



# Walmart DSP México

## Guía de usuario

### DOOH



# GLOSARIO

## Tótem

Pantalla led vertical que transmite comunicación de marca con animación 3D, motion graphic y video en pautas de 7 segundos. Ubicación en entrada o salida de tienda.

## Refrigerados

Pantalla led horizontal que transmite comunicación de marca con animación 3D, motion graphic y video en pautas de 7 segundos. Ubicación en zona de Refrigerados en tiendas Sam's Club.

## Impresiones

La cantidad de veces que una creatividad fue vista o genero oportunidades de verse por el público expuesto al anuncio.

## Plays

Número de reproducciones del video en pantalla.

## Costo por mil (CPM)

El precio por entregar mil impresiones (anuncios) en pantallas. (Precio piso en modelo disponible bajo subasta).

## Deal Id

Número único asignado para identificar la compra de anuncios.



# AGENDA:

- 1. Bienvenida ----- 04
- 2. Términos y Condiciones ----- 06
- 3. Vista General DOOH ----- 08
- 4. Carga de un creativo DOOH ----- 14
- 5. Implementación de campañas DOOH ----- 21
- 6. Reportes ----- 34

# ¡Bienvenid@! a Walmart DSP

Módulo: DOOH



## Walmart DSP: Conectando marcas con audiencias claves



Tecnología  
líder



Audiencias  
Walmart



Atribución a  
Venta



Modelo  
operativo  
managed & self-  
service



Soluciones  
digitales  
offsite & onsite



Alianzas  
estratégicas en  
Connected TV

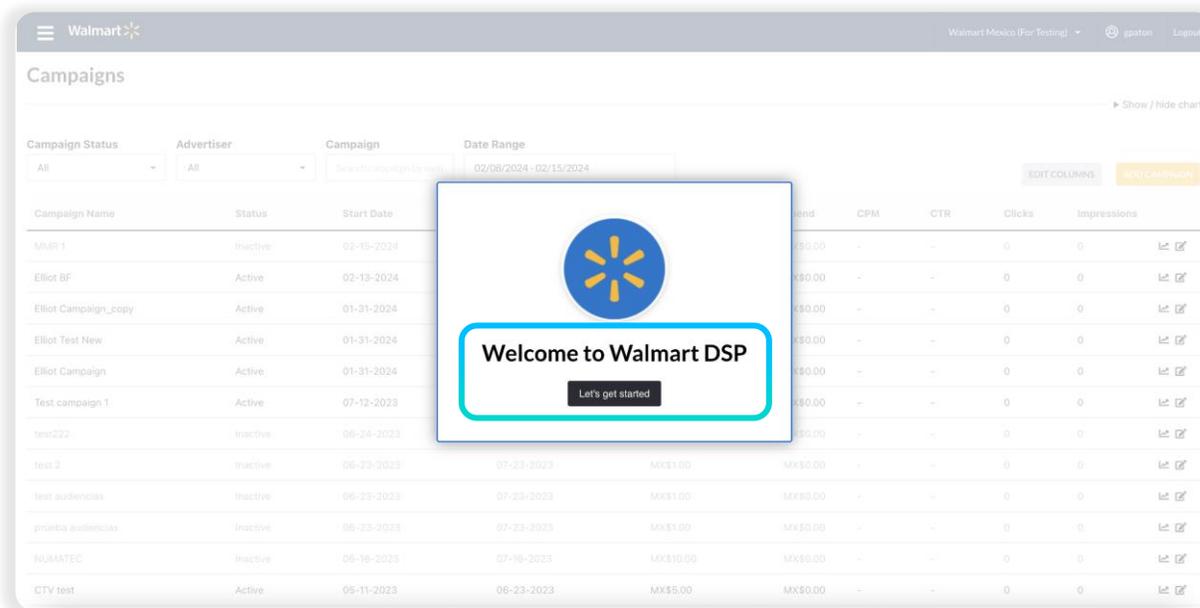


Soluciones  
publicitarias  
para marcas  
endémicas y no-  
endémicas

# Términos y condiciones Walmart DSP



# Términos y condiciones Walmart DSP



Una vez que el usuario acceda a la plataforma DSP, al dar “clic” en el botón “I Agree” y con ello utilizar su Cuenta o su Seat ID para hacer uso de los Servicios, reconoce que ha leído, entendido y aceptado obligarse bajo los presentes Términos y Condiciones, disponibles en el sitio [www.walmartconnect.com.mx/dsp/terminosycondiciones](http://www.walmartconnect.com.mx/dsp/terminosycondiciones), creando entre las Partes un contrato para la prestación de los servicios de la Plataforma DSP, estableciendo de esta manera una relación contractual con Walmart en los términos aquí descritos.

**Acepta términos y condiciones para poder continuar navegando en la plataforma. Si declinas los términos y condiciones no podrás avanzar. Clarificaciones y preguntas, contacta al equipo de Walmart vía [DSPcontacto@walmart.com](mailto:DSPcontacto@walmart.com)**

# Vista General

Módulo: DOOH



# Walmart DSP

## DIGITAL OUT OF HOME

# DOOH

Combina el mundo físico y digital para lograr una estrategia omnicanal eficaz.

Accede a nuestros espacios de video publicitario en las pantallas de entrada, salida y zona de refrigerados de Walmart Supercenter y Sam's Club, distribuidas en diferentes estados del país, directamente desde Walmart DSP.

- Alto impacto
- Anuncios de video de 7 segundos
- Ubicación clave
- Estrategia omnicanal

**+200**

Pantallas  
Walmart Supercenter

**+160**

Pantallas  
Sam's Club

DOOH en entradas, salidas y/o refrigerados

Hasta 2.5 metros de altura

2 metros de altura

DOOH en zona refrigerados

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

# SOLUCIÓN

# OMNICANAL

Capta la atención de los compradores con anuncios relevantes en pantallas de alto impacto en los puntos de venta.

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



**+5 millones de compradores**  
que visitan nuestras tiendas todos los días.

Sources:

<sup>1</sup>Walmart first-party data,2021.

\*Con segmentación por Estado y tienda directamente desde Walmart DSP.

# DOOH en Walmart DSP



A través de DOOH en Walmart DSP lleva tu mensaje a las pantallas en la entrada, salida y refrigerados de Walmart Supercenter y Sam's Club.

## Tótem de Entrada



Tótem Supercenter 832 px base por 1388 px altura  
Tótem A Sam's 832 px base por 1388 px altura  
Tótem B Sam's 555 px base por 1111 px altura

## Tótem de Salida



Tótem Sam's 555 px base por 1111 px altura

## Refrigerados



Tótem Sam's 1379 px base por 689 px altura



## Distribución de pantallas por estado



Estado	Tótem de Entrada
CDMX	31
EDOMEX	42
JALISCO	16
NUEVO LEÓN	18
PUEBLA	9
QUERÉTARO	6
QUINTANA ROO	7
AGUASCALIENTES	3
BAJA CALIFORNIA	10
CHIAPAS	4
CHIHUAHUA	3
COAHUILA	3
COLIMA	4
DURANGO	2
GUANAJUATO	7
HIDALGO	1
MICHOACÁN	6
MORELOS	4
SAN LUIS POTOSI	3
SONORA	7
TABASCO	1
VERACRUZ	7
YUCATÁN	4
ZACATECAS	2
<b>Total general</b>	<b>200</b>



Estado	Refrigerados	Tótem A	Tótem B	Tótem de Salida	Total general
AGUASCALIENTES		1		1	2
BAJA CALIFORNIA		2	2	2	6
CDMX	2	11	1	11	25
CHIAPAS			2		2
CHIHUAHUA		3		3	6
COAHUILA		1		1	2
DURANGO			1		1
EDOMEX	1	13	2	13	29
GUANAJUATO		2	2	2	6
GUERRERO		1		1	2
HIDALGO			2		2
JALISCO		4	4	5	13
MICHOACÁN		3		2	5
MORELOS		2		2	4
NAYARIT		1		1	2
NUEVO LEÓN		4	2	4	10
OAXACA			1		1
PUEBLA	1	3	1	2	7
QUERÉTARO	1	2	1	2	6
QUINTANA ROO		2	1	1	4
SAN LUIS POTOSI			1		1
SINALOA		2	1	1	4
SONORA		2	1	2	5
TABASCO		1		1	2
TAMAULIPAS		2	1	2	5
TLAXCALA			1		1
VERACRUZ		1	3	1	5
YUCATÁN		1	1	1	3
ZACATECAS			1		1
<b>Total general</b>	<b>5</b>	<b>64</b>	<b>32</b>	<b>61</b>	<b>162</b>

Disponibilidad de pantallas puede variar en tiempo real.

WALMART DSP

DOOH

Todo el inventario programático de DOOH desde un solo acuerdo.

- Un solo CPM base en compra por subasta.
- Habilitado un acuerdo para Walmart Supercenter y otro para Sam's Club.
- Self-service para marcas endémicas.
- Segmentación geo disponible para configuración de campaña desde la DSP: país y estado.
- Reporte por segmentación geo disponible por campaña: país y estado.



**Acuerdo  
Preferente**

**CPM: \$250 mxn**

CPM aplicable para todas las tiendas integradas en Walmart DSP.

Impresiones corresponde al número de personas impactadas por el tótem o la pantalla de refrigerados.

Sugerido: incluye mínimo 10 estados y activar al menos dos medidas de creatividades.

Inventario variable y en subasta.

# Carga de creativo

Módulo: DOOH





# WALMART DSP DOOH

Walmart Connect cuenta con un proceso de aprobación de creativo, con el objetivo de asegurar una comunicación adecuada hacia nuestros shoppers en piso de venta.

Juntos nos encargamos que la interacción del cliente con tu marca en el punto físico sea la mejor.

**Prepara tus creatividades siguiendo lineamientos y envía a aprobación directamente desde la DSP previo al periodo de campaña.**





# Carga de un creativo

ADD VIDEO CREATIVE

The screenshot shows the Walmart Connect interface. At the top left is the Walmart logo. Below it, the word 'Creatives' is displayed. There are three tabs: 'Display', 'Video' (which is highlighted with a red box), and 'On-Site Creatives'. Below the tabs is a search bar labeled 'Search video creatives by'. At the bottom of the screenshot, a table header is visible with columns for 'Creative Name' and 'Status'.

1. Desde la barra de menú, selecciona “Creatives” para empezar la carga de un creativo y después selecciona: “Add Video creative”.
2. **Para DOOH solo se aceptan creativos 1st party (creativos físicos) cargados directamente a Walmart DSP.**
3. Solo es posible integrar creativos de **video de 7 segundos**.
4. Los creativos solo pueden ser de branding.
5. Los creativos de video se deben seguir el documento de guidelines de creatividades.

**Es necesaria la carga de las creatividades con anticipación, ya que deben seguir un proceso de aprobación [Tiempo de espera: aproximadamente 48 horas].** Sin creatividades aprobadas, no es posible activar campaña en DOOH

**Revisa los lineamientos de creatividades DOOH.**



## Carga de un creativo video

### Create Video Creative

**Status**  Active  Inactive

**Creative Name \*** 1

**Advertiser \*** 2

**Creative Type ?** 3  On-site  Off-site  In-store DOOH

**End Date \*** 4

**Asset \*** 5

**Clickthrough URL \*** 6

**Landing Page URL \*** 7

8

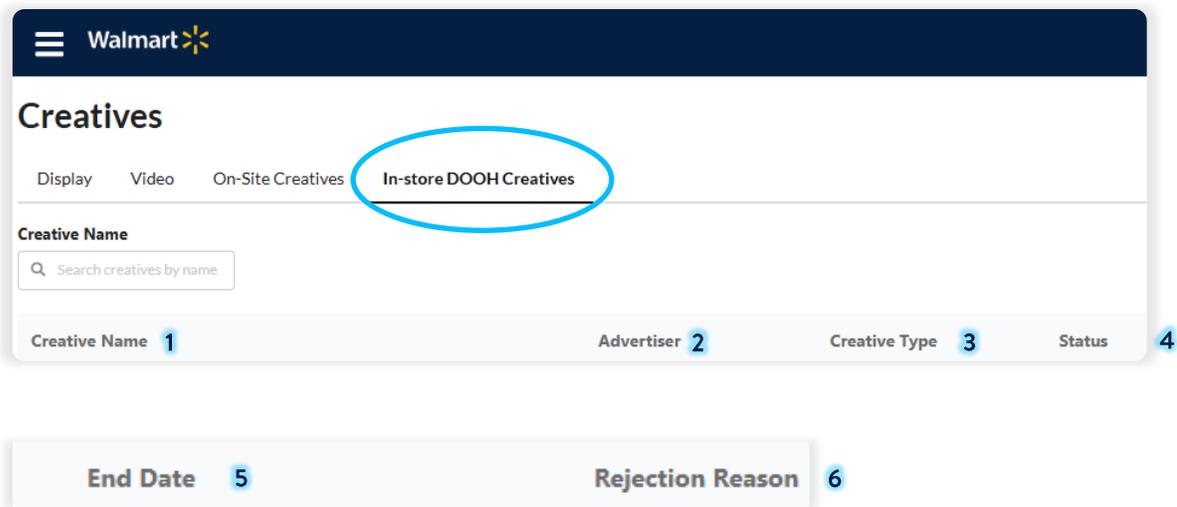
Desde la barra de menú, selecciona “Creatives” para empezar la carga de un creativo. Seleccione la opción de activo (“Active”)

1. Introduzca un nombre. Asegúrate que sea un nombre identificable para después encontrar al momento de configurar tu campaña.
2. Despliega el menú y elige el anunciante adecuado.
3. Da clic en el tipo de creativo In-store DOOH.
4. Selecciona la fecha de finalización de la vigencia del creativo.
5. Selecciona “Browse” y sube directamente el material de video.
6. Clickthrough URL: URL destino es un campo direccional y no tiene efecto sobre ejecución de la campaña.
7. Landing page URL: URL destino es un campo direccional y no tiene efecto sobre ejecución de la campaña.
8. Al finalizar todos los campos, da clic en el botón “Create Creative”.

Nota: revisar los lineamientos de creatividades, ya que en el proceso de aprobación cualquier omisión o cambio podría resultar en el rechazo del creativo.



## Revisa el estatus de tu creativo



Recuerda revisar en una ventana de 48 horas el estatus de las creatividades para tu campaña DOOH. Para esto entra al menú “Creatividades” y da clic en “In-Store DOOH Creatives”.

1. Nombre de la creatividad: título del material gráfico.
2. Anunciante asignado para utilizar la creatividad.
3. Tipo de creativo: solo video.
4. Estatus: muestra en qué parte del proceso de revisión se encuentra el creativo.
5. Fecha de finalización: muestra hasta que fecha se encuentra vigente el creativo para uso en tus campañas.
6. En el caso de que tu creativo sea rechazado, en este campo se mostrará una breve descripción del motivo.

### 4 Estatus de la creatividad:

- Rejected** El creativo ha sido revisado y se encuentra rechazado.
- Pending** El creativo está pendiente de revisión.
- Approved** El creativo ha sido revisado y se encuentra aprobado.

# GOLDEN RULES

## Doble aprobación de creativos

Todos los videos de DOOH siguen un proceso de aprobación automática por el equipo de Walmart Connect.

## Creativos que no generan clicks por parte del usuario

Anuncios de video que incrementa el reconocimiento de una marca y/o producto. El click through en la DSP es de carácter informativo, no aplica a los tótems.

## Solo branding marcas endémicas

Solo anuncios que tienen como objetivo de comunicación dar a conocer o impulsar tus productos y mejorar la conciencia de marca. [no precios o promociones]

## Solo video

Utiliza creativos en video siguiendo especificaciones y lineamientos

## Creativos sin código QR y sin promociones

Videos de branding sin inclusion de Códigos QR.

**Importante:** Todas las creatividades deben cumplir los lineamientos y ser aprobadas por un equipo especializado. En caso de no ser aprobadas, se indicará la causa del rechazo o la sugerencia de cambio. Si a vista del revisor, las creatividades no cumplen con los lineamientos, no serán liberadas las creatividades para incluir en tu campaña.

Conoce más recomendaciones en nuestra **Guía de Especificaciones Creativas** y aprovecha mejor nuestros Tótems digitales.

 Walmart Connect

## Walmart DSP México

DE LINEAMIENTOS TÓTEM DIGITAL [DOOH]

[Haz clic aquí](#)



DOOH:  
Es una operación de subasta programática en tiempo real en tiendas físicas, por lo que no es posible entregar testigos de la campaña.

# Implementación de campaña

Módulo: DOOH



# Pasos para implementar una campaña DOOH

## Sube Creatividades

1

Sube la(s) creatividades que vas a utilizar para aprobación. [Tiempo de revisión aproximadamente 48 horas] mas detalles diapositiva [Pág. 14 – 20]

## Revisa estatus de creatividades

2

Revisa la sección de aprobación de creativos In-Store DOOH Creatives para conocer el estatus de las creatividades.

## Configura & Activa Campaña

3

Con creativos aprobados, es momento de configurar campaña DOOH.

Notas de implementación destacadas:

- a) **Una vez que se envíe a aprobación la creatividad, no es posible realizar ningún cambio. Tomar en cuenta que no se puede cambiar material gráfico, fechas y/o cualquier otro campo incluido.**
- b) El periodo de campaña DOOH debe ser igual o menor a la fecha de expiración de uso de las creatividades. Si no hay una creatividad con fecha vigente en campaña, no entregarán impresiones correctamente sobre el total periodo de campaña. Por tanto, es muy importante que las creatividades disponibles cuenten con fecha vigente al momento de definir el periodo.



## Creación de una campaña

**Walmart**

### Create Campaign

1 **Status**  Active  Inactive

2 **Campaign Name \***

3 **Campaign Type \*** PMP / Open Supply

4 **Advertiser \*** Select advertiser

5 **Time Zone \*** (GMT -6:00) Mexico City, Guadalajara, Monterrey

6 **Currency \*** Mexican Peso (MXN)

1. Como sugerencia, durante la configuración deja la campaña inactiva. Una vez terminada la configuración de las estrategias puedes activar la campaña.
2. Agrega el nombre de campaña según la taxonomía de tu marca.
3. Tipo de campaña se selecciona: PMP / Open Supply.
4. Selecciona el anunciante.
5. Revisa la zona horaria – campo estándar a horario de CDMX.
6. Revisa que la moneda esté en pesos mexicanos (MXN).

\* cambio de anunciante, fecha de inicio, zona horaria, moneda y el objetivo de campaña, no se pueden cambiar una vez que haya pasada la fecha de inicio.



# Creación de una campaña

Budget Flights

7 Start Date \*  End Date \*

8 Monetary Budget \*  Impression Budget

9

10 Goal \*

11 Daily Pacing \*    per Day

12 Frequency Cap \*  Optimized  Custom

13 Site List

14

7. Selecciona inicio y el fin de campaña.
8. Agrega la inversión de tu campaña en Pesos Mexicanos.
9. Puedes crear “Flights” si tu campaña tiene varios periodos de activación asignando un presupuesto por cada flight.
10. Objetivo – selecciona CPM Spend.
11. Selecciona la distribución diaria del presupuesto. Sugerencia usar “Even”. Para evitar gastos en exceso de tu campaña, utilice un límite monetario diario y evita configurar el pacing ASAP o not limit. El daily pacing es importante para una entrega adecuada de la campaña con base en el presupuesto total; por otro lado, está la opción de optimizar el daily pacing de manera automática.
12. Selecciona la frecuencia de tu campaña, optimizada por la plataforma o de manera manual.
13. Lista de sitios: dejar vacío.
14. Crea tu campaña.

\* cambio de anunciante, fecha de inicio, zona horaria, moneda y el objetivo de campaña, no se pueden cambiar una vez que haya pasada la fecha de inicio.



## Creación de una estrategia

ADD STRATEGY

### Create Strategy

1 Marketing Objective — 2 Supply — 3 Creatives — 4 Audience

1 **Status**  Active  Inactive

2 **Strategy Name \***

3 **Strategy Type \***

4 **Channel**

5 **Time Zone** (GMT -6:00) Mexico City, Guadalajara, Monterrey

6 **Start/End Date \***  Use campaign start  —  Use campaign end

7 **Budget (optional)** \$

8 **Goal \***  \$

9 **Daily Pacing \***  \$

10 **Frequency Cap \***  Optimized  Custom

11

Save Changes & Continue

Añade una estrategia, haciendo clic en el botón “Add Strategy”.

1. Selecciona Active para dejar lista tu estrategia, esta no empezará a correr campaña hasta que esté activa la campaña.
2. Agrega el nombre de la estrategia.
3. Tipo de estrategia: incluir In-Store DOOH
4. Selecciona el canal: video
5. Asegura que la zona horaria sea Ciudad de México
6. Agrega las fechas de inicio y fin de estrategia. Estas pueden no coincidir con las fechas de campaña. Una estrategia puede correr menos tiempo que la campaña.
7. Para que la plataforma optimice de mejor manera la campaña, te sugerimos omitir limitar el presupuesto y la entrega de una estrategia.
8. Selecciona el objetivo de CPM Spend a “Total Spend” e incluye el CPM en tarifario como un precio piso.
9. Daily Pacing corresponde al monto asignado a la estrategia como gasto diario. Sugerencia, empezar con “Even” por día.
10. Selecciona la frecuencia de tu campaña.
11. Guarda y continua con la creación de la estrategia.

Notas:

- Una vez creada la campaña, puedes proceder con la creación de estrategias.
- No hay límite de estrategias que pueden vivir bajo una campaña.
- Para poder guardar una estrategia, es necesario contar con al menos un creativo aprobado en plataforma, disponible en video In-Store DOOH de 7 segundos. Asegúrate de tener al menos un creativo aprobado antes de comenzar la configuración de una estrategia con esta duración y consulta las medidas permitidas en la guía de creatividades.



## Creación de una estrategia\_inventario

### Create Strategy

✓ Marketing Objective — 2 Supply — 3 Creatives

#### Supply Type

Open Supply 1  Private Marketplace

Search deal by name

2 Deal Name

Deal ID

En el segundo paso de creación de estrategia, es necesario agregar la fuente de inventario. El acuerdo de DOOH se encuentra disponible en la sección de Private Marketplace.

1. Seleccionar “Private Marketplace”, en la sección encontrarás el listado de deal preferentes DOOH, seleccionar:

[DOOH]\_General\_WMSC\_1\_PD-PD - acuerdo disponible para Walmart Supercenter  
[DOOH]\_General\_SamsClub\_1\_PD-PD - acuerdo disponible para Sam's.

Marca las casillas del deal aplicable a tu estrategia de DOOH.

Notas:

- No integrar en las campañas de DOOH en inventario Open Supply.



## Creación de una estrategia\_creativo

1 Marketing Objective — 2 Supply — 3 Creatives — 4 Audienc

Creatives  2

1 Creative Name	Creative ID
-----------------	-------------

3 Assigned Creatives

1. Selecciona los creativos de campaña para aplicar en la estrategia de la lista disponible en el campo “Creative Name” y/o el identificador del creativo. (Creative Id).
2. Otra opción es buscar el creativo usando la casilla de búsqueda por nombre.
3. Al momento de seleccionar los creativos, estos se integrarán en la casilla de creativos asignados.

### Notas:

- En este paso es necesario contar con al menos un creativo aprobado en plataforma, disponible en formato In-Store DOOH Creatives.
- Se mostrarán creativos In-Store, que incluye creativos de display y video. Asegúrate de utilizar solo el creativo de video de 7 segundos para DOOH. No se mostrarán creativos off-site/on-site.
- Como sugerencia, al subir un creativo, asegúrate en clasificarlo como “DOOH\_nombre creativo” para mejor control en la operación.
- **Revisa las diapositivas 14 a 20 para subir un creativo a la DSP.**



# Creación de una estrategia\_audiencia

1 Marketing Objective — 2 Supply — 3 Creatives — 4 Audience — 5 Launch

Pixels Search Pixels by name

**Data Providers**  
▶ My Audience

**Included Audiences** Clear

Pixel Group 1  An

AND

Audience Group 1  An

1

+ Audience Group

1. No seleccionar audiencias en este paso, solo dar continuar.

La segmentación en basada en la ubicación en la sección de geo.

Nota: de manera predeterminada segmentamos los shoppers de Walmart que se encuentran en las tiendas a lo largo del país.



# Creación de una estrategia\_geo

1 Marketing Objective — 2 Supply — 3 Creatives — 4

Country/Region/City

1 Countries / Regions / Cities

5 Location — 6 Daypart — 7 Technology

Included Locations

2 Mexico

Excluded Locations

1. Selecciona cobertura a nivel México o selecciona estados específicos.

Asegúrate de ver en la casilla de localizaciones incluida las regiones de selección.

Notas:

- El uso de cualquier segmentación es una variable que impacta el inventario potencial disponible.



# Creación de una estrategia\_horarios

## Edit Strategy

1 Marketing Objective ————— 2 Supply

### Daypart

Your ads will only run during these times. Based on end user time zone.

Days	Start Hour	End Hour
1 All days ▼	8:00 AM ▼	9:59 PM ▼

**Add** Run on all days ⓘ

1. Es recomendable utilizar todos los días en el horario estándar de operación de 8:00 am a 9:59 pm.

Notas:

- En caso de utilizar días u horas específicas, alinea con tus objetivos de campaña.
- El uso de cualquier segmentación es una variable que impacta el inventario potencial disponible.



# Creación de una estrategia\_tecnología

1 Marketing Objective — 2 Supply — 3 Creatives — 4 Audier

Browser

- ▶ Device Type
- ▶ Device Model
- ▶ Inventory Type
- ▶ Browser
- ▶ OS Version

Included technologies

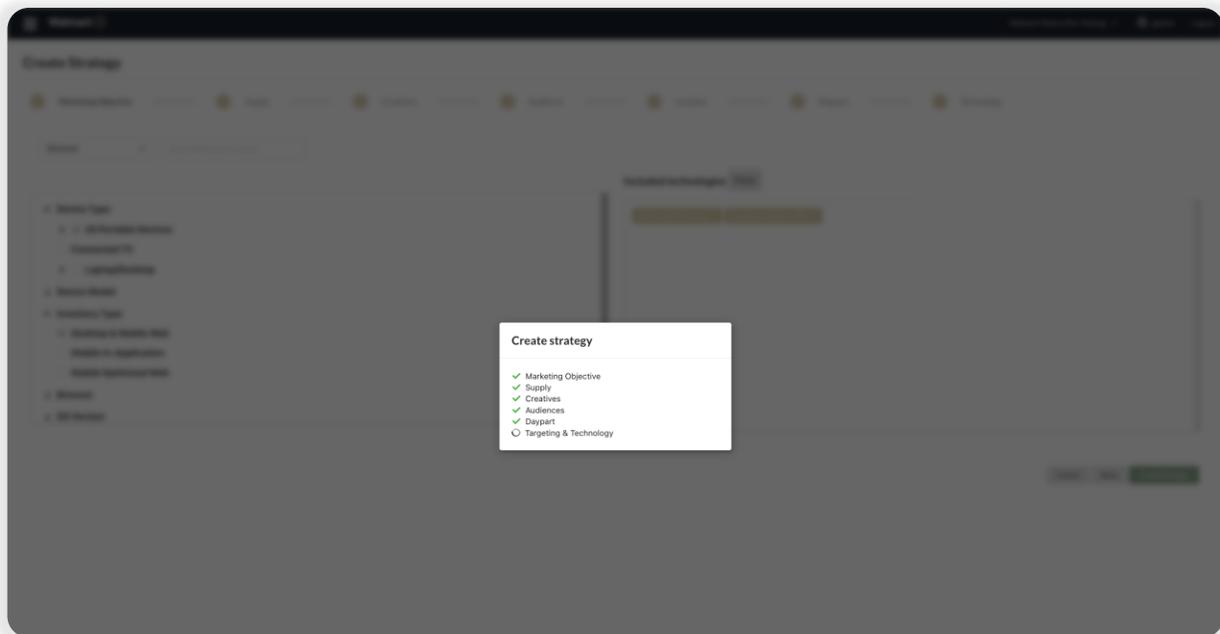
1

2

1. No seleccionar dispositivos en este paso, solo dar continuar.
2. Da clic en “Create Strategy”.



## Creación de una estrategia\_validación



- Aparecerá esta pantalla al momento que se genera la estrategia. Espera hasta que la plataforma valide la información y la configuración de tu estrategia y aparezcan todos los puntos en verde.
- ¡Felicidades has terminado tu primera campaña con al menos una estrategia!
- Revisa en el panel de control que tu campaña se encuentre activa.
- Agenda un espacio en tu agenda para revisar los primeros resultados.

## Best practices

# DOOH

\* Considera que la forma de implementación del acuerdo de DOOH en las estrategias de tu campaña tendrá impacto sobre la operación y reporte de resultados de tu campaña.

\* Recomendaciones generales:

- **Una estrategia por estado** para visibilidad y optimización.
- **Varios estados en una sola estrategia. (Mínimo 10)**
- **Una estrategia a nivel nacional (selección país México – Recomendado para maximizar la entrega)**

\* Se sugiere revisar la entrega de la campaña DOOH de manera recurrente.

\* Al ser compra por subasta, puedes incrementar el bid máximo para ganar más impresiones.

### Notas:

\* Considera que la forma de compra del inventario de DOOH es por acuerdo preferente, por lo que el número de impresiones y la inversión publicitaria no es fija, es variable a disponibilidad de inventario y bid ganado.

\* La disponibilidad y distribución de las impresiones por tótem se ejecuta con base en los estados seleccionados por estrategia.

\* En caso de requerir tiendas específicas en operación y resultados de campaña, solicitar más información de POS Managed Service.

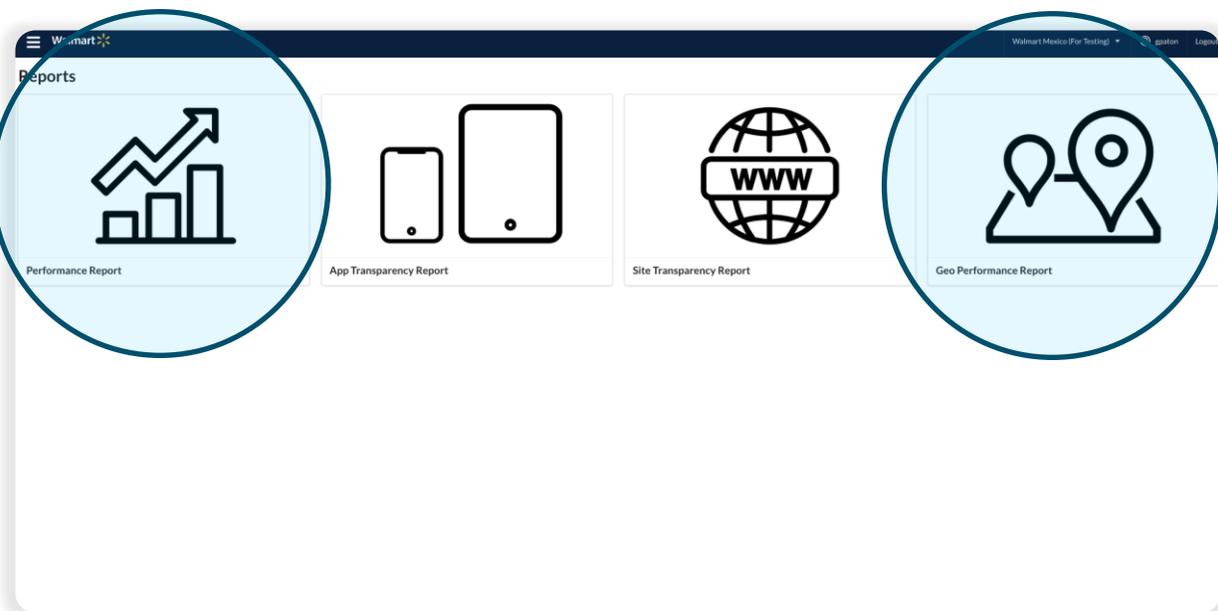
# Reportes

## Módulo: DOOH





# Reportes



Dentro de la barra de menú, selecciona “Reporting”. En Walmart DSP puedes descargar los siguientes reportes para la optimización y el análisis de tus campañas:

- Reporte de desempeño – datos y métricas generales de tu anunciante/campaña/estrategia (Impresiones, video starts, consumo total).
- Reporte por geografía - métricas de branding por ubicación (país/estado –región-).

Nota:

- **Fuente de verdad es el reporte descargado, ya que es posible que existan discrepancias en los números entre la interfaz y el reporte descargado.**



# Reportes

Walmart Connect  
Walmart Mexico (For Testing) | gpaton | Login

### ← Geo Performance Report

Run Report | Download Report

Date Range: 02-08-2024 to 02-14-2024  
Advertiser: Select advertiser  
Campaigns: All campaigns

Agency Name	Advertiser Name	Campaign Name	Strategy Name	Campaign Currency Code	Start Date	End Date	Clicks	CTR	Impressions
Select parameters to generate the report									

13 columns

- Agency Name
- Advertiser Name
- Campaign Name
- Strategy Name
- Campaign Currency Code
- Start Date
- End Date
- Region Code
- Region Name
- Impressions
- Start
- Total Spend
- Total Spend eCPM

1. Bajo columna de dimensiones y métricas, encuentra y selecciona las métricas que requieres para el análisis de tu anunciante/campaña/estrategia total.
2. Walmart DSP te permite visualizar los resultados directamente desde el navegador y descargar el reporte en un Excel. El desglose de campaña por estado (región)

Nota:

Un mínimo porcentaje de impresiones a nivel geo (región) puede reportarse bajo la categoría reserved/private debido clasificación de la región dentro de cada bid request. Considera que las impresiones son entregadas en los estados seleccionados en la configuración de campaña.

# Medición DOOH

---

- **Impressions:** impresiones totales.
- **Impresiones por estado:** utiliza la métrica de impresiones agrega la dimensión de “región”. [Reporte Geo]
- **Total Spend:** inversión publicitaria.
- **Plays:** encuentra la métrica como start (video\_start) para medir el número de reproducciones del video en el tótem.
- **eCPM:** costo por millar efectivo para tu campaña o estrategia.

Nota: revisar glosario al inicio de este documento.

**¡Nos encanta saber de ti! Dudas,  
retroalimentación y aportaciones a [DSPcontacto@walmart.com](mailto:DSPcontacto@walmart.com)!**

Walmart se reserva el derecho de bajar campañas sin previo aviso si alguna campaña y/o estrategia no cumple con las políticas y guías de Walmart.

Para conocer los lineamientos y las políticas de contenido visita la siguiente página: [Walmart DSP Capacitación](#)



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, no será aprobada o puede ser desactivada.





Thank you.