

CASO DE ESTUDIO DE SCINTILLA



Colgate-Palmolive

Inspire
2025

Este caso de estudio se compartió en el evento de Inspire de Walmart Data Ventures, el 29 de octubre de 2025.

Mirando más de cerca:

Desbloqueando oportunidades para Tom's of Maine en Walmart

Resumen

El equipo de Colgate-Palmolive comenzó con una pregunta simple: ¿quiénes son los clientes de Walmart que compran Tom's of Maine y cómo podemos conectar con ellos de manera más efectiva? Para obtener la respuesta, recurrieron a Scintilla. Los equipos de category y marketing de Colgate-Palmolive trabajaron juntos para comprender el recorrido de compra de quienes adquieren Tom's of Maine en Walmart. Posteriormente, utilizaron estos insights para segmentar a una audiencia específica de clientes a través de Walmart Connect, lo que dio como resultado nuevas audiencias de medios y retornos más sólidos.

Conclusiones clave

- 1 Un entendimiento profundo de los clientes de Walmart es la base para desarrollar estrategias más segmentadas y de alto desempeño.
- 2 Convertir insights en activaciones personalizadas, como medios a la medida, atrajo a un 35% de nuevos clientes a la marca.
- 3 El crecimiento proviene de aprovechar múltiples módulos de Scintilla en conjunto, no de forma aislada.

**Jordan Moldrich**

Colgate-Palmolive

Gerente Senior, Marketing Omni-Cliente

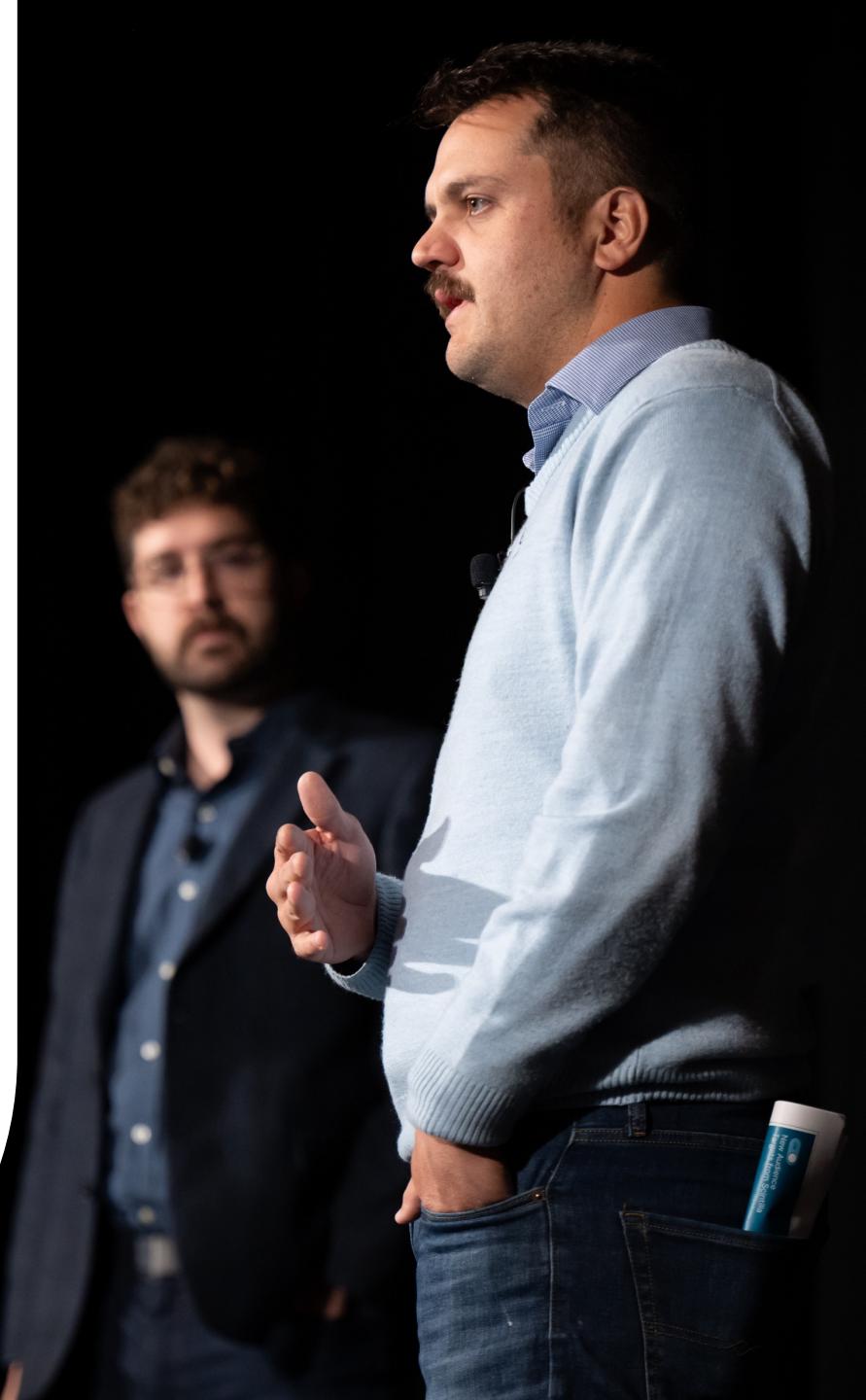
**Keegan Ratcliff**

Colgate-Palmolive

Gerente de Desarrollo de Categoría

**Con Insights Activation,
construimos una audiencia
de campaña dirigida, de la
cual el 35% eran nuevos en
la marca de Tom's of Maine.**

Jordan Moldrich
Colgate-Palmolive
Gerente Senior, Marketing Omni-Cliente



La Oportunidad

Caso de Estudio de Scintilla: Colgate-Palmolive

Scintilla ha impulsado la colaboración y el crecimiento de Colgate-Palmolive en Walmart.

Durante cuatro años, Scintilla ha ayudado a los equipos de Colgate-Palmolive a colaborar de forma transversal, descubrir oportunidades ocultas y crear recomendaciones que impulsan los objetivos de la marca para satisfacer las necesidades de los clientes de Walmart.

El CONOCIMIENTO -Y- CURIOSIDAD

de la categoría son la clave para desbloquear oportunidades.

LA COLABORACIÓN INTERFUNCIONAL

es clave para contextualizar las oportunidades.

¿Cuál es la pregunta de negocio que estamos tratando de responder?

Caso de Estudio de Scintilla: Colgate-Palmolive

Cambiar los medios de Walmart Connect hacia publicidad hipersegmentada

Colgate-Palmolive pensaba que entendía a los clientes de Walmart que compran Tom's of Maine, pero su perspectiva se basaba en datos de audiencias retail desactualizados.

Comportamiento del cliente macro de Tom's of Maine



Segmentación previa a través de Retail media

Clientes conscientes del medio ambiente

Clientes de fitness

Estilo de vida saludable

Bueno para el planeta

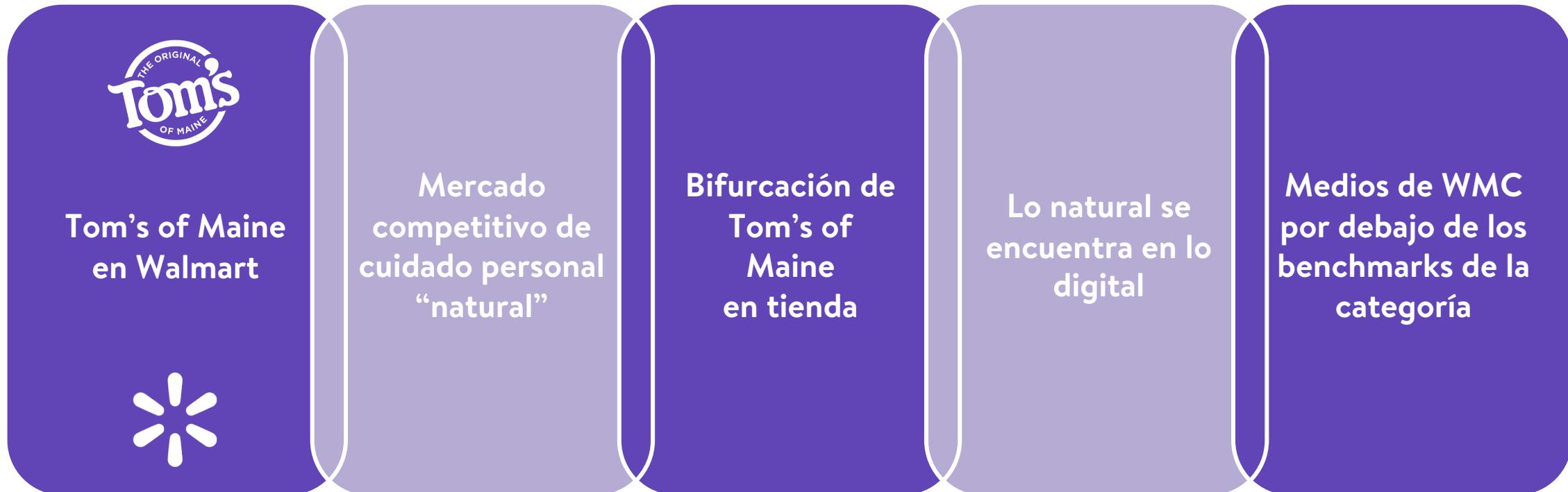
En Walmart, existía una audiencia más reducida...

El Enfoque

Caso de Estudio de Scintilla: Colgate-Palmolive

Aprovechar Scintilla y Walmart Connect para crear un nuevo mix de marketing

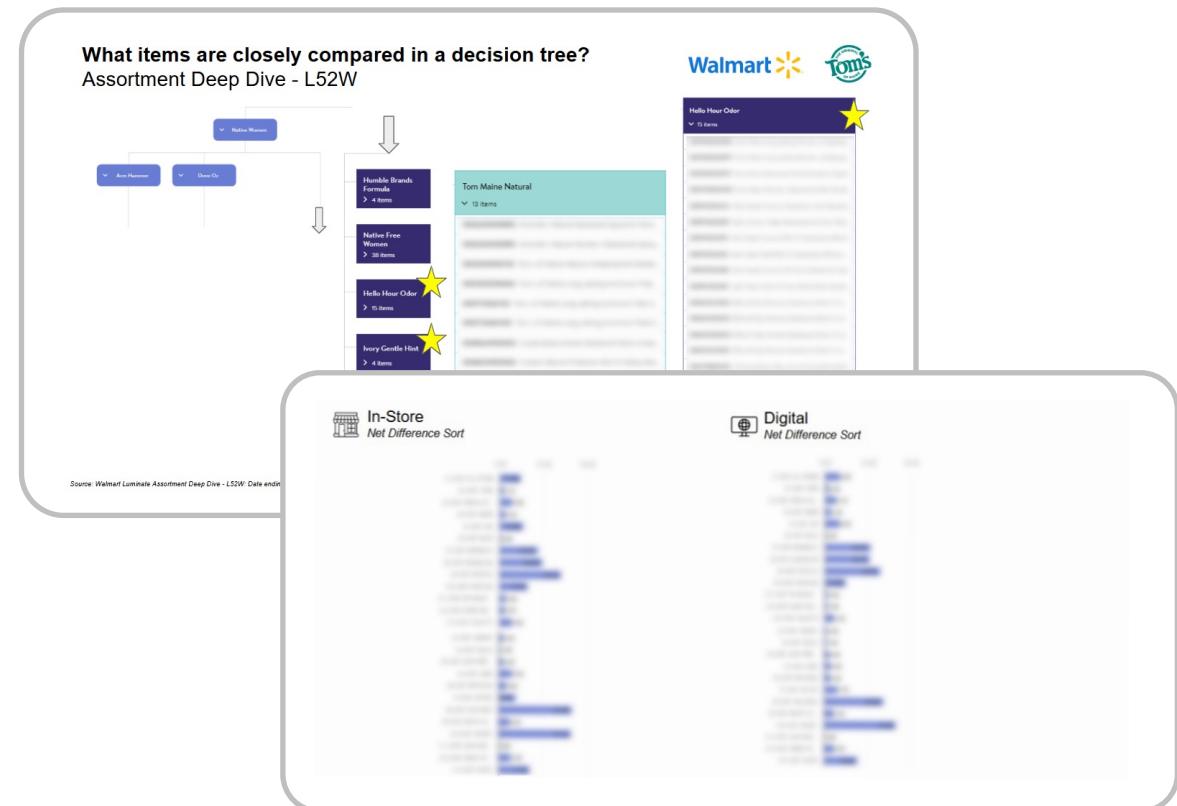
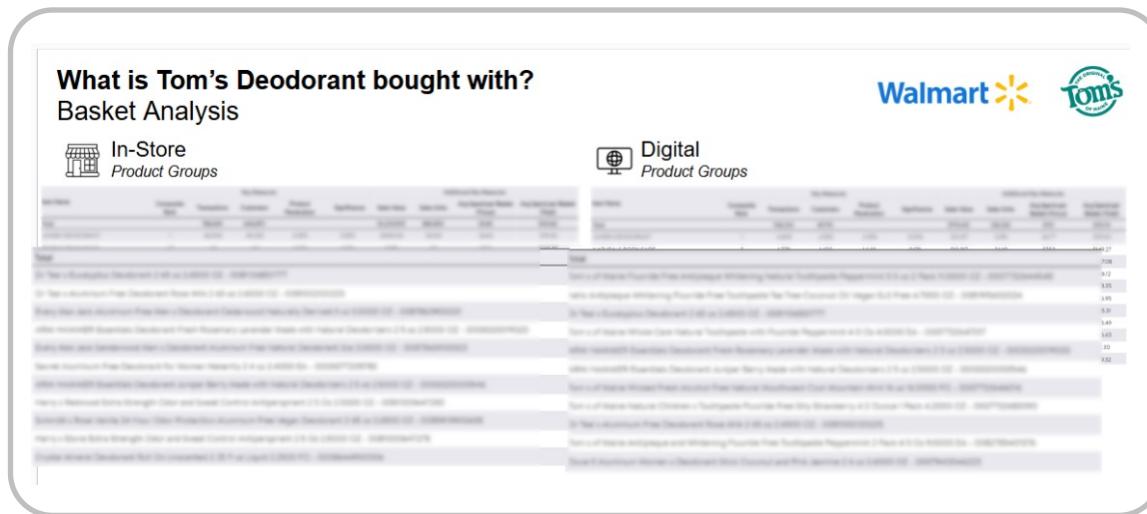
Los medios de Tom's of Maine estaban teniendo un desempeño por debajo de lo esperado, mostrando una brecha entre los clientes objetivo de Walmart y a quienes realmente estaban alcanzando. Esto los llevó a una pregunta clave de negocio: ¿cómo se comporta el cliente de Tom's of Maine dentro de Walmart?





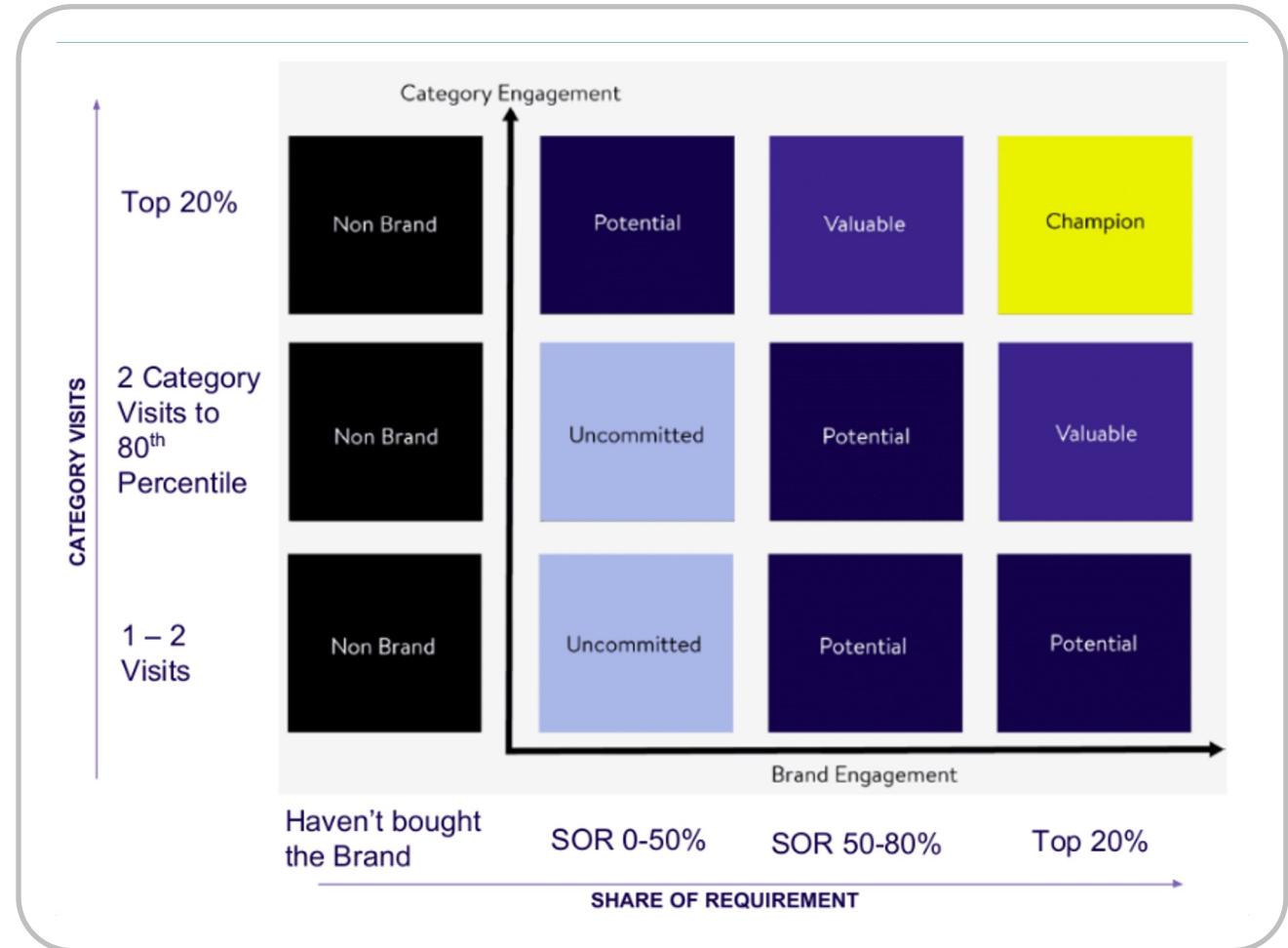
Colgate-Palmolive Caso de Estudio de Scintilla: Colgate-Palmolive

Para entender mejor quiénes compraban Tom's of Maine en Walmart, trabajaron con su equipo comercial para analizar insights de **Shopper Behavior** a través de varios reportes, incluyendo Compra cruzada, Canastas y el Árbol de Decisión del Cliente dentro de Assortment Deep Dive.



Entender el 'por qué' 2.0

En **Shopper Behavior**, también analizaron la Matriz de Migración de Lealtad dentro del reporte de Mejores clientes para entender el desempeño de la lealtad a la marca y ver cómo se comparaba frente a los competidores.



Caso de Estudio de Scintilla: Colgate-Palmolive

Los insights de Scintilla revelaron que los clientes de Tom's of Maine en Walmart eran diferentes a lo esperado. En lugar de ser amantes de las actividades al aire libre, estaban más enfocados en la salud, tendían a ser hombres y se preocupaban por el bienestar natural. Esto llevó al equipo a replantear cómo conectaban con los clientes, tanto en tienda como en línea.



Los Resultados

Caso de Estudio de Scintilla: Colgate-Palmolive

Lanzamiento de nuevas audiencias en Walmart Connect

Crearon nuevas audiencias de Walmart Connect enfocadas en alimentos orgánicos, segmentación por género y creatividades separadas para pasta dental y desodorante.



Smell good, good
Enjoy odor & wetness protection, naturally.

[Shop now](#)

The Original Tom's of Maine



DO A LITTLE GOOD TODAY

Freshen your breath
Get a confident smile with natural toothpastes*.

[Shop now](#)

The Original Tom's of Maine

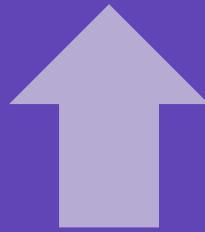
ON

PRUEBA BETA

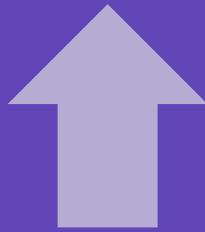
ON

Nuevo módulo de Insights Activation

Métricas de Marketing



Incremento en ROAS

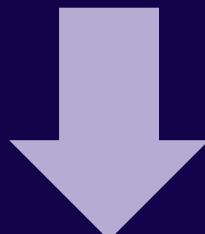


Conversión OPD

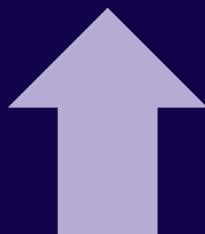


Nuevos clientes

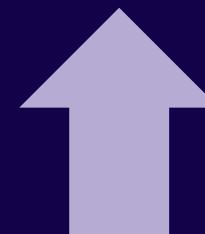
Métricas de Shopper Behavior



Menor canibalización



Incremento en Compra Cruzada de
pasta dental y desodorante



Incremento de lealtad

CASO DE ESTUDIO SCINTILLA

Gracias

Inspire
2025

Este caso de estudio se compartió en el evento de Inspire de Walmart Data Ventures, el 29 de octubre de 2025.