

Caso de estudio de Scintilla

Conozca la “mantequilla” del comprador:
Evaluación del comprador y del consumidor
de galletas saladas

Mondelēz
International

“
(Scintilla) solidificó
el rol que tenemos
en la categoría.



Kyle Lanham

Director de Merchandising,
Galletas y Galletas Saladas -
Walmart



Leslie Meola

Vicepresidenta de Clientes,
Galletas - Mondelez



Justine Floyd

Sr. Manager,
Insights del Consumidor,
Galletas - Mondelez

M Caso de estudio de Scintilla: Mondelez

La oportunidad: Aprovechar la fortaleza de la marca RITZ para desbloquear el crecimiento de la categoría

RITZ es la marca de galletas saladas número uno, pero Mondelez todavía estaba interesado en descubrir otras formas de mejorar el surtido. Se dieron cuenta de que era hora de comenzar a profundizar en los datos de los compradores para:

- Comprender quién es el comprador de RITZ en Walmart vs. el total de E.E.UU.
- Evaluar la necesidad de distintas formas, sabores y tamaños en la marca RITZ

M Caso de estudio de Scintilla: Mondelez

El enfoque: Descubrir nuevas formas de mejorar el surtido a través de la colaboración centrada en el cliente

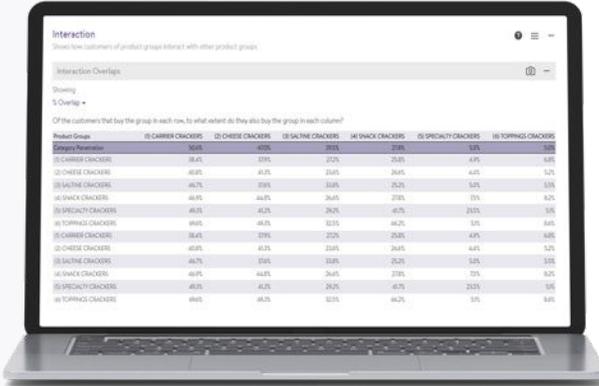
- Identificar al comprador de galletas saladas de Walmart y su comportamiento
- Descubrir el papel del portafolio de RITZ en los compradores de Walmart
- Definir los productos clave necesarios para el éxito
- Alinearse con las preguntas clave para hacer a los compradores de Walmart
- Aprovechar los equipos multifuncionales para ayudar a resolver el problema (insights y análisis, marca y ventas)



M Caso de estudio de Scintilla: Mondelez

El enfoque: Identificar el qué y el por qué

Mondelez utilizó Shopper Behavior para centrarse en los tipos de galletas saladas que los clientes están comprando. Los hallazgos clave que descubrieron:



Las galletas saladas (que complementan un refrigerio, como las RITZ) tienen la mayor penetración e impulsan la interacción del comprador.



Cada subcategoría de galletas saladas satisface una necesidad única del comprador.



+99 %



+28 %

La entrega y el pickup están impulsando el crecimiento: **El 80 %** de estos compradores son leales a Walmart.

M Caso de estudio de Scintilla: Mondelez

El enfoque: Identificar el **qué** y el **por qué**

Shopper Behavior también reveló:

Hay exclusividad por tamaño para los compradores de RITZ.



Tamaño básico

75.2 %



Tamaño familiar

52.7 %



Tamaño para fiesta

43.8 %



Paquetes múltiples

62.5 %

Y los compradores de RITZ son leales a los sabores.



77 %



74 %



67 %



66 %



61 %



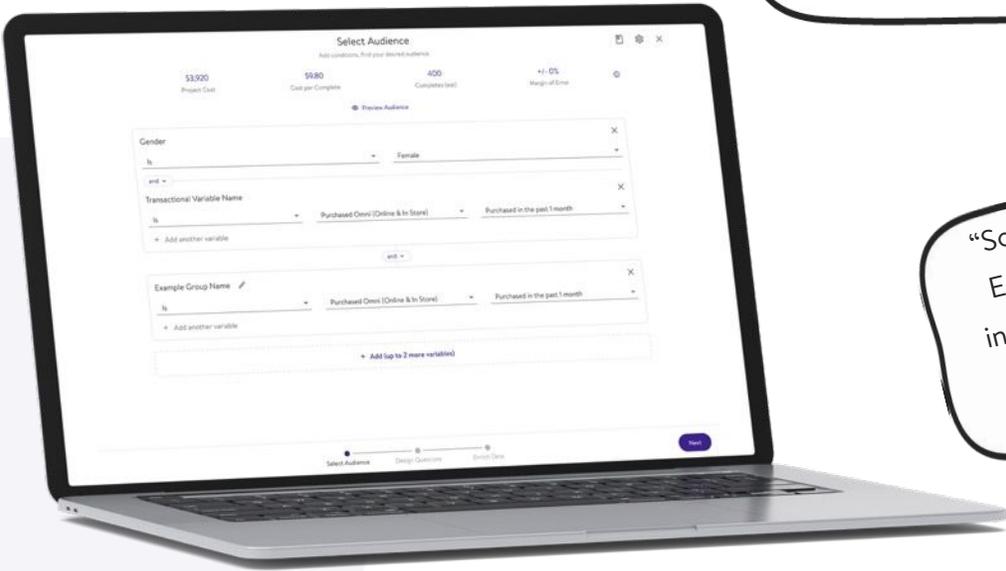
59 %

Con estos conocimientos, Mondelez estaba preparado para responder mejor las preguntas sobre tipos y sabores de envases.

M Caso de estudio de Scintilla: Mondelez

El enfoque: Identificar el **qué** y el **por qué**

Mondelez recurrió a **Customer Perception** para aprovechar la comunidad Walmart Customer Spark. Los hallazgos clave les dijeron qué atrae a los compradores a RITZ y la categoría:



"También las aplasto y las uso, las mezclo con mantequilla y parmesano para obtener un aderezo crujiente para una cazuela, o incluso para mi salsa de jalapeño popper".

"Soy miembro de Walmart Plus. Entonces, simplemente puedo ingresar a la aplicación y hacer el pedido de galletas saladas o de cualquier cosa".



Los compradores de Walmart piensan en los refrigerios, el sabor y la textura cuando se les pregunta sobre las galletas saladas.



Las galletas saladas son un aperitivo versátil con muchos usos.



Los compradores aprovechan las oportunidades omnicanal para comprar galletas saladas en Walmart.

M Caso de estudio de Scintilla: Mondelez

El enfoque: Identificar el **qué** y el **por qué**

Para comprender mejor el **por qué**, Mondelez luego hizo a estos compradores preguntas como:



P. Cuando piensas en galletas saladas, ¿qué marca te viene a la mente?

P. ¿Eres consciente de que RITZ tiene diferentes sabores? ¿Has comprado alguno?

Esto reveló un fuerte apego a la marca. Las conclusiones clave fueron:

- RITZ es la marca indicadora de la categoría
- Los compradores de Walmart que compran RITZ disfrutaban de la variedad de sabor.

M Caso de estudio de Scintilla: Mondelez

Los resultados: Las galletas saladas deben liderar el pasillo

Los datos e insights de **Shopper Behavior** y **Customer Perception** mostraron que RITZ cruzó varios estados de necesidad (como entretenimiento o como ingrediente para una comida) que solidifican su papel en la categoría. **Esto ayudó a Mondelez a impulsar planes a más largo plazo con su merchant para mantener al cliente en el centro de la conversación y mantener a RITZ como el operador destacado.**

Aprovechando el éxito del proyecto de insights de galletas saladas, utilizaron Scintilla para centrarse en la categoría Galleta, OREO y Chips Ahoy!. Las conclusiones clave fueron:

-  Convertir a los compradores en la tienda en omnicanal: una oportunidad potencial de 269 millones de dólares
-  Orientar oportunidades para ganar la temporada de fiestas con galletas
-  Aproveche las exclusivas en línea y las activaciones de Walmart Connect para atraer a los compradores a Walmart.com



“Con Scintilla, todos nuestros ojos se han abierto. Hemos profundizado más y hemos hecho mejores preguntas.



Kyle Lanham

Director de Merchandising,
Galletas y Galletas Saladas -
Walmart



Leslie Meola

Vicepresidenta de Clientes,
Galletas - Mondelez



Justine Floyd

Sr. Manager,
Insights del Consumidor,
Galletas - Mondelez