

Étude de cas Scintilla

Stavis Seafoods : exploitation

Perspectives Scintilla pour optimiser

Stratégie d'assortiment dans les modules d'automne



Cette étude de cas a été partagée en direct lors de l'événement Walmart Data Ventures Inspire, le 1er octobre 2024.

**Nous utilisons Scintilla pour
obtenir des précisions sur les
besoins
du client.**

- **Todd Rushing**, vice-président des ventes | **Stavis Seafoods**





Todd Rushing
Vice-président
des ventes
Stavis Seafoods



Madeleine Silitonga
Analyste des
données
Stavis Seafoods



Michael Berto
Directeur de la commercialisation,
fruits de mer surgelés
Walmart



Étude de cas Scintilla : Stavis Seafoods

L'occasion :

Stavis Seafoods est un distributeur en gros de fruits de mer frais et surgelés pour Walmart. Alors qu'ils se préparaient pour l'examen des modules d'automne des fruits de mer surgelés, ils avaient besoin de perspectives qui aideraient à informer leurs offres de produits pour Walmart.

Plutôt que d'introduire de nouveaux articles pour stimuler les ventes de Stavis, ils ont tiré parti de Scintilla pour créer un scénario axé sur les données liées à ces nouvelles offres, démontrant une compréhension approfondie du rayon des fruits de mer surgelés dans son ensemble.

Ce faisant, ils se sont mis à la place des marchands et ont examiné la situation dans son ensemble, en tenant compte de divers facteurs, comme les moteurs de performance, la concurrence, et, surtout, les rôles distincts des articles dans la catégorie.





Étude de cas Scintilla : Stavis Seafoods

L'approche :

Ils ont commencé avec le **comportement de l'acheteur Scintilla** qui a montré qu'il y avait une croissance dans le rayon des fruits de mer surgelés en raison d'un achalandage accru chez Walmart. Cependant, malgré les produits de Stavis ayant des prix plus bas, la pénétration des clients a poursuivi sa chute.



Vent de face

La croissance des fruits de mer surgelés s'accélère par **un achalandage accru chez Walmart**



Vent arrière

Malgré des prix d'articles individuels plus bas, **la pénétration des clients a poursuivi sa chute**

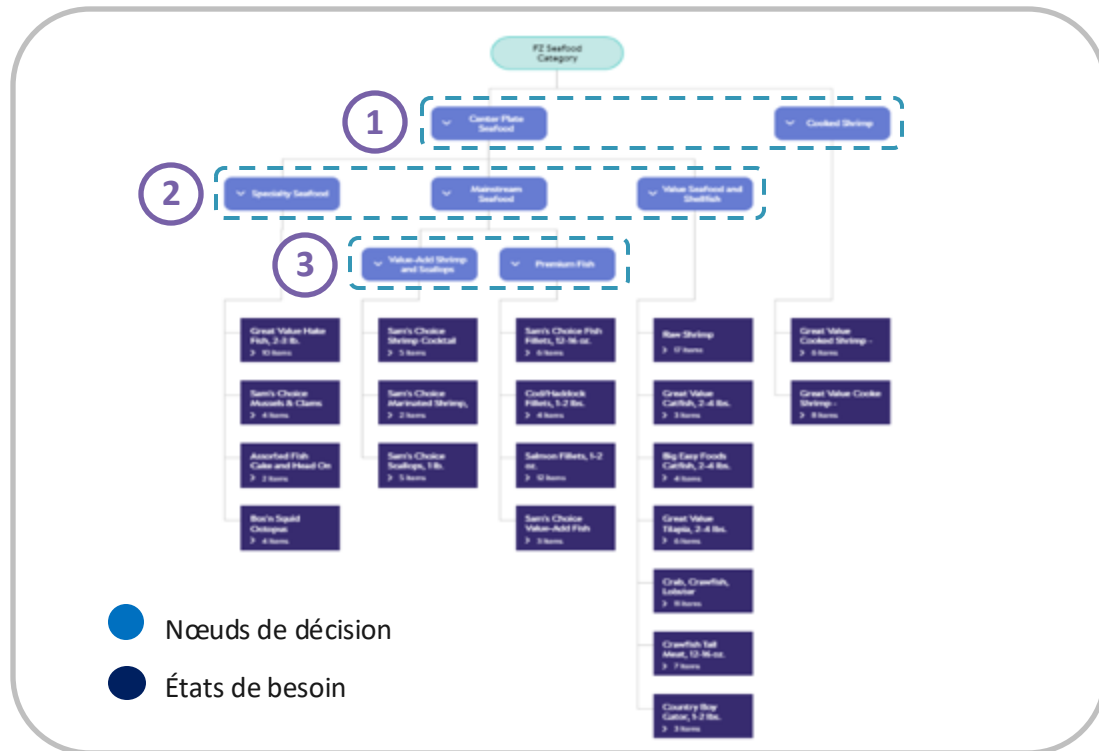




Étude de cas Scintilla : Stavis Seafoods

L'approche :

L'analyse approfondie en matière d'assortiment a montré qu'à la différence d'autres protéines, telles que le bœuf ou le porc, les fruits de mer surgelés avaient une plus grande variété d'offres avec différents facteurs déterminants. Les préférences du client avaient des éléments supplémentaires qui étaient importantes pour créer l'assortiment.



Perspective clé

Les décisions d'achat du client sont menées par la préférence des fruits de mer, pas la marque ou le format

Guide d'interprétation

1. Les clients décident d'abord entre les crevettes cuites et les fruits de mer de l'assiette principale.
2. Les clients choisissent soit des fruits de mer de spécialité, des fruits de mer ordinaires ou des fruits de mer de valeur et des crustacés.
3. S'ils choisissent les fruits de mer ordinaires, ils achètent soit des crustacés ou des filets de poisson de qualité supérieure.



Étude de cas Scintilla : Stavis Seafoods

L'approche :

Ensuite, Stavis voulait comprendre les comportements des acheteurs et l'origine de la croissance. Ils ont appris que la plupart provenaient des ventes de nouveaux clients Walmart qui sont soucieux des prix. Toutefois, malgré les prix plus bas, ils perdaient toujours la pénétration des clients.

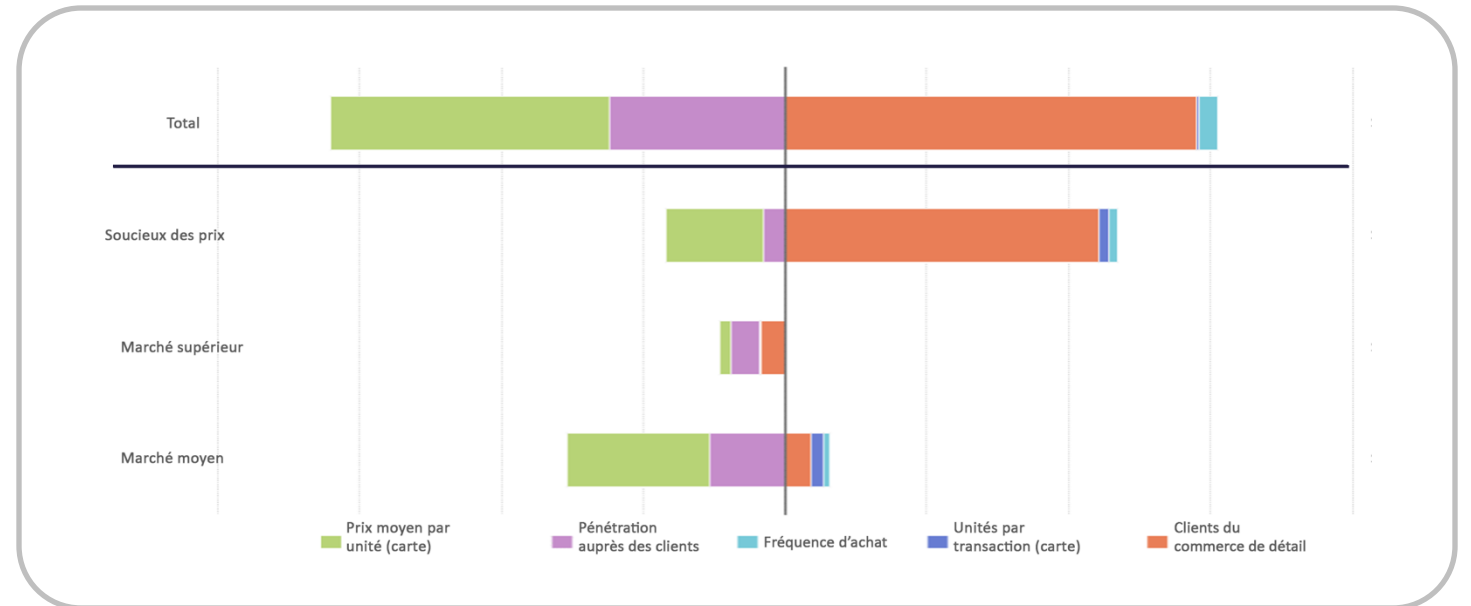
Perspective clé

La majorité de la croissance provient des ventes de nouveaux clients soucieux des prix

Perspective clé

Les segments de marché haut de gamme et moyen ne sont pas disponibles

Apport sur 52 semaines par rapport à l'année dernière - Clients soucieux des prix
Le comportement du client entraînant le changement des ventes dans les fruits de mer surgelés





Étude de cas Scintilla : Stavis Seafoods

L'approche :

De plus, ils ont remarqué que les plus grands groupes démographiques en croissance, haut de gamme et marché moyen, étaient inexistantes. Qu'est-ce que Stavis pourrait offrir pour développer cette entreprise?

Perspective clé

Les produits Stavis répondent à un besoin de client de niche - sous-catégorie poulpe de calmar surgelé

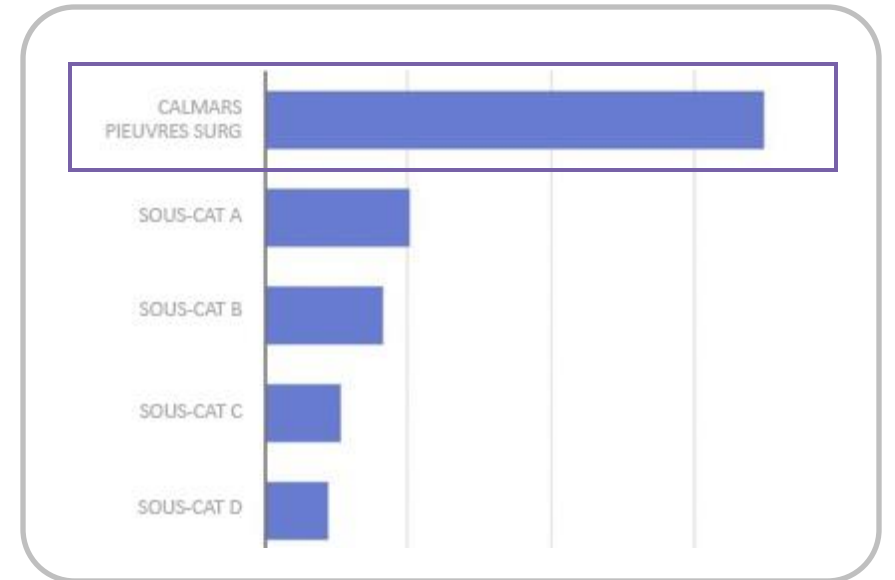
Perspective clé

La sous-catégorie de poulpe de calmar surgelé a montré la croissance la plus forte parmi toutes les autres sous-catégories de fruits de mer surgelés par rapport à l'année dernière



- Nœuds de décision
- États de besoin

Les 5 principales sous-catégories en croissance, % de variation, 52 semaines par rapport à l'année dernière





Étude de cas Scintilla : Stavis Seafoods

L'approche :

Le comportement de l'acheteur a également révélé à Stavis que leur gamme de produits avait une surindexation dans les deux segments non utilisés. Cela a mené à la détermination qu'ils devraient se pencher dans ces marchés inutilisés avec leur assortiment actuel et dans des marchés supplémentaires.

Perspective clé

Un de leurs articles était le n° 1 en matière d'attrait pour les clients de marché moyen et haut de gamme

Attrait des articles* selon la sensibilité au prix,

Les 10 principaux articles affichés par rapport au total des clients de catégorie

Non.	Soucieux des prix	Marché moyen	Haut de gamme
1	Cuisses de crevettes cuites Bos'n 8 oz	Cuisses de pieuvre cuites Bos'n 8 oz	Cuisses de pieuvre cuites Bos'n 8 oz
2	Cuisses de crevettes cuites Bos'n 8 oz	Cuisses de crevettes cuites Bos'n 8 oz	Cuisses de crevettes cuites Bos'n 8 oz
3	Cuisses de crevettes cuites Bos'n 8 oz	Cuisses de crevettes cuites Bos'n 8 oz	Cuisses de crevettes cuites Bos'n 8 oz
4	Cuisses de crevettes cuites Bos'n 8 oz	Cuisses de crevettes cuites Bos'n 8 oz	Cuisses de crevettes cuites Bos'n 8 oz
5	Cuisses de crevettes cuites Bos'n 8 oz	Cuisses de crevettes cuites Bos'n 8 oz	Cuisses de crevettes cuites Bos'n 8 oz

Crevettes surgelées
Crustacés surgelés
Poissons surgelés

Perspective clé

À l'aide du comportement de l'acheteur, ils ont découvert que les produits de fruits de mer surgelés de Stavis ont une surindexation dans les segments UM et MM

Profil des clients

Groupes de produits	Soucieux des prix	Marché moyen	Haut de gamme
Total	100	100	100
FRUITS DE MER SURGELÉS	100	100	100
Articles Stavis surgelés (nouveaux)	78	115	166



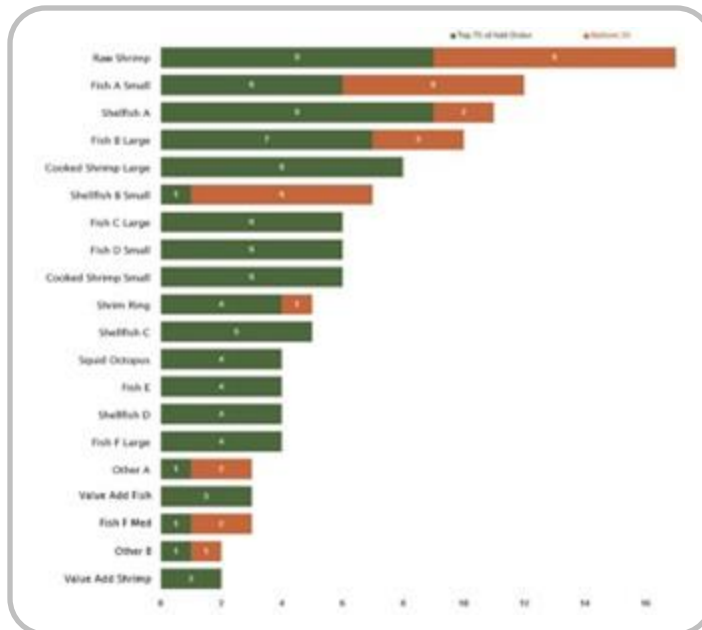
Étude de cas Scintilla : Stavis Seafoods

Les résultats :

Avec la réalisation que la baisse des prix n'a pas augmenté la pénétration et qu'ils perdaient spécifiquement des ventes des segments de marché haut de gamme et de marché moyen, l'équipe a commencé à cibler les clients que les données ont déclaré avoir entraînés la croissance.

Cartographie des états de besoin

Mélange d'articles dans le haut 75 % et le bas 25 % de la commande d'ajout par état de besoin



Notre recommandation

Innovation de catégorie grâce à l'identification de Whitespace

Créer un assortiment avec des articles qui :

- ✓ Appartenir aux états de besoin avec une occasion d'innovation
- ✓ Créer un lien avec des segments de marché haut de gamme et de marché moyen en déclin
- ✓ Capitalise sur l'afflux de clients soucieux des prix



Étude de cas Scintilla : Stavis Seafoods

Les résultats :

Après que le processus a été terminé, ils ont recueilli d'autres perspectives avec des sondages de **perception du client**. En plus d'augmenter la variété de produits, ils ont appris que les acheteurs voulaient voir une présence accrue sur Walmart.ca pour élaborer les options de cueillette et de livraison et s'attendaient à ce qu'ils développent des solutions d'emballage plus durables.

Perspective clé

Les clients qui préfèrent généralement magasiner par la livraison ont une surindexation par rapport aux achats en succursale

Canal d'achat	Seulement en succursale	Préfère en succursale	Omni - préfère la cueillette	Omni - préfère la livraison	Omni - préfère l'expédition	Principalement en ligne - préfère la cueillette	Principalement en ligne - préfère la livraison	Principalement en ligne - préfère l'expédition
Total	79	161	178	254	39	142	239	5
Livraison	23	46	30	137	15	29	149	18
Cueillette	11	45	144	98	16	142	98	21
ACHETER EN SUCCURSALE	87	174	108	135	55	28	38	34
EXPEDITION	0	0	0	0	0	0	0	0

Résultats de la perception du client

1. En succursale reste le premier choix pour l'achat de fruits de mer surgelés
2. Les clients veulent limiter la durée des fruits de mer surgelés hors du réfrigérateur
3. L'abonnement Walmart+ encourage les clients à opter pour la livraison

Canal préféré pour le magasinage de fruits de mer surgelés

Acheteurs fréquents de fruits de mer surgelés segmentés par le statut d'abonnement Walmart+

