

Scintilla

LIBRO DE IDEAS

Perfeccionado para los días festivos

¿Cómo usar los insights de Scintilla para optimizar las ofertas de temporada, desde la planificación hasta el análisis?



The image shows three blue Walmart boxes stacked on a windowsill. The boxes are positioned in front of a red door. The top box is partially obscured by the middle one, and the middle one is partially obscured by the bottom one. The boxes have the Walmart logo and 'Walmart.com' printed on them. The background is a red door with a silver doorknob and a lock. To the left of the door, there is a green plant with small white flowers. The overall scene is festive and suggests a holiday season.

Trae aún más a la mesa en esta temporada de fiestas.

Tanto si eres un proveedor que hace un seguimiento del éxito de determinados productos navideños como si eres parte del equipo comercial que analiza el desempeño de la categoría en su totalidad, **Scintilla** te ofrece los insights que necesitas para colaborar estrechamente y tomar decisiones más rápidas.

Gracias al sólido análisis de la canasta de **Shopper Behavior**, al acceso a la voz del cliente de **Customer Perception** y a la inteligencia operativa de omnidatos de **Channel Performance**, puedes optimizar las inversiones que ya hiciste y, al mismo tiempo, reunir información anticipada para el próximo año.

Las mejores preguntas comerciales y las mejores decisiones para los clientes de Walmart empiezan aquí.

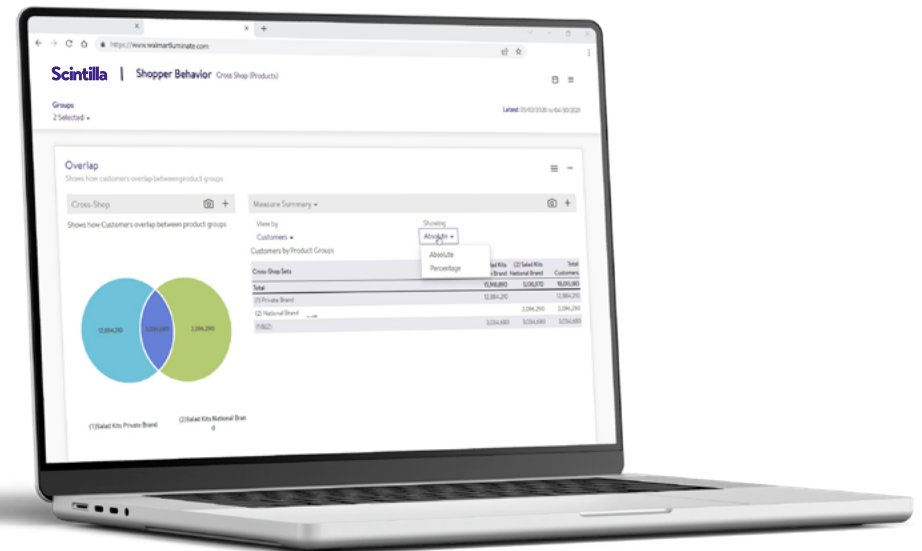


Principios de temporada: Mejora tu visión de la intención del cliente

1

Comienza con Shopper Behavior:

- **Con el reporte Desempeño en detalle**, puedes darle un vistazo a la temporada del año pasado. También puedes observar en detalle los últimos nueve meses, con el fin de ver la influencia de la inflación en los comportamientos de compra.
- **Usa el reporte de Switching** para determinar dónde es probable que se transfieran tus ventas si se agotan las existencias.
- **Profundiza en el reporte otros productos en mis canastas** para entender si la temporada de fiestas impulsa las compras en categorías diferentes a las del resto del año.



Principios de temporada:

Mejora tu visión de la intención del comprador

2

Obtén una visión más amplia con Customer Perception:

Accede a nuestra **Comunidad Spark de clientes de Walmart** para entender sus planes y motivaciones para las compras navideñas en las próximas semanas.

Crea audiencias hipersegmentadas con base en **variables demográficas, dimensiones actitudinales y variables transaccionales únicas**. Registra comportamientos de compra dentro de ciertas categorías o hasta el **nivel de código de barras (UPC)**, para que sepas que estás hablando con clientes que han comprado o no han comprado tu producto.

Pregunta a clientes verificados de Walmart sobre tu marca o categoría:

- ¿Cómo ha cambiado tu presupuesto de compras navideñas del año pasado a este año?
- ¿Dónde piensas comprar la mayoría de los productos esta temporada de fiestas?

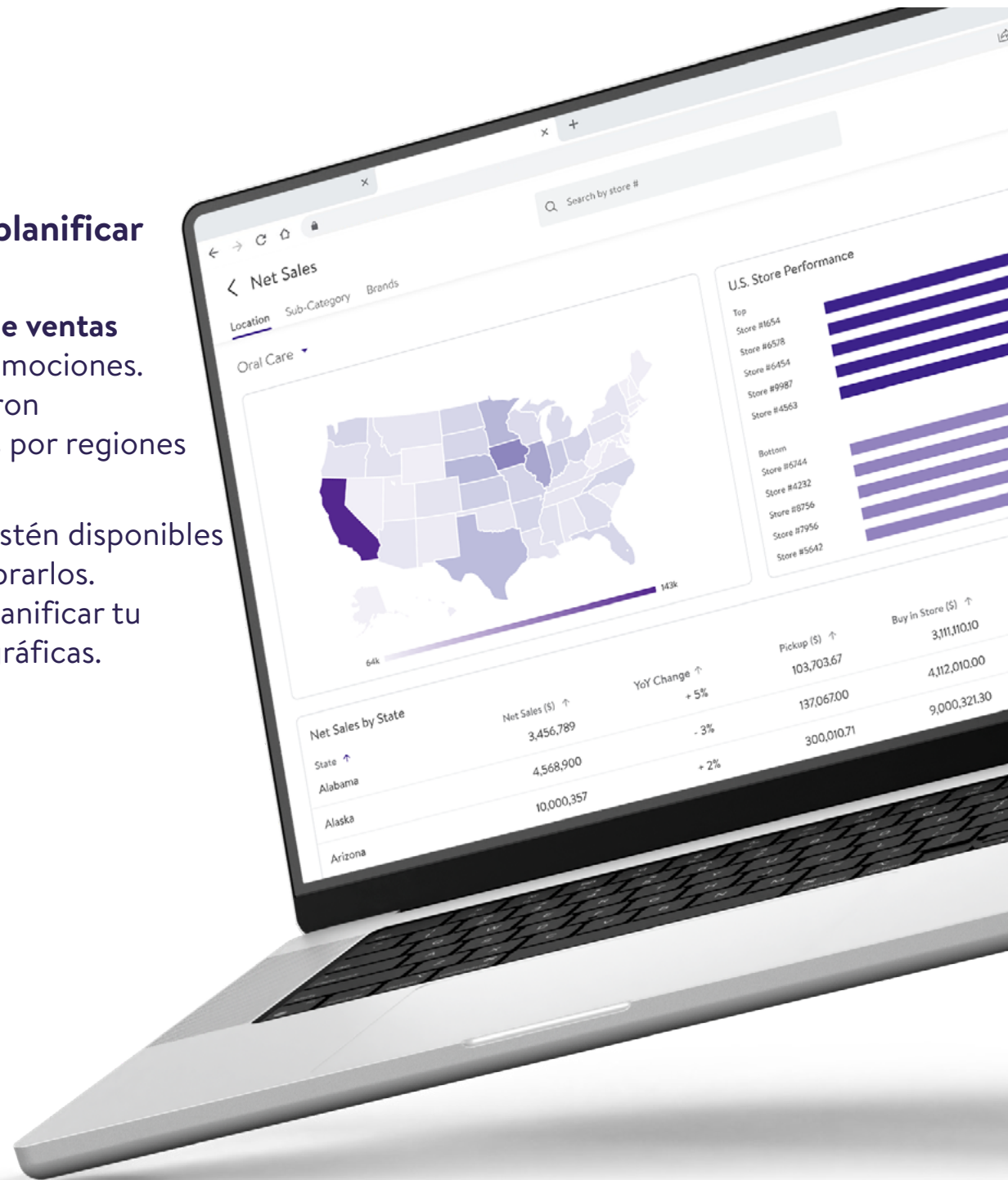
Da vida a tus insights con encuestas breves en video, con preguntas como esta:

- ¿Qué te impulsa a comprar un producto en línea o en la tienda? Cuéntanos más sobre tu proceso de toma de decisiones.
- ¿Cuál es el producto que más expectativas de compra te genera para esta temporada de fiestas? ¿Puede ser para ti, un miembro de la familia, un amigo o un colega!

3

Usa Channel Performance para planificar y monitorear tus operaciones:

- Analiza las **tendencias históricas de ventas** para optimizar las ofertas y las promociones. Consulta el desempeño que tuvieron determinados productos y marcas por regiones y tiendas.
- Asegúrate de que tus productos estén disponibles para que los clientes puedan comprarlos. Aprovecha los **pronósticos** para planificar tu inventario en todas las zonas geográficas.





Temporada alta:

Mira el desempeño de tus decisiones

Consulta Channel Performance:

Recibe actualizaciones diarias de datos de la mayoría de las más de 650 métricas que te ayudarán a controlar tus KPI. Con este nivel de detalle, puedes mejorar tus resultados:

- ¿Tienes suficientes existencias disponibles para satisfacer el **pico de demanda de los clientes**?
- ¿Qué tan bueno es el **flujo del inventario** en la cadena de suministro?
- ¿Qué parte del flujo de inventario se divide entre **la tienda, la bodega, el tránsito entre la tienda y el centro de distribución, y el centro de distribución**?
- Con las tiendas cerradas para Acción de Gracias y Navidad, ¿cómo estás atendiendo a los clientes de Pickup y delivery? ¿Estás alcanzando el punto de referencia de tasas de **nil pick y primera selección**?

Con verdaderos datos omnicanal, puedes obtener una idea clara de lo que se compra, cómo y dónde.



Pickup



Comprar en la tienda



Despacho



Enviar desde tienda

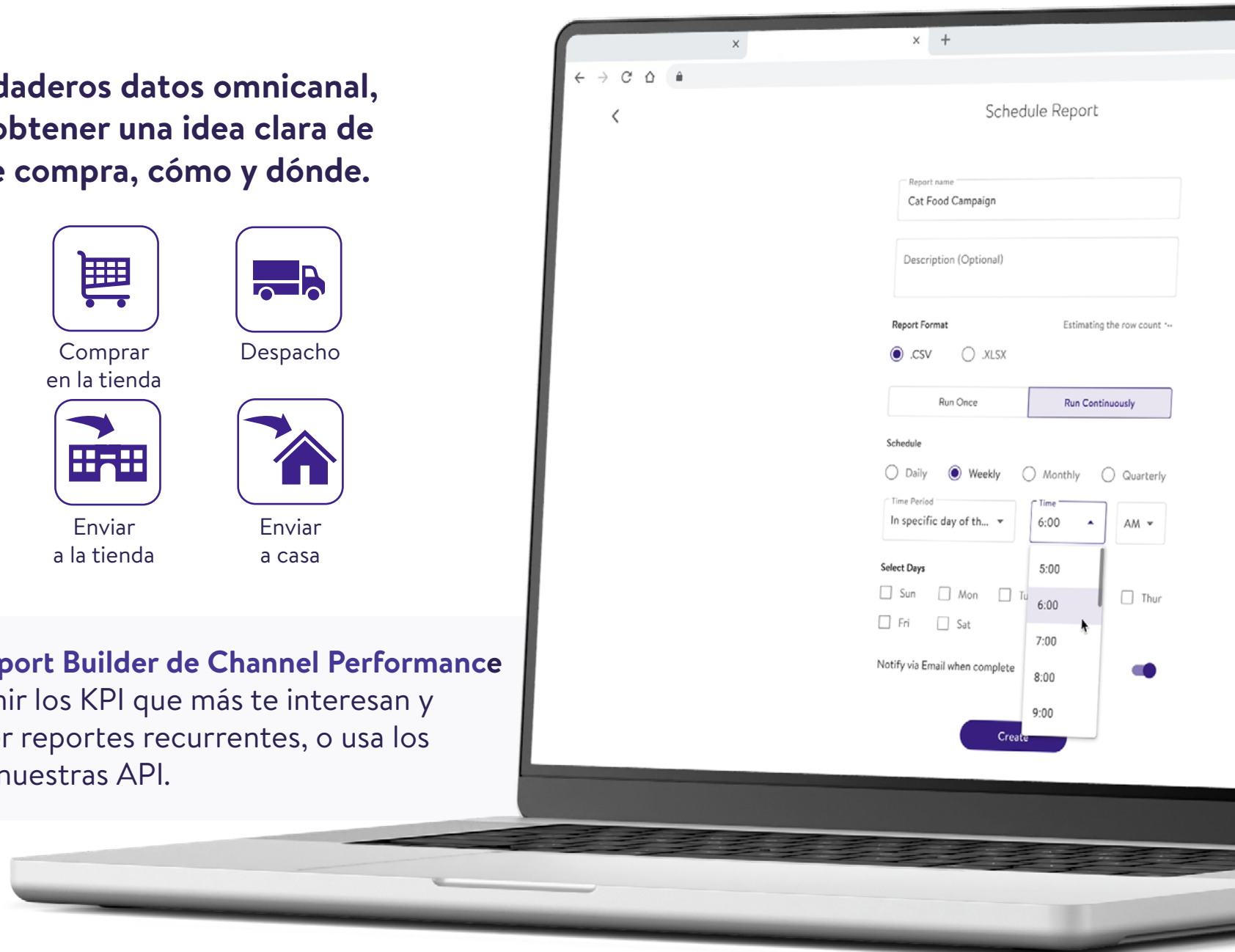


Enviar a la tienda



Enviar a casa

Usa el **Report Builder de Channel Performance** para definir los KPI que más te interesan y establecer reportes recurrentes, o usa los datos de nuestras API.





Más allá del Black Friday:

Medición y planificación para la próxima temporada

En algún momento, la temporada de compras navideñas se termina, pero sabes que la historia sigue. Usa Scintilla para reunir las métricas y los insights que necesitas para evaluar tu desempeño durante los últimos meses y comenzar a trazar un curso inteligente para el próximo año.

Conoce la historia con Customer Perception:

1

- Deja que el cliente comparta su recorrido de compras navideñas a través de nuestras encuestas cualitativas en video, que te permiten **hipersegmentar tus objetivos por canal y periodo de compra** para saber si su comportamiento cambió a medida que se acercaban los días festivos.
- Utiliza **transcripciones automáticas, temas con palabras clave, análisis de opiniones y videos** para comprender y obtener rápidamente una imagen de la respuesta de los clientes a tus promociones.

Preguntas para hacer:

- ¿Cómo compraste principalmente esta temporada de fiestas, en la tienda o en línea? ¿Por qué? ¿Encontraste mejores ofertas? ¿Se adaptó mejor a tu estilo de vida? Cuéntanos más.
- Durante tus compras navideñas, ¿hubo alguna promoción navideña que te llamara la atención? Cuéntanos más sobre tu experiencia.

2

Descubre la historia completa con **Shopper Behavior**:

- **Usa el reporte de Switching** para ver si los nuevos productos navideños atrajeron a los clientes a la marca o categoría.
- **Consulta el reporte otros productos en mis canastas** para ver qué más se incluyó en la canasta con tus artículos navideños.
- **Aprovecha el reporte de Dónde se vende** para entender qué tiendas tuvieron un mejor desempeño.
- **Consulta Assortment Deep Dive** para determinar qué función desempeñan los productos a la hora de satisfacer las necesidades de los clientes en la categoría.
- **Usa el reporte de Compra cruzada entre periodos** para conocer las tendencias de los clientes antes, durante y después de las fiestas. ¿Quiénes son tus compradores leales y quiénes son tus compradores de temporada?





3

Evalúa la excelencia operativa con Channel Performance:

- **Enfócate** en los canales que fueron los más populares para tus productos.
- **Consulta** la comparativa entre las ventas y tu forecast.
- **Evalúa** si has vendido todo lo que has enviado.
- **Identifica** dónde se produjeron los desabastecimientos.

Los grandes insights siempre están presentes con Scintilla.

[Comunícate para acceder a una demostración](#) para ver cómo ayudamos a proveedores y equipos comerciales a alcanzar el éxito con una fuente compartida de datos de primera mano y herramientas fáciles de usar.

walmartdataventures.com

