercheront des recommandations de proches et de collègues de confiance. Ils s'inspireront aussi de la recherche en ligne et du lèche-vitrine.

# 04



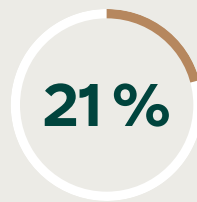
# Sources d'inspiration pour les cadeaux

Les personnes sondées prévoient varier les sources d'inspiration.



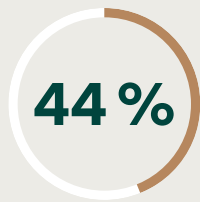
**61 %**

S'informer auprès  
de la personne  
concernée



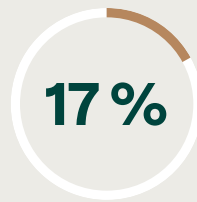
**21 %**

Prêter attention  
aux publicités



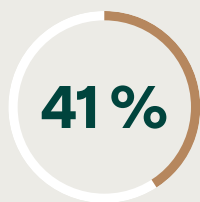
**44 %**

S'informer auprès  
de l'entourage



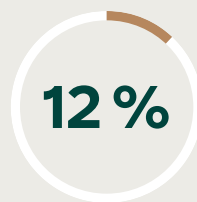
**17 %**

Consulter les médias  
sociaux, blogues et  
évaluations en ligne



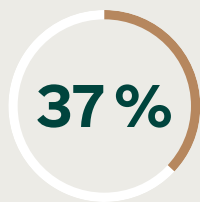
**41 %**

Effectuer des  
recherches en ligne



**12 %**

Se référer  
aux médias



**37 %**

Fureter dans  
les magasins

## Pour des Fêtes réussies Suivez la voie orale des idées- cadeaux

Connaître les sources d'inspiration du marché place assurément vos tactiques marketing en bonne position. Cela vous fournit des éléments précieux pour capter l'attention.

Il semble que les proches exercent une grande influence sur les décisions d'achat d'un cadeau. Alors, favorisez le bouche-à-oreille et récompensez les personnes qui communiquent vos offres. Vous pouvez également utiliser les fonctions pratiques de signets et de listes de souhaits en ligne qui facilitent les recherches subséquentes et le partage des sélections.

Enfin, propagez la féerie des Fêtes en annonçant la parution de votre catalogue sur les médias sociaux, par message texte et par courriel.



# Sitôt déballé, sitôt remballé

---

## Le marché en tient compte : soyez souple pour les retours

Comme ils surviennent après l'achat, les retours d'articles sont souvent les grands négligés de la planification. Pourtant, leur facilité a le pouvoir d'influencer la décision d'achat. Selon notre sondage, 40 % des gens se seraient déjà abstenus de conclure un achat en raison d'une politique de retour qui ne leur convenait pas.

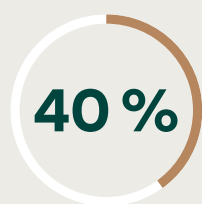


05



# La politique qui ne pardonne pas...

Les inquiétudes suscitées par les politiques de retour rigides poussent deux personnes sur cinq à renoncer à certains achats.



renoncent  
à l'achat



concluent  
l'achat



Pour des Fêtes réussies

# Offrez une politique simple et pratique

N'hésitez pas à dégivrer votre stratégie de retour d'article à l'occasion des Fêtes.

Clarifiez votre politique, mettez-la bien en vue sur votre site Web et offrez un délai se prolongeant jusqu'à la fin de janvier.

Proposez également d'ajouter un reçu-cadeau dans le colis pour en faciliter le retour tout en respectant la discrétion que recherche la personne qui offre le présent.

Le marché apprécie ces attentions, et vos taux de rétention en profiteront.



Guide pour les Fêtes

# Ohé du traîneau

---

## Voici quatre segments de marché à visiter

Appuyez vos stratégies sur ces  
quatre profils de comportement  
pour que résonne la joie des Fêtes  
à votre enseigne.



## 1<sup>er</sup> profil

# La longue réflexion

« C'est l'intention qui compte –  
et je choisis mes cadeaux avec soin. »

Les personnes qui présentent ce profil considèrent que la valeur de l'intention l'emporte sur le montant de la dépense. D'après notre sondage, 52 % des gens considèrent agir ainsi : ils planifient leurs achats, y réfléchissent et les échelonnent sur toute l'année.

### Habitudes et caractéristiques

Acheter des cadeaux des Fêtes toute l'année

Demander des idées de cadeaux aux proches

Faire des achats tant en magasin qu'en ligne

Toutes générations confondues

Majorité de femmes (54 %)

Revenu moyen du ménage | 99 293 \$

Dépense moyenne aux Fêtes de 2022 | 812 \$



## 2<sup>e</sup> profil

# La chasse aux aubaines

« J'épluche les soldes pour maximiser davantage mon budget des Fêtes. »

On pense ici à des habitudes de consommation avisées où chaque sou économisé vaut son pesant d'or. D'après notre sondage, près du quart (24 %) du marché canadien s'apparente à ce profil et affirme acheter rarement un article au plein prix.

### Habitudes et caractéristiques

Attendre les soldes des Fêtes

Effectuer la majorité des achats en ligne

Privilégier les bas prix, les primes de fidélité et les retours d'articles simples et pratiques

Dominance des générations X et Y

Majorité de femmes (56 %)

Revenu moyen du ménage | 101 128 \$

Dépense moyenne aux Fêtes de 2022 | 812 \$





Guide pour les Fêtes

## 3<sup>e</sup> profil **L'argent content**

« J'aime offrir le choix en cadeau. »

Le groupe de l'argent *content* préfère donner à ses proches la liberté de choisir leurs propres cadeaux. Représentant 19 % du marché canadien, ces personnes attendent souvent le dernier tintement de clochettes avant de magasiner pour les Fêtes.

### **Habitudes et caractéristiques**

Commencer les achats des Fêtes quelques jours avant Noël

Effectuer la majorité des achats en magasin

Demander des idées de cadeaux directement aux destinataires

Dominance de baby-boomers

Majorité d'hommes (58 %)

Revenu moyen du ménage | 96 987 \$

Dépense moyenne aux Fêtes de 2022 | 935 \$

## 4<sup>e</sup> profil

# La démesure

**« Je ne compte pas et j'y vais en grand pendant les Fêtes. »**

Le type de la démesure se définit par la générosité, car il veut créer des moments magiques grandioses pendant les Fêtes. Ce segment est le plus restreint et ne représente que 5 % du marché canadien.

### Habitudes et caractéristiques

Commencer les achats des Fêtes en septembre ou octobre

Effectuer la majorité des achats en ligne

S'inspirer des contenus des médias sociaux et de la publicité

Dominance des générations Y et Z

Majorité d'hommes (57 %)

Revenu moyen du ménage | 122 368 \$

Dépense moyenne aux Fêtes de 2022 | 1 625 \$



## Pour des Fêtes réussies Adaptez vos messages et vos offres à ces profils types

Inspirez-vous du profil type de votre clientèle pour créer votre marketing des Fêtes.

Le groupe de la longue réflexion cherche à enchainer ses proches avec des cadeaux authentiques et personnalisés. Vos messages et votre expérience client captent-ils son attention? Le groupe de la chasse aux aubaines adore les bonnes affaires et veut en avoir pour son argent. Présentez-lui une hotte pleine de rabais! Le groupe de l'argent *content* préfère donner le choix, alors mettez en évidence votre offre de cartes-cadeaux. Et n'oublions pas le groupe de la démesure, qui rêve de créer des moments magiques. Libérez son esprit des Fêtes avec vos offres uniques et exclusives qui incarnent la joie de l'extravagance.





Guide pour les Fêtes

# Les astuces à déballer

---



# Les astuces à déballer

Maintenant, concluons ce guide avec six conseils qui feront de cette période des Fêtes votre plus grande réussite.

## Misez sur les offres et les réductions

Rabais unique ou offres d'une durée limitée, libérez toute la magie des soldes des Fêtes pour attirer les personnes dont le budget restreint les écarts.

## Pensez aux achats précoces

Attirez les personnes qui remplissent leur hotte toute l'année avec des options-cadeaux en tout temps.

## Ayez une politique de retour simple et pratique

Clarifiez votre politique de retour, prolongez la période des retours et proposez d'ajouter un reçu-cadeau dans le colis pour en faciliter le retour sans diminuer le plaisir de donner.

## Ne ratez aucune étape du sentier des Fêtes

Synchronisez votre présence en ligne et en magasin, en répondant aux besoins de commodité, de choix et de comparaison de prix en ligne, tout en attirant la clientèle en magasin avec des expériences immersives.

## Suivez la voie des idées-cadeaux

Misez sur l'influence des proches en encourageant le partage au moyen de récompenses, de listes de souhaits et plus encore.

## Adaptez vos offres aux profils types

Modulez vos messages et vos offres en fonction des motivations et des préférences des quatre profils cernés par notre sondage.



**Pour pousser la réflexion  
et affermir vos décisions,  
consultez nos ressources sur  
[postescanada.ca/  
contenupourcommercesenligne](https://postescanada.ca/contenupourcommercesenligne)  
ou notre  
[équipe des ventes.](#)**

Source :

Sondage sur les habitudes d'achat  
en ligne au Canada mené par Phase 5  
Groupe d'experts-conseils Inc. au nom  
de Postes Canada, mai 2023.

Le motif du cachet postal dans un cercle  
est une marque de commerce de la  
Société canadienne des postes.