

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.

Cambiar la trayectoria de tu pasillo

Resumen

Ante un desempeño en declive en el modular de artículos para mesa, Reynolds identificó las causas raíz utilizando las herramientas de datos integradas en Scintilla. Al trabajar junto con el equipo comercial de Walmart para replantear la estrategia del pasillo, Reynolds identificó comportamientos clave del cliente y aprovechó los insights para reposicionar el pasillo, asegurando que los clientes encontraran primero los artículos de mayor anclaje antes de llegar a los productos ancla. Este enfoque no solo revirtió la tendencia negativa, sino que también demostró cómo la optimización del pasillo basada en datos puede impulsar la participación del cliente y desbloquear nuevas oportunidades de crecimiento.

Conclusiones Clave

- 1 Pensar fuera de lo convencional y no limitarse solo a los reportes habituales
- 2 Realizar análisis en Scintilla para identificar qué impulsa el desempeño del pasillo
- 3 Utilizar los datos para respaldar las decisiones de surtido



Shauna Hardin

Reynolds Consumer Products
Directora de Shopper Insights



Austin Carter

Reynolds Consumer Products
Gerente Senior de Categoría



Jeffrey Waggoner

Walmart
Comprador

Scintilla nos indicó el punto de inicio del modular y la dirección de su flujo, lo que nos permitió hacer una recomendación para alinear los segmentos del pasillo con Action Alley en cada tienda.

Austin Carter

Gerente Senior de Categoría
Reynolds Consumer Products



La Oportunidad



Caso de Estudio de Scintilla: Reynolds Consumer Products

Identificando una caída en ventas y definiendo una solución rápida

Al detectar una caída en la categoría, el equipo de categoría de Reynolds comenzó a trabajar con su equipo comercial de Walmart para identificar qué la estaba provocando y cómo corregirla.

Desempeño en declive en la categoría de artículos desechables para mesa

Factores de la caída por segmento: cambios regulatorios, decisiones heredadas y cambios en la canasta

Comportamientos del cliente que compra en tienda artículos para mesa, compra cruzada, insights de canasta y ubicación de segmentos

El Enfoque



Caso de Estudio de Scintilla: Reynolds Consumer Products

Analizando tendencias e insights del cliente en la categoría de artículos desechables para la mesa

Para optimizar la ubicación de los segmentos dentro del pasillo, utilizaron varios módulos de Scintilla para desarrollar una mejor comprensión del cliente de Walmart en la categoría de artículos desechables para mesa.

Shopper Behavior

- Demografía del cliente por segmento
- Sustitución y compra cruzada por segmento
- Cambios en los comportamientos del cliente

Customer Perception

- Ocasiones de uso por segmento
- Tipos de misión de compra
- Brechas de surtido o puntos de fricción

Channel Performance/API Feed

- Desempeño total por segmento y categoría
- Velocidad y progresión de artículos por segmento
- Identificadores de modular y sección de tienda

Otros Recursos

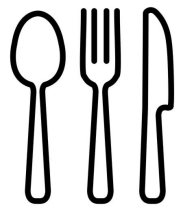
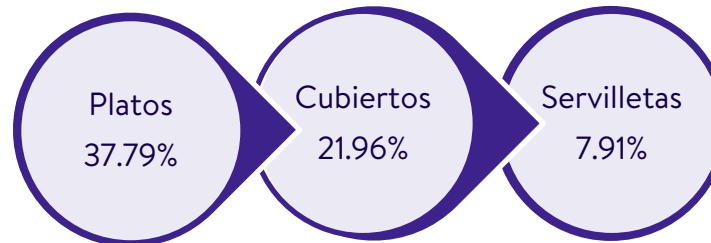
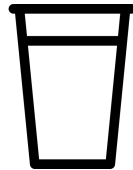
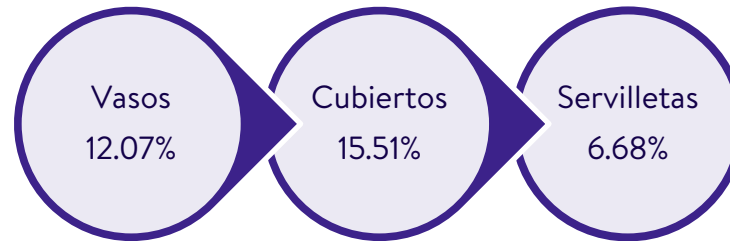
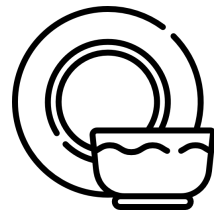
- Datos de terceros para entender el entorno competitivo, brechas de producto y psicografía de artículos desechables para mesa



Caso de Estudio de Scintilla: Reynolds Consumer Products

Analizando los comportamientos de canasta

Profundizaron en **Shopper Behavior** para entender mejor cómo se superponen las canastas de clientes entre segmentos.

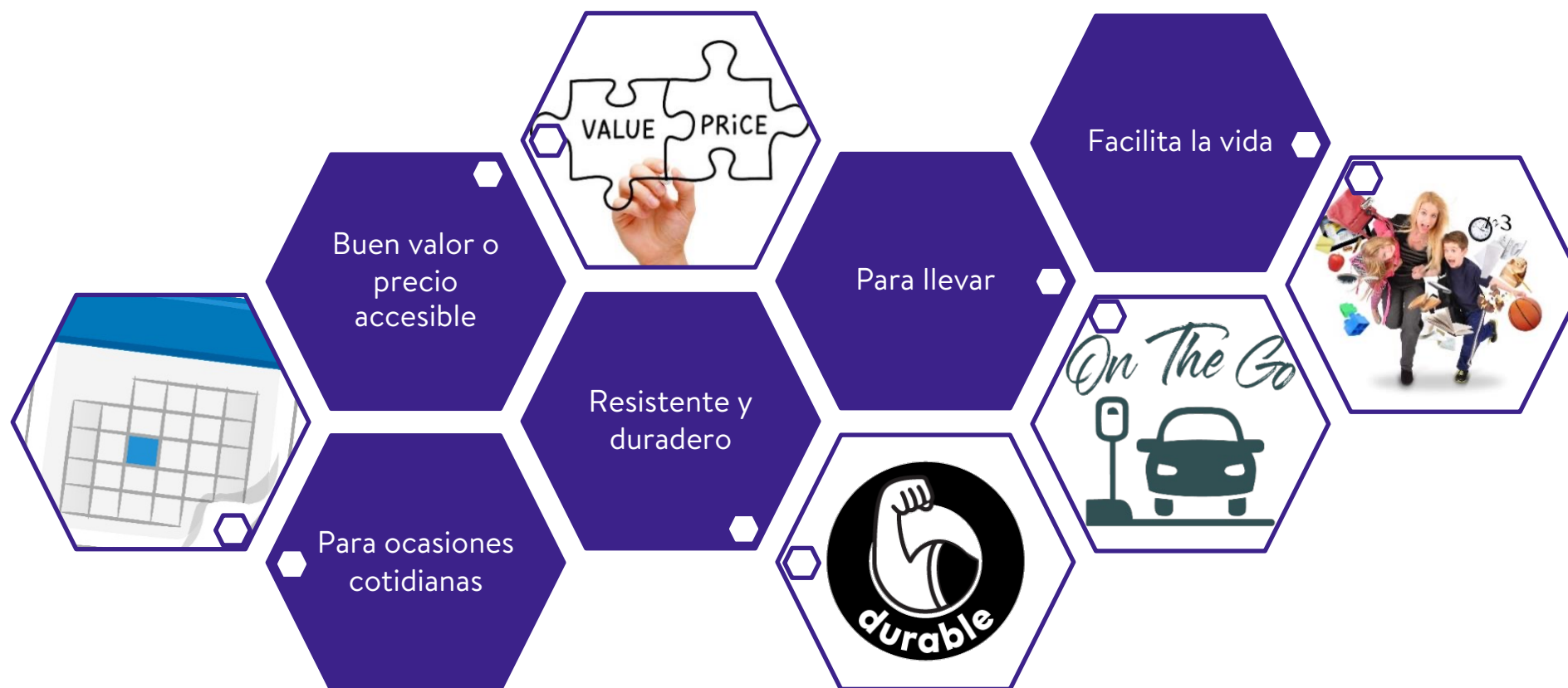




Caso de Estudio de Scintilla: Reynolds Consumer Products

Entendiendo los impulsores de compra

En **Customer Perception**, implementaron una encuesta cuantitativa para comprender mejor qué motiva a los clientes a comprar artículos desechables para mesa.



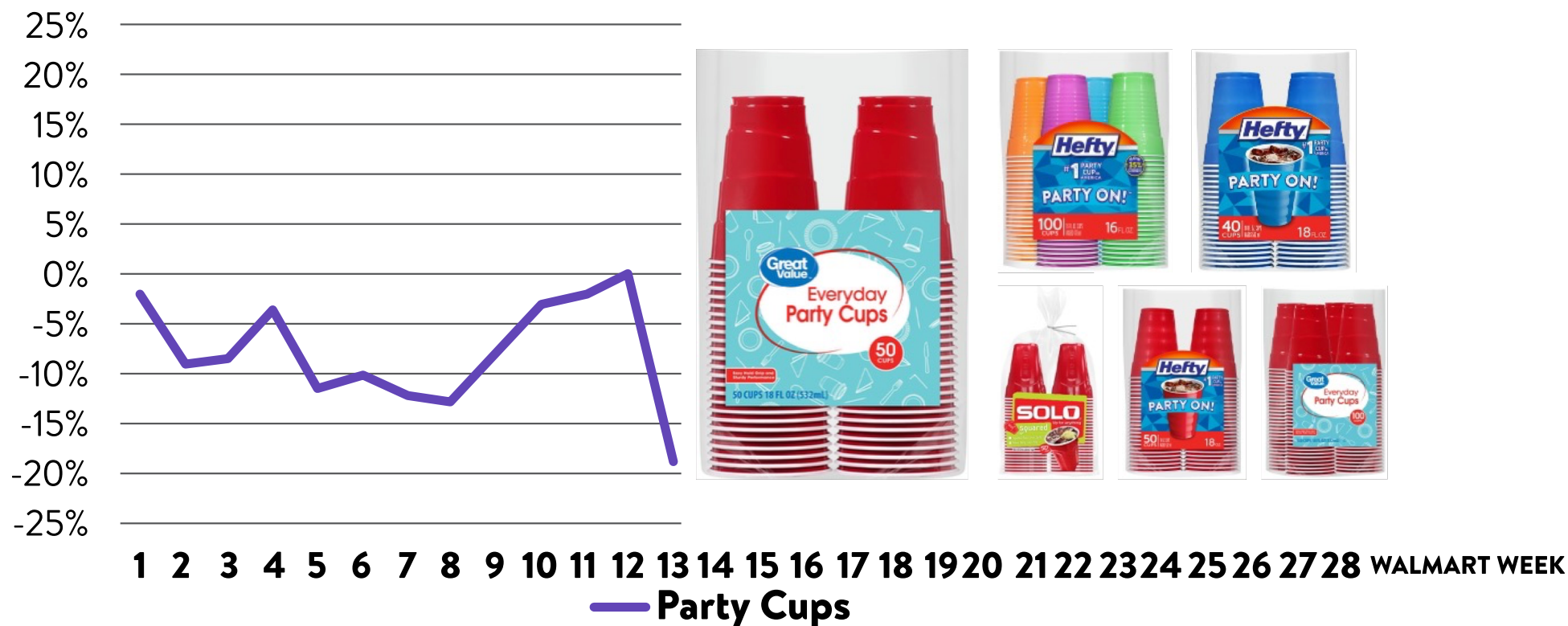


Caso de Estudio de Scintilla: Reynolds Consumer Products

Analizando el mercado de vasos para fiestas

En **Channel Performance**, pudieron observar que el mercado total de vasos para fiestas había sido un segmento en declive año contra año después del periodo de Covid.

Cambio porcentual anual del total de vasos para fiesta





Caso de Estudio de Scintilla: Reynolds Consumer Products

Planteando nuevas preguntas para optimizar el modular

Sus aprendizajes llevaron a la siguiente pregunta: ¿Qué puede recomendar Reynolds que ayude a maximizar el flujo del modular utilizando insights y capacidades específicas por tienda?

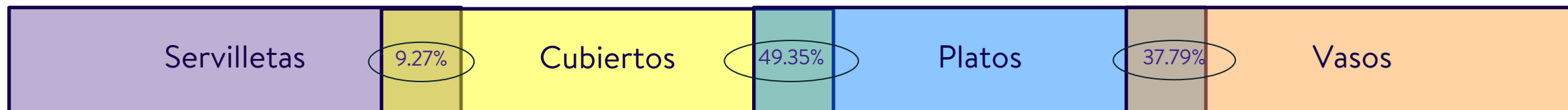
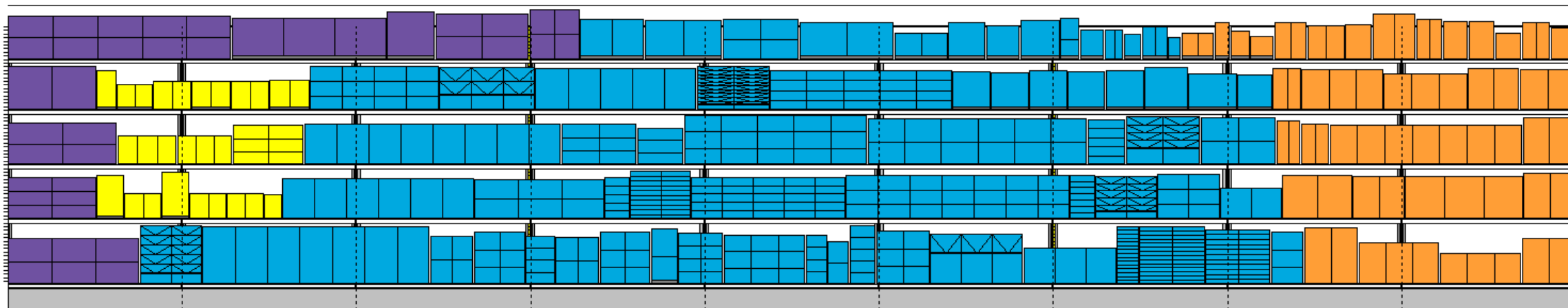




Caso de Estudio de Scintilla: Reynolds Consumer Products

Replantando el flujo del modular

La estrategia inicial del flujo del modular fue diseñada para alinearse con la superposición de canastas y las preferencias del cliente que compra en tienda.

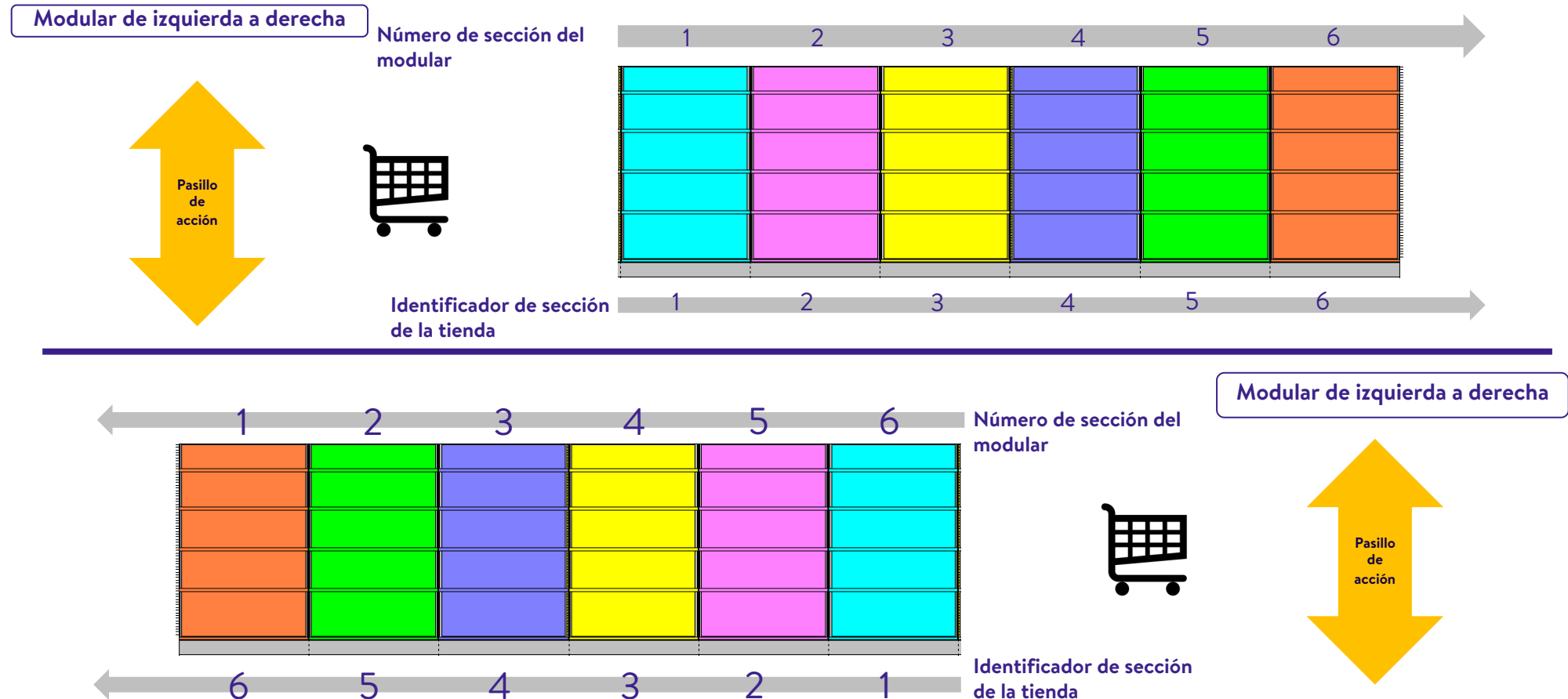




Caso de Estudio de Scintilla: Reynolds Consumer Products

Replantando el flujo del modular

Con las métricas de modular en Scintilla, obtuvieron la capacidad de identificar la ubicación de los segmentos a nivel tienda.





Caso de Estudio de Scintilla: Reynolds Consumer Products

Identificando un flujo modular a nivel tienda

Recomendaron actualizar el diseño del modular tienda por tienda para alinear un segmento de gran oportunidad con el pasillo de acción y ayudar a impulsar crecimiento en la categoría.

ANTES



DESPUÉS



Los Resultados

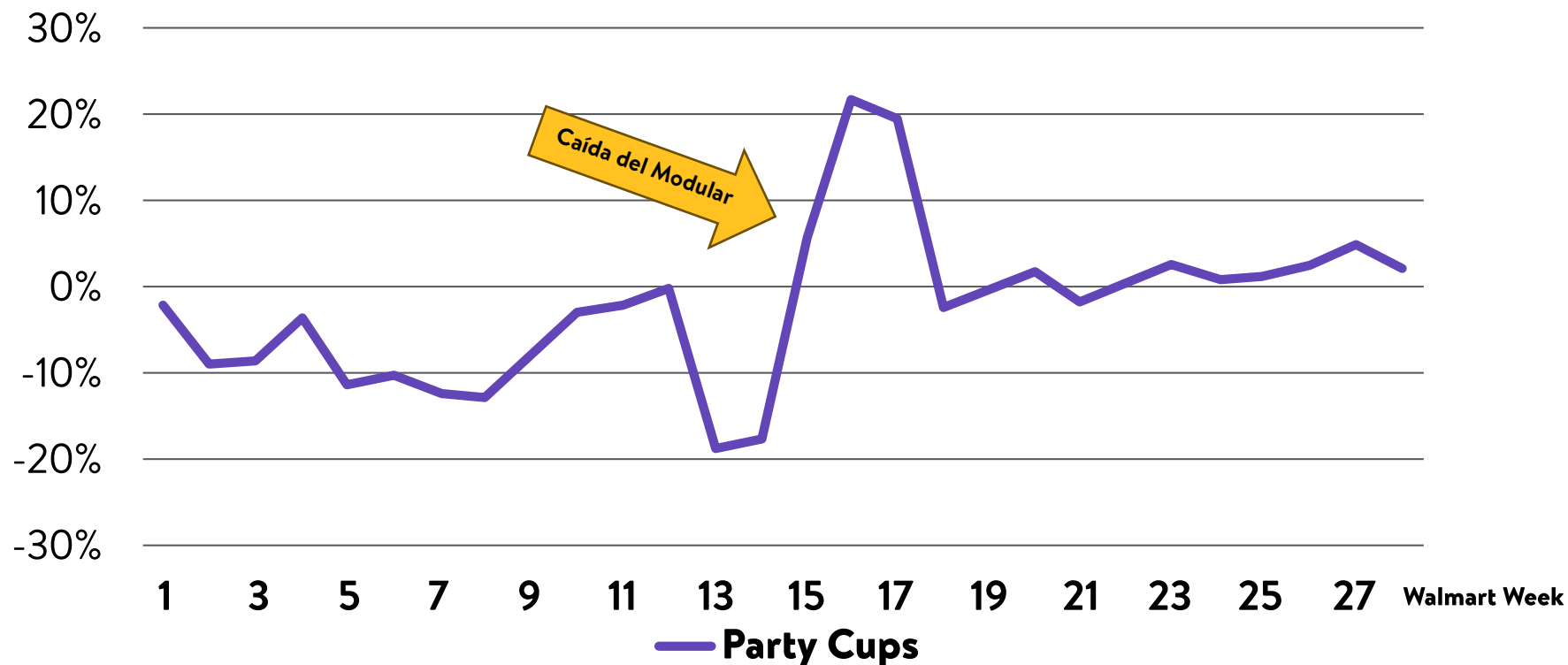


Caso de Estudio de Scintilla: Reynolds Consumer Products

Recuperación de una categoría en declive

La implementación de un nuevo flujo modular, único para cada tienda Walmart, generó crecimiento general en vasos para fiestas, en la categoría y en la superposición de canastas dentro de la categoría.

Cambio porcentual anual de vasos para fiesta



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.