

# Caso de estudio de Scintilla

Kimberly-Clark: De pañales a pañales de niño grande: Reinventar el pasillo de los pañales entrenadores para ir al baño

 Kimberly-Clark

 Inspire  
2024

Este caso de estudio de Estados Unidos se compartió en vivo en el evento de Walmart Data Ventures Inspire, el 17 de octubre de 2023.

“¿Qué mejores personas  
a las que preguntar sobre  
lo que les gusta y no les  
gusta que a los clientes?”

- Randy Berg, líder senior de equipo - Bebé | **Kimberly-Clark**





**Randy Berg**

Líder senior de equipo - Bebé  
**Kimberly-Clark**



**Denton Botsford**

Comprador: Toallitas para bebés  
y pañales entrenadores  
**Walmart**



# Caso de estudio de Scintilla: Kimberly-Clark

## La oportunidad:

El equipo de compras de Walmart Baby y el equipo asesor de Kimberly-Clark querían cambiar las cosas en el pasillo de Pañales entrenadores para crear mejores bloques y surtido de marcas y ayudar a Walmart a aumentar su participación en el mercado en las categorías de Pañales entrenadores y Pañales nocturnos.

Se incluyeron los elementos que debían tenerse en cuenta:



Embalaje específico de género



Pantalones nocturnos y pantalones de entrenamiento



Múltiples puntos de precio



Conjuntos que van desde 4 pies a 20 pies



Varios tamaños de productos



# Caso de estudio de Scintilla: Kimberly-Clark

## La oportunidad:



### Un pañal entrenador es:

- Prenda interior desechable y absorbente, por lo general diseñada para ajustarse como un calzón; se usa en el entrenamiento para ir al baño
- Algunos productos ofrecen gráficos de desvanecimiento para la indicación de humedad
- Los productos pueden ofrecer diseño y gráficos específicos de género
- ~ 18-48 meses de edad, tamaños: 2T-3T, 3T-4T, 4T-5T y 5T-6T



### Un pañal nocturno es:

- Prenda interior desechable y absorbente, se ajusta como un calzón
- Para niños con enuresis nocturna para protección durante la noche
- Diseño y gráficos específicos de género
- Elásticos de pierna y cintura con cubierta exterior discreta
- Edades 4+ entre 28-160 libras



# Caso de estudio de Scintilla: Kimberly-Clark

## La oportunidad:

El diseño en los estantes era horizontal por género y vertical por marca. El género y las marcas ocuparon el primer lugar en el árbol de decisiones del comprador.



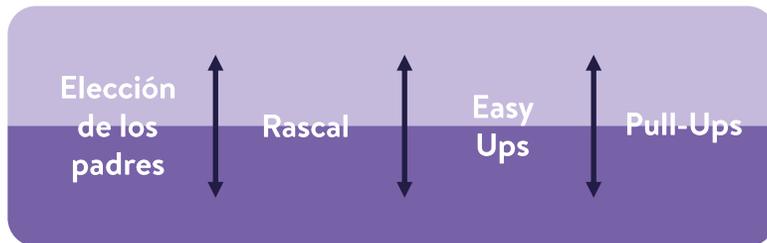
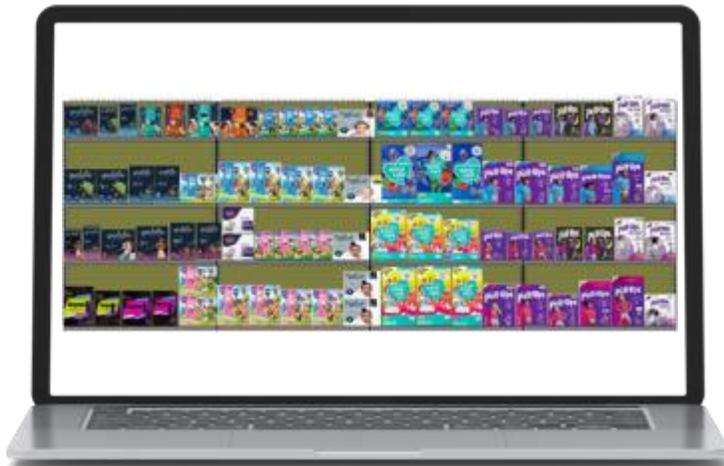


# Caso de estudio de Scintilla: Kimberly-Clark

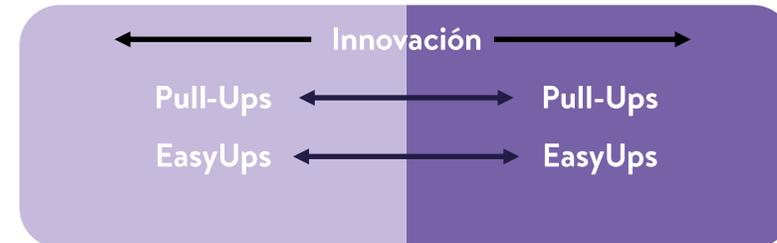
El enfoque:

Crearon un nuevo módulo para probar en línea y en 75 tiendas con un ajuste simple pero significativo: el género ahora se colocaría verticalmente y las marcas se colocarían horizontalmente.

Original



Prueba





# Caso de estudio de Scintilla: Kimberly-Clark

## El enfoque:

Los equipos aprovecharon tres módulos de Scintilla para ejecutar y realizar un seguimiento del desempeño de su prueba.



### Scintilla Customer Perception

- Preguntó a los compradores sus pensamientos sobre el cambio
- Prueba virtual suplementaria utilizada



### Scintilla Shopper Behavior

- Reporte de desempeño en detalle
- Reporte de árbol KPI's
- Reporte de sensibilidad al precio
- Reporte de switching
- Reporte de tasa de repetición
- Herramientas de surtido



### Scintilla Channel Performance (Canal)

- Desempeño general
- Artículo/ Tienda/ Velocidades específicas de mod
- Marcas en crecimiento / marcas en declive
- Oportunidades de tamaño del paquete
- Surtido de tamaños de producto

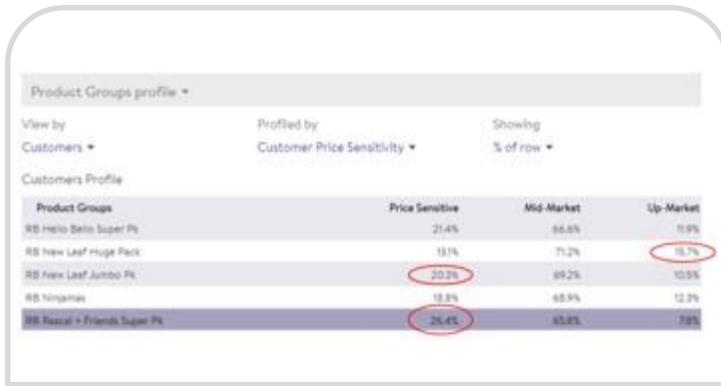


# Caso de estudio de Scintilla: Kimberly-Clark

## El enfoque:

Varios reportes de **Shopper Behavior** ayudaron al equipo a afinar sus decisiones de surtido.

### Sensibilidad de Precio



### Árbol de KPI's



### Tasa de repetición



### Switching



Gains/Losses - PAMPERS NINJAMAS TYS PANTS

Item name	Gains	Losses	Fair Share Index
Total	100.0%	100.0%	
Group Switching	26.8%	9.6%	
GOODNITES BRIEFS TYS PANTS	44.8%	75.3%	65
PARENTS CHOICE YOUTH PANT TYS PANTS	55.2%	24.7%	194
Category Expansion/Contraction	10.1%	10.0%	
Continuous Group Shoppers	0.0%	4.6%	
New / Lapsed Group Shoppers	10.1%	5.4%	

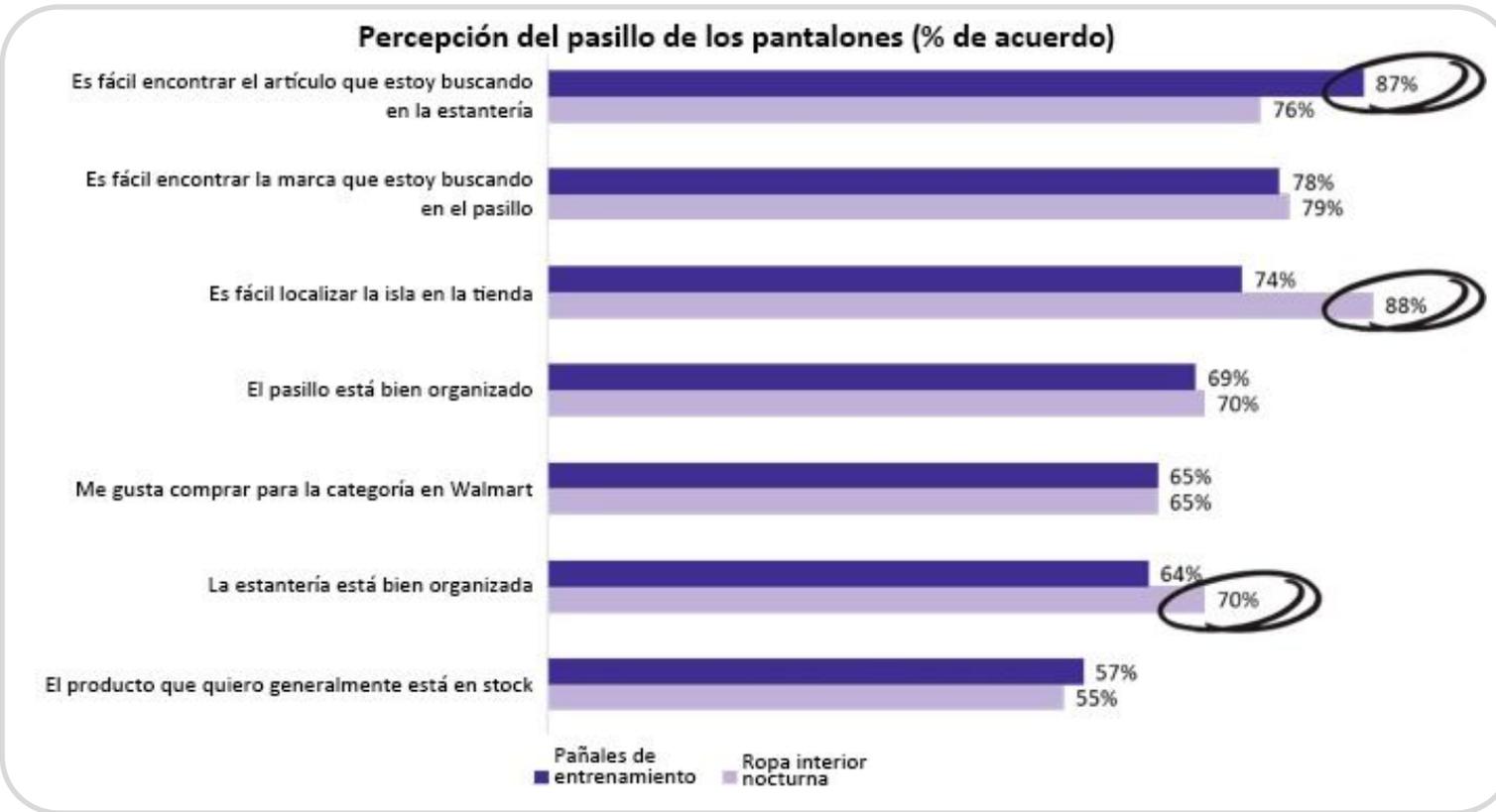




# Caso de estudio de Scintilla: Kimberly-Clark

## El enfoque:

La retroalimentación de compradores verificados en la Comunidad de Walmart Spark a través de encuestas de Customer Perception validaron su nueva dirección de diseño tanto para la prueba en la tienda como para la prueba virtual.





# Caso de estudio de Scintilla: Kimberly-Clark

El enfoque:

La dirección correcta era clara, y el nuevo diseño se adoptó en todas las tiendas de Walmart.





# Caso de estudio de Scintilla: Kimberly-Clark

## Los resultados:

El nuevo módulo demostró ser un éxito al aumentar las ventas y la participación en el mercado, y lo más importante, fue la opción correcta para el cliente.

### Mod 2023 (año completo)



#### Scintilla Channel Performance (Canal)

- Crecimiento de categoría de \$37 millones
- +7 % \$ de POS
- +6 % de crecimiento de la unidad
- Crecimiento de participación de +1,5 puntos del mercado medido

### Mod 2024 (hasta 13 semanas)



#### Scintilla Channel Performance (Canal)

- Crecimiento de categoría de \$3 millones
- +2 % \$ de POS
- Unidades planas (hasta un 2 % de entrenamiento)
- Participación de mantenimiento (+1,2 puntos 52 semanas, 13 semanas planas)