

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.

El intrercambio basado en datos:

Convirtiendo insights del cliente en crecimiento de categoría

Resumen

Después de que Walmart trasladó la categoría de Mudanza y Almacenamiento a un nuevo departamento, Pratt Retail combinó insights de **Shopper Behavior, Customer Perception y Channel Performance** para construir un nuevo marco de análisis de datos y evaluar el desempeño de la marca en anaquel. Los datos destacaron tres desafíos clave: productos con bajo rendimiento, espacio desperdiciado en anaquel y brechas en la alineación con el cliente, mientras revelaban una hoja de ruta clara hacia el crecimiento. Estos insights resultaron en una estrategia de surtido basada en datos que generó incrementos inmediatos y significativos en todos los indicadores clave de desempeño, desde la velocidad de ventas hasta la rentabilidad por pulgada.



Alexx Gonzalez

Pratt Retail Specialties
Project Manager



Kirston Jones

Walmart
Merchant, Moving and Commercial

Conclusiones clave

- 1 Al traducir datos de ventas en bruto a dólares por pulgada cuadrada, Scintilla transformó el concepto abstracto de espacio en anaquel en un KPI concreto y accionable que impulsó decisiones de surtido.
- 2 Integrar retroalimentación cualitativa del cliente desde Scintilla con datos POS permitió ir más allá de lo que tenía bajo rendimiento y explicar con confianza el porqué a los principales interesados.
- 3 Al optimizar el surtido para satisfacer las necesidades del cliente, aumentaron el valor promedio de la transacción en más del 800%.

Tenemos que tomar los datos y unirlos con el cliente [de Walmart], para descubrir el porqué detrás del qué

Alexx Gonzalez
Pratt Retail Specialties
Project Manager



La Oportunidad



PRATT
INDUSTRIES

Caso de Estudio de Scintilla: Pratt Retail Specialties

¿Esta funcionando el anaquel para ellos?

Los esfuerzos de optimización en tienda dejaron a Pratt enfrentando un traslado entre departamentos hacia un nuevo equipo comercial de Walmart y un surtido no optimizado que no se alineaba completamente con las necesidades del cliente. Para prepararse, Pratt pasó más de 6 meses monitoreando una prueba en 500 tiendas con Scintilla y descubrió tres desafíos principales:

Presión acumulada

Toda la categoría de Mudanza y Almacenamiento se trasladaba del Departamento 3 al Departamento 12, trayendo consigo un escrutinio intenso y nuevas expectativas de desempeño..

Espacio ineficiente En anaquel

Productos con bajo rendimiento ocupaban espacio valioso, limitando ventas y rentabilidad potencial.

Necesidades del cliente no atendidas

El surtido de productos no estaba completamente alineado con las necesidades y hábitos de compra reales del cliente “de mudanza” en Walmart.

El Enfoque



PRATT
INDUSTRIES

Caso de Estudio de Scintilla: Pratt Retail Specialties

Un marco analítico de 4 etapas

Pratt desarrolló un marco para mejorar la productividad del espacio en anaquel y otros artículos de la categoría. A lo largo del proceso, Pratt combinó insights de Scintilla con métricas de espacio en anaquel.





PRATT
INDUSTRIES

Caso de Estudio de Scintilla: Pratt Retail Specialties

Etapa 1: Identificando el “Qué”

Su primer paso implicó usar **Channel Performance Report Builder** para ejecutar un análisis de productividad del anaquel. Esto les permitió cuantificar el valor del espacio en anaquel, hasta las Unidades por Tienda por Semana (U/S/W) en ventas.

1

Análisis de productividad del anaquel

Kit de platos y vasos vendía solo 0.30 unidades por tienda por semana.

Etiquetas de mudanza vendían solo 0.12 unidades por tienda por semana.

Artículos improductivos

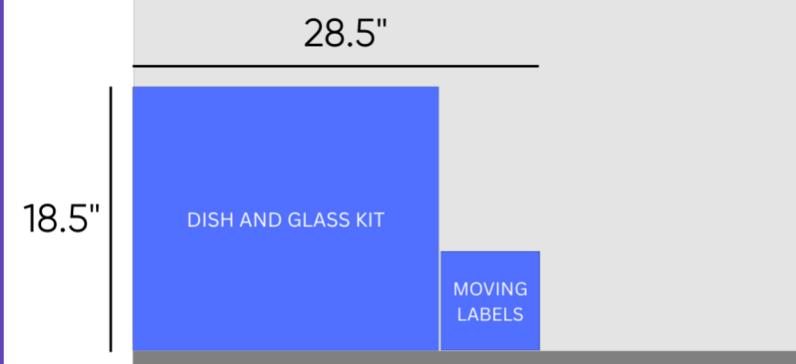


Precio	\$6.68
U/S/W	0.12



Precio	\$16.98
U/S/W	0.30

Espacio actual en el anaquel



Combinado
\$/S/W **\$5.89**

Estas 28.5" de espacio en anaquel, ocupando 12,654 pulgadas cuadradas, solo generaban \$5.89 por tienda por semana.



PRATTTM
INDUSTRIES

Caso de Estudio de Scintilla: Pratt Retail Specialties

Etapa 2: Identificando el “porqué”

Luego, escucharon directamente a clientes verificados de Walmart en **Customer Perception** y mediante reseñas en Walmart.com. Estos insights les dieron una comprensión crucial de cómo se compraba la categoría e informaron sus siguientes pasos.

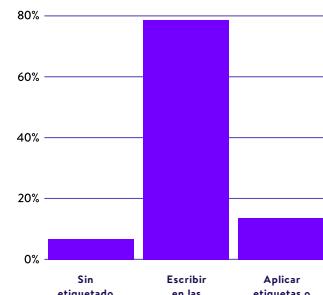
2

Análisis de Customer Perception

Reseñas en línea para otros productos mostraron una clara brecha en el mercado para una bolsa de colchón más duradera, “heavy duty”.

Las encuestas revelaron una preferencia dividida por materiales de amortiguación (espuma, papel, burbuja), indicando que el kit todo en uno no era ideal.

Etiqueta para mudanza



★★★★★ Verified Purchase ⓘ

Just wasn't very heavy duty

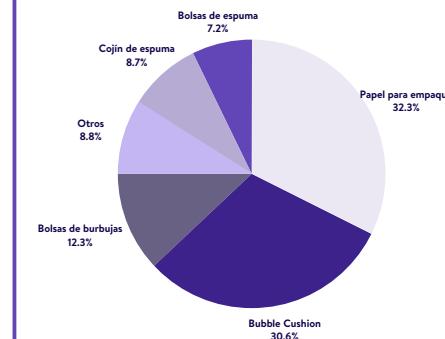
★★★★★ Verified Purchase ⓘ

Too thin.

★★★★★ Verified Purchase ⓘ

too thin

Kit para platos y vasos



94% de los participantes indicó que no pagaría más de \$15.00 por un kit para empacar vasos

\$5-10

\$11-15

\$16-20



PRATT
INDUSTRIES

Caso de Estudio de Scintilla: Pratt Retail Specialties

Etapa 3: Planificando el cambio

Al considerar sus datos de desempeño y la Voz del Cliente, el surtido actualizado de Pratt mejoró la productividad, a pesar de una reducción del 37% en el espacio en anaquel.

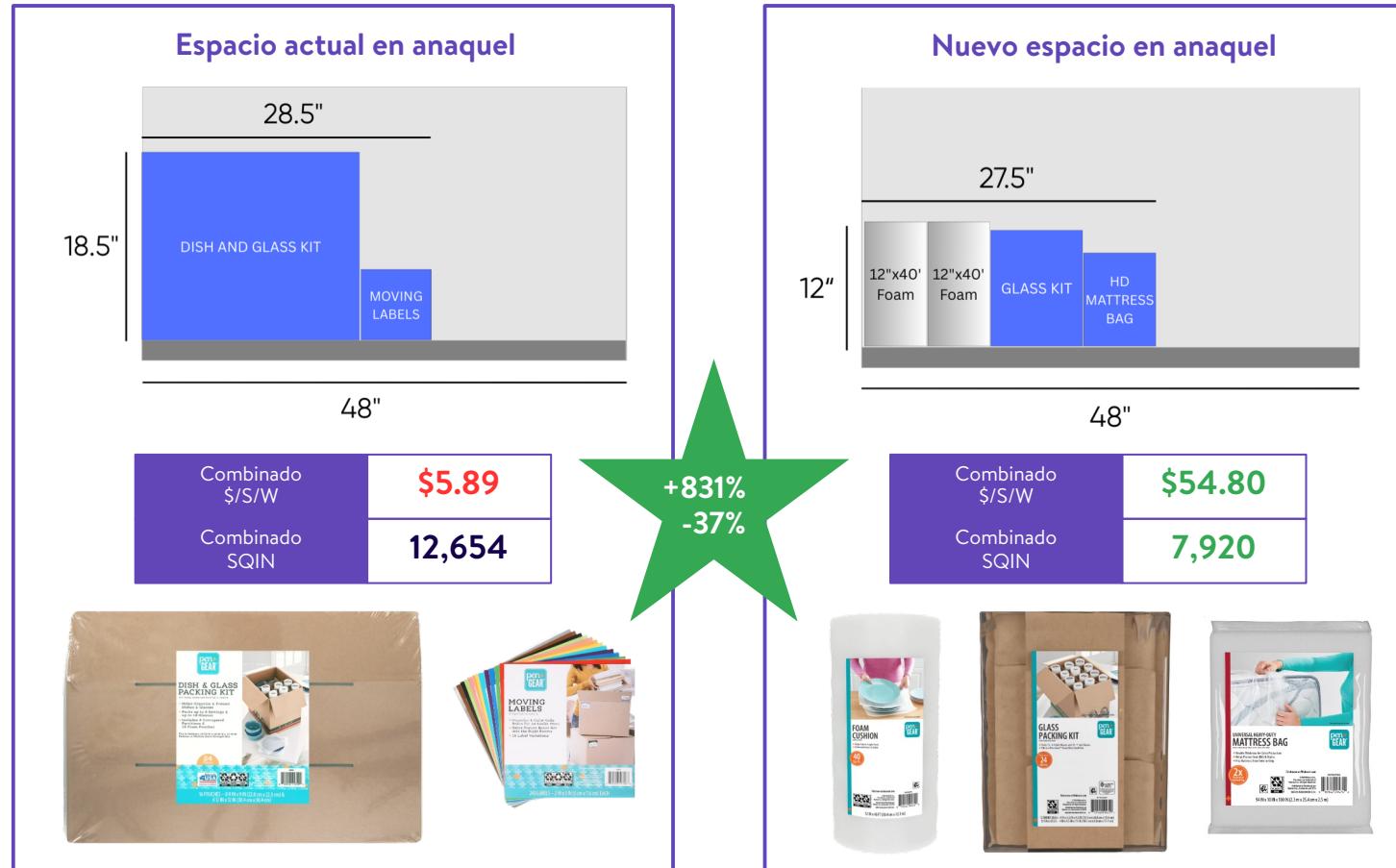
3

Oportunidad
de
merchandising



Reemplazar el kit de platos y vasos de 21" por un nuevo kit de vasos de 8" creó 13 pulgadas de espacio nuevo y rentable en el anaquel.

Este espacio se usó para exhibir un rollo de espuma de alta demanda.



Los Resultados



PRATT
INDUSTRIES

Caso de Estudio de Scintilla: Pratt Retail Specialties

Etapa 4: Una historia de crecimiento explosivo

Pratt siguió el lanzamiento en **Shopper Behavior y Channel Performance** y observó cómo el enfoque basado en datos llevó a una mejora significativa en el desempeño.

4

Seguimiento del lanzamiento y desempeño



Los nuevos productos superaron dramáticamente a los anteriores, con la bolsa de colchón heavy duty registrando un aumento del 716% en U/S/W y el kit de vasos un aumento del 466%.

Resultados del lanzamiento hasta la fecha

+716% incremento en USW
Bolsa de colchón heavy duty vs etiquetas de mudanza

+466% incremento en USW
Nevo kit de vasos vs hit anterior

+412% incremento anual en POS \$
Combinando bolsa de colchón heavy duty, espuma y kit de vasos

+831% Incremento en el valor promedio de transacciones
Combinado bolsa de colchón heavy duty, espuma y kit de vasos

13 pulgadas de espacio nuevo en anaquel creado

- Los intercambios basados en datos resultaron en incrementos inmediatos y significativos en todos los indicadores clave de desempeño, desde la velocidad de ventas hasta la rentabilidad por pulgada.
- Al optimizar el surtido para satisfacer las necesidades del cliente, aumentamos el valor promedio de transacción para estos artículos en más del 800%.



PRATT
INDUSTRIES

Caso de Estudio de Acintilla: Pratt Retail Specialties

Conclusiones clave

En total, el éxito de su proceso de 4 pasos proporcionó las siguientes conclusiones:

**Une el “qué” con el
“porqué”**



**Convierte el
espacio en anaquel
en un KPI concreto**



**Aprovecha datos de la
canasta para justificar
tu estrategia**



Integrar retroalimentación cualitativa del cliente con datos POS permite ir más allá de lo que tiene bajo rendimiento y explicar con confianza el porqué a los principales interesados.

Traducir datos de ventas en bruto a dólares por pulgada cuadrada transforma el concepto abstracto de espacio en anaquel en un KPI accionable que impulsa decisiones de surtido.

Usar análisis de canasta para confirmar altas tasas de asociación es el paso crítico que justifica desagrupar un producto y demostrar que la nueva combinación creará una transacción más valiosa.

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.