

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.



Optimización del seguimiento de lanzamientos de productos con insights competitivos

Resumen

En el competitivo entorno actual del retail, contar con una visión integral del desempeño de productos y de la dinámica del mercado es clave para el éxito. Hanes aprovechó Scintilla para revolucionar la forma en que rastrea los lanzamientos de nuevos productos y obtener insights sin precedentes sobre este entorno. A través de información demográfica de **Shopper Behavior** y métricas sólidas de **Channel Performance**, Scintilla les permite presentar métricas de desempeño detalladas a su equipo comercial y demostrar el éxito de sus productos de maneras que antes no eran posibles.



Meghan Keith

Hanes
Analista Senior

Conclusiones clave

- 1 La toma de decisiones basada en datos está transformando la estrategia de retail y es necesaria para mantenerse competitivo.
- 2 Con los insights de Scintilla, sus lanzamientos de nuevos productos tienen repetición y un impacto duradero en la categoría en Walmart.
- 3 Scintilla ayudó a Hanes a demostrar su valor para la categoría más allá de los datos de POS: ¡el 65% del valor de las ventas provino de “Nuevos Clientes de la Categoría”!

Cualquiera puede reportar ventas en dólares y unidades, pero Scintilla nos da el poder de ir más allá de las ventas POS con datos a los que nunca habíamos tenido acceso.

Meghan Keith

Analista Senior

Hanes



La Oportunidad



Scintilla Case Study: Hanes

Optimización de un lanzamiento de producto con una oportunidad exclusiva de cabeceras

Para el 50.º aniversario de su Beefy Tee, Hanes recibió una oferta de una cabecera exclusivo por parte de su equipo comercial de Walmart. Para aprovechar esta oportunidad, surgieron varias preguntas:

- ¿Qué módulos de Scintilla son la mejor práctica para dar seguimiento a las ventas de nuevos productos y comunicar el valor de un display corrugado de envío único?
- ¿Cómo pueden dar un mejor seguimiento a los lanzamientos de nuevos productos para demostrar rápidamente su valor a un equipo comercial de Walmart ocupado?
- ¿Cómo demostramos el valor más allá de las ventas en Punto de Venta (POS)?



El logo de Hanes cuando se lanzó la camiseta Beefy Tee

El Enfoque



Caso de Estudio de Scintilla: Hanes

Preguntas clave a responder en Scintilla

Las preguntas inmediatas incluyeron: “¿Qué tipo de cliente está comprando nuestra playera y es un cliente valioso para Walmart?” y “¿Cuál es el ‘¿Y qué?’ de Beefy Tee?”



Scintilla Shopper Behavior Desempeño en detalle

Un análisis profundo en la **sección de Perfiles del reporte de desempeño en detalle** nos dio visibilidad clara de quién era el cliente de Beefy Tee mucho más rápido que con los productos de la competencia.



Scintilla Shopper Behavior Fuente de valor

El **Reporte de Fuente de Valor** nos ayudó a analizar a los nuevos clientes de la categoría frente a los clientes existentes de la categoría y el impacto en nuestros productos de cada uno.



Scintilla Channel Performance Dashboard de Insights

El **Dashboard de Insights** les ayudó a proporcionar actualizaciones rápidas al liderazgo interno durante el lanzamiento de este emocionante programa de aniversario.



Caso de Estudio de Scintilla: Hanes

Demostrando valor más allá de las ventas POS

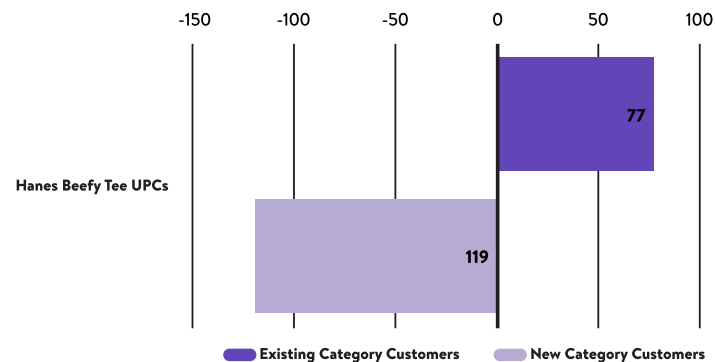
Sabían que el Beefy Tee sobre-indexaba en valor de ventas provenientes de nuevos clientes de la categoría frente a los existentes, pero también querían explorar algunos logros no relacionados con POS.

▼ Source of Value (Come From) Report | Source of Value - Beefy Tee vs Comps

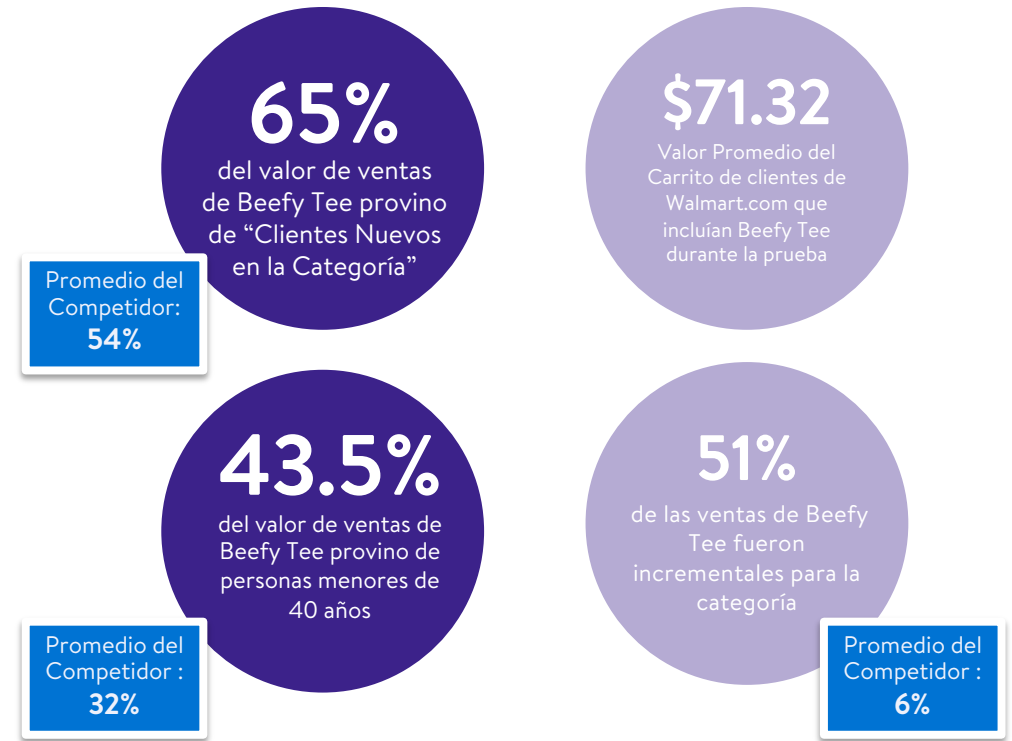
Shows where your sales came from for Hanes Beefy Tee UPCs

Key Measures ▼		
Sales Value (Card) by Behavior		
Product Group	Existing Category Customers	New Category Customers
<input type="checkbox"/>	100	100
<input type="checkbox"/>	100	100
<input type="checkbox"/> Hanes Beefy Tee UPCs	77	119
<input type="checkbox"/>	105	96
Customer Groups ▼		

Sales Value (Card) by Behavior



Logros no POS

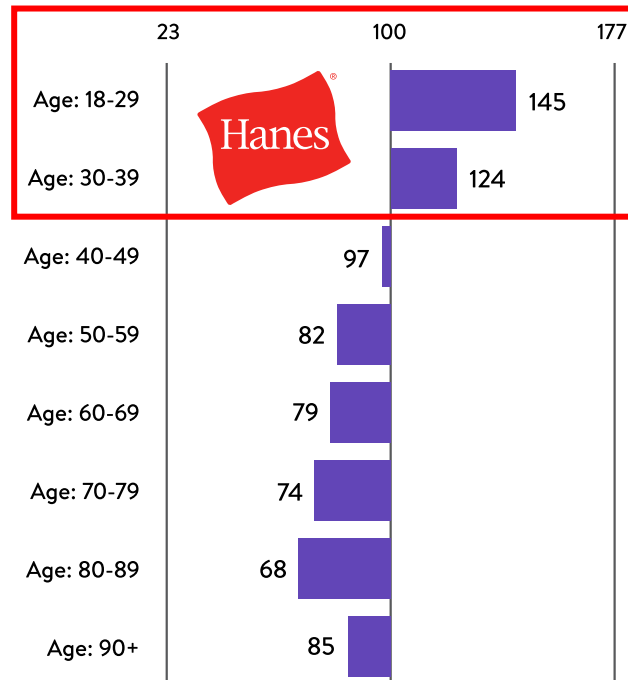




Caso de Estudio de Scintilla: Hanes

Explorando aún más al cliente de Beefy Tee

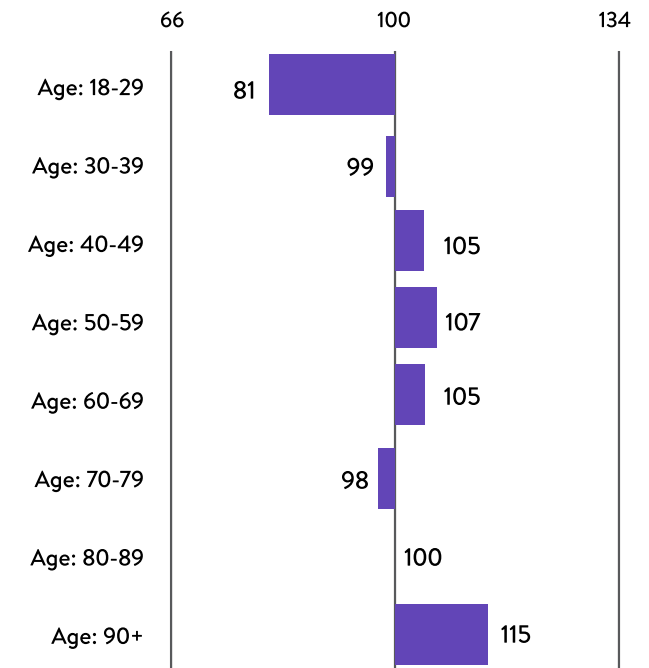
En **Shopper Behavior**, descubrieron que el Beefy Tee sobre-indexa entre los clientes de Walmart de 39 años y menores, en comparación con competidores clave en la categoría de camisetas de manga corta.



Competidor uno



Competidor dos



Los Resultados



Caso de Estudio de Scintilla: Hanes

Regresando la cabecera más grande y mejor que nunca

Al optimizar su lanzamiento de producto con insights competitivos de Scintilla y dar seguimiento a su desempeño, Hanes aseguró el espacio del programa para 2026.

Duración del programa en tiendas Walmart para 2026 **+6 Semanas**

Número de tiendas para 2026:
+58%

Oportunidad en 2026:
\$11M+

Compromisos adicionales de reabastecimiento para mantener los exhibidores surtidos durante toda la duración del programa.



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.