

Étude de cas Scintilla

E.T. Browne et Palmer's : Utilisation de l'analyse approfondie de l'assortiment en fonction du comportement de l'acheteur pour gagner le placement d'un article par l'intermédiaire de l'incrémentalité et de la non-substituabilité



Cette étude de cas a été partagée en direct lors de l'événement Walmart Data Ventures Inspire, le 1er octobre 2024.



Steve Dengel
Catégorie principale
et Gestionnaire des perspectives du client
Palmer's



Kamira Carter
Marchande associée
Walmart

Étude de cas Scintilla : Palmer's

E.T. Browne est une entreprise familiale qui existe depuis aussi longtemps que la machine à écrire et l'épingle de sécurité avec des produits qui sont fabriqués localement aux États-Unis. Leurs produits durables et d'origine éthique, y compris leur marque Palmer's, sont actuellement vendus dans plus de 110 pays à travers le monde.



Étude de cas Scintilla : Palmer's

L'occasion :

Les produits de beauté et de soins personnels de Palmer's se trouvent dans 8 catégories différentes, chacune ayant plusieurs types de produits, y compris la lotion pour les mains et le corps, les soins capillaires, les soins du visage et plus encore. Ils espéraient élargir leur assortiment, mais avec une gamme de produits déjà forte, ils avaient besoin de le faire avec tact.





Étude de cas Scintilla : Palmer's

L'occasion :

L'équipe de Palmer's voulait ajouter deux nouveaux formats de leurs marques existantes, mais elle devait s'assurer que les ajouts ne cannibaliserait pas l'assortiment actuel. Pour accomplir cela, ils se sont associés à leur marchand pour travailler dans le cadre de la stratégie actuelle de Walmart visant la lotion pour les mains et le corps de Walmart.

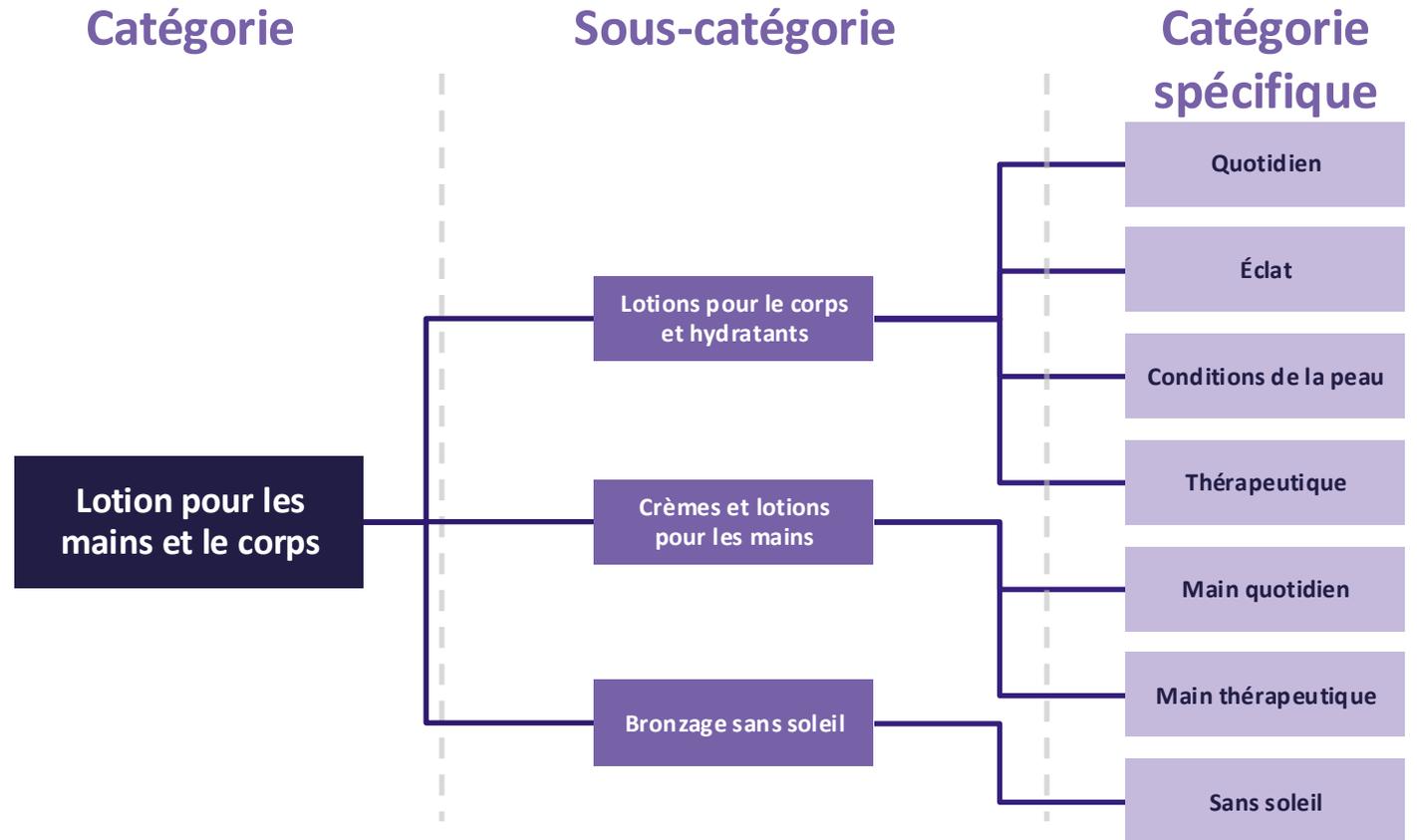
Stratégie de Walmart visant la lotion pour les mains et le corps



Étude de cas Scintilla : Palmer's

L'approche :

Ils ont commencé le processus en examinant la hiérarchie actuelle de la catégorie de lotion pour les mains et le corps de Scintilla **Shopper Behavior** Assortiment Deep Dive.

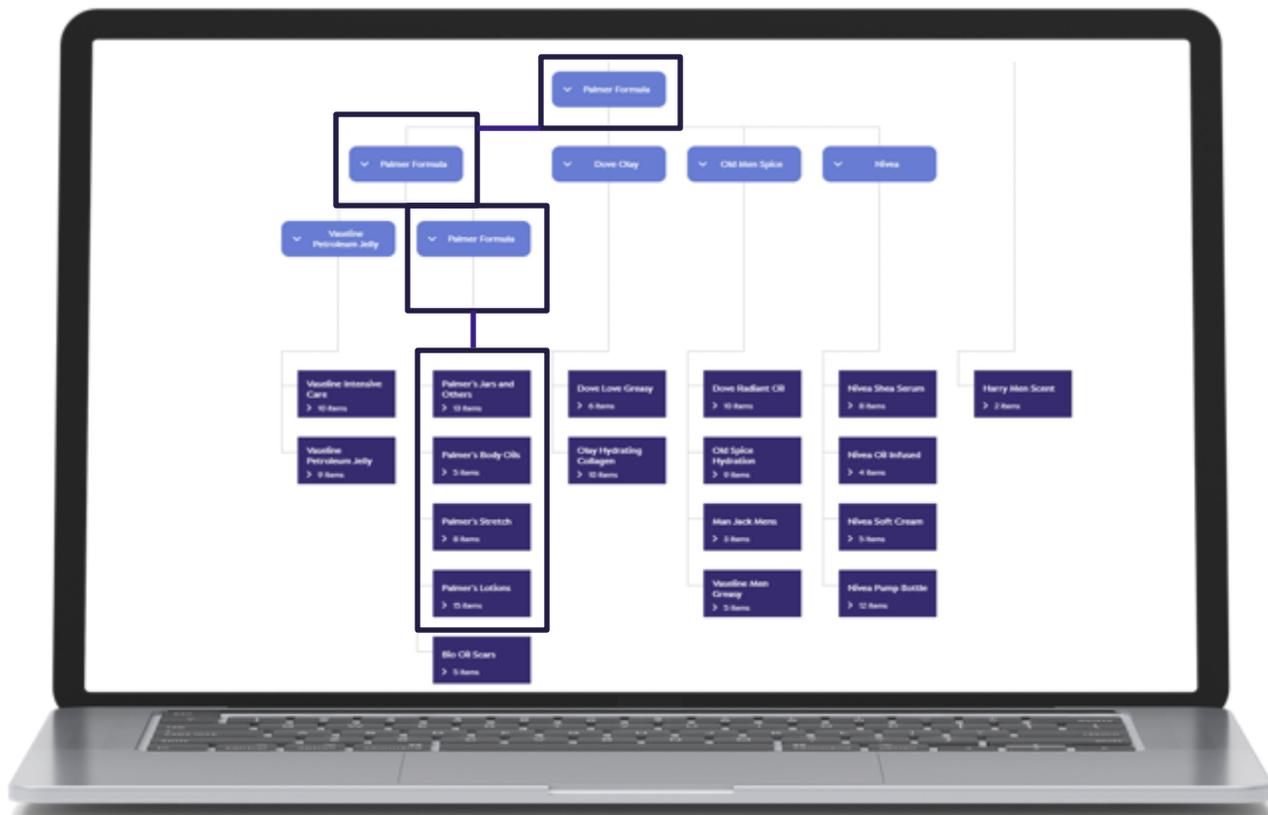




Étude de cas Scintilla : Palmer's

L'approche :

Ensuite, ils ont utilisé l'analyse approfondie du comportement de l'acheteur Scintilla en matière d'assortiment pour examiner l'arbre de décision du client et le rapport de priorité du client.



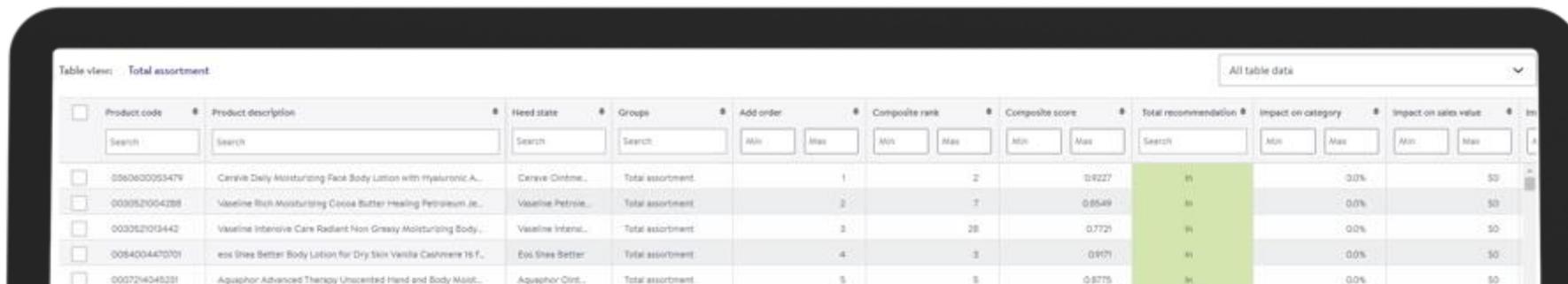


Étude de cas Scintilla : Palmer's

L'approche :

Ces rapports les ont aidés à comprendre si leurs articles se vendaient bien ou non, s'ils atteignaient suffisamment d'acheteurs, et à quel point c'était important pour leurs acheteurs les plus fidèles.

Comment le rang composite est-il calculé

Product code	Product description	Head state	Groups	Add order	Composite rank	Composite score	Total recommendation	Impact on category	Impact on sales value
006060093479	Cerave Daily Moisturizing Face Body Lotion with Hyaluronic A...	Cerave Onthe...	Total assortment	1	2	0.9227	Hi	0.0%	50
0030521004288	Vaseline Rich Moisturizing Cocoa Butter Healing Petroleum Je...	Vaseline Petros...	Total assortment	2	7	0.8549	Hi	0.0%	50
0030521013442	Vaseline Intensive Care Radiant Non Greasy Moisturizing Body...	Vaseline Intens...	Total assortment	3	28	0.7721	Hi	0.0%	50
0084004470701	Eos Shea Better Body Lotion for Dry Skin Vanilla Cashmere 18 F...	Eos Shea Better	Total assortment	4	3	0.6971	Hi	0.0%	50
0007246348231	Aquaphor Advanced Therapy Unscented Hand and Body Moist...	Aquaphor Clint...	Total assortment	5	8	0.8775	Hi	0.0%	50

Étude de cas Scintilla : Palmer's

L'approche :

Lors de l'utilisation de l'analyse approfondie du comportement de l'acheteur Scintilla en matière **d'assortiment**, l'équipe de Palmer's avait quelques remarques importantes qu'ils recherchaient pour aider à valider leur processus :

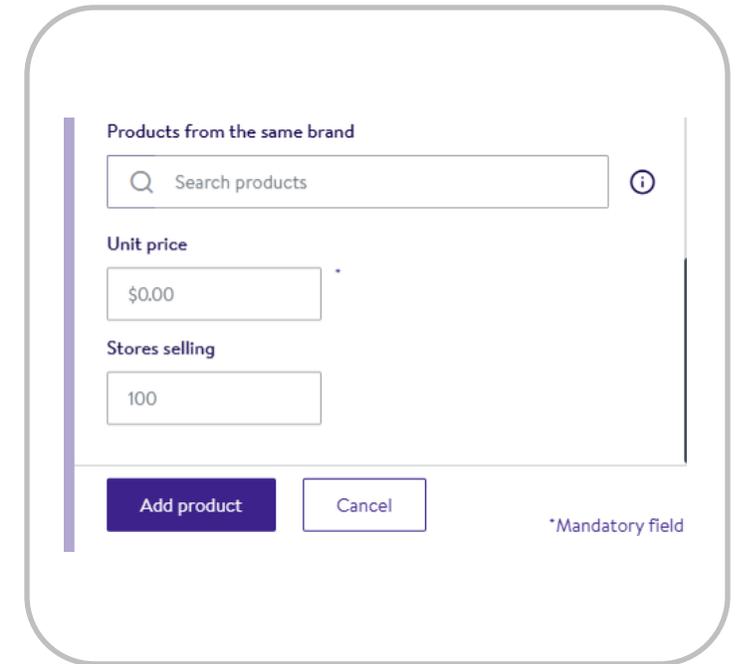
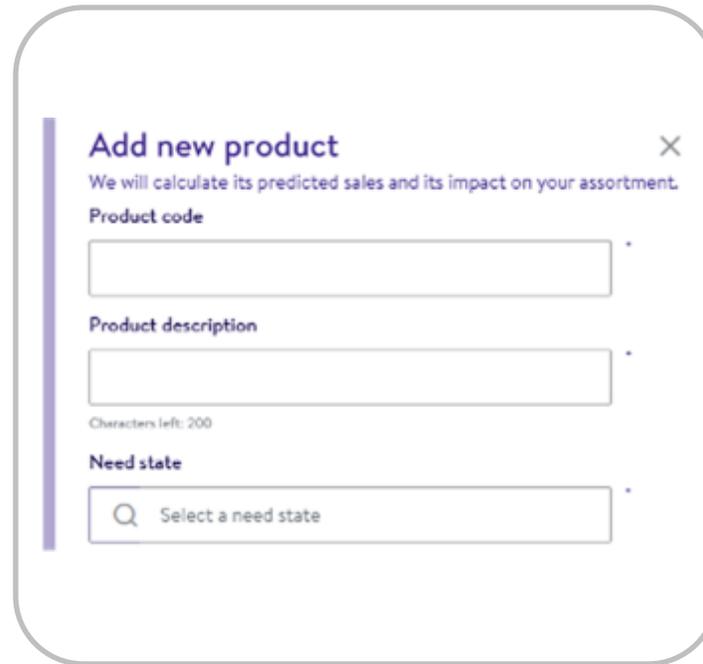
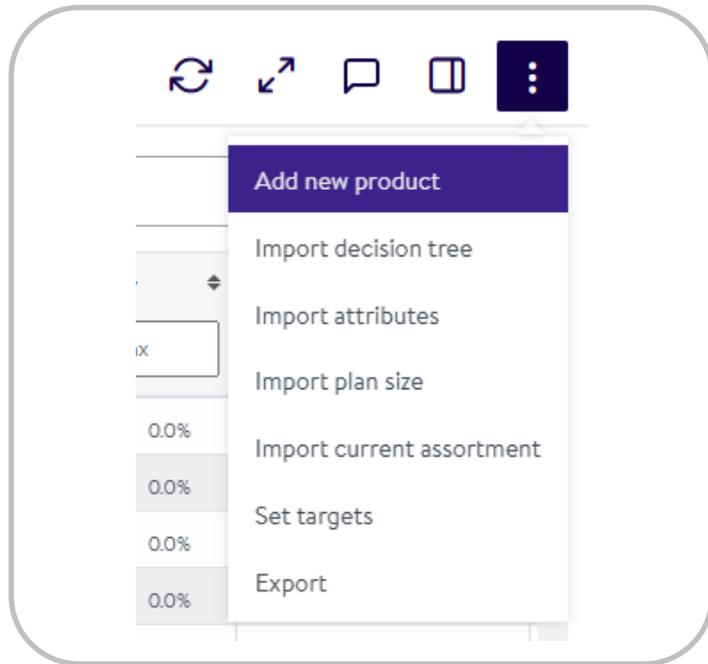


- Assurer que la hiérarchie de catégorie est sensée
- Exécuter un rapport de priorité du client
- Exclure les produits avec une distribution limitée
- Valider l'arbre de décision du client
- Exécuter la recommandation automatique de radiation de la liste
- Exporter les mesures de priorité du client
- Résumer les apprentissages clés

Étude de cas Scintilla : Palmer's

L'approche :

Ce processus a confirmé que Palmer's devrait voir le placement de l'article par l'intermédiaire de l'incrémentalité et de la non-substituabilité, ce qui signifie qu'ils correspondraient à l'offre de base et pourraient obtenir une distribution sans cannibalisation.



PALMER'S Étude de cas Scintilla : Palmer's
Les résultats :

Les deux nouveaux articles ont été ajoutés à l'assortiment et la croissance était de **91 % de ventes progressives**, validant ce que les données Scintilla ont prédit : les articles ont vu très peu de non-substituabilité et n'ont pas été cannibalisés par d'autres offres dans la catégorie.

91 %
Croissance excédentaire

