

## CASO DE ESTUDIO DE SCINTILLA



Inspire  
2025

Este caso de estudio se compartió en vivo en el evento de Walmart Data Ventures Inspire, el 29 de octubre de 2025.



Channel  
Performance



Customer  
Perception



Customer  
Behavior

Inspire  
2025

# ¿Cuál es la estrategia correcta para el cliente?

## Resumen

En 2023, Wells Enterprises reconoció que su marca Blue Bunny estaba experimentando caídas en Walmart y su estrategia actual de posicionarla como una oferta premium no estaba resonando con los clientes. Para abordar este desafío, identificaron la necesidad de revisar las estrategias de precios y productos. Aprovechando **Shopper Behavior** de Scintilla, obtuvieron insights más profundos de su base de clientes en Walmart. Luego, estos clientes verificados entonces se encuestaron a través de **Customer Perception** de Scintilla para entender mejor las actitudes y preferencias. Finalmente, la efectividad de sus nuevas tácticas se monitoreó usando **Channel Performance** de Scintilla, lo que le permitió a Wells Enterprises rastrear el progreso y refinar su enfoque.

## Puntos clave

- 1 Scintilla los ayudó a reconocer que las estrategias actuales podrían mejorar
- 2 Era necesario implementar nuevas estrategias de precios y helados
- 3 Compartir los insights de Scintilla internamente con el equipo de marketing de Wells ayudó a ganar tracción al cambiar las estrategias actuales: esto funcionó y los resultados muestran



**Forrest Smith**

Wells Enterprises, Inc.  
Analista senior



**Tom Karounos**

Wells Enterprises, Inc.  
Gerente Senior de Análisis de Negocios

**Walmart**  
Data Ventures

Con Scintilla,  
sabíamos que  
funcionaría porque  
teníamos los datos  
para probarlo.

**Forrest Smith**  
Wells Enterprises, Inc.  
Analista senior





# Caso de Estudio de Scintilla: Wells Enterprises, Inc.

## Resumen de Inspire 2024: ¿Cómo van las cosas en 2025?

En 2024, los datos de Scintilla ayudaron a Wells a definir la necesidad de un Bomb Pop para tener promociones durante la temporada de verano y los días festivos. Y Walmart cumplió con la ejecución.

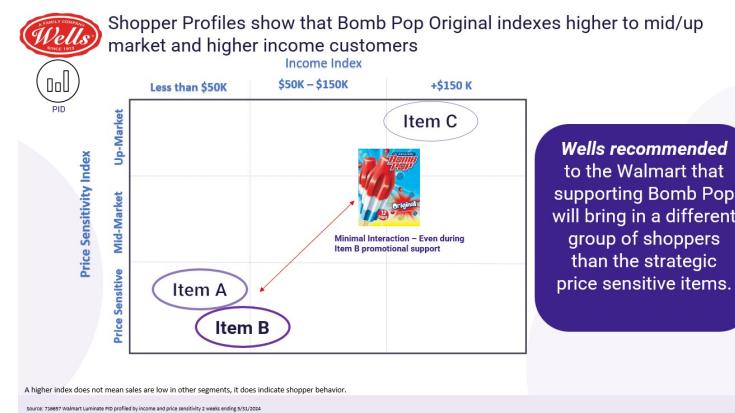
**Wells Key Issue:** Bomb Pop Original sales declined in the summer of 2023  
*Bomb Pop Original would need to increase support in 2024 to take off again*

**2023 Summer Results vs. YA (Week 14-Week 31)**

**Units Vs YA**  
**Dollars Vs YA**

**Walmart Key Issue:** Would Bomb Pop Original display and promotional support negatively impact other **strategic** Water Ice items during the Summer months?

Las ventas del Bomb Pop Original **disminuyeron** en el verano de 2023



El equipo mostró que Bomb Pop interactuaba con un **segmento de clientes muy diferente** durante los meses de verano

**Bomb Pop Original Units taking off in the summer of 2024**

**2024 Summer Results vs. YA (Week 14-Week 31)**

**Units Vs YA**  
**Dollars Vs YA**

**Next Steps:** Continue to bring actionable insights to help Walmart plan for 2025.

Source: Walmart Lascana Wells Channel Performance data weeks 6/23/2024-7/24/2024

10

El equipo comercial de Walmart trabajó con Wells para poner Bomb Pop en rollback y exhibición. Acordaron que se necesitaba una optimización adicional para 2025.



# Caso de Estudio de Scintilla: Wells Enterprises, Inc.

## Resumen de Inspire 2024: ¿Cómo van las cosas en 2025?

Esta estrategia basada en datos llevó a una recuperación para Bomb Pop en 2025, tanto en términos de dólares como de unidades.

2023, 2024 y 2025 (Semana 14-semana 31)



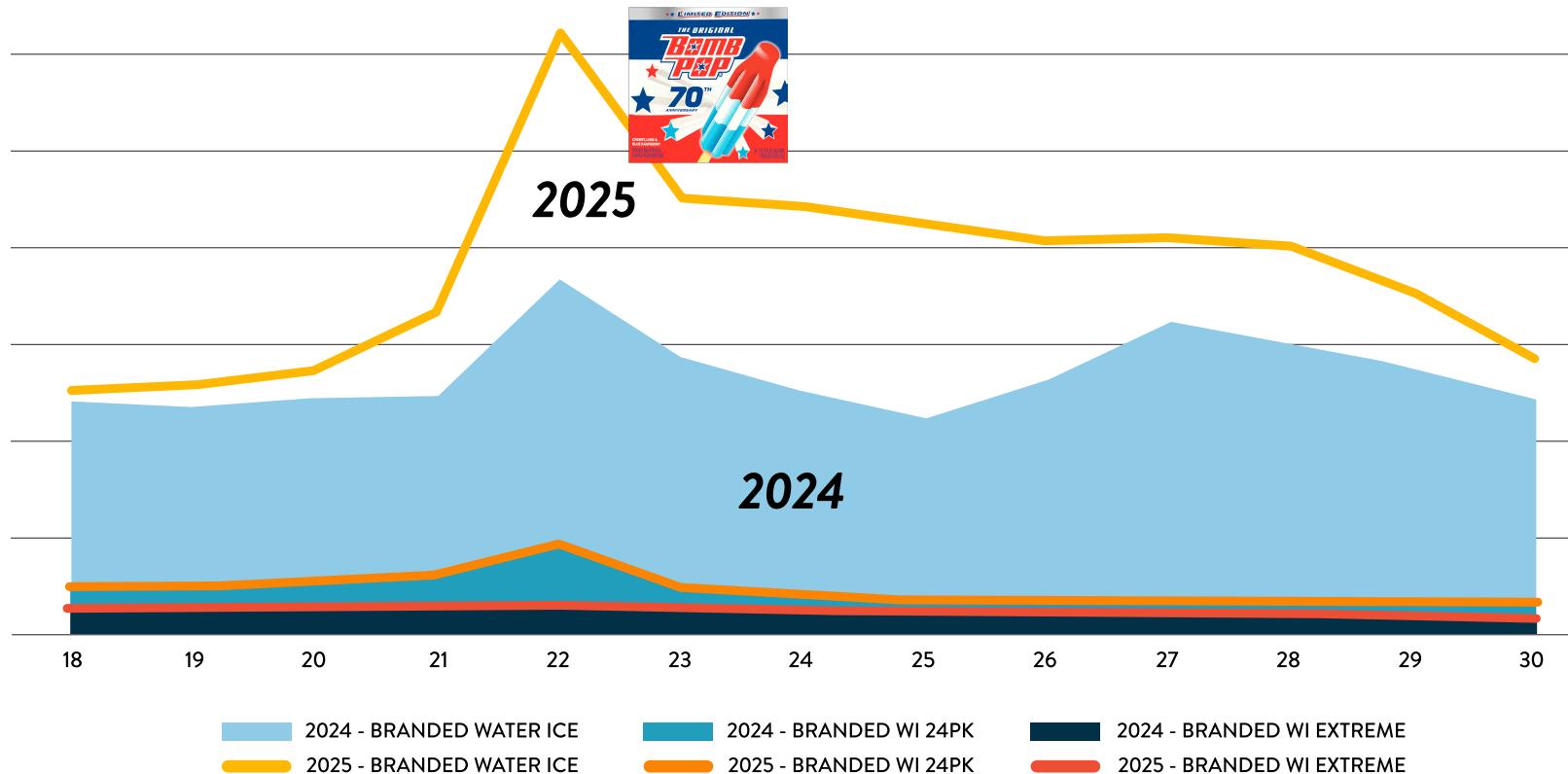


# Caso de Estudio de Scintilla : Wells Enterprises, Inc.

## Resumen de Inspire 2024: ¿Cómo van las cosas en 2025?

Al participar en el rollback recomendado, Wells vio las ventas más altas en unidades en Walmart para los paquetes de Bomb Pop de 12 unidades.

Efecto de rollback del Bomb Pop 12Pack. 5.22.25 – 9.1.25





# Caso de Estudio de Scintilla : Wells Enterprises, Inc.

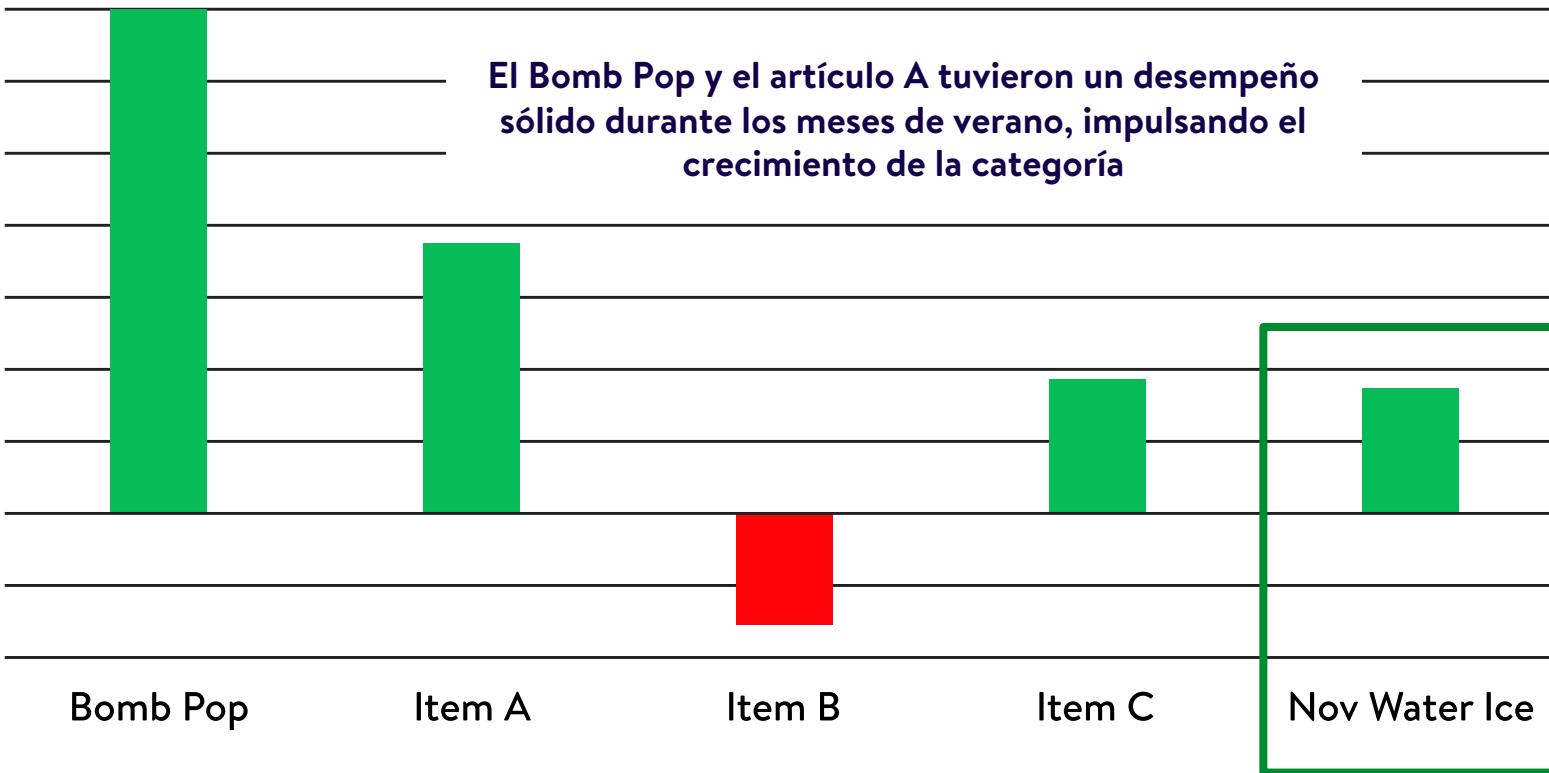
Resumen de Inspire 2024: ¿Cómo van las cosas en 2025?

Además, este aumento en las ventas por unidad ayudó a impulsar el crecimiento de la categoría.

## Crecimiento de las ventas unitarias 2025 vs 2024

83.4% de los clientes del Bomb Pop 12 solo compraron Bomb Pop

El Bomb Pop y el artículo A tuvieron un desempeño sólido durante los meses de verano, impulsando el crecimiento de la categoría



# La Oportunidad



# Caso de Estudio de Scintilla : Wells Enterprises, Inc.

## Abordar una caída en ventas para Blue Bunny

En 2024, Wells notó que una de sus marcas históricas, Blue Bunny, comenzó a disminuir tanto en unidades como en dólares. Se asumió que esto se debía a varios factores, incluidos las tendencias económicas y de salud y bienestar. Un análisis adicional en Scintilla generó más preguntas..



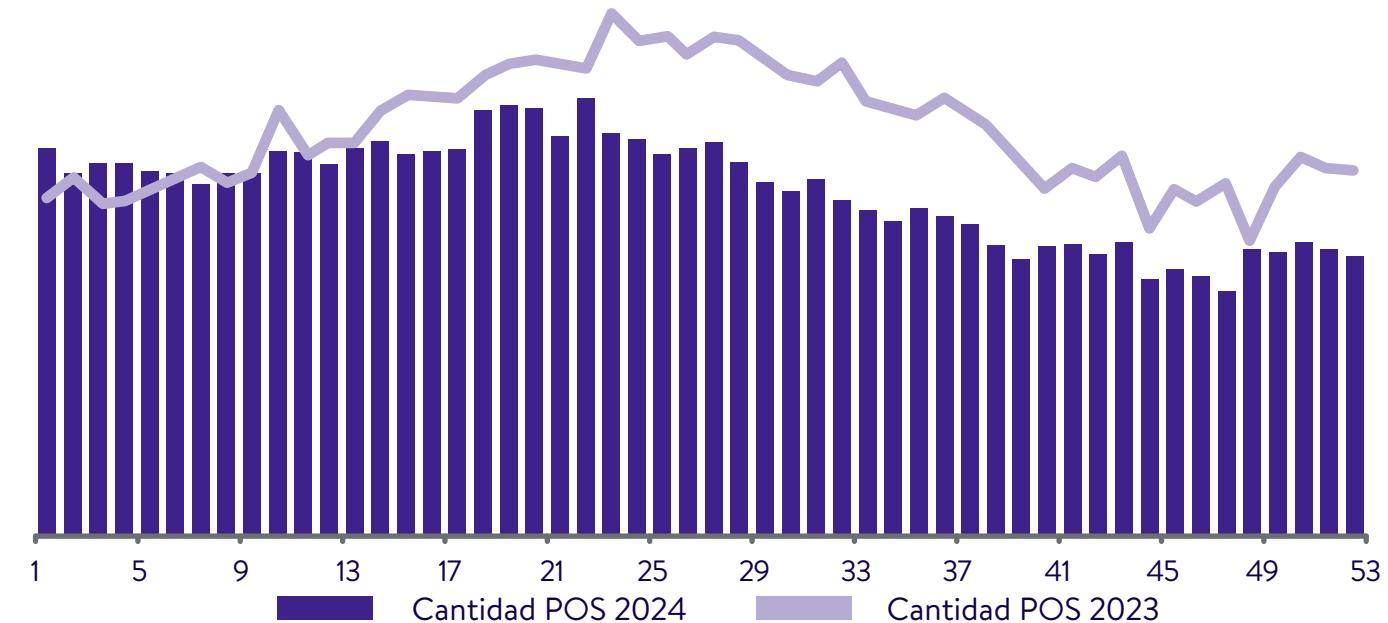
En **Channel Performance**, Wells analizó que las ventas de Blue Bunny disminuyeron en 2024 en comparación con 2023.



Unidades vs año anterior (YA)



Dólares vs año anterior (YA)



¿Qué clientes están dejando Blue Bunny?

¿Hay otros artículos a los que los clientes están cambiando?

# El Enfoque

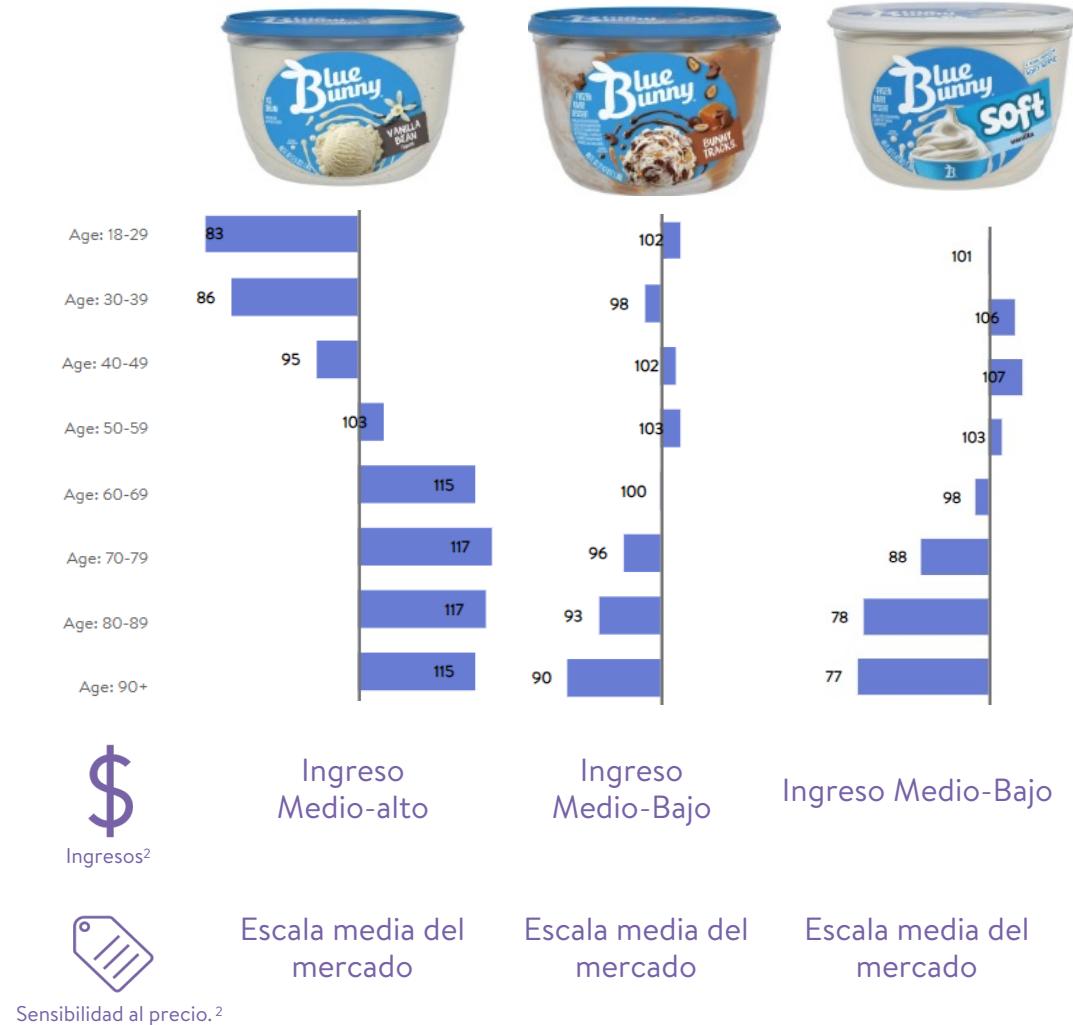


# Caso de Estudio de Scintilla : Wells Enterprises, Inc.

## ¿Quién está comprando Blue Bunny en Walmart?

Usando las métricas de creación de perfiles del reporte de **Shopper Behavior Performance-In-Detail (PID)**, Wells descubrió que sus diferentes segmentos de Scrounds atraen a diferentes clientes. Después de entender exactamente quién estaba comprando su producto en Walmart usando el Perfil dentro del Reporte de PID, buscaron comprender hacia dónde se estaba filtrando el volumen.

¿Qué perfiles de cliente estaban dejando la marca?





# Caso de Estudio de Scintilla: Wells Enterprises, Inc.

## ¿Quién está comprando Blue Bunny en Walmart? (Continuación)

El reporte de **Switching de Shopper Behavior** los ayudó a determinar el perfil exacto del cliente que estaba dejando la marca y cómo Blue Bunny se comparó con otras marcas principales. Esto los llevó a preguntarse: Si los clientes que buscan valor están dejando a Blue Bunny Scrounds, ¿cómo pueden resolverlo y ofrecer una marca de alta calidad a un precio accesible?

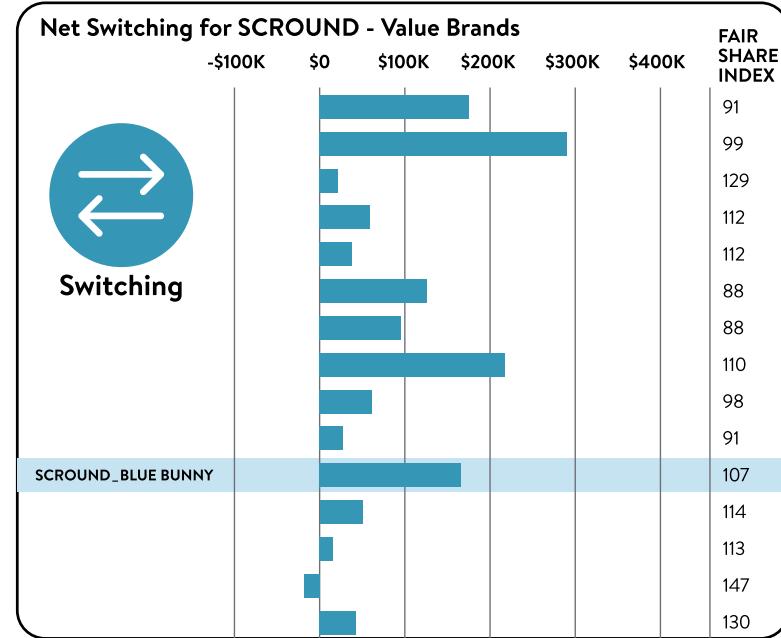
### Customers Profile

Product Groups	Price Sensitive	Mid-Market	Up-Market
Total	100	100	100
SCROUND_BLUE BUNNY	106	99	90
SCROUND	99	99	109
SCROUND	97	102	92
SCROUND	95	101	108
SCROUND	91	103	103

### Customers Profile

Product Groups	Income: less than \$50K	Income: \$50K to \$150K	Income: \$150K+
Total	100	100	100
SCROUND_BLUE BUNNY	106	100	89
SCROUND	102	100	95
SCROUND	98	104	92
SCROUND	97	100	107
SCROUND	87	98	129

Los clientes estaban respondiendo cambiando a marcas de valor.





## Caso de Estudio de Scintilla: Wells Enterprises, Inc.

### Encontrar a los clientes con una marca de alta calidad a un precio accesible

Para recuperar a los clientes de Walmart que definieron como cambiando a marcas más económicas, Wells lanzó una estrategia basada en datos y se alineó con su liderazgo interno para recomendar un nuevo Precio Bajo Todos los Días (EDLP) a su equipo de compras. Esto se concretó en forma de un rollback.

- El Qué:** Wells usó los datos de **Channel Performance** para entender exactamente lo que sucedió: las ventas estaban disminuyendo significativamente año tras año
- El Quien:** Wells usó los reportes de **Shopper Behavior**, como **Desempeño en detalle y Switching**, para perfilar a los clientes que estaban dejando la marca y determinar hacia dónde estaban yendo
- El Por Qué:** Wells usó las encuestas de **Customer Perception** para hablar directamente con los clientes de Walmart que abandonaron Blue Bunny scrounds

**38% de los clientes que dejaron Blue Bunny Soft encuestados** dicen que los precios más altos y menos ingresos causaron que dejaran la marca\*



**75% de los clientes que abandonaron Blue Bunny Soft encuestados** dicen que un precio diario más bajo haría que compraran de nuevo\*

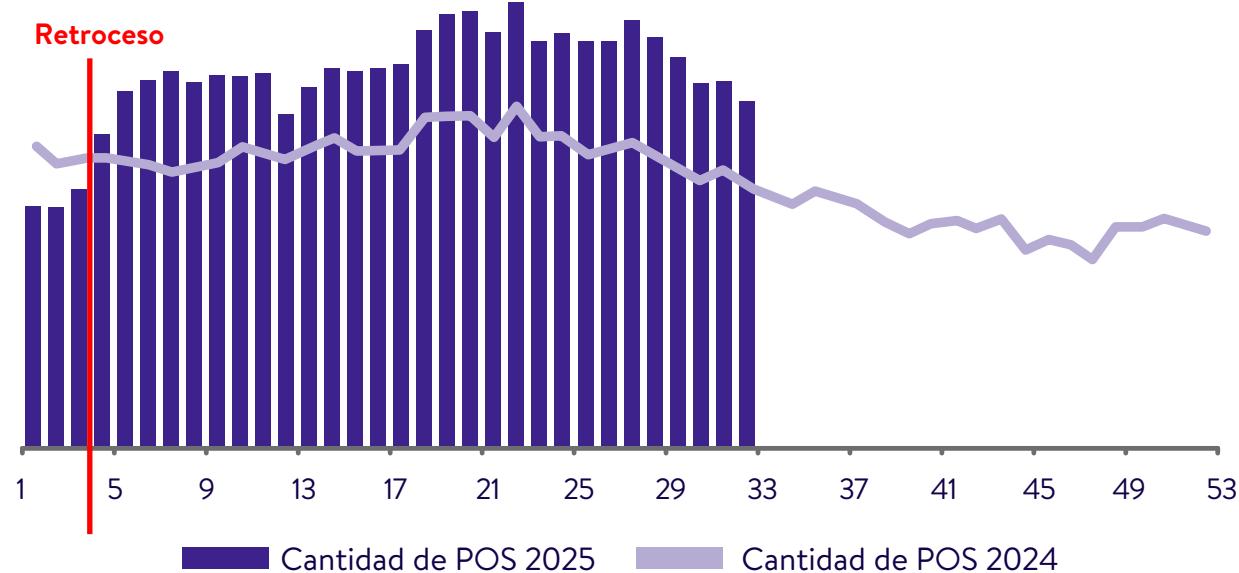
# Los Resultados



# Caso de Estudio de Scintilla: Wells Enterprises, Inc.

## Un crecimiento sustancial en ventas

En respuesta, Wells presentó una solución holística a su equipo comercial de Walmart. La solución fue simple de presentar debido a que se basó en datos con insights de todo el ecosistema de Scintilla, incluyendo **Customer Perception, Channel Performance** y **Shopper Behavior** para colocar las necesidades de los clientes en el centro de la solución.



Unidades vs año anterior (YA)



Dólares vs año anterior (YA)

No solo se recuperaron de la caída de 2024, sino que superaron 2023, que fue uno de sus mejores en términos de ventas. En última instancia, esta estrategia llevó a **un crecimiento de dos dígitos en dólares año contra año** y casi **crecimiento de tres dígitos en dólares para Delivery**.

ESTUDIO DE CASO DE SCINTILLA

Gracias.

Inspire  
2025

Este Caso de Estudio se compartió en vivo en el evento de Walmart Data Ventures Inspire, el 29 de octubre de 2025.