

Caso de estudio de Scintilla

Horizon Organic: Desbloqueo de oportunidades en todas las categorías para ganar con el cliente de Walmart



Este caso de estudio de Estados Unidos se compartió en vivo en el evento de Walmart Data Ventures Inspire, el 17 de octubre de 2023.

“**Con el poder de Scintilla,
nos ha ayudado a
satisfacer las necesidades
de la categoría de manera
eficiente.**

- Bárbara Tingle, Gestión de categoría | **Horizon Organic**





Bárbara Tingle

Gerente senior de categoría

Horizon Organic



Brain Dixon

Director de ventas,
líder de equipo - Walmart

Horizon Organic



Caso de estudio de Scintilla: Horizon Organic

La oportunidad:

A pesar de que se está produciendo un descenso en el segmento de yogur para niños en Walmart, el yogur Growing Years de Horizon Organic se estaba desempeñando bien; de hecho, era la marca de más rápido crecimiento.

El equipo de Horizon Organic se dispuso a aprender si podían usar el crecimiento de Growing Years para revertir las tendencias del segmento y ayudar a Walmart a contener este descenso y obtener su parte justa de yogur para niños.

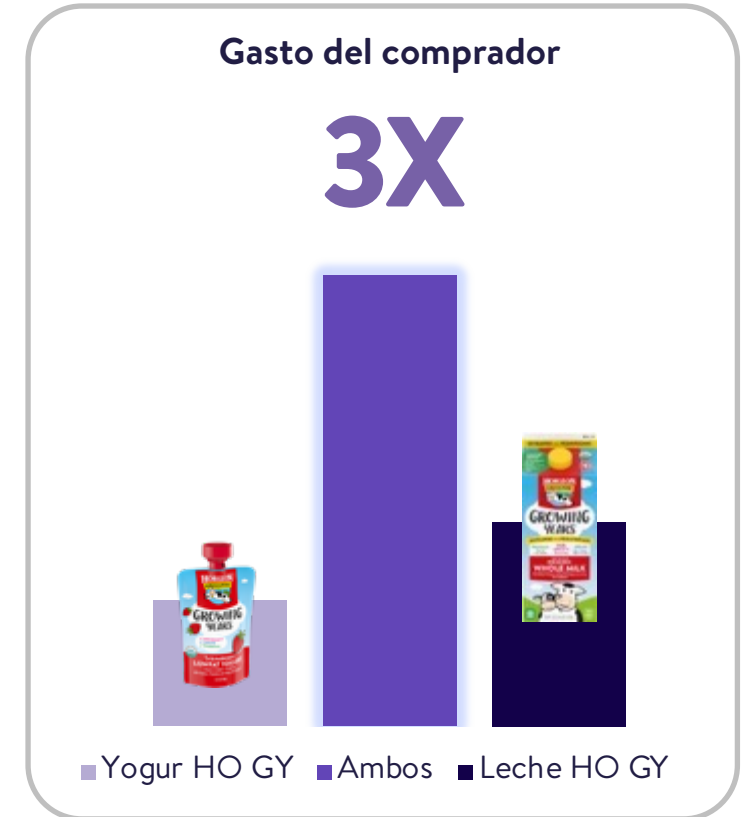
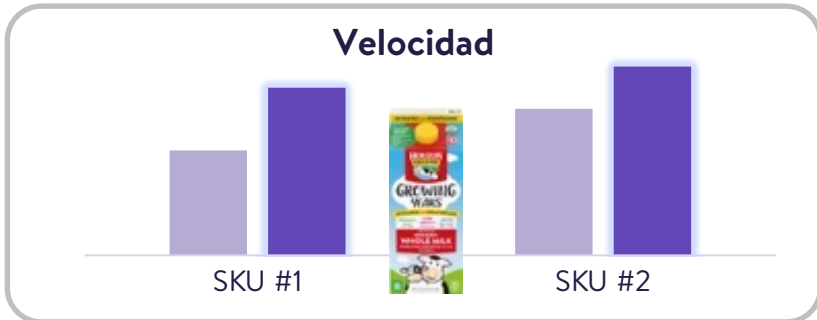
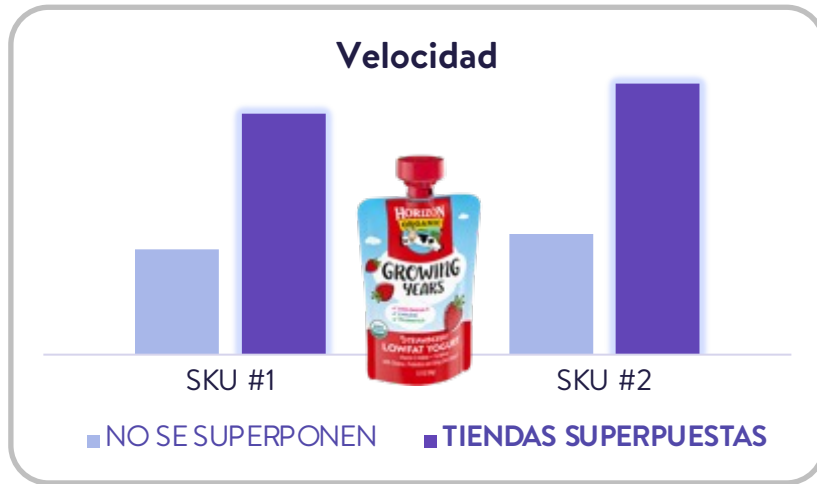




Caso de estudio de Scintilla: Horizon Organic

El enfoque:

Comenzaron usando Scintilla para investigar tendencias y comportamientos de los compradores y para medir el poder potencial de igualar la huella de distribución de dos líneas de productos, leche y yogur Growing Years.



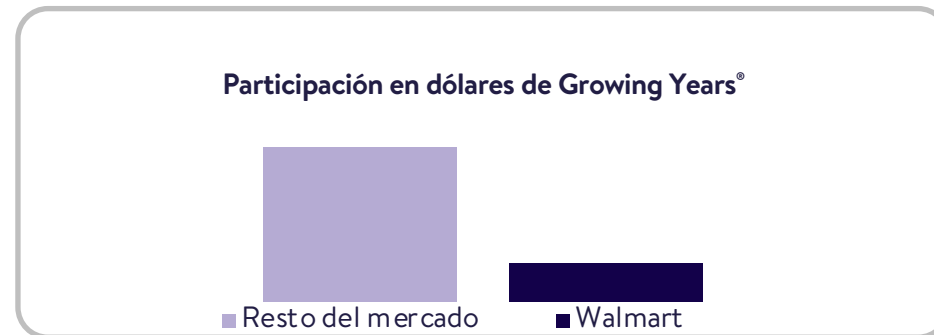
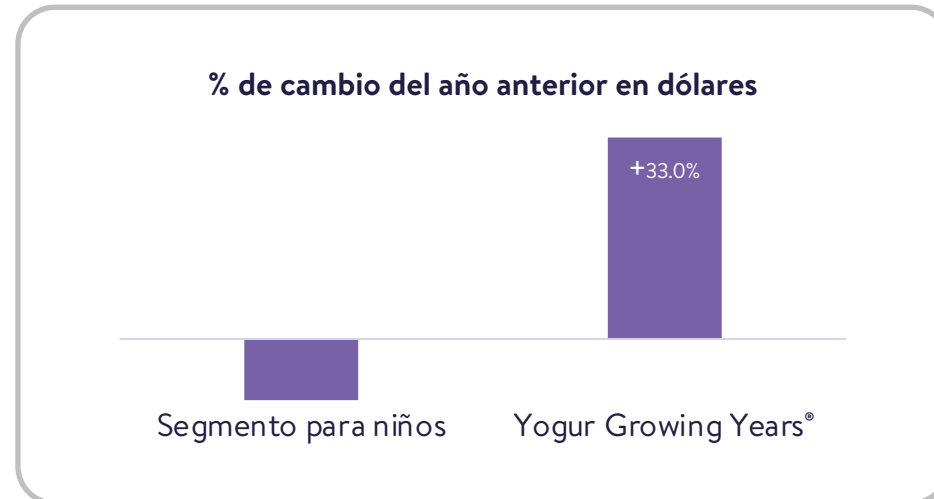
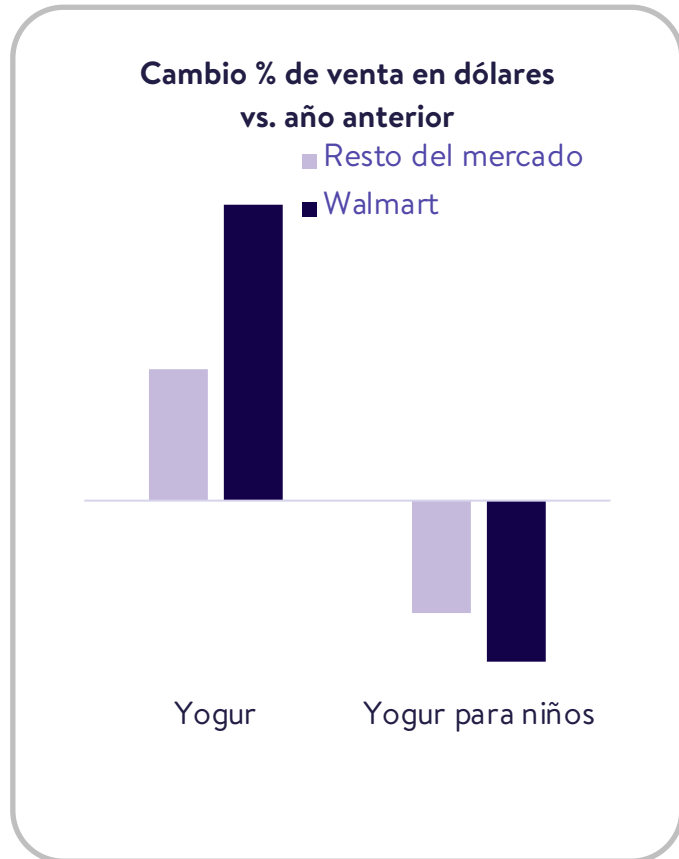


Caso de estudio de Scintilla: Horizon Organic

El enfoque:



Horizon Organic supo que los clientes de yogur para niños tenían una tasa de conversión baja, y la conversión había disminuido un punto en el año pasado.



Conversión de comprador de categoría

49%

-1,0 puntos

+1 punto de conversión del comprador **\$4 MM**

Menos del ½ de los compradores de yogur para niños compraron en Walmart, y esto estaba disminuyendo.



Caso de estudio de Scintilla: Horizon Organic

El enfoque:

Usando el reporte de Desempeño en detalle y el Reporte de dónde se vende en Shopper Behavior, Horizon Organic pudo entender quiénes son sus clientes de leche y yogur y dónde se encuentran sus productos con datos a nivel de tienda:



La base de
clientes es

40%

El gasto
ha aumentado

+47%

**La repetición
está en
aumento**

Estos clientes se encuentran en los segmentos de clientes prémium, valiosos y de mercado creciente de Walmart: compradores que gastan más y hacen más viajes que el comprador promedio de Walmart. Este es un segmento de cliente importante que vale la pena hacer crecer.

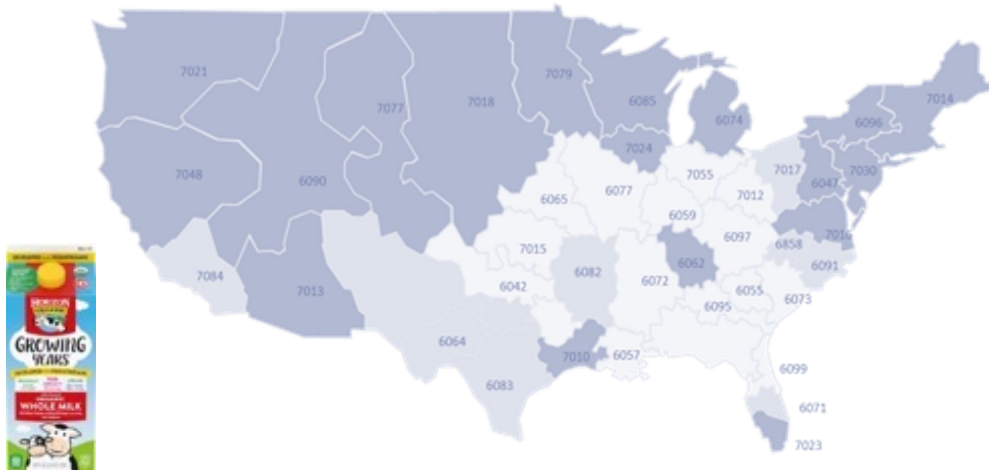


Caso de estudio de Scintilla: Horizon Organic

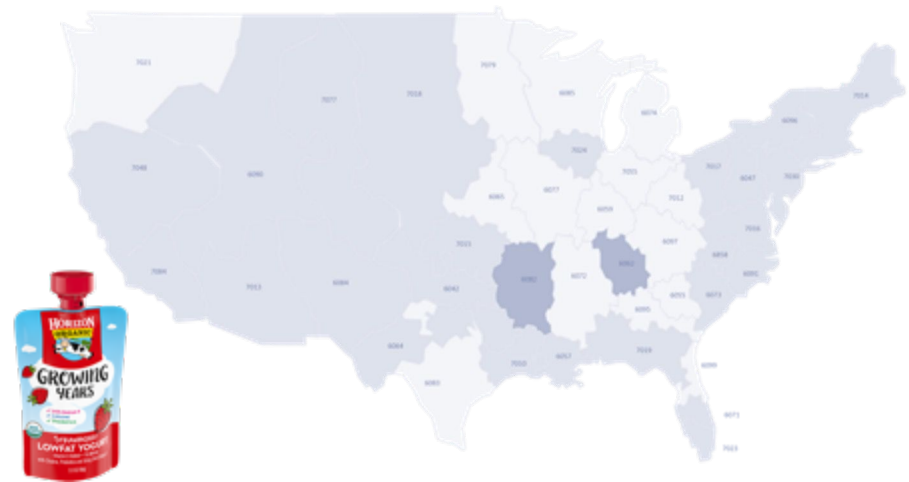
El enfoque:

También descubrieron una gran discrepancia en la distribución. La leche Growing Years se distribuye en la mitad de todas las tiendas de Walmart, mientras que el yogur Growing Years está en una fracción de eso.

Distribución de la leche Growing Years



Distribución del yogur Growing Years





Caso de estudio de Scintilla: Horizon Organic

Los resultados:

Evolucionar al comprador de un solo producto a un comprador de doble producto proporcionaría un gran valor a Walmart. Con la distribución y el soporte de marca adecuados, Horizon Organic aprendió que Walmart puede aumentar la conversión de categoría, maximizar el gasto del comprador y comenzar a ganar una participación justa de la categoría.

Compartieron estos hallazgos con su equipo comercial de Walmart:



Controladores de desempeño demostrados



Trajo a la vida la oportunidad para la compra de categorías cruzadas y resaltó el poder de los compradores de categoría doble



Se proporcionaron recomendaciones claras con impactos estimados para impulsar el crecimiento de la categoría