

# Caso de estudio de Scintilla

## Upfield: Distribución centrada en el cliente



“Scintilla  
ha ayudado a los  
merchants a maximizar  
la estrategia integral  
de la marca.



**Carlee Pruden**  
Senior Merchant  
Walmart

## Caso de estudio de Scintilla: Upfield

La oportunidad: Mejorar la disponibilidad del producto para clientes leales a la marca

Upfield quería convertir a los clientes de Violife leales a la marca en compradores habituales de múltiples categorías y de canastas grandes en Walmart, asegurándose de que todo el surtido de productos estuviera disponible donde compraran.

### Expectativas del cliente leal a la marca



Carrito completo | Abarrotes semanales  
Multicategoría | Comprador repetido

### Disponibilidad real de la tienda

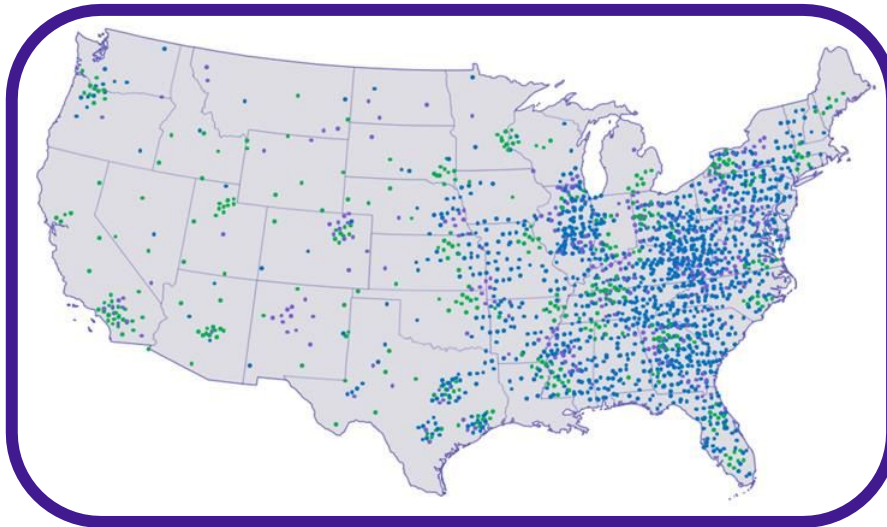


Quedó decepcionado | Comprador caducado o en fuga  
Canasta limitada

## Caso de estudio de Scintilla: Upfield

### La oportunidad:

Hay más de 15 productos sin lácteos disponibles para los clientes de Walmart, pero hubo un surtido incaonsistente en todas las tiendas debido a estrategias contradictorias y visibilidad limitada de los datos reales de los clientes.



**Cinco categorías, cuatro compradores, y cuatro estrategias conducen a diferentes surtidos de Walmart que afectaron la experiencia del cliente en línea y en las tiendas físicas.**

## Caso de estudio de Scintilla: Upfield

El enfoque: Aprovechar Charter de Scintilla para centrarse en clientes, tiendas y datos de ventas de productos de origen vegetal específicos de Walmart

1

**Paso 1:** Confirmar la necesidad de una nueva estrategia usando **Channel Performance:**



**Channel Performance**

2

**Paso 2:** Determinar la recomendación usando **Shopper Behavior:**



**Shopper Behavior**

## Caso de estudio de Scintilla: Upfield

El enfoque: Identificar a los clientes líderes y valiosos de productos vegetales en todas las categorías de Violife con los informes de dónde se vende de Shopper Behavior



### Paso 1

Ejecutar informe dónde se vende



### Paso 2

Indexar tiendas



### Paso 3

Clasificar las tiendas



### Paso 4

Referencia cruzada por Centro de distribución

Todos los clientes

Clientes campeones  
o valiosos

Mantequilla y  
untables

Queso lácteo

Crema en polvo

Queso crema



# Caso de estudio de Scintilla: Upfield

El enfoque: Crea una participación de categoría productos de origen vegetal para cada tienda para indexarla con el promedio



## Paso 1

Ejecutar informe dónde se vende



## Paso 2

Indexar tiendas



## Paso 3

Clasificar las tiendas



## Paso 4

Referencia cruzada por Centro de distribución

| Store Co | Store Name              | Sta | Str Type    | Perishable DC | All Plant Bas | All Product | Plant Based % | Index |
|----------|-------------------------|-----|-------------|---------------|---------------|-------------|---------------|-------|
| 0010     | WALMART SUPERCENTRO, AK | AK  | SUPERCENTER | 7021          | 29,987        | 52,287      | 57.4%         | 1.43  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, CA | CA  | SUPERCENTER | 8852          | 33,216        | 59,989      | 55.4%         | 1.38  |
| 0007     | WALMART SUPERCENTRO, NC | NC  | SUPERCENTER | 6097          | 39,196        | 73,086      | 53.6%         | 1.34  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, AR | AR  | SUPERCENTER | 6082          | 46,339        | 86,869      | 53.3%         | 1.33  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, IL | IL  | SUPERCENTER | 7024          | 28,849        | 52,871      | 54.6%         | 1.36  |
| 0010     | WALMART SUPERCENTRO, ME | ME  | SUPERCENTER | 7014          | 32,961        | 61,633      | 53.5%         | 1.33  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, NV | NV  | SUPERCENTER | 8852          | 34,638        | 65,868      | 52.6%         | 1.31  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, WA | WA  | SUPERCENTER | 7021          | 24,225        | 41,885      | 57.8%         | 1.44  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, MD | MD  | SUPERCENTER | 6077          | 30,893        | 58,332      | 53.0%         | 1.32  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, NV | NV  | SUPERCENTER | 7048          | 23,299        | 39,886      | 58.4%         | 1.46  |
| 0010     | WALMART SUPERCENTRO, TX | TX  | SUPERCENTER | 6064          | 28,097        | 52,340      | 53.7%         | 1.34  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, FL | FL  | SUPERCENTER | 7023          | 23,853        | 43,100      | 55.3%         | 1.38  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, NJ | NJ  | SUPERCENTER | 7030          | 22,520        | 39,313      | 57.3%         | 1.43  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, CA | CA  | SUPERCENTER | 7048          | 27,098        | 51,041      | 53.1%         | 1.32  |
| 0010     | WALMART SUPERCENTRO, TX | TX  | SUPERCENTER | 6084          | 35,097        | 68,641      | 51.1%         | 1.28  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, MI | MI  | SUPERCENTER | 6074          | 20,863        | 35,182      | 59.3%         | 1.48  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, LA | LA  | SUPERCENTER | 7010          | 29,184        | 56,444      | 51.7%         | 1.29  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, NJ | NJ  | SUPERCENTER | 7030          | 26,151        | 49,798      | 52.5%         | 1.31  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, TX | TX  | SUPERCENTER | 6064          | 21,292        | 37,261      | 57.1%         | 1.43  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, CA | CA  | SUPERCENTER | 8852          | 20,082        | 32,850      | 61.1%         | 1.53  |
| 0000     | WALMART SUPERCENTRO, CA | CA  | SUPERCENTER | 8852          | 25,033        | 47,187      | 53.1%         | 1.32  |



# Caso de estudio de Scintilla: Upfield

El enfoque: El ranking de tiendas encontró que 1,500 estaban sobreindexadas en participación de productos vegetales



## Paso 1

Ejecutar informe dónde se vende



## Paso 2

Indexar tiendas



## Paso 3

Clasificar las tiendas



## Paso 4

Referencia cruzada por Centro de distribución

| Store Co | Store Name               | Sta | Str Type    | Perishable DC | Indx | Composite Rank |
|----------|--------------------------|-----|-------------|---------------|------|----------------|
| 2070     | WALMART SUPERCENTRO AMES | AK  | SUPERCENTER | 7021          | 1.06 | 1              |
| 1000     | WALMART SUPERCENTRO CA   | CA  | SUPERCENTER | 8852          | 1.07 | 2              |
| 1007     | WALMART SUPERCENTRO NC   | NC  | SUPERCENTER | 6097          | 1.08 | 3              |
| 1004     | WALMART SUPERCENTRO AR   | AR  | SUPERCENTER | 6082          | 1.04 | 4              |
| 1001     | WALMART SUPERCENTRO IL   | IL  | SUPERCENTER | 7024          | 1.06 | 5              |
| 1076     | WALMART SUPERCENTRO ME   | ME  | SUPERCENTER | 7014          | 1.12 | 6              |
| 1000     | WALMART SUPERCENTRO NV   | NV  | SUPERCENTER | 8852          | 1.03 | 7              |
| 1001     | WALMART SUPERCENTRO WA   | WA  | SUPERCENTER | 7021          | 1.11 | 8              |
| 1001     | WALMART SUPERCENTRO MO   | MO  | SUPERCENTER | 6077          | 1.11 | 9              |
| 1000     | WALMART SUPERCENTRO NV   | NV  | SUPERCENTER | 7048          | 1.03 | 10             |
| 1076     | WALMART SUPERCENTRO TX   | TX  | SUPERCENTER | 6064          | 1.09 | 11             |
| 1001     | WALMART SUPERCENTRO FL   | FL  | SUPERCENTER | 7023          | 1.13 | 12             |
| 1000     | WALMART SUPERCENTRO NJ   | NJ  | SUPERCENTER | 7030          | 1.07 | 13             |
| 1000     | WALMART SUPERCENTRO CA   | CA  | SUPERCENTER | 7048          | 1.10 | 14             |
| 1070     | WALMART SUPERCENTRO TX   | TX  | SUPERCENTER | 6084          | 1.02 | 15             |
| 1000     | WALMART SUPERCENTRO MI   | MI  | SUPERCENTER | 6074          | 1.04 | 16             |
| 1001     | WALMART SUPERCENTRO LA   | LA  | SUPERCENTER | 7010          | 1.06 | 17             |
| 1000     | WALMART SUPERCENTRO NJ   | NJ  | SUPERCENTER | 7030          | 1.00 | 18             |
| 1000     | WALMART SUPERCENTRO TX   | TX  | SUPERCENTER | 6064          | 1.04 | 19             |
| 1000     | WALMART SUPERCENTRO CA   | CA  | SUPERCENTER | 8852          | 1.07 | 20             |



# Caso de estudio de Scintilla: Upfield

El enfoque: Hacer una referencia cruzada de las tiendas clasificadas con los centros de distribución para crear una lista de tiendas



## Paso 1

Ejecutar informe dónde se vende



## Paso 2

Indexar tiendas



## Paso 3

Clasificar las tiendas



## Paso 4

Referencia cruzada por Centro de distribución

|    |       | Store Composite Rank |         |         |          |           |
|----|-------|----------------------|---------|---------|----------|-----------|
| DC | State | 1-250                | 251-500 | 501-750 | 751-1000 | 1001-1250 |
|    | FL    | 11                   | 12      | 7       | 13       | 10        |
|    | WA    | 22                   | 10      | 16      | 7        | 8         |
|    | CA    | 16                   | 10      | 22      | 11       | 3         |
|    | FL    | 7                    | 6       | 8       | 3        | 6         |
|    | WY    | 7                    | 8       | 3       | 3        | 4         |
|    | NV    | 16                   | 7       | 10      | 3        | 2         |
|    | AZ    | 8                    | 14      | 7       | 9        | 10        |
|    | CA    | 18                   | 10      | 7       | 7        | 11        |
|    | TX    | 10                   | 8       | 4       | 11       | 7         |
|    | IL    | 13                   | 8       | 9       | 5        | 11        |
|    | FL    | 4                    | 10      | 11      | 4        | 8         |
|    | SC    | 5                    | 6       | 6       | 13       | 4         |
|    | PA    | 8                    | 13      | 9       | 4        | 9         |
|    | NM    | 5                    | 4       | 6       | 7        | 8         |
|    | GA    | 6                    | 4       | 9       | 4        | 2         |
|    | NY    | 5                    | 7       | 4       | 2        | 8         |
|    | MO    | 3                    | 3       | 6       | 7        | 5         |
|    | ME    | 8                    | 10      | 13      | 3        | 6         |
|    | AL    | 2                    | 5       | 6       | 10       | 12        |
|    | UT    | 6                    | 7       | 4       | 8        | 2         |
|    | TX    | 5                    | 7       | 6       | 14       | 9         |
|    | VA    | 3                    | 6       | 5       | 7        | 7         |
|    | TX    | 4                    | 4       | 3       | 3        | 3         |
|    | WI    | 2                    | 5       | 5       | 4        | 8         |
|    | AR    | 7                    | 9       | 2       | 3        | 10        |
|    | NC    | 5                    | 7       | 6       | 5        | 6         |
|    | TN    | 4                    | 3       | 6       | 8        | 6         |
|    | OH    | 2                    | 4       | 5       | 8        | 4         |
|    | MO    | 2                    | 6       | 3       | 3        | 7         |
|    | PA    | 4                    | 3       | 3       | 3        | 2         |
|    | NE    | 2                    | 4       | 2       | 4        | 4         |
|    | TX    | 6                    | 7       | 7       | 6        | 6         |
|    | IN    | 1                    | 2       | 3       | 10       | 6         |
|    | MN    | 3                    | 1       | 3       | 3        | 1         |
|    | KY    | 7                    | 1       | 3       | 6        | 3         |
|    | OK    | 1                    | 0       | 4       | 5        | 6         |
|    | NC    | 1                    | 3       | 3       | 4        | 3         |
|    | FL    | 2                    | 5       | 3       | 4        | 2         |
|    | LA    | 1                    | 4       | 1       | 3        | 6         |
|    | OK    | 3                    | 1       | 2       | 2        | 1         |
|    | IN    | 3                    | 2       | 3       | 1        | 5         |
|    | MS    | 1                    | 0       | 1       | 3        | 6         |
|    | OH    | 1                    | 2       | 2       | 0        | 2         |

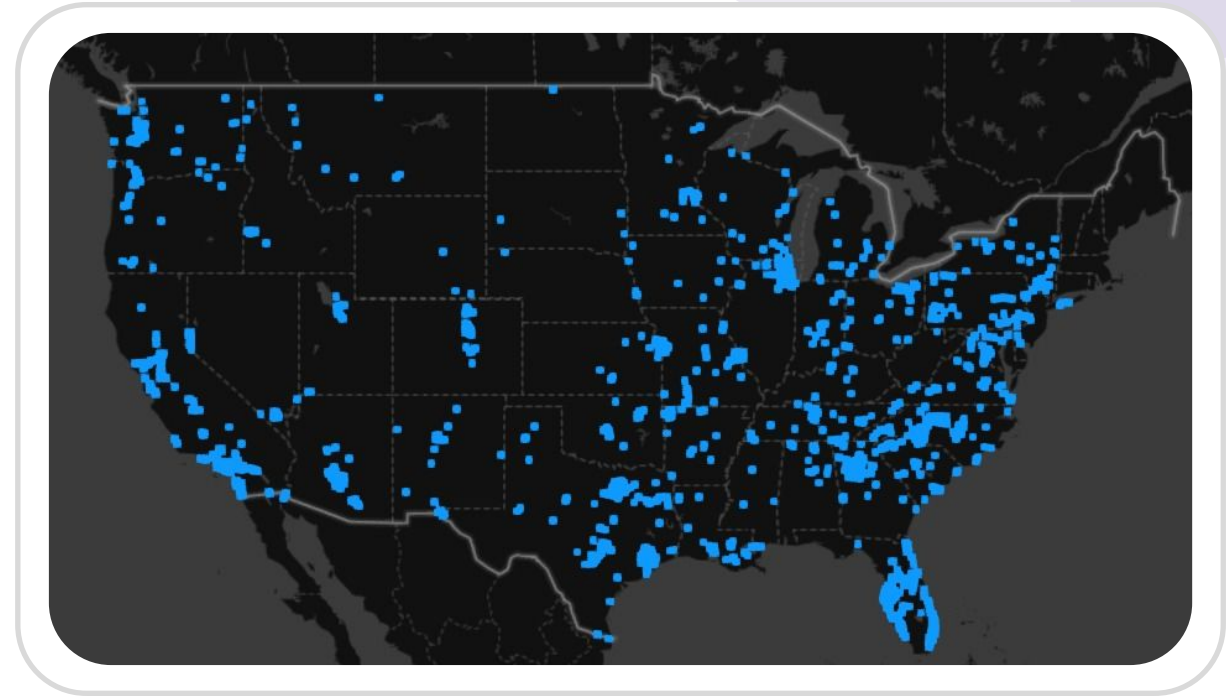


## Caso de estudio de Scintilla: Upfield

Los resultados: Una recomendación consolidada a los merchants de Walmart para todos los productos de Violife

Upfield descubrió que más del 50 % de las tiendas de productos de origen vegetal con mejor desempeño vendían tres o menos artículos Violife, y 110 de esas tiendas no vendían ninguno.

Con estos nuevos insights, **Upfield puede hacer una recomendación de lista de tiendas coherente** para todos los merchants de Walmart. Una vez adoptada, los clientes sabrán qué tiendas **venden todos los productos de** Violife, y los **Merchants podrán ver aumentos potenciales** en GMROI, velocidades, participación de mercado, y satisfacción del cliente.



“Al usar Scintilla  
tenemos  
un ganar, ganar, ganar  
para el cliente,  
los compradores,  
y nuestras marcas.



**Carlee Pruden**  
Senior Merchant  
Walmart