

## CASO DE ESTUDIO DE SCINTILLA



**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.

**EI 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?*



## 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

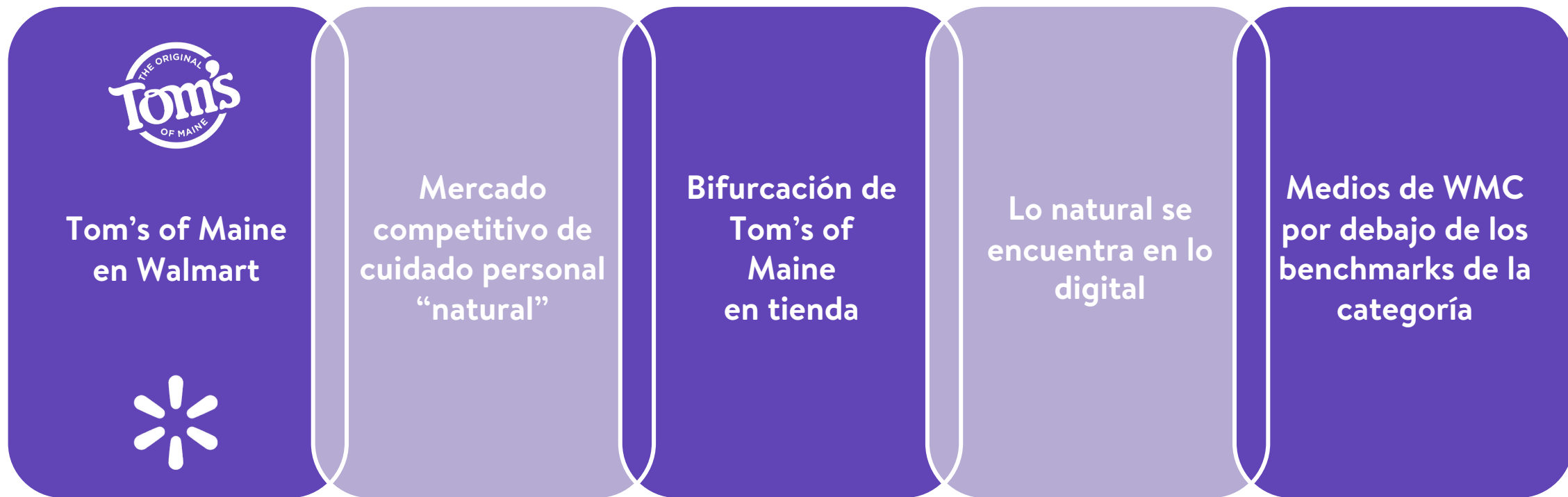


Colgate-Palmolive

## Caso de Estudio de Scintilla: Colgate-Palmolive

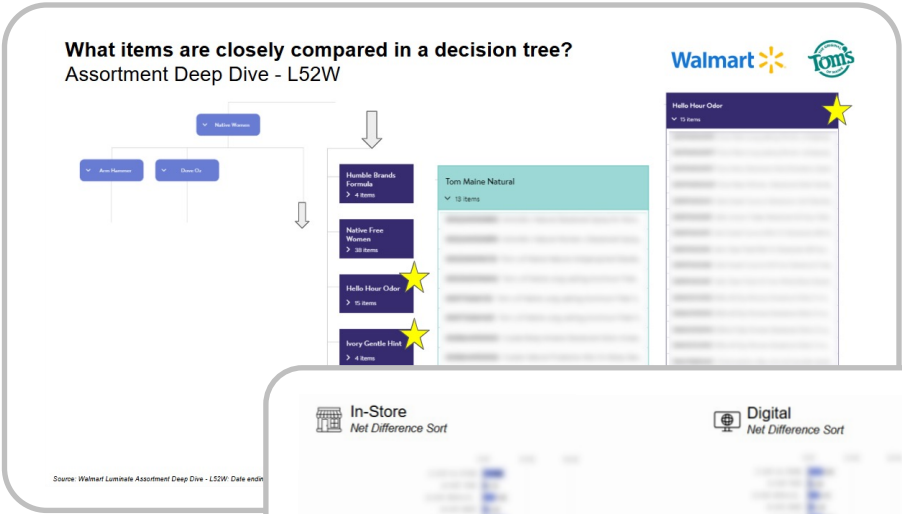
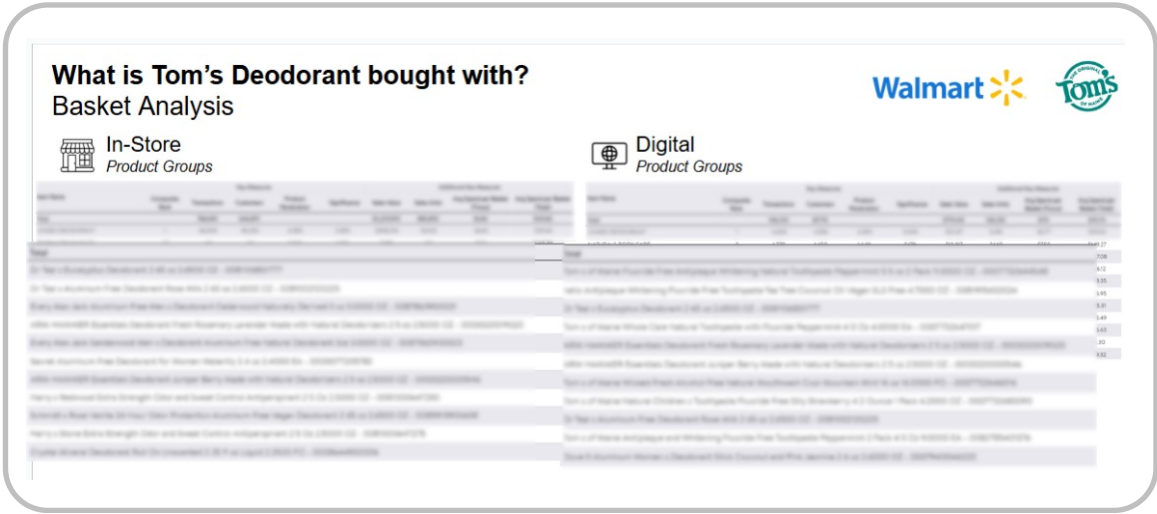
### Aprovechar Scintilla y Walmart Connect para crear un nuevo mix de marketing

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?





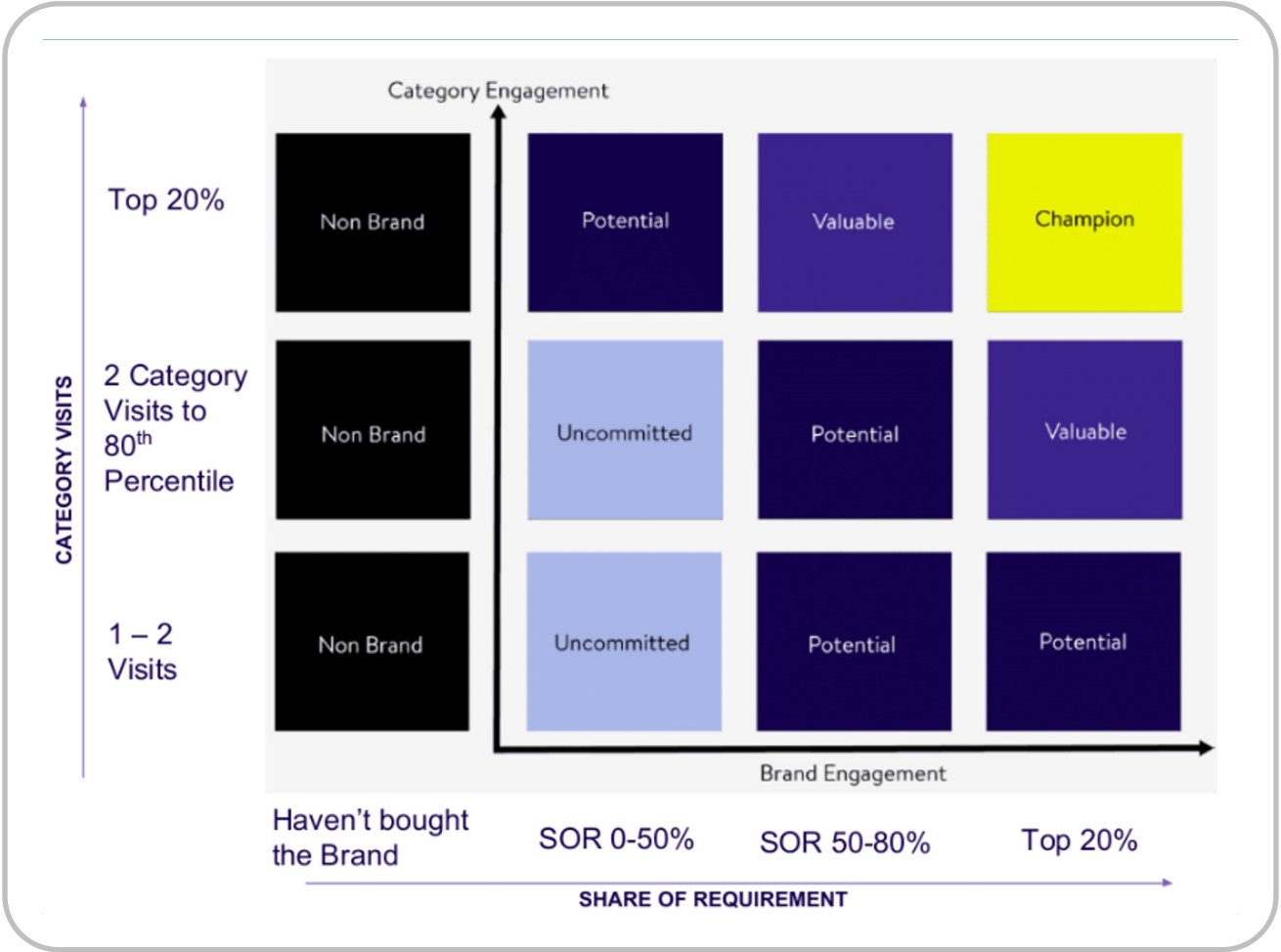
Para entender mejor quiénes compraban Tom's of Maine en Walmart, trabajaron con su equipo comercial para analizar insights de **Shopper Behavior** a través de varios reportes, incluyendo Compra cruzada, Canastas y el Árbol de Decisión del Cliente dentro de Assortment Deep Dive.



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

## 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.



**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.



**Cliente Nacional**

Conscientes del medio ambiente  
Aventureros  
Vida saludable  
Bueno para el planeta  
Lealtad predominante

VS



Conscientes del medio ambiente  
Vida saludable  
  
**Alimentos orgánicos**  
**Comprado junto con cuidado personal masculino**

# Los Resultados




Colgate-Palmolive

# 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.




Learn what we mean by natural on the Tom's of Maine® website.

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

Shop now





Learn what we mean by natural at Tomsofmaine.com

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

Shop now



### Nuevo módulo de Insights Activation



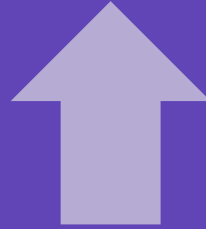


## Caso de Estudio de Scintilla: Colgate-Palmolive

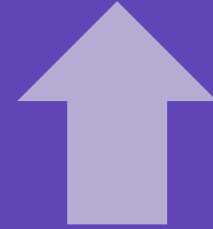
### Métricas de Marketing



**Incremento en ROAS**

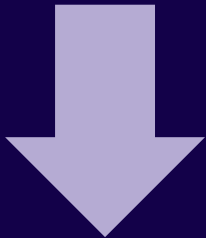


**Conversión OPD**

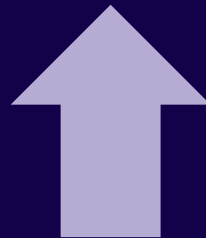


**Nuevos clientes**

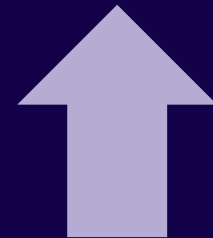
### Métricas de Shopper Behavior



**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.