

Políticas de servicio

POS Media CAM

Estas políticas de servicio tienen como objetivo **guiar** a nuestros anunciantes a lo largo de todas las **etapas operativas** de campañas **POS Media y Digital (medios impresos, medios digitales y Retailtainment)** en todos los formatos de Walmart Centroamérica.

Este documento proporciona información detallada sobre los SLA en cuanto a la entrega de artes, proceso de implementación, entrega de evidencias y otros aspectos críticos.

Reconocemos que el cumplimiento de estas políticas es esencial para garantizar una operación eficiente y sin afectaciones, así como para asegurar la satisfacción del cliente en cada paso del proceso.



Tipos de medios, descripción y formatos

Tipo	Descripción	Formatos			
 Medios Impresos	Medios Impresos que van en anaquel, sala de ventas y/o Checkout	Superformatos y Biformato			
 Medios Digitales	<p>Medios audiovisuales en TIENDA, sitios eCommerce, apps, o redes sociales.</p> <table border="1" data-bbox="690 714 1893 919"> <tr> <td data-bbox="690 714 1090 919"> WALMART www.walmart.co.cr APP www.walmart.com.gt APP www.walmart.com.sv www.walmart.com.hn www.walmart.com.ni </td> <td data-bbox="1090 714 1490 919"> SUPER www.masxmenos.cr www.paiz.com.gt www.ladespensadedonjuan.com.sv www.paiz.com.hn www.launion.com.ni </td> <td data-bbox="1490 714 1893 919"> BODEGA www.maxipali.co.cr APP www.maxidespensa.com.gt APP www.maxidespensa.com.sv </td> </tr> </table>	WALMART www.walmart.co.cr APP www.walmart.com.gt APP www.walmart.com.sv www.walmart.com.hn www.walmart.com.ni	SUPER www.masxmenos.cr www.paiz.com.gt www.ladespensadedonjuan.com.sv www.paiz.com.hn www.launion.com.ni	BODEGA www.maxipali.co.cr APP www.maxidespensa.com.gt APP www.maxidespensa.com.sv	Superformatos y Biformato
WALMART www.walmart.co.cr APP www.walmart.com.gt APP www.walmart.com.sv www.walmart.com.hn www.walmart.com.ni	SUPER www.masxmenos.cr www.paiz.com.gt www.ladespensadedonjuan.com.sv www.paiz.com.hn www.launion.com.ni	BODEGA www.maxipali.co.cr APP www.maxidespensa.com.gt APP www.maxidespensa.com.sv			
 Medios ligados a actividad Comercial (Fechas del PAC por formato)	Medios instalados en espacios asignados en la Actividad Comercial por temporada (fechas ligadas al PAC). Previa negociación con comercial y operaciones.	Superformatos y Biformato			
 Exhibidores (Muebles)	Medios con negociación de volumen de producto instalados en espacios asignados en la actividad comercial. Previa negociación con comercial y operaciones.	Superformatos y Biformato			
 Retailtainment: Impulso y Degustación / Activaciones y Eventos	Labor de venta a través de equipo de demostradoras en las tiendas. Experiencias enfocadas en impulso de producto, venta o awareness de marca.	Superformatos y Biformato			

Consideración en todos los medios *POS MEDIA*

Generales POS MEDIA

- Todo material publicitario en tienda debe incluir las placas de los formatos y logo spark de Walmart Connect. Si el material publicitario maneja precios, la comunicación deberá ser adaptada para incluir las banderas de precios o pastilla autorizada por el formato.
- Se deben de respetar las medidas autorizadas por formato y seguir las especificaciones de materiales y fichas técnicas de cada medio.
- El lugar de colocación del medio publicitario debe de hacer sentido con la categoría y con el CVP del formato.
- Walmart Connect se compromete a colocar el 80% de los materiales por campaña vendida.*
- **Cancelación de campaña:** En caso de cancelaciones fuera de tiempo (a partir de la fecha de confirmación de la campaña por medio) se hará el cobro del 40% del total de precio de lista de la campaña. En caso de que la campaña ya haya sido aprobada a nivel de prueba de color, se procederá con el cobro del 100% del valor de la campaña.
- **Penalizaciones por falta de materiales:** Si no se reciben los materiales publicitarios completos en las fechas requeridas previamente notificadas o informadas por el equipo de Walmart Connect al anunciante, los editables y ítems, no se podrá implementar la campaña y se tendrá una penalización del 100% del precio de lista de dicha campaña para medios catorcenales; en caso de ser campaña ligada a la Actividad Comercial, se tendrá una penalización del 100% del precio final total de la campaña. Es posible negociar el traslado de la campaña para medios catorcenales al siguiente periodo disponible, solo si se cuenta con **disponibilidad**.* Los medios ligados a la Actividad Comercial no podrán ser trasladados a otro periodo.
 - Medios impresos catorcenales – 26 días naturales previos al inicio de vigencia
 - Medios ligados AC – 33 días naturales previos al inicio de vigencia
 - Medios digitales - 15 días naturales previos al inicio de vigencia
 - Impulso y degustación -15 días naturales previos al inicio de vigencia
 - Activación y Eventos (RTM) -20 días naturales previos al inicio de vigencia
 - *Gestión Publicitaria -7 días previos al inicio de vigencia

*El modelo 80%-20% se refiere a que podrán existir diferentes escenarios donde no se podrán colocar los medios vendidos. Ej. Falta de producto de la marca en tienda, falta de espacio para colocar el material en tienda o formato, cambio repentino de layout y/o planograma, etc.

*En caso de no recibir los materiales publicitarios completos y sea necesario reprogramar para la siguiente fecha disponible, esta opción aplicará únicamente para medios catorcenales.

*Gestión Publicitaria hace referencia a muebles y exhibidores

Consideración en todos los medios *DIGITALES*

Generales DIGITALES (ECOMM)

- Se deben de respetar las medidas autorizadas para cada medio, siguiendo las especificaciones de materiales y fichas técnicas.
- El material publicitario digital no debe incluir las placas de los formatos y logo spark de Walmart Connect.
- El material publicitario digital para el eCommerce debe incluir botón (COMPRAR AQUÍ), e ir acorde al look and feel del formato
- El material publicitario para eCommerce no maneja precios, solo con previa valoración y aprobación.
- Los materiales dentro del eCommerce, deben cambiar cada semana. No se permite el uso del mismo arte durante toda la AC o repetir artes en otras semanas sin excepción.
- Los banners deben redireccionar a un enlace dentro del formato, la cual debe contemplar los productos que aparecen en los artes.
- Los banners deben redireccionar a un enlace dentro del formato, nunca a una página del anunciante.
- Los banners no deben tener QR que direccionen a otro enlace fuera del formato.
- Los materiales de social media si pueden llevar precio. Siempre aprobado por comercial y que el precio debe estar programado previamente en eCommerce para que la pauta sea activada.
- Los materiales de social media con arte "carrusel" deben tener una landing de redireccionamiento sin importar su objetivo (reconocimiento o tráfico).
- Cross-category únicamente se permite en Display ROS Search & Sponsored Brands.
- Los mensajes deben crearse en la conjugación correspondiente al país: CR/NI Vos – GT/SV/HN Tu.
- Si se requiere crear una colección de productos, se tomarán 5 días hábiles adicionales.

Consideración en todos los medios

Promociones

- Si la promoción solicita registro de datos por parte del anunciante, los datos deben ser recolectados y tratados exclusivamente por Walmart. Si se llegan a transferir datos personales al anunciante, se puede solicitar a este último su eliminación según el contrato.
- Es responsabilidad de la marca contratante la validación de la promoción a activar con el área de Compras y/o operaciones correspondientes.
- Los reglamentos, términos y condiciones y cualquier medio de publicidad relacionado a promociones (ejemplo: key visual, artes) deben ser revisados y validados por Legal de Walmart antes de su inscripción, en los países en que aplique.
- Una vez aprobada por equipo legal de Walmart la promoción, esta deberá ser publicada en el apartado de " reglamento-de-promociones " del formato que aplique para que el medio pueda ser instalado o publicado en tienda. El diseño del material publicitario debe incluir leyenda con enlace hacia estos reglamentos, así como la fecha de vigencia de la promoción.

Disponibilidad de producto

- Es responsabilidad del anunciante confirmar que existe inventario de sus productos en las tiendas seleccionadas y/o validar que cuenten con inventario activo en el eCommerce durante las fechas de la campaña.
- Si el producto no se encuentra durante el periodo de ejecución de la campaña no se montará el medio en dicha tienda y/o eCommerce, y Walmart Connect NO compensará el servicio en otra fecha.
- Medios vinculados a la actividad comercial son asignados por el equipo comercial y/o de operaciones. Por lo tanto, el anunciante debe contar con esta aprobación previo a la contratación del medio con Connect y debe asegurarse de tener el producto disponible en el espacio asignado durante las fechas de la campaña.
- Exhibidores & Muebles deberán contar con aprobación del equipo comercial y/o de operaciones. Es responsabilidad del anunciante enviar correo con dicha aprobación y asegurar la disponibilidad del producto en dichos medios.

Consideración en todos los medios

Prohibiciones estrictas

- Cualquier publicidad relacionada a empresas o servicios que compitan directa o indirectamente con Walmart.
- Enlaces y códigos QR incluidos en el material publicitario no deben dirigir a sitios externos a Walmart.
- Queda estrictamente prohibido el uso de obras sujetas a derechos de propiedad intelectual (música, imágenes, videos, entre otros) sin contar con una licencia válida y vigente que autorice a Walmart su uso en cualquier activación de impulso, degustación o evento de Retailtainment organizado por Connect y/o por la marca a través de gestión publicitaria.
- No se puede colocar palabras como:
Descuentos, Ofertas, Gratis, Obsequio, Regalo, Envío gratis, Exclusivo, Precio especial, Precio exclusivo, Paquete especial, Mega Precio, Cupón., el signo de %
- Representaciones de:
Armas, objetos para lastimar o vocabulario violento, Actividades sexuales o desnudos, Drogas ilegales y su uso, Religiones o cultos, Figuras de política nacional e internaciones que hagan referencia a votaciones o elecciones populares, Productos, servicios o uso de derechos no permitidos por el dueño del material audiovisual, Ridiculización o discriminación a cualquier grupo social, Consumo de tabaco, Consumo de alcohol.

Consideraciones especiales

- Medicamentos: únicamente se permitirá publicidad con branding o producto a marcas que cuenten con permiso establecido por cada país. Los artes de las campañas promocionales deben llevar la leyenda legal autorizada por el Ministerio de salud de cada país.
- Consumo de alcohol: únicamente se permitirá publicidad con branding o producto a marcas que cuenten con el permiso establecidos por cada país, e incluya en el material publicitario la leyenda correspondiente junto con el No. Registro o Permiso Gubernamental, así como la fecha de vigencia.
 - Por ejemplo: El consumo de este producto es dañino para la salud.

Testigos & Reportes

- Los **testigos** de las campañas que estén corriendo, se estarán subiendo a la carpeta de OneDrive que el equipo de Account Leads proporcionará al inicio de la campaña.
 - Para ejecuciones de medios digitales, los testigos se entregan de **3 a 5 días hábiles posteriores al inicio de la campaña**.
 - Para ejecuciones de medios impresos mensuales, materiales POP, se entregarán testigos de **3 a 5 días hábiles posteriores al inicio de la campaña**, y **ola final de 14 a 17 días hábiles después inicio de la campaña**.
 - Para ejecuciones de Sponsored Productos, se entrega testigos de 1 línea de pedido en **5 días hábiles posteriores al inicio de la campaña**.
 - Para ejecuciones vía Gestión Publicitaria, se aplica como toma de testigos **la entrega de Nota Prioritaria**.
 - Para ejecuciones de Retailtainment, los testigos se entregan de **3 a 5 días hábiles posteriores al inicio**.



Medios Impresos Catorcenaes



Catorcenales Impresos

Descripción




Dentro de tienda
Sala de ventas



Dentro de tienda
Anaquel



Dentro de tienda
Checkout

- **Los medios impresos** catorcenales son los medios que se venden en un periodo de 14 días. Su precio de lista unitario es por este periodo.
- Se cataloga como **medio dentro** o **fuera de tienda**, ya sea en **Sala de venta**, en **Anaquele** o en **Check Out**
- Pueden ir en los siguientes **formatos**: 



Catorcenales Impresos

Consideraciones

Fecha límite de confirmación

Fecha límite para entrega de arte

Medios Catorcenales: 26 días antes del inicio de vigencia

Medios Catorcenales: 21 días antes del inicio de vigencia

Cambio de artes y extensiones

- Para materiales impresos se podrá tener hasta dos variables de artes intercalados por país.
- Campañas de más de 2 meses pueden hacer un cambio de arte cada 4 catorcenales, se hace el cargo adicional del costo de producción.
- Si se requiere una extensión de campaña, se tendrá que dar aviso al menos 26 días antes del inicio de la nueva vigencia para revisar disponibilidad.

Pruebas de color

- Se enviará prueba de color en foto.
- La prueba de color tendrá únicamente 2 ajustes como máximo y se deberá tener aprobado con 15 días antes del inicio de la vigencia como máximo.
- Una vez que se envía la prueba de color, se dará un máximo de 48 horas para la autorización, en caso de no recibir visto bueno dentro de este tiempo, se tomará como autorizado.
- Las campañas que entren después de la fecha límite de confirmación NO contarán con prueba de color.

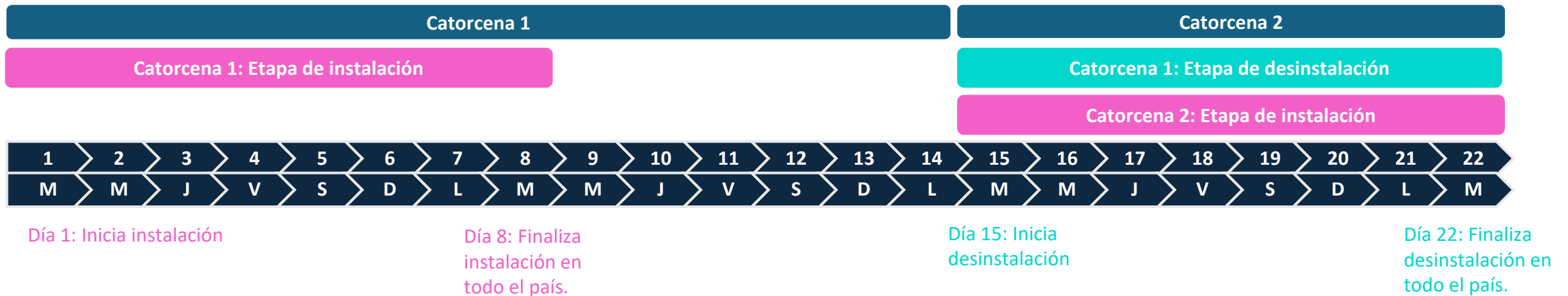
Instrucciones de implementación

- El anunciante debe considerar al menos 3 opciones de ubicación para la colocación de los medios, *de acuerdo a la capacidad de implementación en el PDV WMC ubicara el medio según disponibilidad ya que todas nuestras tiendas tienen prototipos distintos.
- No se puede colocar en productos que sean competencia directa de la marca. Los montajes en cross category se puede solicitar para autorización previa únicamente en productos complementarios de la categoría.

Catorcenales Impresos

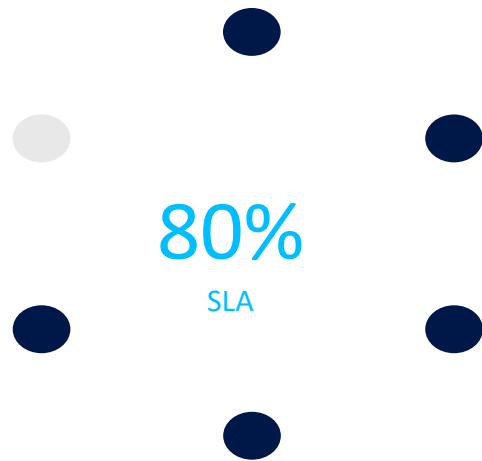
Montaje y retiro de campaña

El montaje de medios impresos catorcenales inicia los martes de cada dos semanas y toma 8 días para visitar todas las tiendas a total país. Paralelamente, se retiran los materiales de la catorcena anterior en el mismo periodo de 8 días.



Catorcenales Impresos

Testigos y porcentajes de implementación



Walmart Connect cuenta con operación en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador a total país; zona GAM y zona rural.

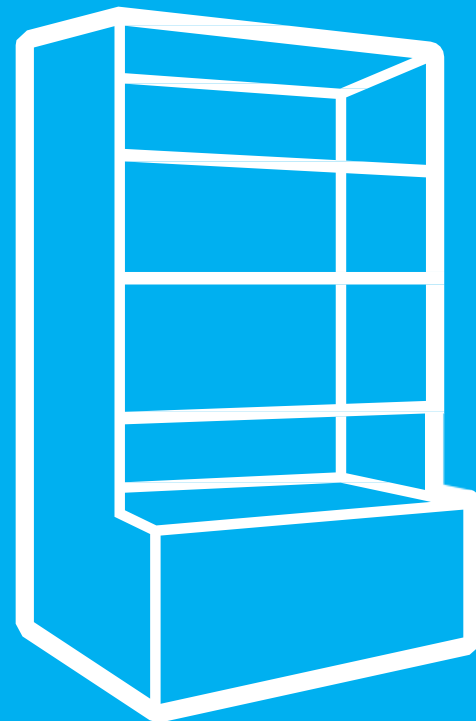
Al momento de implementar el servicio contratado podrán existir situaciones que estén fuera del alcance y control de **Walmart Connect** (falta de producto, desastres naturales, remodelaciones, cierre de carreteras, inseguridad, etc.), dichos motivos podrán causar afectaciones en el porcentaje de implementación. Cuando existan incidencias en el servicio se indicará dentro del reporte final.

Se entregará un reporte con testigos: Si la campaña cuenta con más de 1 vigencia, sólo se entrega testigos en la primera vigencia contratada.

Estilo del reporte:

Se entrega un avance entre el día hábil 3 al 5 posterior al inicio de la vigencia, luego se entrega el reporte final al terminada la pauta de los 14 días. Consta de un concentrado de evidencias fotográficas en PDF de los medios colocados.

Medios ligados a fechas de Actividad Comercial



Ligados a Actividad Comercial

Descripción




Dentro de tienda
Sala de ventas



Dentro de tienda
Anaqueles



Dentro de tienda
Checkout

- **Los medios ligados a Actividad Comercial** son los medios que van ligados a las fechas establecidas en el PAC. Normalmente requieren de una negociación previa con el equipo comercial y/o operaciones.
- Se cataloga como **medio ligado a Actividad Comercial**. Su precio de lista es por día, ya que las fechas de las actividades comerciales varían.
- Pueden ir en los siguientes **formatos**: 



Ligados a Actividad Comercial

Consideraciones

Fecha límite de confirmación

Fecha límite para entrega de arte

Medios ligados a AC: 33 días antes del inicio de vigencia

Medios ligados a AC: 28 días antes del inicio de vigencia

Cambio de artes y extensiones

- Para materiales impresos se podrá tener hasta dos variables de artes intercalados por país.
- Si se requiere una extensión de campaña, se tendrá que dar aviso al menos 33 días y se debe de contar con la aprobación previa del espacio en conjunto con equipo comercial de Walmart.

Pruebas de color

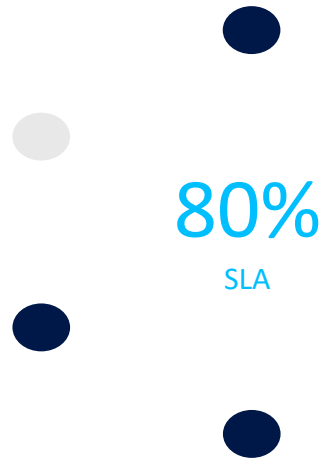
- Se enviará prueba de color en foto.
- Una vez que se envía la prueba de color, se dará un máximo de 48 horas para la autorización, en caso de no recibir visto bueno dentro de este tiempo, se tomará como autorizado.
- Las campañas que entren después de la fecha límite de confirmación NO contarán con prueba de color.
- La prueba de color tendrá únicamente 2 ajustes como máximo y se deberá tener aprobado con 22 días antes del inicio de la vigencia como máximo.

Instrucciones de implementación

- La instalación del medio será en el espacio asignado en la actividad comercial por parte del equipo comercial y/o operaciones.
- Si la tienda no cuenta con producto exhibido, no se podrá instalar y no será imputable a Walmart Connect.

Ligados a Actividad Comercial

Testigos y porcentaje de implementación



Walmart Connect cuenta con operación en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador a total país; zona GAM y zona rural.

Al momento de implementar el servicio contratado podrán existir situaciones que estén fuera del alcance y control de **Walmart Connect** (falta de producto, desastres naturales, remodelaciones, cierre de carreteras, etc.), dichos motivos podrán causar afectaciones en el porcentaje de implementación. Cuando existan incidencias en el servicio se indicará dentro del reporte final.

Se entregarán 2 olas de testigos: Si la campaña cuenta con más de 1 vigencia, sólo se entrega testigos en la primera vigencia contratada.

Primera ola:

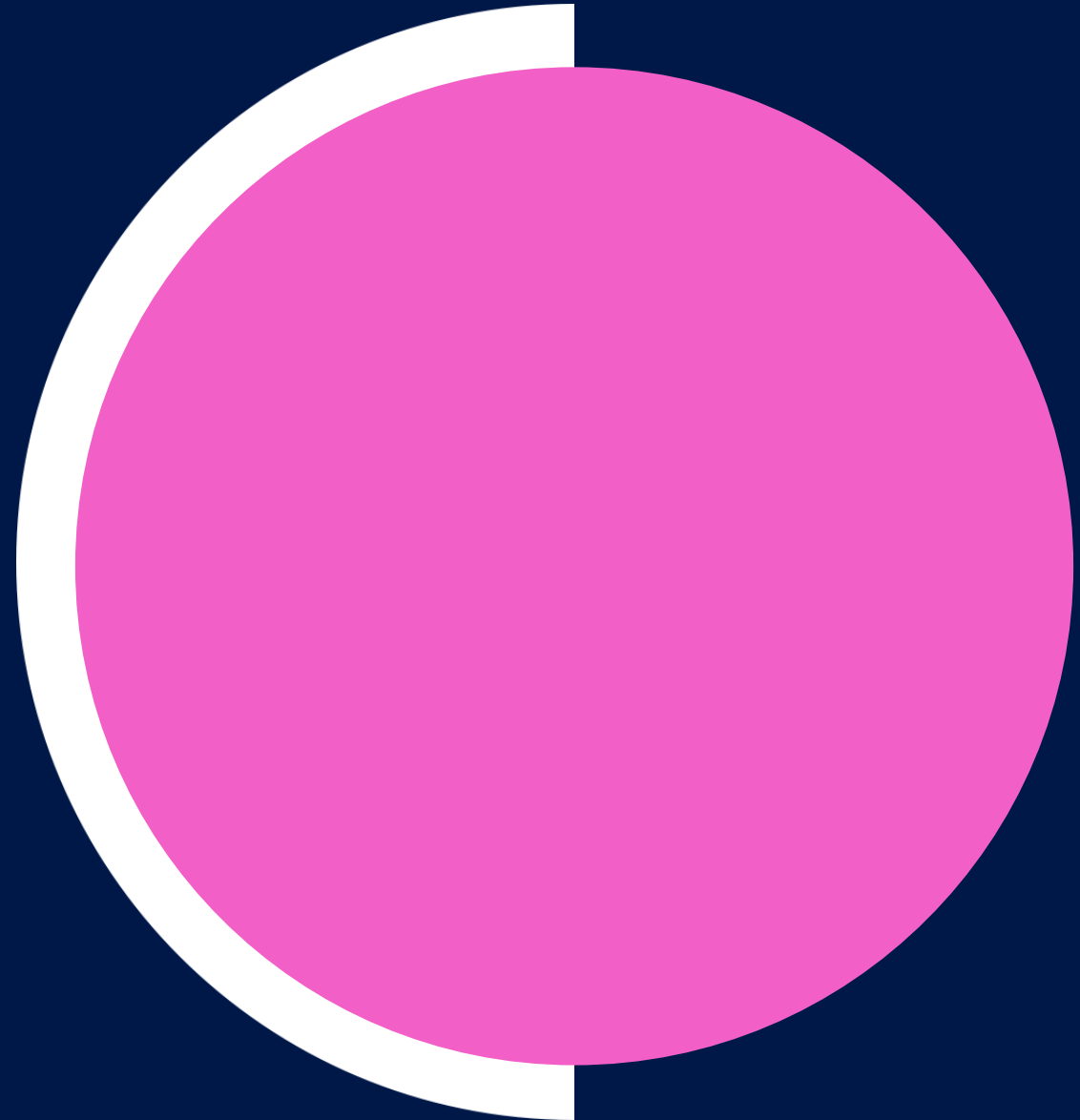
Se entrega 17 días hábiles después del inicio de la vigencia, consta de un concentrado de evidencias fotográficas en PDF del avance de los medios colocados

Ola final:

Se entrega 26 días hábiles después del inicio de la vigencia, consta de un concentrado de implementación por tienda en Excel y un concentrado de evidencias fotográficas en PDF de los medios colocados a total tiendas



Medios Digitales



Medios Digitales eCommerce

- Es responsabilidad el anunciante antes de iniciar cualquier campaña
 - Validar la disponibilidad de los productos con el equipo de contenido eCommerce
 - Asegurar el inventario durante las fechas de la campaña
- Si el producto se agota durante el periodo de ejecución WMC no compensará el servicio en otra fecha
- Todo enlace de las campañas debe de dirigir a alguno de los sitios de los formatos: Walmart, Super o Bodegas.
- Banners con mecánica promocional deben ser validados previamente con el área comercial y tener el visto bueno de legal (tanto de banners como de reglamento)
- Los mensajes deben crearse en la conjugación correspondiente al país: CR/Ni Vos – GT/SV/HN Tu
- Biformato solo cuenta con presencia publicitaria en CR,GT, SV

- Pueden ir en los siguientes **formatos**:



Mailing

Envíos de correo electrónico Comercial

Fecha de recepción de materiales:

Entrega más tardar 15 días antes de la fecha de salida de campaña

- Los reportes de envíos estarán listos para compartir posterior a los 15 días de enviado el correo.
- Los artes deben de venir en las medidas establecidas por parte del Anunciante.
- Todo correo debe de llevar un llamado a la acción visible y claro
- Todo material debe llevar el botón de "comprar aquí" según el formato
- Los URL de los correos solo pueden llevar a plataformas de WALMART.
- Utilizar la conjugación correspondiente al país : CR/Ni Vos – GT/SV/HN Tu
- Todo material debe redireccionar a una landing dentro del formato. Si se creará una colección de productos, se toma 5 días hábiles adicionales.
- Todo envío que no contemple las especificaciones aquí descritas debe ser aprobado por marca previamente para poder ser enviado.

Brand Store

Página de Marca dentro del eCommerce

Fecha de recepción de materiales: Entrega más tardar 20 días antes

- Debe elegir 1 de las 4 Plantillas aprobadas para las estrategias.
- Los diseños planteados de los Brand stores incluyen los componentes. No se aceptan solicitudes con componentes adicionales a los ya establecidos.
- Todo Brand store debe de tener una campaña de tráfico asociada de un mes. Esto para asegurar tráfico al sitio y una campaña efectiva. La mayoría de los paquetes tienen un mínimo a modo lanzamiento.
- El tiempo de desarrollo de Brand Store inicia una vez que el departamento de eCommerce confirma la recepción de los materiales.
- Todos los SKU deben de venir al 100% desde el inicio. Si se incluyen nuevos SKU el tiempo de desarrollo de la página comienza desde cero.
- No se aplica más de 1 cambio por Brand Stores luego de su entrega en etapa de desarrollo.

Los Brand Stores tienen vigencia de 3 meses. Una vez terminado el plazo se puede optar por un refrescamiento con un costo variable según plantilla. Esto incluye cambio de artes de banners y refrescamiento de SKU. Si la propuesta incluye ajuste de más de 20 SKU y cambios en textos dentro de plantilla se cobrará como un desarrollo nuevo.

Sponsored Family

Medios para impulsar productos dentro del eCommerce

Fecha de recepción de materiales: Entrega más tardar 15 días antes de la salida de la campaña

1. Enviar mínimo 10 SKUs por line item (línea de pedido) con inventario previamente validado en el eCommerce
2. Es recomendable usar la mayor cantidad de keywords (palabras clave) relacionadas a nuestro producto, sobre todo cubrir keywords (palabras clave) compuestas por la Marca + Genéricos.
3. Para Sponsored Products, la plataforma va a tomar únicamente las keywords (palabras clave) que tienen en la descripción pequeña del producto. No se permite agregar palabras que no sean variaciones o directamente relacionadas con terminología de búsqueda.
 - Ejemplo: Papel Mayordomo/ Papel Toalla (coloquiales) o Toallitas (plural).
4. Es obligatorio para implementar que las campañas tengan una vigencia mínima de 3 meses.
5. No es recomendable que un anunciante compita con el mismo, NO incluir mismos productos en dos line ítems o más con diferentes estrategias.
6. Prohibido realizar cross category en Sponsored Products.
7. Se puede realizar cross category con Sponsored Brands siempre y cuando se valide el placement.
8. Las subastas se realizan por producto o tipo de página.
9. Las campañas ideales corren Always On.

Medios Display

Banners en posiciones estratégicas dentro del eCommerce para tener presencia de marca

1. Los artes deben de venir con las medidas establecidas para el formato
2. Los artes deben venir con los botones según el formato
3. Los artes deben tener las leyendas correspondientes según el producto
4. Para aplicar a un descuento por compra se debe de comprar un paquete ya sea bisemanal, mensual o anual.
5. Los espacios se deben de reservar con anterioridad y confirmar según el paquete que se compre.
6. En caso de reservar y no utilizar los espacios se aplicará una penalidad de un 50% sobre el valor total del espacio
7. Todo arte debe de hacer alusión a productos que estén en stock disponible para la venta
8. Los materiales deben direccionar a una landing activa dentro del mismo formato en donde se encuentren al menos 1 de los productos mencionados en el banner
9. Hay diferentes modelos de venta:
 1. Semanal: Home / Search
 2. Mensual: ROS: Categorías L1 (Nivel 1), L3(Nivel 3), PDP(Página de producto)

Fecha de recepción de materiales: Entrega más tardar 15 días antes de la fecha de salida de campaña

DISPLAY HOME:

1. La venta es semanal
2. Las semanas son de lunes a domingo
3. Si se requiere salir con un día entre semana se puede programar con alineamiento previo con tu ejecutivo, sin embargo, se cobra la semana completa por reserva de disponibilidad
4. El mes venta son 28 días

DISPLAY Search:

Al comprar un keyword este queda bloqueado por una semana completa. No se puede colocar el mismo keyword a más de un anunciante.

Social Commerce

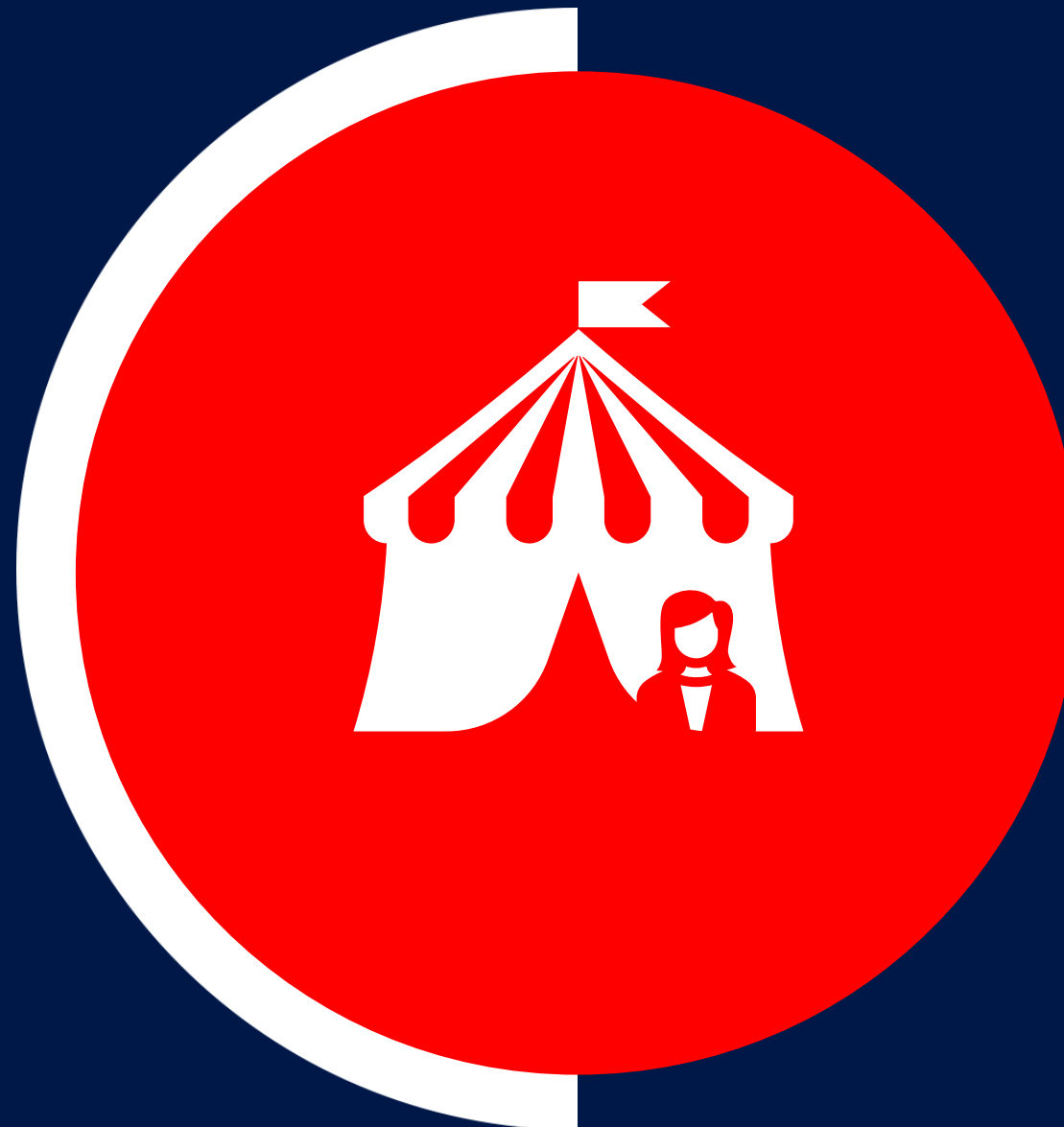
Estrategias desde nuestras plataformas de social media

Fecha de recepción de materiales: Entrega más tardar 15 días antes de la fecha de salida de campaña. Incluir editables

1. Toda campaña debe de ejecutarse con un objetivo claro.
2. Todo story interactivo es orgánico, por lo que no se puede prometer un alcance solo se comparten resultados.
3. Las iniciativas de stories interactivos son únicamente para Awareness.
4. Para solicitar una campaña con las audiencias Walmart se debe de solicitar un ejercicio al equipo para calcular el alcance puntual con las audiencias establecidas y así definir los KPI. Esto debe realizarse 15 días antes de la salida de la campaña.
5. Los Catálogos Dinámicos deben de contar con 10 SKUs para su implementación.
6. Para realizar el catálogo se requiere crear una colección previamente. Esto toma 5 días hábiles.
7. La duración de las campañas se estipula según el paquete contratado.
8. Los enlaces de destino para las campañas de conversión, deben incluir únicamente los SKUs relacionados al arte.
9. La implementación debe de venir con el detalle de inversión por país.
10. **Mandatorio:** el copy de la campaña debe ser compartido por el anunciante. La fecha de inicio queda sujeta a este texto.

Retailtainment

(Impulso y degustación &
Activaciones y eventos)



Retailtainment

Descripción

- **Impulso y Degustación:** Servicio de demostraciones dentro de tienda para generar impulso de compra conversión o awareness. Podrá utilizarse charola o mesa degustadora de acuerdo con la contratación y necesidades de la campaña.
- **Activaciones y eventos:** Medios instalados dentro o fuera de tienda para generar entretenimiento e impulso de compra a los clientes.
- Pueden ir en los siguientes **formatos:**



	Fecha límite de confirmación	Fecha límite para envío de artes
Impulso y Degustación	15 días previos al inicio de vigencia	10 días previos al inicio de vigencia
Activación y Eventos	20 días previos al inicio de vigencia	15 días previo al inicio de vigencia