

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.



Digital
Landscapes



Shopper
Behavior



Channel
Performance

Inspire
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.

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”!



Meghan Keith
Hanes
Analista Senior

Walmart
Data Ventures

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

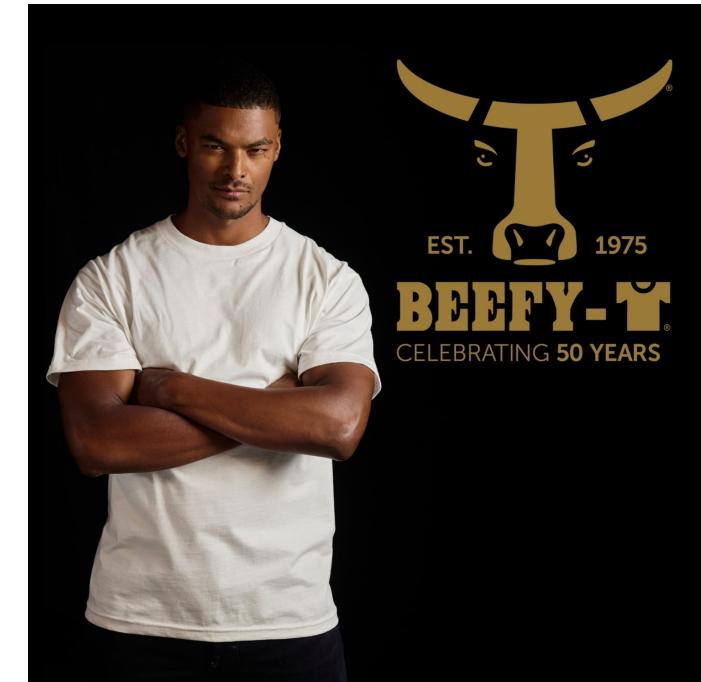


Scintilla Case Study: Hanes

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.



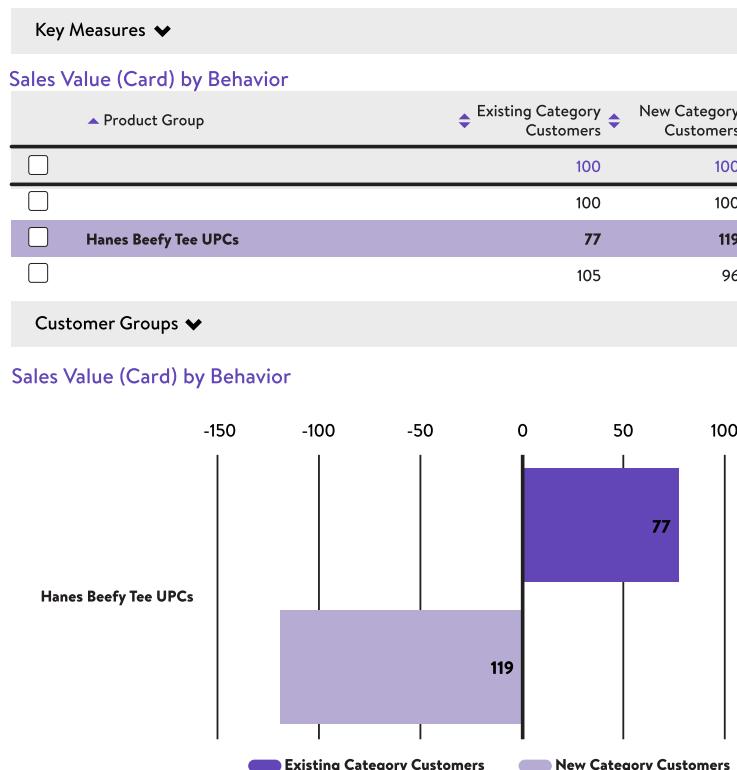
Caso de Estudio de Scintilla: Hanes

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 vs Comps

Show where your sales came from for Hanes Beefy Tee UPCs



Logros no POS

65%

del valor de ventas
de Beefy Tee provino
de "Clientes Nuevos
en la Categoría"

Promedio del
Competidor:
54%

\$71.32

Valor Promedio del
Carrito de clientes de
Walmart.com que
incluían Beefy Tee
durante la prueba

43.5%

del valor de ventas de
Beefy Tee provino de
personas menores de
40 años

Promedio del
Competidor :
32%

51%

de las ventas de Beefy
Tee fueron
incrementales para la
categoría

Promedio del
Competidor :
6%

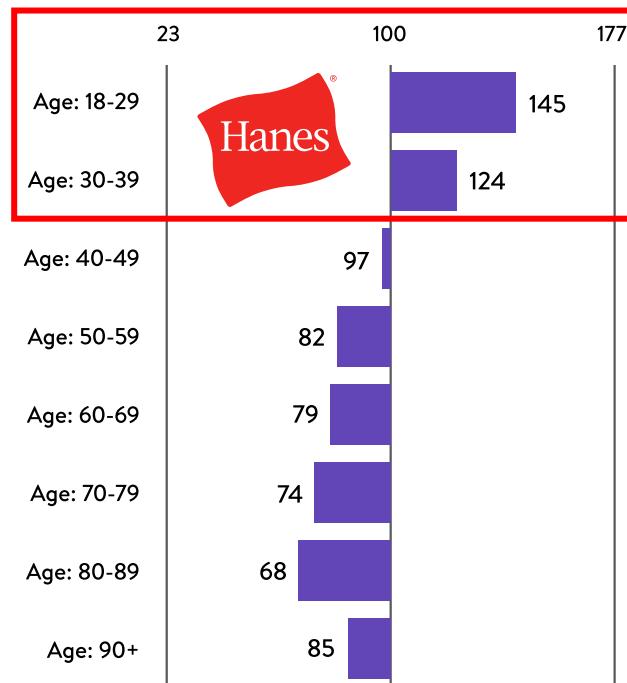


Caso de Estudio de Scintilla: Hanes

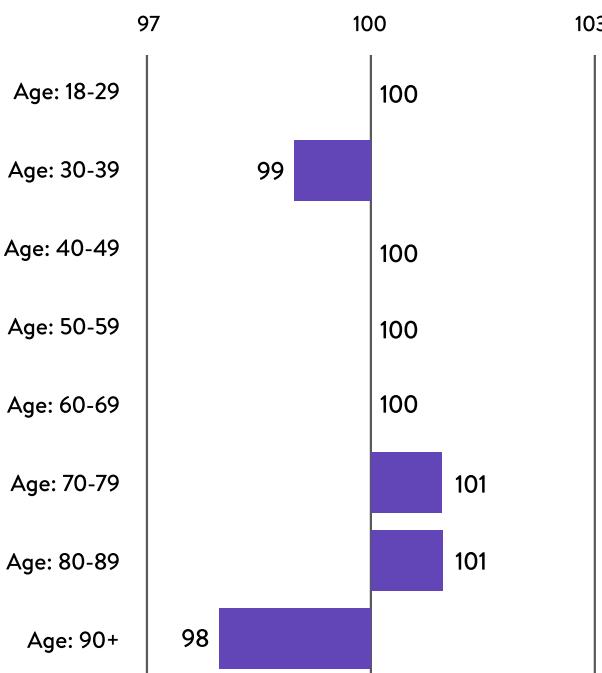
Explorando aún más al cliente de Beefy Tee

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.

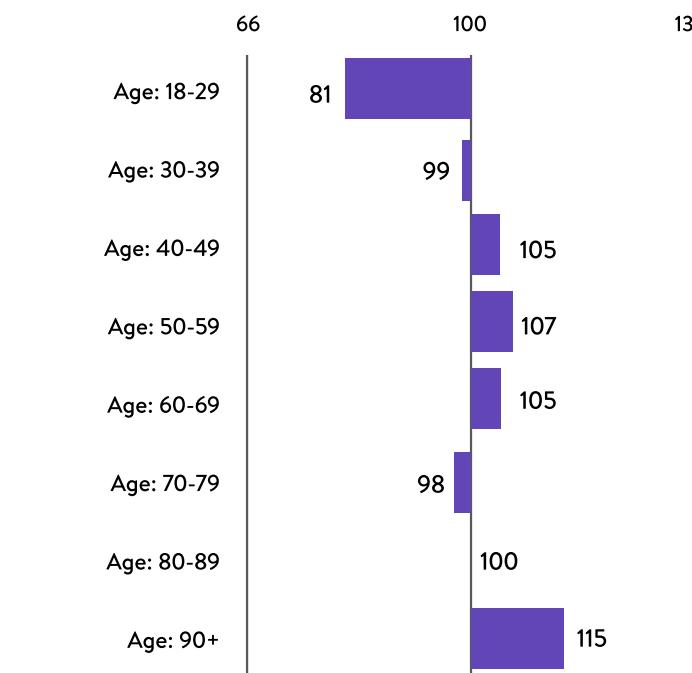
BEEFY-T



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.