



Media kit: Walmart DSP

2025

Walmart DSP

Walmart DSP es la plataforma **de publicidad programática omnicanal de Walmart Connect**.

Utilizamos **datos exclusivos de Walmart** que permiten automatizar y centralizar la compra de inventarios programáticos de display banners y videos en Offsite, Onsite, TV conectada (CTV) y DOOH. Se enfoca en **audiencias omnicanal de alto impacto**, proporcionando visibilidad tanto a marcas **endémicas** como **no endémicas**.

Además, Walmart DSP, te ofrece la medición, optimización y reportes de ROAS por marca y UPC permitiendo a los anunciantes **evaluar el rendimiento** de sus campañas de manera **integral y precisa**.



Activa el poder de la conexión omnicanal con Walmart DSP

Offsite

Amplifica tu mensaje fuera del eComm de Walmart, alcanzando audiencias en sitios y apps externas.



Onsite

Impacta directamente en nuestro entorno digital, capturando la atención de usuarios con intención de compra.



CTV

Conecta vía video con segmentación contextual en Smart TVs e integra el Walmart QR para trazabilidad de ventas en second screen.



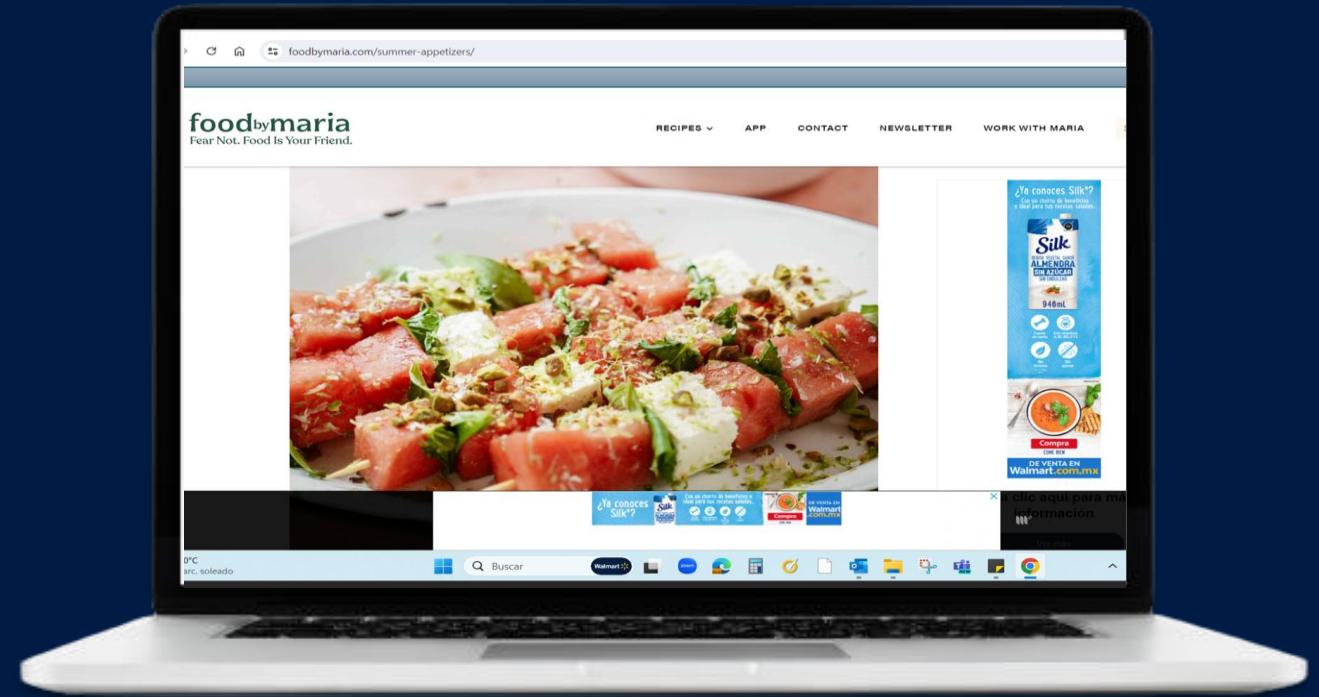
DOOH

Extiende tu impacto al mundo físico con pantallas digitales en tiendas de Supercenter y Sam's Club.



Medición a full-funnel habilitado para los productos: offsite, onsite y CTV.

Walmart DSP
Offsite



Impacta a los shoppers fuera de nuestros sitios web y Apps.



A través de anuncios de Display o video que alcanzarán nuestras audiencias 1st party de Walmart fuera de nuestras propiedades digitales.



Solución programática full-funnel para marcas **endémicas** y **no-endémicas**.



Gestiona tus campañas directamente por nuestra plataforma programática (*self-service*) o a través de nuestro equipo de expertos (*managed service*).



Las imágenes son exclusivamente de carácter ilustrativo.

Segmentar audiencias omnicanal con precisión en Walmart DSP

es posible cuando sabes qué, cuándo y dónde compran

**WM**Walmart
Online y Offline**OD EA**Despensa
Catálogo
extendido**Sam's Club**

Online y Offline

Audiencias Online: segmentos de afinidad, intención y compradores con actividad dentro de los e-commerce de Walmart

Audiencias Offline: compradores de tienda física de Supercenter y Sam's Club en base de programa de beneficios y membresía Sams.

Activa el poder de las audiencias online con Walmart DSP

Afinidad

Usuarios que navegan en los sitios de Walmart.

Intención

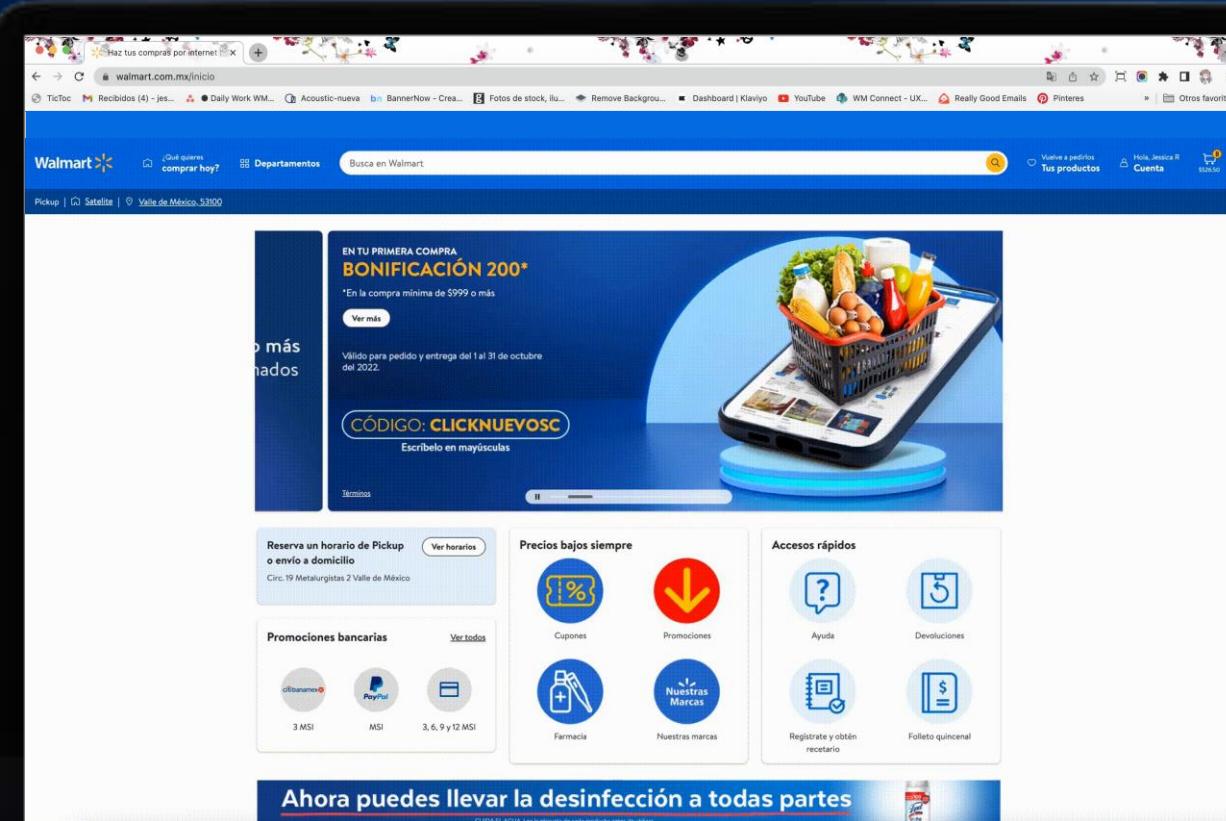
Usuarios que agregan productos al carrito.

Compradores

Usuarios que compran en los sitios de Walmart.

Promociones

Usuarios que buscan promociones y beneficios.



Impulsa estrategias omnicanal con compradores en piso de venta

¿Por qué es importante?

El 70 % de las decisiones de compra se toman en tiendas físicas. Por eso, conectar la intención digital con la acción en el punto de venta es fundamental para acompañar al comprador a lo largo de todo su recorrido, con mensajes relevantes que conviertan esa intención en una compra efectiva en tienda.



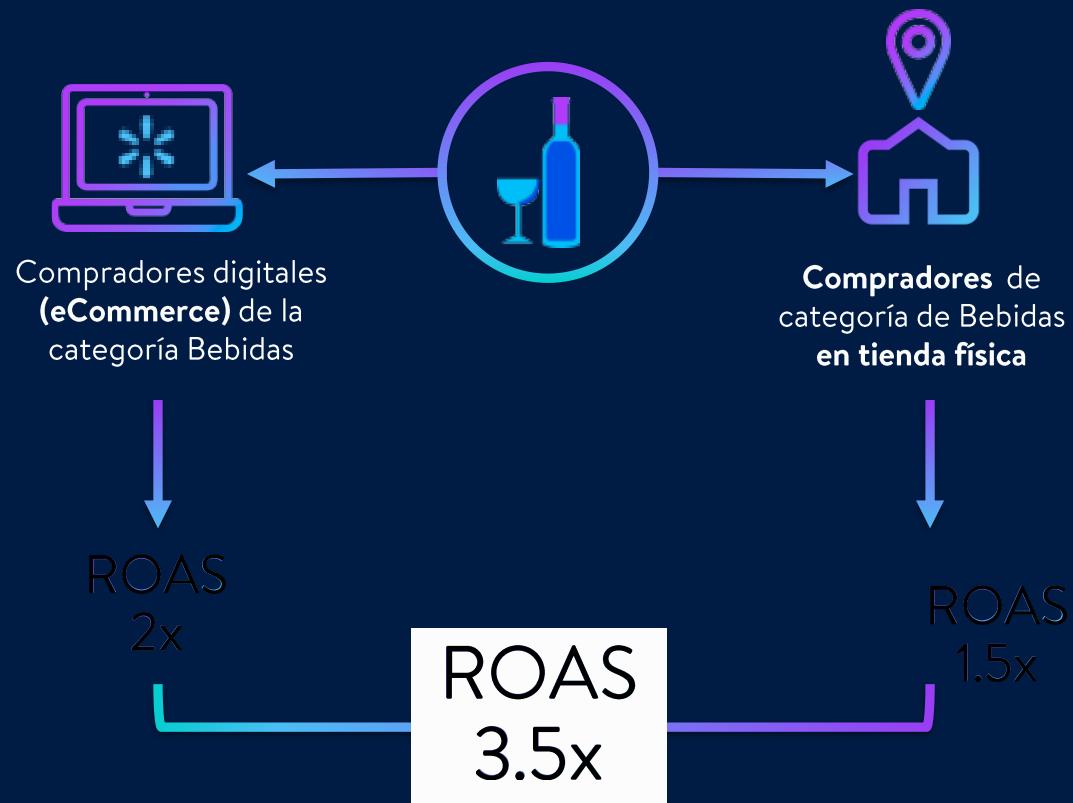
Membresías activas de Sam's Club



Usuarios de programa de beneficios con registro completo en base del correo electrónico

Idea para accionar tu estrategia omnicanal:

Una marca de bebidas quiere promocionar un nuevo producto y decide activar una campaña en **Walmart DSP** usando dos audiencias:



Con esta combinación, la marca no solo **reforzará la cobertura dentro de su categoría** sino también **conocerá las ventas y medición omnicanal de su campaña** alcanzando nuevos perfiles que antes no estaban en su alcance digital, logrando un impacto más amplio.

Audiencias eComm Walmart

Segmentamos a los visitantes de Walmart en línea en usuarios de afinidad, intención, compradores y promociones, con opción de segmentar por departamento y categoría.

Contextual:
Audiencias alineadas por contenido en categorías afines para Onsite

Audiencias de punto de venta físico

Encuentra segmentos basados en historial de compras por departamento y categoría en tienda física de Supercenter y Sam's Club.

Audiencias por marca o UPCs

Reimpacta a shoppers de tu producto en tienda física y digital, incluso antes de activar campaña.

Extended Reach (Lookalikes)

A partir de audiencias disponibles en Walmart DSP (1PD) genera perfiles similares que maximicen la probabilidad de relevancia y eficiencia en la inversión publicitaria.

Extended Reach (Contextual)

Impacto a usuarios visitantes de tienda física con DOOH.

En CTV contamos con acuerdos por contenido que disfrutan los espectadores un entorno y mindset distinto al de compra.

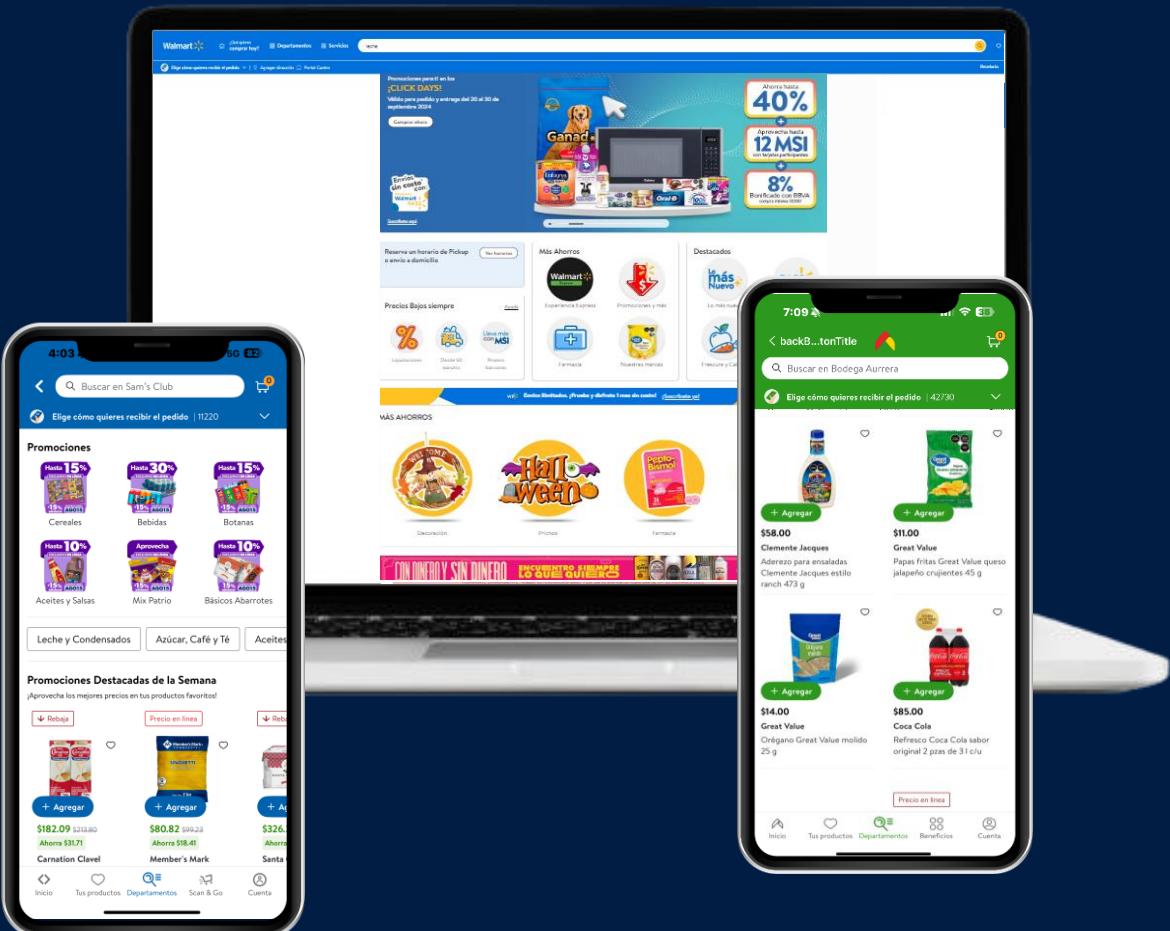
Notas:

Configura el pixel de ROAS con la granularidad deseada (sugerido por marca) y acumula volumen a partir de la creación.

Los lookalikes solicita con 3 a 4 días de anticipación con tu contacto de Walmart DSP.



Walmart DSP Onsite



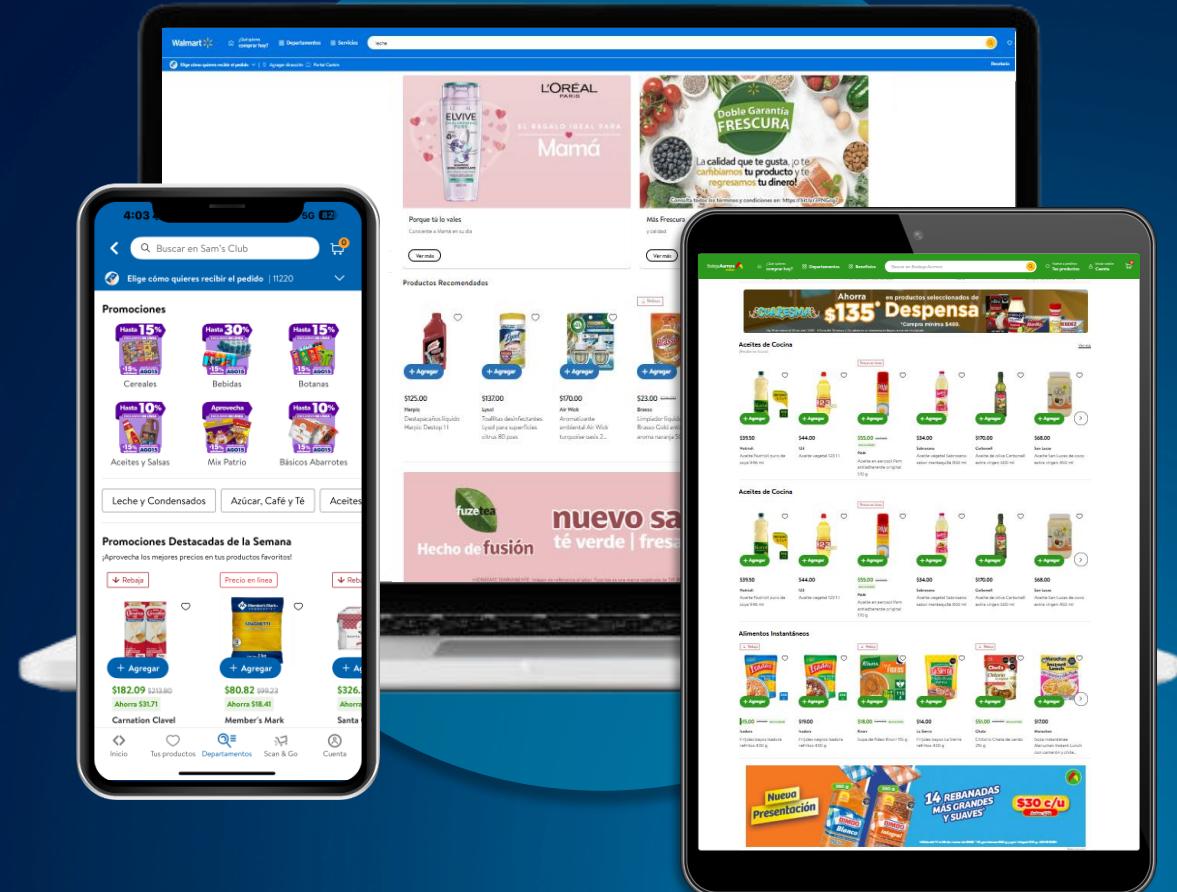
Impacta al shopper en el **momento de compra**



Anuncios de DisplayAds (banners) dentro de los sitios web del eComm de Walmart.

Publicidad de alto impacto

Siguiendo un hábito de consumo relacionado a la marca y producto



Self – service en tiempo real

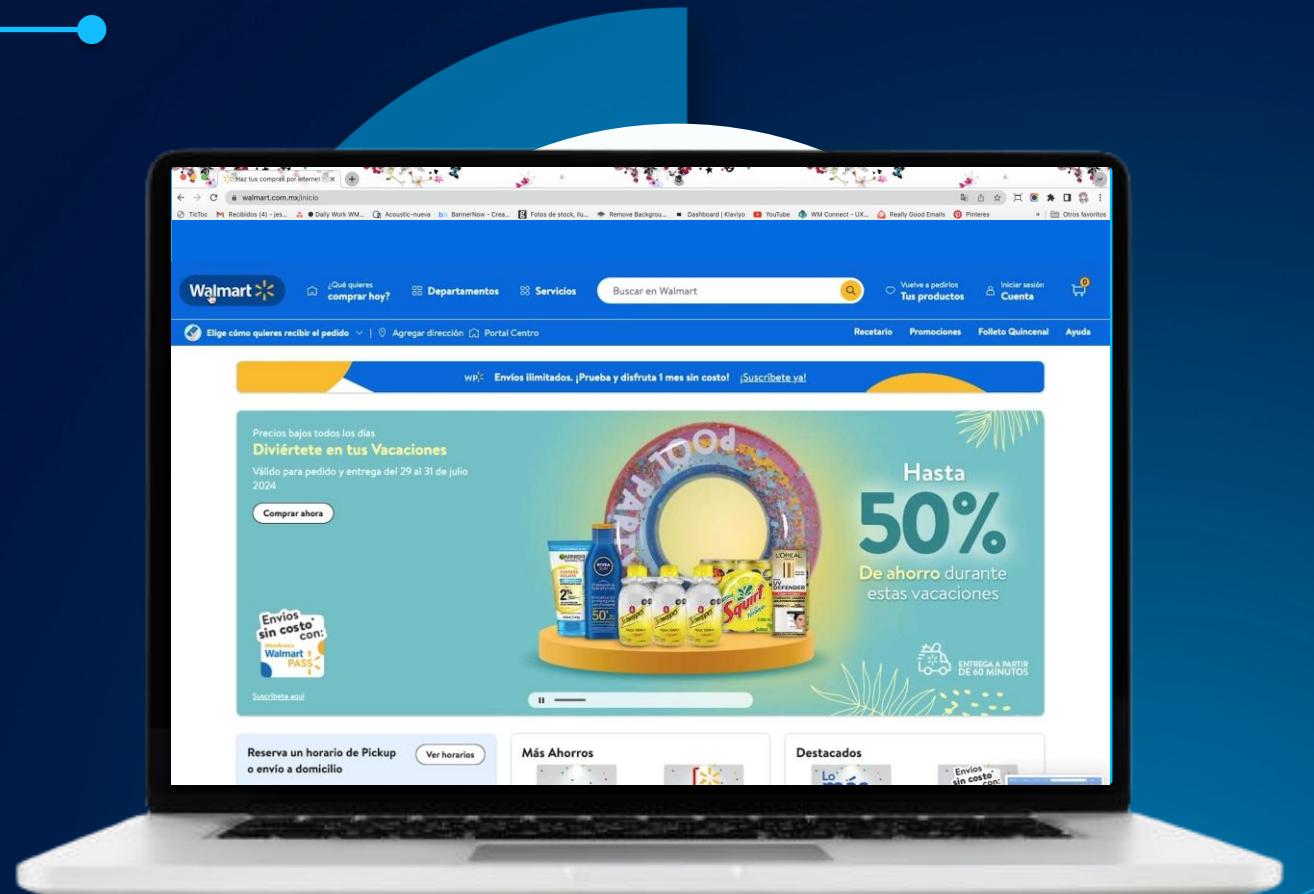
Controla y optimiza tus campañas fácilmente desde la interfaz de tu cuenta en Walmart DSP.

Marcas Endémicas

Pensado para publicitar únicamente marcas que venden dentro de las propiedades digitales de Walmart.

Navegación a través de nuestras páginas en el eComm de Walmart

- **Home**
- **Categoría (L1)**
- **Subcategoría (L2)**
- **Listado de productos (PLP / L3*)**
- **Página de producto (PDP)**
- **Lista de búsqueda (Search/SLP)**



*L3 disponible en Walmart y Bodega Catálogo Extendido.

Estrategia de comunicación



Branding

Son los anuncios que tienen como objetivo de comunicación dar a conocer o impulsar tus productos y mejorar la conciencia de marca.



Disponible en: Desktop, Mobile Web y Tablet Web
Placements disponibles: Billboard y Leaderboard.



Producto-Precio

Campañas donde la comunicación se enfoca en dar a conocer precio o promoción sobre algún producto.



Disponible en: Desktop Web
Accessible exclusivamente en Billboard Desktop.

Atribución en ventas y medición de ROAS



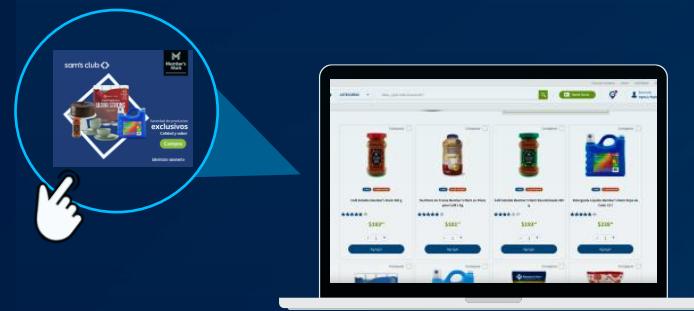
Mide y optimiza hacia el ROAS incremental

Atribuye ventas físicas a tus campañas digitales y optimiza estrategias según el ROAS omnicanal.

Transacciones y ROAS por UPC (producto)



Transacciones y ROAS por Marca



Transacciones y ROAS offline (POS)

Conversiones e ingreso atribuido por las ventas realizadas en el piso de venta.



Análisis y optimización omnicanal de Walmart DSP



- Impresiones
- Clics
- Consumo total
- Conversiones (post click/post view)
- Conversiones y Revenue Omnicanal
- ROAS Omnicanal
- New to Brand
- iROAS online y iROAS offline

Walmart DSP

DIGITAL OUT OF HOME

DOOH



Lleva tus anuncios digitales al punto de venta

El 70 % de las decisiones de compra se toman en tiendas físicas. Por eso, conectar la intención digital con la acción en el punto de venta es fundamental para acompañar al comprador a lo largo de todo su recorrido, con mensajes relevantes que conviertan esa intención en una compra efectiva en tienda.

+70% decisiones de compra se toman en tienda física²



76%

Toma acción después de ver un anuncio de DOOH³

Fuentes: ²Nielsen Shopper Trends, 2024, ³The Harris Poll x OAAA, 2024

Estar presente en el momento y lugar correcto, esa es la clave.

Descubre DOOH de Walmart DSP

Cámara de medición de audiencias: tráfico, días y horarios de mayor afluencia.



Hasta 2.5 metros de altura



2 metros de altura



+200
Pantallas
Walmart Supercenter



+160
Pantallas
Sam's Club



SOLUCIÓN OMNICALAN

- 1. Aguascalientes
- 2. Baja California
- 3. Cdmx
- 4. Chiapas
- 5. Chihuahua
- 6. Coahuila
- 7. Colima
- 8. Durango
- 9. Edomex
- 10. Guanajuato
- 11. Hidalgo
- 12. Jalisco
- 13. Michoacán
- 14. Morelos
- 15. Nuevo León
- 16. Puebla
- 17. Querétaro
- 18. Quintana Roo
- 19. San Luis Potosí
- 20. Sonora
- 21. Tabasco
- 22. Veracruz
- 23. Yucatán
- 24. Zacatecas
- 25. Guerrero
- 26. Sinaloa
- 27. Tamaulipas
- 28. Tlaxcala
- 29. Oaxaca
- 30. Nayarit



+5M

Compras
diarias
en nuestras
tiendas¹

Aprovecha nuestra audiencia
masiva, impactándola en las
zonas de mayor tráfico.

Fuente: ¹Walmart first-party data, 2021

Sources:

¹Walmart first-party data, 2021.

Integra DOOH en tu estrategia omnicanal y conecta con tu audiencia cuando toma decisiones de compra en la tienda física.



Alto impacto visual

Anuncios relevantes con videos, animación, motion graphic y elementos 3D para destacar tu comunicación.



Compra programática

Implementación y optimización de campañas desde la interfaz de la DSP. Modelo **CPM** por estado o nacional.



Cobertura y escalabilidad

Anuncios atractivos en +360 pantallas dentro de **Walmart y Sam's Club**.



Medición efectiva

Monitoreo del rendimiento de las campañas en tiempo real.



Segmentación eficaz

Segmentación por estado y horario directamente desde **Walmart DSP**.



Walmart
Connect

Walmart DSP
CTV

CTV (Connected TV)

Anuncios publicitarios que se muestran junto con programas de televisión o retransmisiones en que se ven en dispositivos de streaming en televisión conectada.

Las campañas de CTV son campañas **OFFSITE** en formato de video sin click-through.

Dispositivos compatibles con CTV



Televisión
inteligente



Consolas de
videojuegos



Dispositivos de
streaming



Set top
boxes



CTV de Walmart DSP

Ofrece a las marcas **endémicas** la medición de conversiones en nuestro eCommerce con **Walmart QR**, garantizando la atribución de ventas.

Además, ofrece campañas de **branding** para todas las marcas, brindando un alcance masivo y recordación de marca.



Control y flexibilidad

Activa tus campañas desde Walmart DSP (self-service) o con nuestros expertos.



Precios competitivos

Formatos de alto impacto para captar audiencias en su máxima atención y optimizar la estrategia de medios.



Transformación digital

Permite una integración fluida entre CTV y nuestro eComm, potenciando la efectividad de las campañas con medición precisa.

Tecnología Walmart QR

Convierte tu publicidad CTV en una experiencia interactiva y medible. Integra códigos QR para llevar a los usuarios de la TV a la compra en nuestro eComm, cerrando el ciclo de impacto y maximizando tus resultados.

**1**

Impacta

Visualización de tu anuncio con Walmart QR.

2

Interactúa

Escanea el QR y accede al producto en nuestro eComm.

3

Medición full-funnel

Obtén datos valiosos sobre el rendimiento de tu campaña, incluyendo las conversiones de venta a nivel marca.

CTV: Medición Estratégica para Branding y Conversión

Branding •
Medición de **upper-funnel**

KPIs principales:
Impresiones, Spend, eCPM

Concientización

Consideración

Conversión

Walmart QR
Medición de **full-funnel**

KPIs principales:
Impresiones, Spend, eCPM.

KPIs secundarios:
Conversiones, Revenue y ROAS.

Las ventas de atribuyen a la campaña
después de escanean en el código QR
desde un segundo dispositivo.

Formatos
disponibles



Nota: Campañas de comunicación Producto – Precio, requieren la revisión caso por caso.



Walmart DSP

New-to-Brand

New-to-Brand de Walmart DSP

Ahora nuestros anunciantes pueden medir **el ROAS incremental y el porcentaje de compradores** que adquieren sus productos por **primera vez** dentro nuestros eComm **dentro de una ventana de tiempo**.

Disponible en **Offsite, Onsite y CTV** :



**New to
Brand**

New to Brand (NTB) en Walmart DSP

Obtén la visibilidad real del impacto de tus campañas en la adquisición de nuevos clientes y ventas incrementales.



Total compras de usuarios impactados con campañas de Walmart DSP.

Visibilidad de

%



New-to-Brand

Usuarios que compraron y no habían adquirido productos de la marca en una ventana de tiempo de 30, 60, 90 o 180 días.

%



Clientes habituales

Usuarios que ya habían comprado previamente en una ventana de tiempo seleccionada.



Evalúa la efectividad de tus campañas para atraer clientes nuevos, mejorar la rentabilidad y expansión de tu marca.

¿Cómo evaluar la eficiencia de la campaña con base en las métricas de NTB en Walmart DSP?

Importante: se recomienda descargar el reporte después del día 3 una vez terminada la campaña.

Métrica	Definición
New-to-Brand conversions	Número transacciones nuevas de tu marca dentro del periodo de NTB seleccionado.
New-to-Brand Uniques	Número de nuevos compradores únicos de tu marca.
New-to-Brand Revenue	Ingreso incremental por las conversiones de los usuarios nuevos a tu marca.
New-to-Brand iROAS	Retorno de inversión incremental generando por los nuevos compradores de la marca.

Ventanas de New To Brand (días): 30, 60, 90 y 180.

¿Cómo se calcula el iROAS en Walmart DSP?

Total campaña

Datos existentes para revisión del desempeño Walmart DSP

Total Revenue: ingreso a la marca atribuido a la campaña.

\$120,000 mxn

Total Spend: gasto publicitario a total campaña.

\$19,000 mxn

New to Brand

Nuevas métricas disponibles en New to Brand

Total New to Brand Revenue: ingreso incremental por las conversiones de los usuarios nuevos a tu marca.

New to brand shoppers (%): 33%
Ingreso atribuido a nuevos compradores \$: 39,600 mxn

iROAS:

Ventas incrementales: \$39,600 mxn

Total New To Brand Revenue

Total Spend: : \$19,000

= 2



More than media. Meaningful connections.