

Walmart DSP México

Política de creatividades offsite con
logo y plecas de Walmart

En Walmart Connect queremos ofrecer una experiencia publicitaria memorable con nuestros clientes, es por esto que, si alguna campaña de tu marca no cumple con nuestros requisitos, será desactivada sin previo aviso.

El anunciante se compromete a cumplir con los lineamientos, políticas, contenidos y formatos de los creativos asegurando la vigencia y precisión de los precios promocionales en anuncios con descuentos, ofertas y beneficios.

Todas las creatividades offsite con logo y/o plecas del formato de Walmart se deben de armar usando los templates editables oficiales y cumplir con la política de contenido.

Las creatividades deben cumplir con las leyes aplicables en México.



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.

Creatividades Offsite

En las siguientes diapositivas
encontrarás **guías, referencias y**
templates para el diseño de
creatividades offsite.



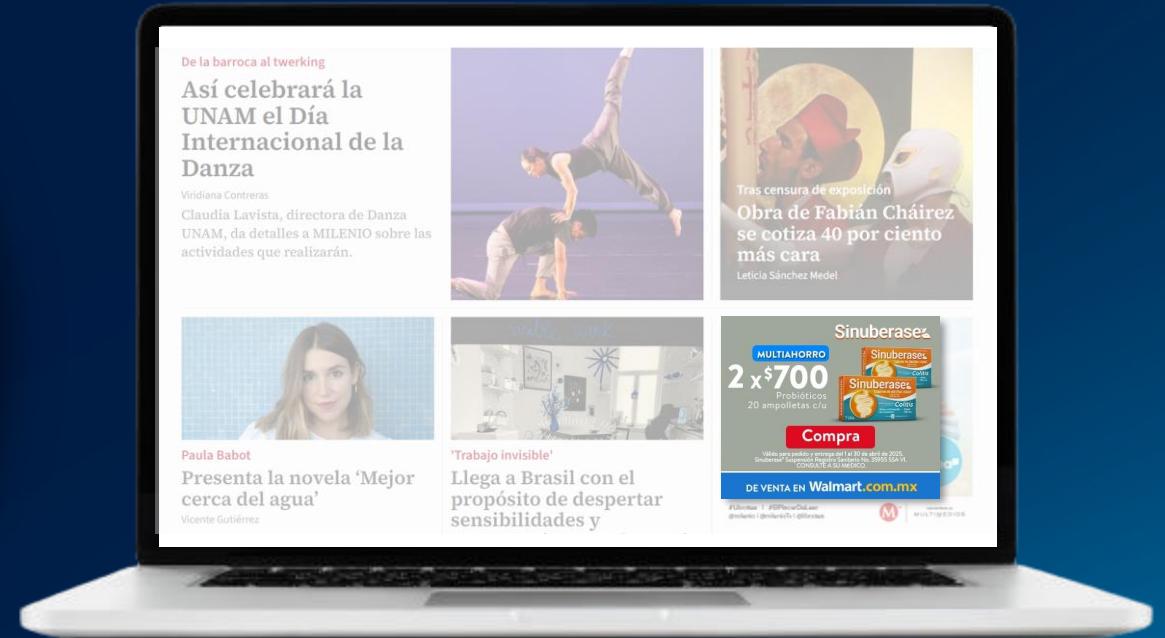


DISPLAY

Especificaciones para tus creatividades offsite.

WALMART
Branding + Producto-Precio

Para descargar los templates, da clic en la pantalla en modo presentación y guarda la carpeta .zip



Tamaños permitidos para creatividades con pleca Walmart: Display (300x250, 728x90, 300x600, 320x50), Video Offsite.

Tipo de comunicación

Sabemos que siempre quieres comunicar efectivamente tu marca o productos*: con Walmart DSP usamos dos categorías en cuanto a la comunicación que debes tener presente para crear tus campañas. Cada una con especificaciones de lineamiento.



Branding

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

Estrictamente utilizar los templates de Walmart.
Seguir la política de contenido.

Vista de PSDs descargables:

Nombre	Tipo
Walmart OD Offsite DISPLAY (Plecas)	Archivo PSD
Walmart OD Offsite VIDEO Logo-spark	Archivo PNG
Walmart OD Offsite VIDEO Logo-Walmart	Archivo PNG



Producto-Precio

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

Estrictamente utilizar los templates y los casos de uso de Walmart.
Seguir la política de contenido.

PSD descargable:





Casos de uso BRANDING disponibles en Walmart DSP

Restricciones de contenido sujeto a la ley mexicana y lineamientos aplicables para la industria y el producto.
Usar solo templates compartidos por Walmart para la pleca.

A woman stands next to a Mabe oven. The text on the image reads: "QUEMADORES QUE FUNCIONAN PARA TODO TIPO DE PLATILLOS" and "Ultimate Cooking". Below the image are two buttons: "Compra" and "mabe". At the bottom, it says "DE VENTA EN Walmart.com.mx".

The text on the image reads: "¡APROVECHA LA TEMPORADA CON SABA!" and "HIGIENE ES SALUD". Below the image is a "Compra" button. At the bottom, it says "DE VENTA EN Walmart.com.mx".

The text on the image reads: "NUEVO DERMA SKIN CLEAR REDUCE IMPERFECCIONES" and "CUIDA TU PIEL 1733 00202D0338". Below the image is a "Compra" button. At the bottom, it says "DE VENTA EN Walmart.com.mx".



Producto – precio: casos de uso

En Walmart DSP existen 4 exclusivos casos para utilizar comunicación.

1

Precio multiahorro

Las creatividades presentan varios artículos con un precio especial por la compra conjunta de los productos mencionados, ofreciendo un beneficio en comparación con su compra individual.



2

Precio Rollback

Comunicación que presenta el precio anterior (descartado) y el precio nuevo aplicado el descuento.



3

Precio Regular

Se integra el precio de uno o varios productos dentro de la comunicación.



4

% Ahorro

Utiliza en la publicidad un descuento general promedio o máximo con base en los productos disponibles en página destino.





Referencias de preciadores por caso de uso

1

Precio
multiahorro



2

Precio
Rollback



3

Precio
Regular



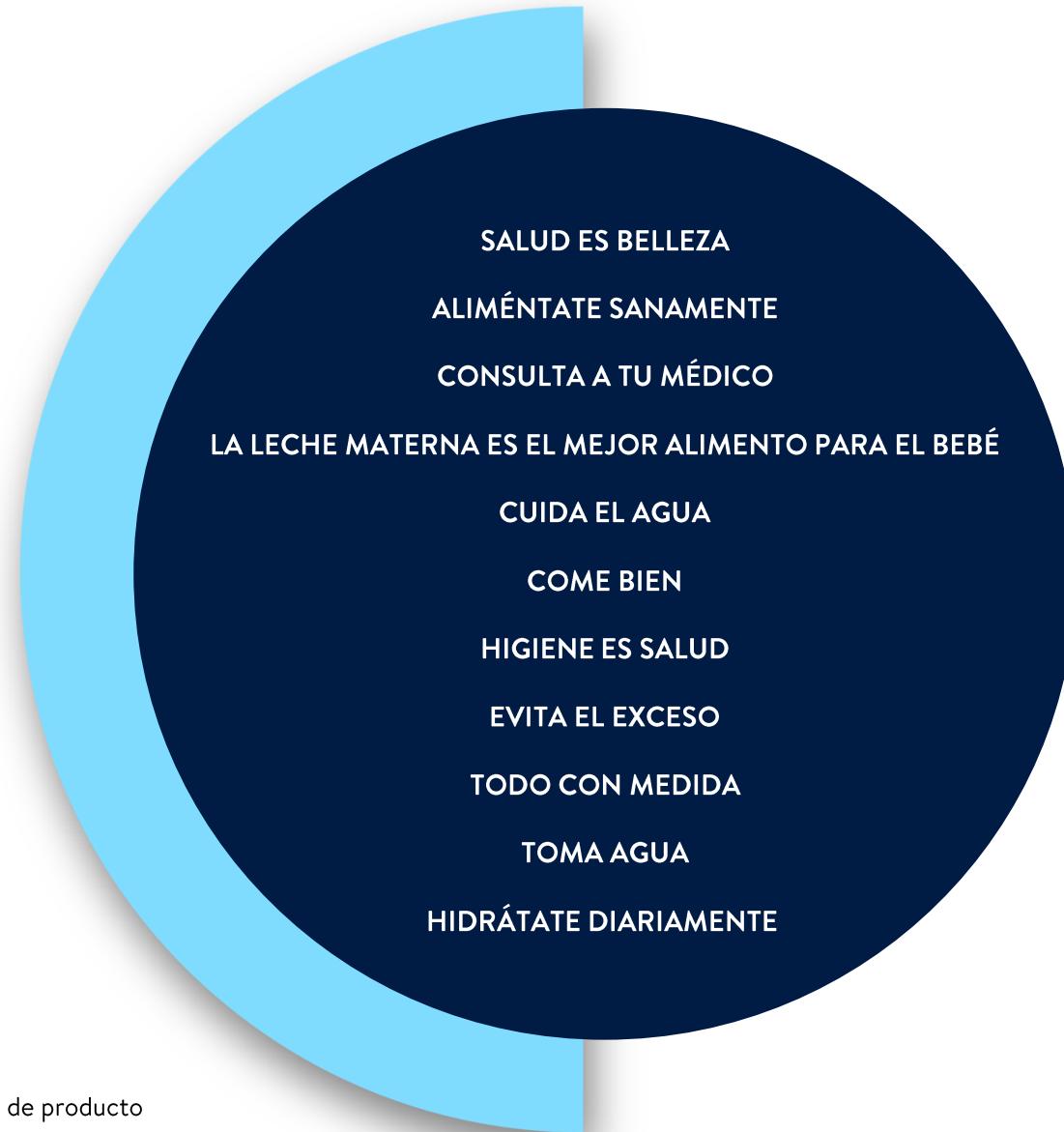
4

% Ahorro



Leyenda precautoria

Incluir leyenda precautoria por categoría de producto, según corresponda.



*Leyenda precautoria: leyenda de advertencia y precauciones por categoría de producto

Aplica a campañas de Branding y Campañas de Producto-Precio.

Palabras con uso seleccionado

Do's

- Precios Bajos
- Precios inigualables
- Precio irresistible
- Precio en línea
- Liquidación
- Bonificación
- Incluye
- Llévalo sin costo
- Sin costo
- Nuevo
- Ahorro
- Aprovecha
- Exclusivo en línea
- En tienda y en línea

Dont's

- Precio exclusivo
- Precios más bajos
- Súper precio
- Gratis
- Ofertas
- Obsequio
- Regalo
- Cupón
- Paquete especial
- Lanzamiento
- Envío gratis
- Exclusivo online
- Exclusivo
- Abono
- 2 X (no usar equis)
- Descuento
- Promociones
- Precio Especial

Nota: Las referencias incluyen la leyenda precautoria, la cual debe adaptarse conforme a la definición de la empresa con base en la industria y las leyes del país.

Aplica a campañas de Branding y Campañas de Producto-Precio.



Aplica a campañas de Branding y Campañas de Producto-Precio.

Reglas generales offsite*

Do's

- La creatividad es de una marca endémica.
- La creatividad redirige al sitio de Walmart.
- Respetar tipografías autorizadas Bogle y sus variantes.
- Los creativos deben de llevar las leyendas precautorias y los legales por la categoría del producto.
- Las leyendas precautorias siempre deben de mostrarse de manera legible, abarcando una sola línea.
- Mantener la pleca y el call to action (CTA) en todos los artes tal cual viene en el template.
- Artes prolíjos.
- Tamaño de archivo: MMAS (500kb), 3PAS (150kb)
- Formatos permitidos: .jpg, .jpeg, .gif (MMAS) y códigos de AdServers (3PAS).



Dont's

- No editar o distorsionar la pleca y el logo de Walmart.
- No se puede colocar fotos de personas dentro de templates.
- Ningún producto o ilustración puede sobreponerse en el espacio de la pleca Walmart.
- No cambiar pantones y texturas de campañas.
- No ocupar pleca Walmart para tamaños de creativos que no sean los tamaños de los templates.
- No agregar Logo Walmart adicional a la pleca.
- Evitar textos ilegibles (puntajes muy bajos)
- No agregues plecas y/o logo Walmart en caso de marca no endémica.
- No uses tácticas que vayan en contra de la política de contenidos de Walmart DSP.



* Aplica a campañas de Branding y Campañas de Producto-Precio.

Reglas en casos de uso producto – precio

Do's

- Asegúrate de que los precios sean claros y fáciles de entender.
- Especifica claramente las condiciones de la promoción (fechas, productos aplicables, restricciones). Es obligatorio poner la vigencia, leyendas precautorias y legales.
- Respeta la estructura del preciador. Usa los formatos establecidos para integrar el precio del producto con base en editables disponibles en formato .psd
- El precio (preciador) se coloca preferentemente del lado derecho del UPC, sin encimarse en el producto.
- La tipografía a utilizar es **Bogle**.
- En caso de no utilizar los centavos, se deben quitar “00”.
- Utiliza únicamente los logos e identidad visual de Walmart con base en los descargables compartidos.
- Mantén consistencia visual y sigue los lineamientos integrados en el documento descargable (formato .psd).
- Cada formato de tienda tiene lineamientos específicos, sigue la información incluida en esta guía y en los documentos de descarga (formato .psd). **En el caso de Walmart Supercenter es necesario integrar la pleca.**
- Valida que la página destino corresponda con el formato de tienda comunicado en la publicidad e integre los productos con beneficios.

Do's

- Validar previamente los precios con compras y verificar que se reflejen en el sitio.
- Estructura de legales: Del 00 al 00 de mes 2025. Legal correspondiente a la promoción. LEYENDA PRECAUTORIA EN MAYÚSCULAS.

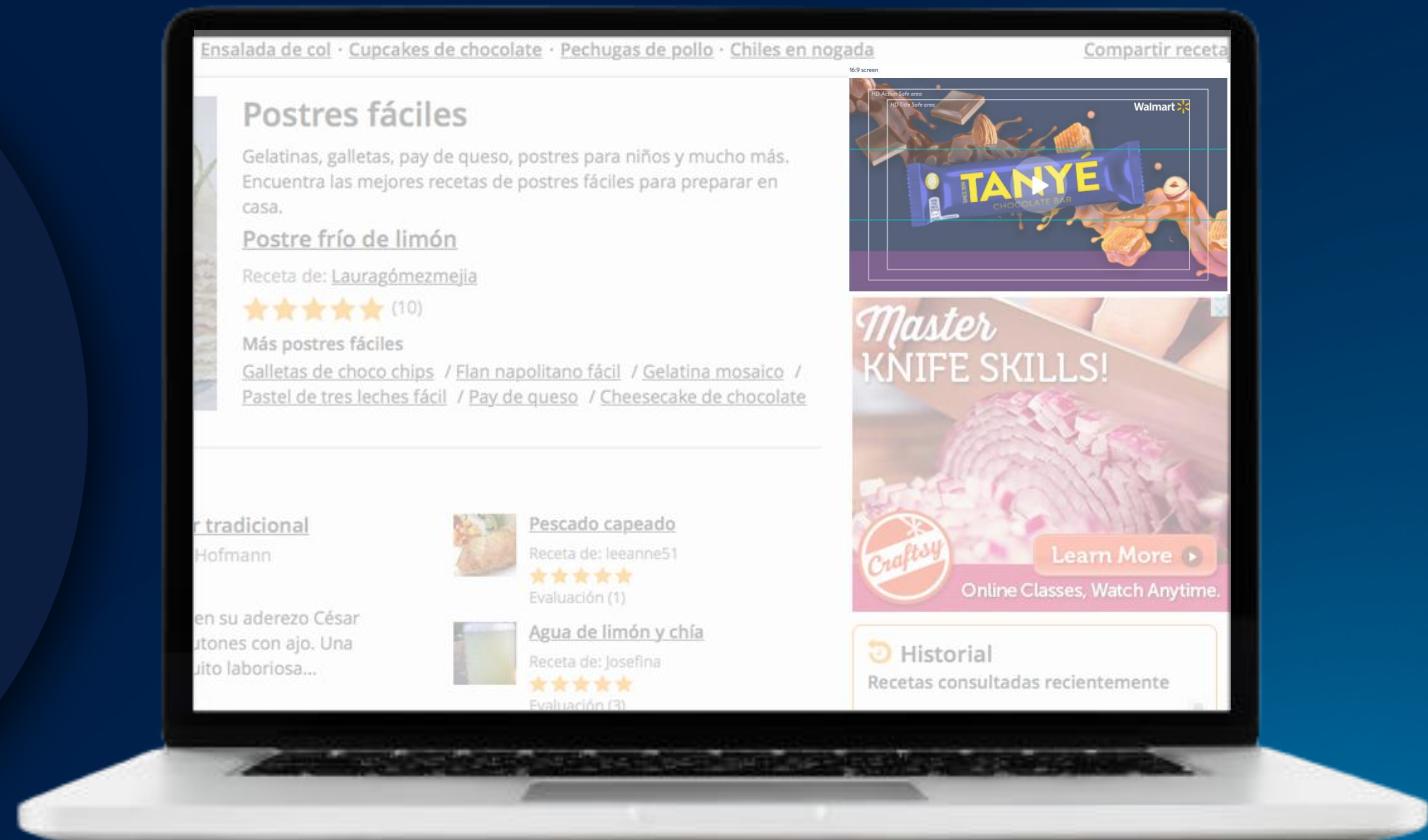
Dont's

- No está permitido ejecutar promociones externas en modelo self-service bajo los casos de uso de producto – precio. Cualquier requerimiento relacionado con promociones externas debe revisarse caso por caso por el equipo de managed service por medio de tu contacto principal en Walmart.
- Uso fuera de la estructura y lineamientos definidos para el preciador (precios en creatividad).
- No está permitido alterar logos o identidad visual de los formatos de tienda de Walmart.
- No uses términos ambiguos que puedan llevar a malentendidos.
- No ignores las condiciones de la promoción. Siempre especifica claramente las restricciones y requisitos.
- No uses tácticas que vayan en contra de la política de contenidos de Walmart DSP.

Video

Especificaciones para tus
creatividades offsite.

WALMART



Las imágenes son exclusivamente de carácter ilustrativo.

- Dimensiones (px):
Horizontal: 1280 x 720, 1920 x 1080, 1440 x 1080
Vertical: 720 x 1280, 1080 x 1920, 1080 x 1440
Cuadrada: 720 x 720, 1080 x 1080, 1920 x 1920
- Relación de aspecto:
Horizontal: 16:9 o 4:3
Vertical: 9:16 o 3:4
- Codec: H.264
Fotogramas por segundo: 23,98 o 29,97
Tasa de bits: al menos 20 Mbps.
Duración recomendada: 6/10/15 o 30 segundos.
Sin barras negras y sin efecto panorámico
- Codec: PCM (preferido) o AAC (Audio)
Tasa de bits: al menos 192 kbps (Audio)
Bits: solo 16 o 24 bits (Audio)
Frecuencia de muestreo: 48 kHz (Audio)
Configuración de audio: obligatoria
- Tipos de videos: MMAS (avi , mov, mp4) y 3PAS (mp4, webm son altamente recomendados). Tamaño del archivo: MMAS (150MB max).
Estándares de video: VAST 1.0/2.0/3.0/4.0, VPAID 1.0/2.0
- “Companion banner “ no esta disponible en Walmart DSP.
El video se puede cargar a la plataforma vía MMAS (video físico) o 3PAS (código de un servidor de tercero).
En caso de subir creatividades físicas (MMAS), la plataforma asignara un servidor de terceros integrado en la DSP.

Reglas generales offsite

Do's

- Para Videos solo utilizar LOGO WALMART.
- Tamaño máximo del logo 300x300px en alta calidad.
- No se permite editar y/o cambiar el logo de Walmart.
- Los creativos deben de llevar las leyendas precautorias por la categoría del producto.
- El logotipo de Walmart nunca debe bloquearse con otro registro de marca.
- Asegúrese de que el logotipo esté colocado dentro del área segura del título.
- Si el diseño de su video no permite que el logotipo se coloque en esta área, se puede ajustar según sea necesario para alinearse con su diseño.



Dont's

- No editar o distorsionar la pleca y el logo de Walmart.
- No se puede colocar fotos de personas dentro de templates.
- Ningún producto o ilustración puede sobreponerse en el espacio del logo Walmart.
- No cambiar pantones y texturas de campañas.
- No ocupar el logo Walmart para formatos de creativos que no sean videos.
- No agregar pleca Walmart adicional al logo.
- Evitar manchas tipográficas.
- No uses tácticas que vayan en contra de la política de contenidos de Walmart DSP.



* Aplica a campañas de Branding y Campañas de Producto-Precio.

Bodega Aurrera

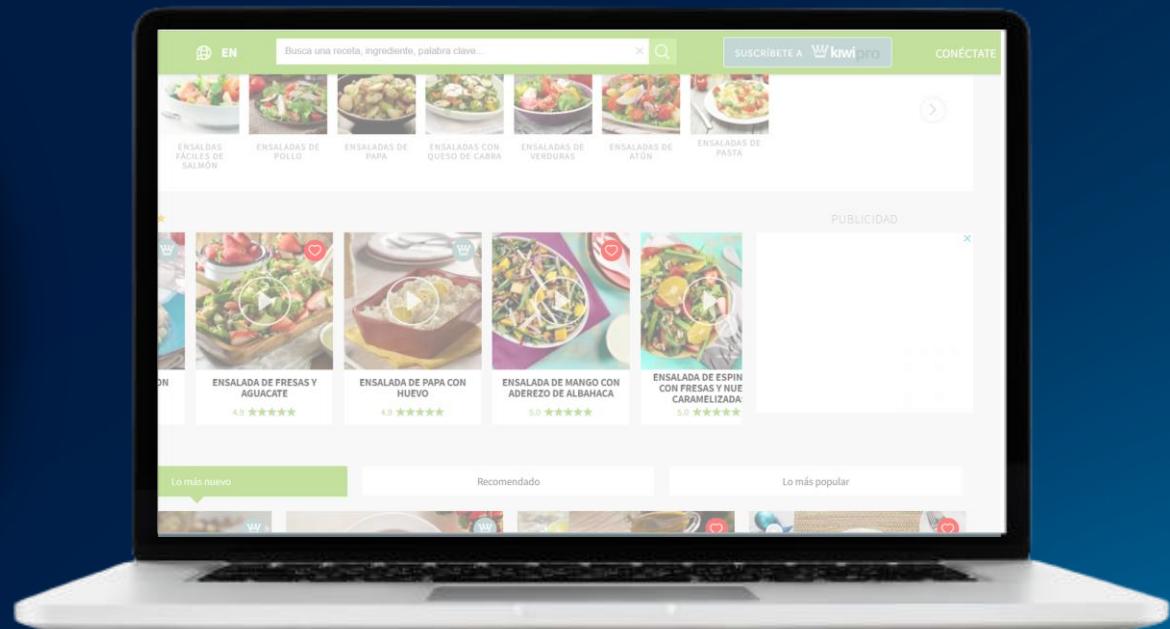


DISPLAY

Especificaciones para tus creatividades offsite.

BODEGA AURRERA Branding + Producto-Precio

Para descargar los templates, da clic en la pantalla en modo presentación y guarda la carpeta .zip



Tamaños permitidos para creatividades con pleca Walmart: Display (300x250, 728x90, 300x600, 320x50), Video Offsite.

Tipo de comunicación

Sabemos que siempre quieres comunicar efectivamente tu marca o productos*: con Walmart DSP usamos dos categorías en cuanto a la comunicación que debes tener presente para crear tus campañas. Cada una con especificaciones de lineamiento.



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

Estrictamente utilizar los templates de Walmart. Seguir la política de contenido.

Vista de PSDs descargables:

Nombre	Tipo
_MACOSX	Carpeta de archivos
Bodega EA DSP Template Offsite Display	Archivo PSD

Branding



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

Estrictamente utilizar los templates y los casos de uso de Walmart. Seguir la política de contenido.

PSD descargable:

Antes: \$33 c/u
3 x \$75

Aceite comestible Aurrera
 puro de soya 800 ml
 aprox 620 g c/u

Producto-Precio



Casos de uso BRANDING disponibles en Walmart DSP

Restricciones de contenido sujeto a la ley mexicana y lineamientos aplicables para la industria y el producto.
Usar solo templates compartidos por Walmart para la pleca.





Casos de uso PRODUCTO - PRECIO disponibles en Walmart DSP

En Walmart DSP existen 4 exclusivos casos para utilizar comunicación producto – precio.

1

Precio multiahorro

Las creatividades presentan varios artículos con un precio especial por la compra conjunta de los productos mencionados, ofreciendo un beneficio en comparación con su compra individual.

2

Precio Rollback

Comunicación que presenta el precio anterior (descartado) y el precio nuevo aplicado el descuento.

3

Precio Regular

Se integra el precio de uno o varios productos dentro de la comunicación.

4

% Ahorro

Utiliza en la publicidad un descuento general promedio o máximo con base en los productos disponibles en página destino.





Referencias de preciadores por caso de uso

1

Precio
multiahorro



2

Precio
Rollback



3

Precio
Regular



4

% Ahorro



Leyenda precautoria

Incluir leyenda precautoria por categoría de producto, según corresponda.



*Leyenda precautoria: leyenda de advertencia y precauciones por categoría de producto

Aplica a campañas de Branding y Campañas de Producto-Precio.

Palabras con uso seleccionado

Do's

- Remates
- Inluye
- Llévate sin costo
- Bonificación
- Los precios más bajos
- Envío sin costo
- Sin costo
- Precio en línea
- Nuevo
- Ahorro
- Aprovecha
- A tu casa (Envío)

Dont's

- Descuento
- Gratis
- Ofertas
- Obsequio
- Regalo
- Envío gratis
- Exclusivo
- Precio especial
- Paquete especial
- Súper especial
- Lanzamiento
- Precio exclusivo
- A domicilio (Envío)
- Liquidación
- Rebajas
- Precio bajo
- Pago menos

Nota: Las referencias incluyen la leyenda precautoria, la cual debe adaptarse conforme a la definición de la empresa con base en la industria y las leyes del país.

Aplica a campañas de Branding y Campañas de Producto-Precio.



Reglas generales offsite*

Do's

- La creatividad es de una marca endémica.
- La creatividad redirige al sitio de Bodega.
- Tipografías autorizadas Gotham y sus variantes. Se utiliza para legales, vigencias o descriptivos en preciador regular.
- Leyendas precautorias por la categoría del producto a 8pt en la parte inferior del banner. Altura máx. 20px.
- Legales a 8pt en la parte inferior del banner, bajo íconos omnicanal. Altura máx. 20px.
- Mantener logo de BA en todos los artes tal cual viene en el template respeto a tamaño y color.
- Tamaño de archivo: MMAS (500kb), 3PAS (150kb)
- Formatos permitidos: .jpg, .jpeg, .gif (MMAS) y códigos de AdServers (3PAS).



Consideraciones:

- Respetar el template manteniendo la posición, color y tamaño de logotipo de Bodega Aurrera.
- No incluir otro tipo de iconografía no permitida.
- Ningún producto o ilustración puede sobreponerse en el espacio del logo de Bodega Aurrera.
- En los artes no presentar demasiada información sobre los beneficios del producto y no saturar de elementos.
- No ocupar el logo de Bodega para tamaños de creativos que no sean los tamaños de los templates.
- No se permiten copy o palabras en inglés para campañas, excepto en aquellos casos en los que el slogan publicitario de una marca esté redactado en inglés.
- No agregues el logo de Bodega en caso de marca no endémica.
- No uses tácticas que vayan en contra de la política de contenidos de Walmart DSP.



* Aplica a campañas de Branding y Campañas de Producto-Precio.

Reglas en casos de uso producto – precio

Do's

- Asegúrate de que los precios sean claros y fáciles de entender.
- Especifica claramente las condiciones de la promoción (fechas, productos aplicables, restricciones). Es obligatorio poner la vigencia, leyendas precautorias y legales.
- Respeta la estructura del preciador. Usa los formatos establecidos para integrar el precio del producto con base en editables disponibles en formato .psd
- El precio (preciador) se coloca preferentemente del lado derecho del UPC, sin encimarse en el producto.
- El copy
- La tipografía a utilizar es **Gotham**.
- En caso de no utilizar los centavos, se deben quitar “00”.
- Utiliza únicamente los logos e identidad visual de Walmart con base en los descargables compartidos.
- Mantén consistencia visual y sigue los lineamientos integrados en el documento descargable (formato .psd).
- Cada formato de tienda tiene lineamientos específicos, sigue la información incluida en esta guía y en los documentos de descarga (formato .psd). **En el caso de Bodega Aurrerá es necesario integrar el logo.**
- Valida que la página destino corresponda con el formato de tienda comunicado en la publicidad e integre los productos con beneficios.

Do's

- Incluye un CTA claro y directo que motive al cliente a actuar.
- Validar previamente los precios con compras y verificar que se reflejen en el sitio.
- Estructura de legales: Del 00 al 00 de mes 2025. Legal correspondiente a la promoción. LEYENDA PRECAUTORIA EN MAYÚSCULAS.

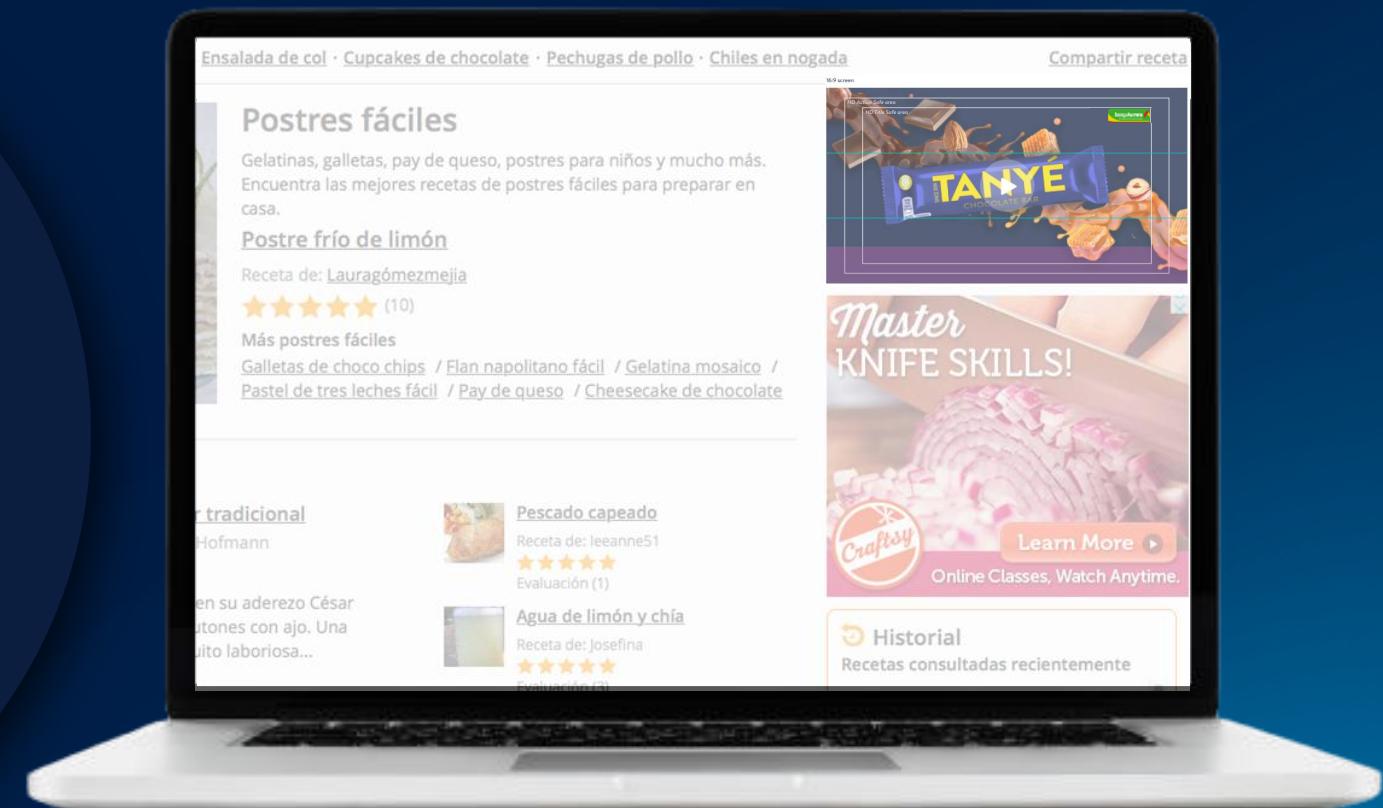
Dont's

- No está permitido ejecutar promociones externas en modelo self-service bajo los casos de uso de producto – precio. Cualquier requerimiento relacionado con promociones externas debe revisarse caso por caso por el equipo de managed service por medio de tu contacto principal en Walmart.
- Uso fuera de la estructura y lineamientos definidos para el preciador (precios en creatividad).
- No está permitido alterar logos o identidad visual de los formatos de tienda de Walmart.
- No uses términos ambiguos que puedan llevar a malentendidos.
- No ignores las condiciones de la promoción. Siempre especifica claramente las restricciones y requisitos.
- No uses tácticas que vayan en contra de la política de contenidos.

Video

Especificaciones para tus
creatividades offsite.

BODEGA AURRERA



Las imágenes son exclusivamente de carácter ilustrativo.

- Dimensiones (px):
Horizontal: 1280 x 720, 1920 x 1080, 1440 x 1080
Vertical: 720 x 1280, 1080 x 1920, 1080 x 1440
Cuadrada: 720 x 720, 1080 x 1080, 1920 x 1920
- Codec: PCM (preferido) o AAC (Audio)
Tasa de bits: al menos 192 kbps (Audio)
Bits: solo 16 o 24 bits (Audio)
Frecuencia de muestreo: 48 kHz (Audio)
Configuración de audio: obligatoria
- Relación de aspecto:
Horizontal: 16:9 o 4:3
Vertical: 9:16 o 3:4
- Tipos de videos: MMAS (avi , mov, mp4, mpeg1/2, webm , wmv) y 3PAS (mp4, webm son altamente recomendados).
Tamaño del archivo: MMAS (150MB max).
Estándares de video: VAST 1.0/2.0/3.0/4.0, VPAID 1.0/2.0
- Codec: H.264
Fotogramas por segundo: 23,98 o 29,97
Tasa de bits: al menos 20 Mbps.
Duración recomendada: 6/10/15 o 30 segundos.
Sin barras negras y sin efecto panorámico
- “Companion banner “ no esta disponible en Walmart DSP.
El video se puede cargar a la plataforma vía MMAS (video físico) o 3PAS (código de un servidor de tercero).
En caso de subir creatividades físicas (MMAS), la plataforma asignara un servidor de terceros integrado en la DSP.

Reglas generales offsite*

Do's

- Para Videos solo utilizar LOGO BODEGA AURERRA.
- Tamaño máximo del logo 300x300px en alta calidad.
- No se permite editar y/o cambiar el logo de Bodega Aurrera.
- Los creativos deben de llevar las leyendas precautorias por la categoría del producto.
- El logotipo de Bodega nunca debe bloquearse con otro registro de marca.
- Asegúrese de que el logotipo esté colocado dentro del área segura del título.
- Si el diseño de su video no permite que el logotipo se coloque en esta área, se puede ajustar según sea necesario para alinearse con su diseño.

Consideraciones:

- Respetar el template manteniendo la posición, color y tamaño de logotipo de Bodega Aurrera.
- No incluir otro tipo de iconografía no permitida.
- Ningún producto o ilustración puede sobreponerse en el espacio del logo de Bodega Aurrera.
- En los artes no presentar demasiada información sobre los beneficios del producto y no saturar de elementos.
- No ocupar el logo de Bodega para tamaños de creativos que no sean los tamaños de los templates.
- No se permiten copy o palabras en inglés para campañas, excepto en aquellos casos en los que el slogan publicitario de una marca esté redactado en inglés.
- No agregues el logo de Bodega en caso de marca no endémica.
- No uses tácticas que vayan en contra de la política de contenidos de Walmart DSP.

* Aplica a campañas de Branding y Campañas de Producto-Precio.

Sam's Club

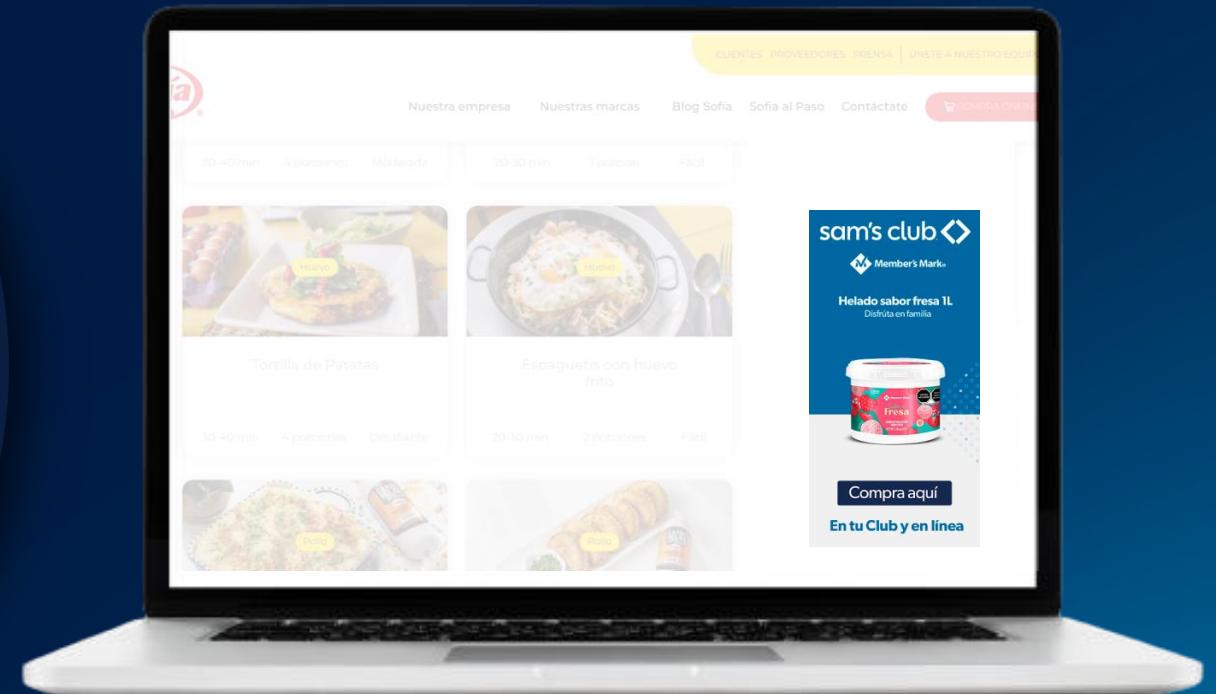


DISPLAY

Especificaciones para tus creatividades offsite.

SAM'S CLUB Branding + Producto-Precio

Para descargar los templates, da clic en la pantalla en modo presentación y guarda la carpeta .zip



Tamaños permitidos para creatividades con pleca Walmart: Display (300x250, 728x90, 300x600, 320x50), Video Offsite.

Tipo de comunicación

Sabemos que siempre quieres comunicar efectivamente tu marca o productos*: con Walmart DSP usamos dos categorías en cuanto a la comunicación que debes tener presente para crear tus campañas. Cada una con especificaciones de lineamiento.



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

Estrictamente utilizar los templates de Walmart. Seguir la política de contenido.

Vista de PSDs descargables:

Nombre	Tipo
Walmart DSP_SAMS Offsite DISPLAY (Plecas Templates)	Archivo PSD
Walmart DSP_SAMS Offsite VIDEO (LOGO SAM'S)	Archivo PNG

Branding



Producto-Precio

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

Estrictamente utilizar los templates y los casos de uso de Walmart. Seguir la política de contenido.

PSD descargable:

► Preciadores Sams

\$000.00 c/u

Ahorras \$00.00

Item Marca®

Descripción Item

\$000.00 c/u

Item Marca®

Descripción Item

2x \$000.00

Item Marca®

Descripción Item

\$121.67

Ahorras \$53.25

Pasta Dental Colgate®

Triple Acción | 4 pzas. | 150 ml c/u

\$121.67

Pasta Dental Colgate®

Triple Acción | 4 pzas. | 150 ml c/u

2x \$121.67

Pasta Dental Colgate®

Triple Acción | 4 pzas. | 150 ml c/u

- La tipografía a utilizar es **Gibson**.
- No modificar los grosores de los templates compartidos, es decir, si está bold o book, conservarlo de esta manera.
- Los preciadores pueden cambiar de color de tal manera que se haga contraste con el fondo.
- Mantenerlos siempre visibles, evitar preciadores mini o enormes, siempre en proporción con el tamaño del arte.
- Se puede hacer uso de sombras sutiles para resaltarlos en el caso de que por el back se pierda su legibilidad.
- Las descripciones se toman de lo que tenemos en sitio y solo se adaptan a los templates de preciadores compartidos.
- Validar previamente los precios con compras y verificar que se reflejen en sitio.
- **Al colocar preciador es importante también poner vigencia, leyendas precautoria y legales.

**Estructura de legales:

Del 00 al 00 de mes de 2025. Legal correspondiente a la promoción. LEYENDA PRECAUTORIA EN MAYÚSCULAS.

Ejemplo:

Del 12 de abril al 15 de mayo de 2025. Los precios publicados en sitio ya incluyen el ahorro. CUIDA EL AGUA.

- Si es precio **regular**, no es necesario colocar la parte de legales.
- Si es **rebaja**, se coloca el legal: Los precios publicados en sitio ya incluyen el ahorro.
- Si es **2x**, se coloca el legal: Aplica al agregar X artículos iguales o diferentes a carrito o Aplica al agregar X artículos iguales a carrito. (Dependiendo la confirmación previa de compras).



Casos de uso BRANDING disponibles en Walmart DSP

Restricciones de contenido sujeto a la ley mexicana y lineamientos aplicables para la industria y el producto.
Usar solo templates compartidos por Walmart para la pleca.

sam's club

Gamesa | Sonrisas

PEKE PAKES

En tu Club y en línea COME BIEN.

Compra aquí

sam's club

Pétalo

Más rendimiento para tu Negocio

Pétalo SERVILLETA

En tu Club y en línea

Compra aquí

sam's club

Tuny SIN SOYA

CLÁSICO

8 PACK 75g ATÚN EN TROZOS EN AGUA

Crea más recetas

En tu Club y en línea ALIMENTÁTE SANAMENTE.

Compra aquí



Casos de uso disponibles en Walmart DSP

En Walmart DSP existen 4 exclusivos casos para utilizar comunicación producto – precio.

1

Precio multiahorro (2x)

Las creatividades presentan un precio preferencial por la compra de dos productos.

2

Precio Rollback

Comunicación que presenta el precio actual y el ahorro o rebaja al producto contra el precio regular

3

Precio Regular

Se integra el precio de uno o varios productos dentro de la comunicación.

4

% Ahorro

Utiliza en la publicidad un descuento general promedio o máximo con base en los productos disponibles en página destino.





Referencias de preciadores por caso de uso

1

Precio
multiahorro (2x)



2

Precio
Rollback



3

Precio
Regular



4

% Ahorro



Composición de los creativos en Sam's



Los únicos elementos editables en el arte de Sam's Club es el Logo de la marca, el Copy ½ y la imagen del producto y/o marca.

Copy 1: máximo 25 caracteres.

Copy 2: máximo 20 caracteres.

Para una mejor experiencia del usuario considerar 3 productos máximo en el mismo arte.

Todos los demás elementos (el logo de Sam's Club, el CTA y el fondo del arte) son elementos fijos.

Se prohíbe editar y/o eliminar los elementos fijos.

Las reglas y las áreas editables aplican para los 4 tamaños de templates de Sam's Club: 300x250, 728x90, 300x600, 320x50.

Reglas generales offsite*

Do's

- La creatividad es de una marca endémica.
- La creatividad redirige al sitio de Sam's Club.
- Respetar las tipografías y colores de los legales.
- Los creativos deben de llevar las leyendas precautorias por la categoría del producto.
- Las leyendas precautorias siempre deben de mostrarse de manera legible, abarcando una sola línea.
- Artes no muy saturados.
- Tamaño de archivo: MMAS (500kb), 3PAS (150kb)
- Formatos permitidos: .jpg, .jpeg, .gif (MMAS) y códigos de AdServers (3PAS).
- Se puede utilizar algún elemento del master de cliente, siempre y cuando no esté dentro de los lineamientos no permitidos.



Dont's

- No editar o distorsionar la pleca y el logo de Sam's Club.
- No cambiar color y forma del CTA
- Ningún producto o ilustración puede sobreponerse en las áreas fijas del arte.
- No ocupar los templates de Sam's Club para tamaños de creativos no aprobados.
- No agregar ningún elemento adicional al template.
- Evitar textos ilegibles (puntajes muy bajos)
- No agregues elementos de Sam's Club en caso de marca no endémica.
- No uses tácticas que vayan en contra de la política de contenidos de Walmart DSP.



* Aplica a campañas de Branding y Campañas de Producto-Precio.

Leyenda precautoria

Incluir leyenda precautoria por categoría de producto, según corresponda.



*Leyenda precautoria: leyenda de advertencia y precauciones por categoría de producto

Aplica a campañas de Branding y Campañas de Producto-Precio.

Palabras con uso seleccionado

Do's

- Remates
- Inluye
- Llévate sin costo
- Bonificación
- Los precios más bajos
- Envío sin costo
- Sin costo
- Precio en línea
- Nuevo
- Ahorro
- Aprovecha
- A tu casa (Envío)

Dont's

- Descuento
- Gratis
- Ofertas
- Obsequio
- Regalo
- Envío gratis
- Exclusivo
- Precio especial
- Paquete especial
- Súper especial
- Lanzamiento
- Precio exclusivo
- A domicilio (Envío)
- Liquidación
- Rebajas
- Precio bajo
- Pago menos

Nota: Las referencias incluyen la leyenda precautoria, la cual debe adaptarse conforme a la definición de la empresa con base en la industria y las leyes del país.

Aplica a campañas de Branding y Campañas de Producto-Precio.



Reglas en casos de uso producto – precio

Do's

- Asegúrate de que los precios sean claros y fáciles de entender.
- Respeta la estructura del preciador. Usa los formatos establecidos para integrar el precio del producto con base en editables disponibles en formato .psd
- El precio (preciador) se coloca preferentemente del lado derecho del UPC, sin encimarse en el producto.
- La tipografía a utilizar es **Gibson**.
- En caso de no utilizar los centavos, se deben quitar “00”.
- Utiliza únicamente los logos e identidad visual de Sam's con base en los descargables compartidos.
- Mantén consistencia visual y sigue los lineamientos integrados en el documento descargable (formato .psd).
- Cada formato de tienda tiene lineamientos específicos, sigue la información incluida en esta guía y en los documentos de descarga (formato .psd). **En el caso de Sam's es necesario seguir específicamente la composición de los editables.**
- Valida que la página destino corresponda con el formato de tienda comunicado en la publicidad e integre los productos con beneficios.
- No modificar los grosores de los templates compartidos, es decir, si está bold o book, consérvalo de esta manera.

Do's

- Los preciadores pueden cambiar de color, siempre y cuando hagan contraste con el fondo.
- Mantén los preciadores siempre visibles, evitar preciadores mini o enormes, siempre en proporción con el tamaño del arte.
- Se puede hacer uso de sombras sutiles en caso de que por el back se pierda su legibilidad.
- Las descripciones se toman del sitio y solo se adaptan a los templates de los preciadores compartidos.
- Validar previamente los precios con compras y verificar que se reflejen en el sitio.
- Especifica claramente las condiciones de la promoción (fechas, productos aplicables, restricciones). Es obligatorio poner la vigencia, leyendas precautorias y legales.
- Estructura de legales: Del 00 al 00 de mes 2025. Legal correspondiente a la promoción. **LEYENDA PRECAUTORIA EN MAYÚSCULAS.**
- Si el precio es regular, no es necesario colocar la parte de legales.
- Si es rebaja, se coloca el legal: los precios publicados en el sitio ya incluyen el ahorro.
- Si es 2x, se coloca el legal: “Aplica al agregar X artículos iguales o diferentes al carrito” o “Aplica al agregar X artículos iguales o diferentes al carrito. (Dependiendo a la confirmación de compras).

Reglas en casos de uso producto – precio

Dont's

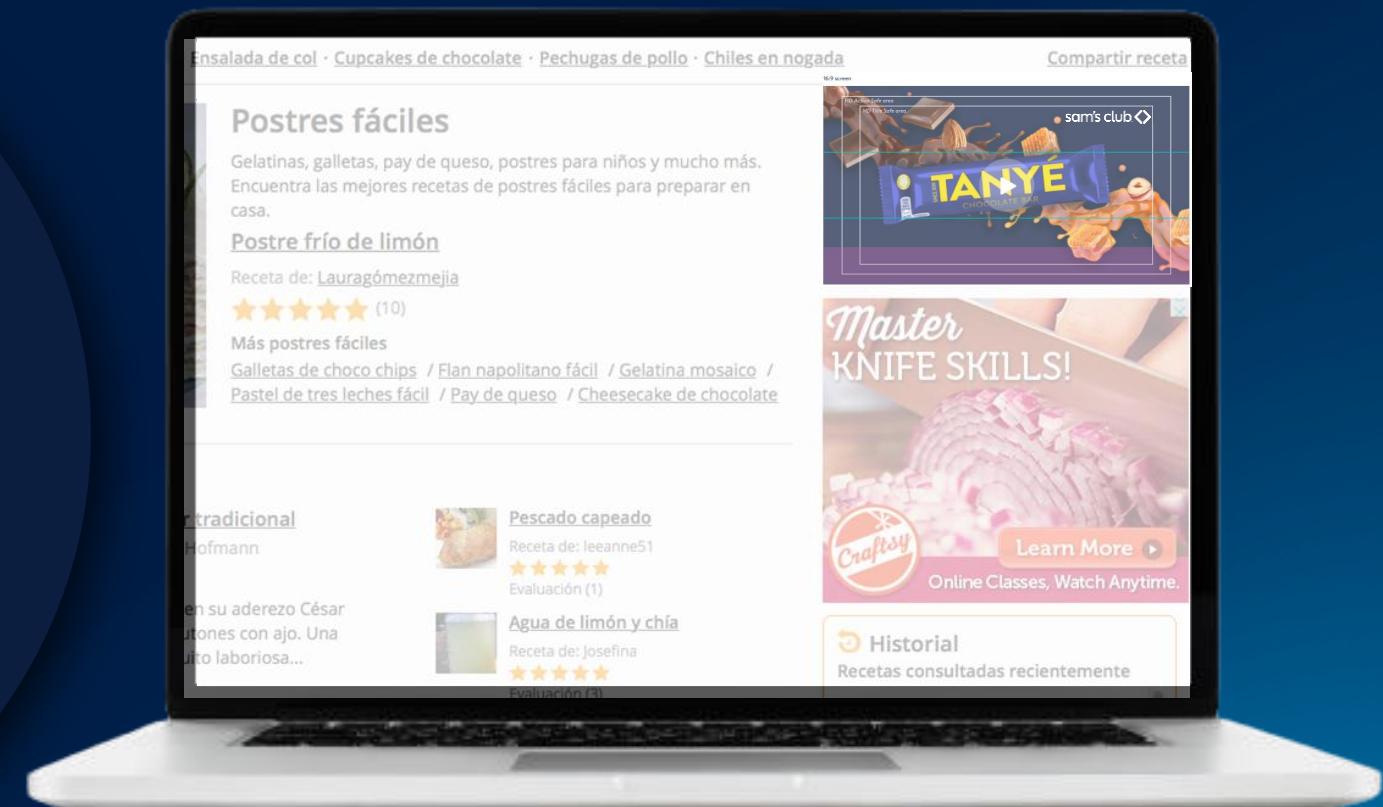
- No está permitido ejecutar promociones externas en modelo self-service bajo los casos de uso de producto – precio. Cualquier requerimiento relacionado con promociones externas debe revisarse caso por caso por el equipo de managed service por medio de tu contacto principal en Walmart.
- Uso fuera de la estructura y lineamientos definidos para el preciador (precios en creatividad).
- No está permitido alterar logos o identidad visual de los formatos de tienda de Walmart.
- No uses términos ambiguos que puedan llevar a malentendidos.
- No ignores las condiciones de la promoción. Siempre especifica claramente las restricciones y requisitos.
- No uses tácticas que vayan en contra de la política de contenidos de Walmart DSP.



Video

Especificaciones para tus creatividades offsite.

SAM'S CLUB



Las imágenes son exclusivamente de carácter ilustrativo.

- Dimensiones (px):
Horizontal: 1280 x 720, 1920 x 1080, 1440 x 1080
Vertical: 720 x 1280, 1080 x 1920, 1080 x 1440
Cuadrada: 720 x 720, 1080 x 1080, 1920 x 1920
- Codec: PCM (preferido) o AAC (Audio)
Tasa de bits: al menos 192 kbps (Audio)
Bits: solo 16 o 24 bits (Audio)
Frecuencia de muestreo: 48 kHz (Audio)
Configuración de audio: obligatoria
- Relación de aspecto:
Horizontal: 16:9 o 4:3
Vertical: 9:16 o 3:4
- Tipos de videos: MMAS (avi , mov, mp4, mpeg1/2, webm , wmv) y 3PAS (mp4, webm son altamente recomendados).
Tamaño del archivo: MMAS (150MB max).
Estándares de video: VAST 1.0/2.0/3.0/4.0, VPAID 1.0/2.0
- Codec: H.264
Fotogramas por segundo: 23,98 o 29,97
Tasa de bits: al menos 20 Mbps.
Duración recomendada: 6/10/15 o 30 segundos.
Sin barras negras y sin efecto panorámico
- “Companion banner “ no esta disponible en Walmart DSP.
El video se puede cargar a la plataforma vía MMAS (video físico) o 3PAS (código de un servidor de tercero).
En caso de subir creatividades físicas (MMAS), la plataforma asignara un servidor de terceros integrado en la DSP.

Reglas generales offsite*

Do's

- Para Videos solo utilizar LOGO de Sam's Club.
- Tamaño máximo del logo 300x300px en alta calidad.
- No se permite editar y/o cambiar el logo de Sam's Club.
- Los creativos deben de llevar las leyendas precautorias por la categoría del producto.
- El logotipo de Sam's Club nunca debe bloquearse con otro registro de marca.
- Asegúrese de que el logotipo esté colocado dentro del área segura del título.
- Si el diseño de su video no permite que el logotipo se coloque en esta área, se puede ajustar según sea necesario para alinearse con su diseño.

Consideraciones:

- Respetar el template manteniendo la posición, color y tamaño de logotipo de Sam's Club.
- No incluir otro tipo de iconografía no permitida.
- Ningún producto o ilustración puede sobreponerse en el espacio del logo de Sam's Club.
- En los artes no presentar demasiada información sobre los beneficios del producto y no saturar de elementos.
- No se permiten copy o palabras en inglés para campañas, excepto en aquellos casos en los que el slogan publicitario de una marca esté redactado en inglés.
- No agregar el logo de Sam's Club en caso de marca no endémica.
- No uses tácticas que vayan en contra de la política de contenidos de Walmart DSP.

* Aplica a campañas de Branding y Campañas de Producto-Precio.

Atención general

¿Qué es una leyenda precautoria

Texto obligatorio que debe incluir todo material dependiendo del tipo de producto y que busca informar riesgos a la salud o forzar hábitos saludables.

Las referencias incluyen la leyenda precautoria, la cual debe adaptarse conforme a la definición de la empresa con base en la industria y las leyes del país.

Algunas prohibiciones:

Promover hábitos de alimentos nocivos.

Afirmar que satisface requerimientos nutricionales.

Atribuir un valor nutritivo distinto al real.

Comparar en menoscabo de alimentos naturales.

Sugerir que proporcionan habilidades extraordinarias.

Asociar con el consumo de alcohol o tabaco.

Declarar propiedades que no puedan comprobarse.

Señalar que sirve para tratar o curar una enfermedad.

Nota: no es una lista exhaustiva, es referencia.

Aspectos de contenido prohibidos

- No está disponible para partidos políticos, grupos religiosos, productos de tabaco y nicotina, casas de apuestas, medicamentos diferentes a los clasificados como OTC (over the counter), productos financieros fuera del sistema bancarizado mexicano, contenido sexual, contenido para adultos, o cualquier contenido que pueda considerarse como peligroso, dañino o deshonesto. Como tampoco se permite la promoción de sustancias que interfiera en el estado mental de las personas.
- Utilizar contenido multimedia que inflja un abuso a la propiedad intelectual, promueva la compra de productos falsificados, publicidad engañosa o dar un mensaje haga al receptor llegar a conclusiones tergiversadas.
- Prohibido publicar contenido que acose, intimide, sugiera el daño o ponga en riesgo a una persona o un grupo.
- Están estrictamente prohibidos los mensajes o contenido multimedia que inciten al odio, promueva la discriminación, menosprecie a una persona o grupo por motivos raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política, origen, posición económica, nacimiento o cualquier otra característica asociada con discriminación o marginación.

**Consulta la política de contenidos
en la guía de creatividades offsite**





WALMART DSP

**Un shortcut
a la compra**

DSPcontacto@walmart.com