

**Caso de estudio de Walmart Luminate**  
Análisis de adyacencia del flujo del pasillo  
de condimentos:  
Optimización del pasillo

**Kraft** *Heinz*

Necesitábamos un punto de datos que nos ayudara a comprender la amplitud del problema, sin tener que monitorear miles de planos de tiendas. Y encontramos justo eso en Channel Performance y Shopper Behavior de Walmart Luminate.



**Garrett Autry**  
Sr. Category Leadership,  
Ketchup y Salsas para Dip,  
Kraft Heinz

# KraftHeinz Caso de estudio de Walmart Luminare: Kraft Heinz

## El contexto: Estrategia vs. ejecución

Después de años de recopilar investigaciones e insights en colaboración con proveedores, Walmart desarrolló su estrategia de flujo de adyacencia para el pasillo de condimentos.

Todas las tiendas Walmart debían configurarse de acuerdo a las mejores necesidades de los clientes, pero recorrer las tiendas reveló que esta estrategia no siempre estaba establecida.



### Expectativa de flujo de pasillos



### Realidad del flujo de pasillos



# KraftHeinz Caso de estudio de Walmart Luminare: Kraft Heinz

## El contexto: Grandes preguntas

El Merchant y el Category Advisor de Walmart tenían preguntas y necesitaban una forma de responderlas sin tener que revisar miles de planos de tiendas.

Aquí es donde el **Charter de Channel Performance de Walmart Luminare** y **Shopper Behavior** entran en juego.

“¿Por qué no está establecido correctamente?...”

“¿Hay alguna manera de averiguar qué tan amplio es esto?...”



**Garrett Autry**

Sr. Category Leadership,  
Ketchup y Salsas Dip, Kraft Heinz

“¿Cuántas tiendas están desalineadas?...”

“¿Cómo afecta esto al cliente?...”

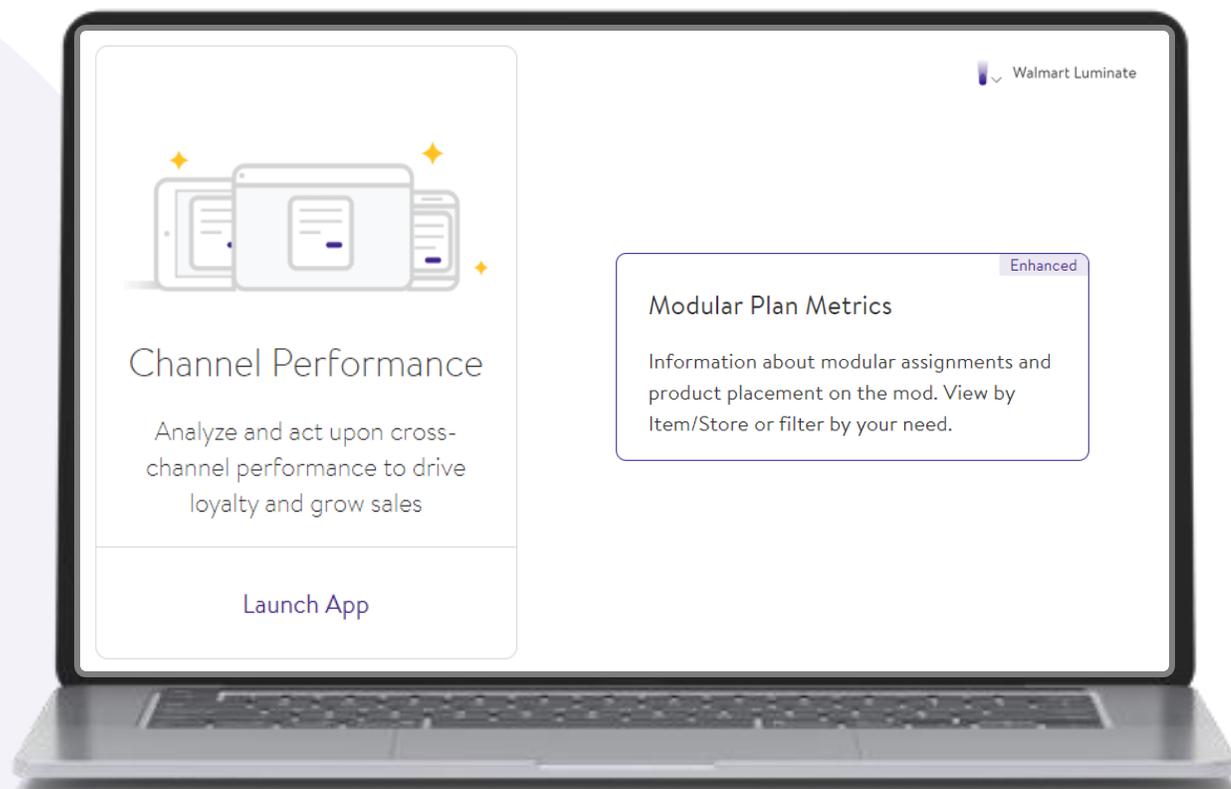


**Katelynn Hinckley,**  
Merchant - Cajún,  
Ketchup y Salsas Dip  
Walmart

# KraftHeinz Caso de estudio de Walmart Luminare: Kraft Heinz

La oportunidad: Identificar tiendas que ejecutan el flujo estratégico

En primer lugar, las **Métricas del plan de modulares** en **Channel Performance** ayudaron al equipo a encontrar tres puntos de datos clave:



1

## **Descripción de categoría de modulares:**

Se utiliza para eliminar valores atípicos del análisis (modulares combinados, tiendas puertorriqueñas, etc.).

2

## **Identificador de pasillo de tienda:**

Se utiliza para separar tiendas que tenían todas las categorías de condimentos en el mismo pasillo en lugar de dividir las en varios pasillos.

3

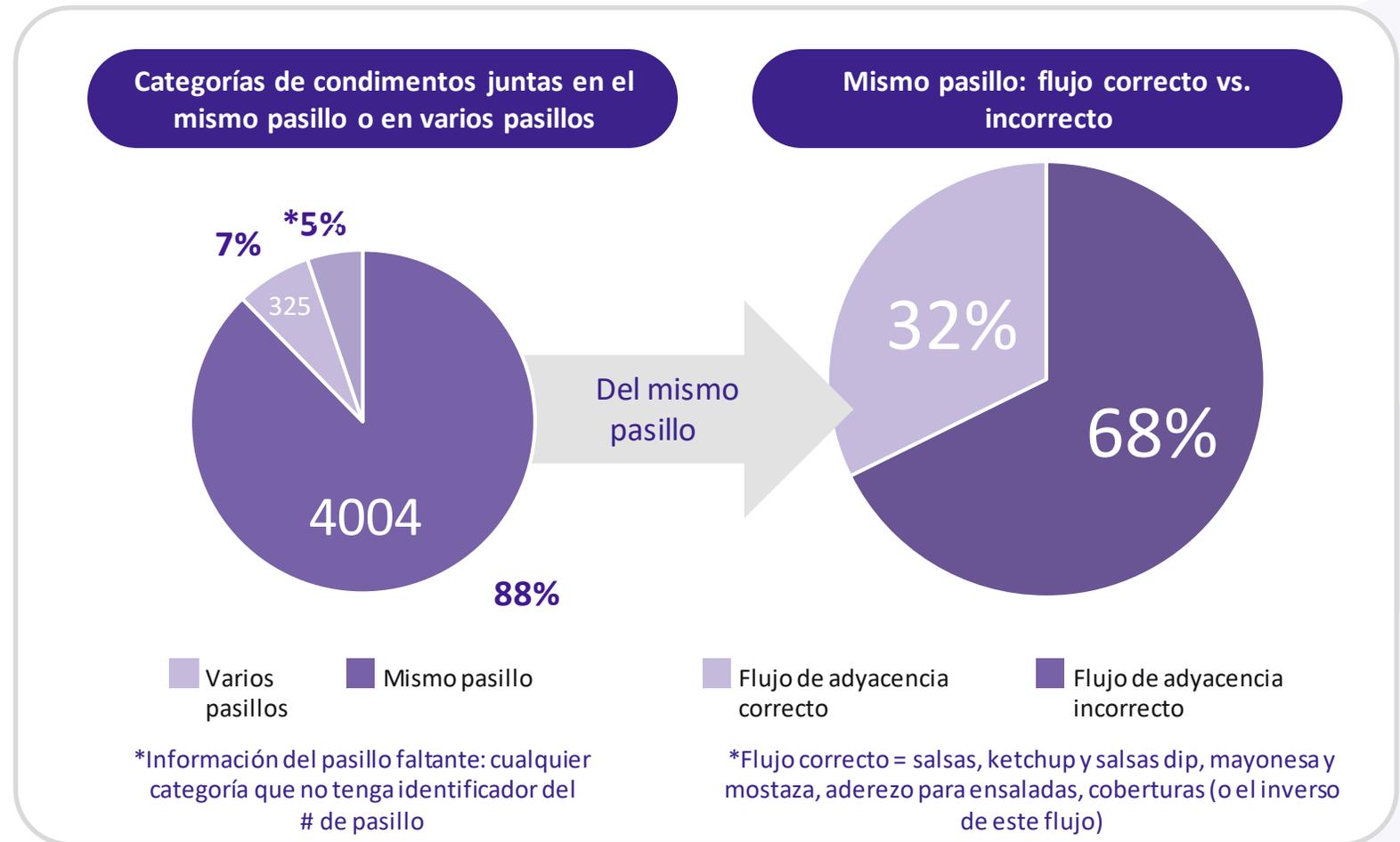
## **Identificador de sección de tienda:**

Se utiliza para agrupar tiendas por tipo de flujo

# KraftHeinz Caso de estudio de Walmart Luminare: Kraft Heinz

## El enfoque: Channel Performance

A continuación, el Identificador de sección de tienda encontró que solo el **32 %** de las tiendas estaban ejecutando la estrategia de adyacencia correctamente.



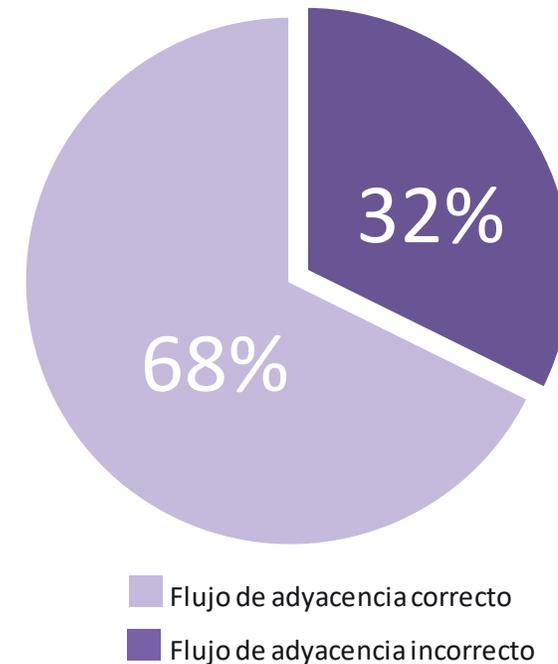
# KraftHeinz Caso de estudio de Walmart Luminate: Kraft Heinz

## El enfoque: Channel Performance

De hecho, se encontraron **35 variaciones diferentes del pasillo de condimentos** en todas las tiendas, lo que provocó confusión entre los clientes.

### Desglose por grupo del flujo de adyacencia desalineado

Row	Incorrect Adjacency Flow	Store Count
1	MAYONNAISE_AND_MUSTARD   SALAD_DRESSING   SALAD_TOPPING_L3   SAUCES   KETCHUP_AND_DIPPING	451
2	SAUCES   MAYONNAISE_AND_MUSTARD   SALAD_DRESSING   SALAD_TOPPING_L3   KETCHUP_AND_DIPPING	435
3	SAUCES   SALAD_TOPPING_L3   SALAD_DRESSING   MAYONNAISE_AND_MUSTARD   KETCHUP_AND_DIPPING	392
4	MAYONNAISE_AND_MUSTARD   SALAD_DRESSING   SALAD_TOPPING_L3   KETCHUP_AND_DIPPING   SAUCES	318
5	SALAD_TOPPING_L3   SALAD_DRESSING   MAYONNAISE_AND_MUSTARD   SAUCES   KETCHUP_AND_DIPPING	241
6	SALAD_DRESSING   SALAD_TOPPING_L3   MAYONNAISE_AND_MUSTARD   KETCHUP_AND_DIPPING   SAUCES	205
7	SAUCES   SALAD_DRESSING   SALAD_TOPPING_L3   MAYONNAISE_AND_MUSTARD   KETCHUP_AND_DIPPING	183
8	SALAD_DRESSING   SALAD_TOPPING_L3   MAYONNAISE_AND_MUSTARD   SAUCES   KETCHUP_AND_DIPPING	138
9	SAUCES   KETCHUP_AND_DIPPING   SALAD_TOPPING_L3   SALAD_DRESSING   MAYONNAISE_AND_MUSTARD	86

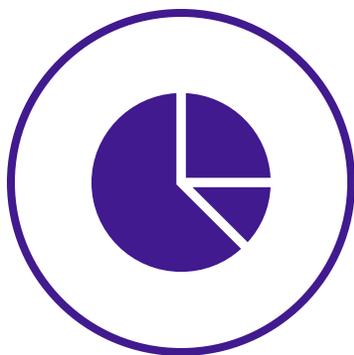


# KraftHeinz Caso de estudio de Walmart Luminare: Kraft Heinz

## El enfoque: Shopper Behavior

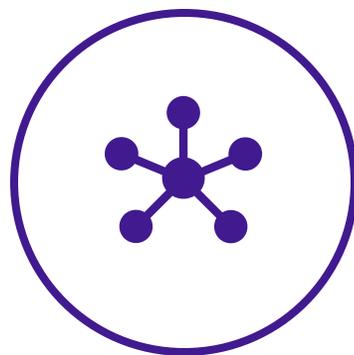
Una vez que se identificó el problema general de ejecución en Channel Performance, llegó el momento de aprovechar los informes de Shopper Behavior para comprender su impacto.

### Análisis del Desempeño



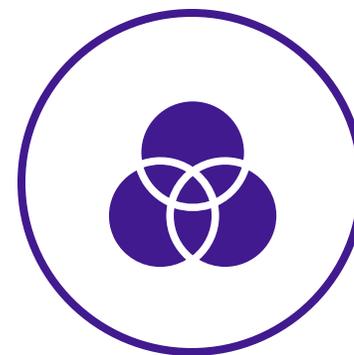
#### Evaluación Test & Control

Se utiliza para determinar el porcentaje de aumento de las tiendas alineadas o no alineadas con la estrategia



#### Desempeño en detalle

Compara el desempeño entre dos grupos y calcula el impacto



#### Compra cruzada de productos

Comprender las diferencias en compras cruzadas entre tiendas alineadas y desalineadas

### Análisis del Shopper Behavior



#### Análisis de canasta

Comprender las diferencias de Otros productos en mis canasta entre tiendas alineadas y desalineadas

# KraftHeinz Caso de estudio de Walmart Luminare: Kraft Heinz

## El enfoque: Shopper Behavior

La combinación de los resultados de los informes Evaluación Test & Control y Desempeño en detalle ayudó al equipo a estimar el valor potencial en dólares de la corrección de estas tiendas para alinearlas con la estrategia: una gran oportunidad.

### Alineado vs. desalineado con la estrategia

* Trial = Correct Aisle Flow ; Control = Incorrect Aisle Flow		% Uplift vs Control		Value of Full Execution	
Category	Fineline	Sales	Unit	\$ Impact	Unit Impact
KETCHUP AND DIPPING	KETCHUP AND DIPPING	-0.3%	-0.6%	-##.#M	-##.#M
MAYONNAISE AND MUSTARD	MAYONNAISE AND MUSTARD	-0.1%	-0.4%	-##.#M	-##.#M
SALAD DRESSING	SALAD DRESSING	0.8%	0.6%	+##.#M	+##.#M
	SALAD TOPPINGS L3	1.1%	1.1%	+##.#M	+##.#M
SAUCES	SA HOT SAUCE	0.8%	0.3%	+##.#M	+##.#M
	SA MARINADES	1.4%	1.0%	+##.#M	+##.#M
	SA BBQ SAUCE	1.4%	1.0%	+##.#M	+##.#M
	SA CONDIMENT SAUCES	1.9%	2.2%	+##.#M	+##.#M
Total Condiments: *% Uplift based off Top 1000 Items		0.4%	0.1%	+##.#M	+##.#M

Evaluación  
Test & Control

Desempeño en detalle  
(Grupo desalineado)

### Corrección de las tiendas desalineadas

+\$##.#M

# KraftHeinz Caso de estudio de Walmart Luminare: Kraft Heinz

## El resultado: colaboración centrada en el cliente

El Merchant y el Category Advisor aprovecharán esta información para mejorar la **experiencia de compra de los clientes de Walmart.**



1

Comunicar los resultados con el liderazgo y dejarles saber que se puede usar para monitorear la ejecución del pasillo

2

Esto nos ayudará a liderar futuras discusiones con el liderazgo sobre cómo avanzar hacia la ejecución perfecta del flujo de pasillos.

3

Aumentar la comunicación con los operadores de tienda para resaltar el problema

4

La oportunidad de alineación con el valor en dólares fortalece la conversación con los equipos de ejecución para ayudarlos a motivarlos hacia una ejecución adecuada.

“  
Estamos entusiasmados con estos datos [de Walmart Luminate], y esperamos poder usar esta ejecución para mejorar también la experiencia del cliente de Walmart.



**Katelynn Hinckley,**  
Merchant - Cajón,  
Ketchup y Salsas para Dip  
Walmart